

# La vente directe en élevage bovin viande : résultats économiques et conséquences sur la conduite technique

## Direct sales of bovine meat: economic results and consequences on technical management

INGRAND S. (1), LIMON M. (2), VEYSSET P. (3)

(1) INRA, SAD, UMR Metafort, équipe TSE, 63122 Saint-Genès-Champanelle, France

(2) Union des Coopératives d'Elevage Alpes Rhône, 69340 Francheville

(3) INRA, SAE2, Laboratoire Economie de l'Elevage, 63122 Saint-Genès-Champanelle, France

### INTRODUCTION

Le développement de la vente directe en viande bovine a pris de l'ampleur suite aux crises bovines successives de 1996 et 2000. Quels sont les impacts de ce mode de commercialisation particulier sur les résultats économiques et sur les pratiques d'élevage ? La vente directe est définie ici comme la remise directe aux consommateurs de produits issus de l'exploitation, avec un intermédiaire au maximum (ex : restaurateur).

### 1. MATERIEL ET METHODES

Des entretiens ont été réalisés auprès de vingt éleveurs naisseurs engraisseurs spécialisés en production de viande bovine (Auvergne, Bourgogne, Limousin). Ces entretiens ont permis de déterminer les types d'animaux destinés à la vente directe et l'organisation de cette activité. La notion d'acte de vente a été définie comme le regroupement des opérations allant de l'abattage à la commercialisation en vente directe, à de multiples clients. En cas de vente simultanée d'animaux adultes et de veaux, il y a plusieurs dates d'abattage pour un même acte de vente (durées de maturation différentes). Selon les choix effectués, le temps de travail lié aux aspects logistiques peut être important et nécessiter des investissements (matériel de transport et de froid, atelier de découpe).

### 2. RESULTATS

#### 2.1. RESULTATS ECONOMIQUES

Les charges s'élèvent à 1,92 € / kg de carcasse en moyenne sur les vingt élevages, réparties sur trois grands postes (tableau 1) : (1) Transport, (2) Abattage + Découpe, transformation, amortissement d'un éventuel atelier de découpe, (3) Autres, gestion administrative, promotion, fluides (eau, électricité), amortissements de matériel divers (panneaux publicitaires...).

Tableau 1 : Charges liées à la vente directe (€ / kg carcasse)

	Transport	Abattage + Découpe	Autres	Total Charges
Moy <sup>1</sup>	0,23	1,56	0,13	1,92
Min <sup>2</sup>	0,00	1,00	0,00	1,20
Max <sup>2</sup>	1,00	2,28	0,30	3,42

<sup>1</sup> Pondération en fonction du tonnage par élevage

<sup>2</sup> Moyenne à l'échelle d'un élevage

Les prix de vente TTC pratiqués par les éleveurs sont de 9,8 € / kg de viande provenant d'animaux adultes et de 12,9 € / kg de viande de veau en moyenne. Pour comparaison, la grande distribution se situe à 8,20 € et les bouchers à 14,26 € / kg de viande de bœuf. Le prix net est obtenu en retirant les charges au prix de vente (montant identique quelle que soit la catégorie). On obtient un prix net moyen de 4,64 € / kg de carcasse pour les gros bovins.

La valorisation économique permise par la vente directe est supérieure à celle des circuits classiques de 28,6 % en moyenne (tableau 2). C'est pour la viande de gros bovin que

la différence est la plus marquée. Rapportée à l'ensemble du cheptel, la plus-value est de 84 € / UGB / an (avec 1/3 de la production vendue en direct). D'après nos données, le seuil de rentabilité de l'atelier de découpe correspond à un volume annuel de huit tonnes de carcasse pour amortir l'investissement sur dix ans, ce qui équivaut à vingt gros bovins par an. Le temps consacré à la vente directe est de quarante jours par an en moyenne, pour une valeur ajoutée de 8100 €, soit 200 € par jour (devant financer la main d'œuvre supplémentaire si nécessaire).

Tableau 2 : Prix net (€ / kg carcasse) en vente directe (VD) et filières classiques (VC, simulation sur l'échantillon)

Catégorie		Prix net VD* (a)	Prix net VC* (b)	a - b (%)	
Gros Bovin	Vache	4,78	3,22	48	36
	Génisse	4,47	3,59	25	
	Bœuf	4,77	3,43	39	
Jeune Bovin	Taurillon	3,84	3,22	19	19
Veau	De lait	8,62	7,36	17	15
	Rosé	6,34	5,60	12	
Total		5,37	4,27	28,6	

\* Pondération des effectifs de l'échantillon

#### 2.2. LA CONDUITE D'ELEVAGE

Après avoir défini les modalités de changement par catégories de pratiques (alimentation, reproduction, renouvellement, choix de gamme, calendrier de ventes), nous avons tenté, à l'aide d'une analyse multivariée, de les mettre en relation pour évaluer l'éventuelle cohérence de processus de changement. Deux stratégies ont été distinguées :

- Jouer sur la gamme : orientation de la gamme en fonction de la vente directe, souvent par la vente de veaux. Les effectifs engraisés ne sont pas discriminants.

- Jouer sur la conduite : affinement de la conduite des animaux, revendication d'un accroissement de la technicité pour la conduite alimentaire. Trois raisonnements se distinguent dans cette stratégie : (1) "En faire plus et mieux pour certains" : augmentation des effectifs engraisés en portant les efforts sur la conduite des animaux destinés à la vente directe ; (2) "En faire autant mais mieux pour certains" : même activité d'engraissement, affinement de la conduite des animaux destinés à la vente directe ; "En faire moins et mieux pour tous" : diminution de l'activité d'engraissement, affinement de la conduite de tous les animaux finis.

### CONCLUSION

Seule une partie des animaux produits par l'exploitation est destinée à la vente directe. La vente directe permet de valoriser des animaux non standard (bœufs, veaux lourds, animaux issus de l'AB) tout en satisfaisant la clientèle. La pratique de la vente directe constitue une alternative à l'agrandissement des structures car elle permet de créer davantage de valeur ajoutée et de faire vivre plus de travailleurs à structure constante.