

FILIÈRE
VIANDE BOVINE

Stratégie 2030

Comment rester
dans la course ?

*Accompagner
la transformation
des exploitations
agricoles françaises*

Quelles déclinaisons des options stratégiques dans les filières ?

AVANTAGE **COMPÉTITIVITÉ**

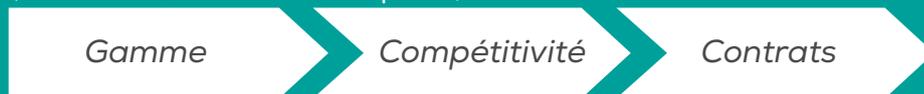
Concurrence sur le standard



Je peux tenir mieux que mes concurrents

AVANTAGE **CONTRACTUEL**

Au moins une source de valeur ajoutée distincte (sans OGM, sans antibiotiques...)



Je veux quelque chose qui sécurise et valorise

AVANTAGE **SYSTÈME**

Bio, labels, etc.



Je bouscule mes pratiques, je décloisonne mes ateliers, je raisonne global

AVANTAGE **CLIENTÈLE**

Chartes, origine, réseaux commerciaux locaux et digitaux



Je vais jusqu'au client avec une vraie différenciation

AVANTAGE COMPÉTITIVITÉ

Les Stratégies par l'exemple



Viande bovine : Le « ranch » à la française

L'objectif stratégique est d'augmenter la production de viande vive à l'hectare et par unité de main-d'œuvre pour le marché export d'animaux vifs, légers et rustiques, type « broutard ».

L'avantage Compétitivité est fondé sur :

- La production à **faibles coûts** de gros volumes d'animaux rustiques.
- Un modèle d'alimentation des animaux centré sur une conduite intensive de l'herbe, assisté par des **objets connectés**. L'objectif est de produire entre 5 et 6 tonnes de viande vive pour 10 ha.
- Une **génétique** dédiée, qui en privilégiant la rusticité et la conformité des animaux, permettra une optimisation du coût alimentaire.
- Une **conduite sanitaire** irréprochable, pour accéder au marché et pour rester à des frais d'élevage et des pertes limités dans les élevages.
- Des **investissements bâtiments faibles**, principalement consacrés à des parcs de contention, des parcs stabilisés d'hivernage, des bâtiments simplifiés...
- Une grande **performance technique en reproduction** (1 veau/vache/an), avec gestion de la saisonnalité (périodes de vêlages) pour sortir des broutards bien conformés quand l'offre est limitée et la demande importante (vêlages fin été/automne par exemple) et du nombre de vêlages par unité de travail.
- Une **valorisation des céréales produites**, à travers la vente d'animaux finis (reproducteurs, réformes) sur le marché domestique pour une fraction marginale de la production.

Les moteurs d'une transformation

- La **démographie**, qui porte naturellement à la restructuration des élevages : de nouveaux projets pour les repreneurs.
- Le marché de la viande bovine, en retrait en France par **érosion de la consommation**.
- L'**instabilité du prix** des animaux finis, principalement liée aux conjonctures laitière ou céréalière.
- Le **marché export**, qui donne des opportunités de développement de vente des volumes.

Les opportunités décisives

- Mes opérateurs filières se spécialisent sur les **marchés cibles** de ma stratégie : l'Italie et fort développement des marchés méditerranéens.
- Dans un contexte d'**activisme anti-élevage**, mon exploitation bénéficie du développement d'une communication centrée sur les grands espaces (« la pampa bourbonnaise ! » par exemple).
- L'exploitation a le potentiel pour augmenter de façon économe la **productivité de l'herbe** afin d'augmenter le chargement à l'hectare (paddocks permettant des chargements instantanés élevés sur des laps de temps courts, allotement des animaux, mélanges prairiaux pour les fourrages récoltés...).
- Les organisations collectives me proposent une **gestion des risques** et une couverture assurantielle (fourrages par exemple).
- Le **financement des capitaux** évolue, notamment pour le Besoin en Fonds de Roulement (BFR) : partenaires bancaires multiples, portage...

AVANTAGE CONTRACTUEL

Les Stratégies par l'exemple



Viande bovine : Aller chercher la valeur sur les rayons viande de la GMS

L'exploitant s'organise pour privilégier l'approvisionnement d'une gamme de produits attendus par les consommateurs : des animaux femelles, finis, de petits gabarits.

L'avantage Contractuel est fondé sur :

- La **contractualisation** avec la distribution, dans un cadre tripartite GMS*OP*producteur Naisseur-engraisseur voire directement avec des acteurs de l'aval (GMS*producteur Naisseur-engraisseur). La distribution crée la valeur marketing du produit notamment par l'identification du producteur auprès du consommateur.
- Une gestion de l'**équilibre offre-demande** par la distribution des contrats, qui garantit une plus-value au kg de viande.
- Le strict respect d'un **cahier des charges**, pour assurer un produit standardisé et de qualité industrielle (conformation, poids, âge, finition, date de sortie, avec modalités d'annonce des animaux, de ramassage, délai de paiement). Des croisements génétiques, destinés à améliorer la rusticité et le GMQ. Un engagement plus fort dans la stratégie peut reposer sur un changement de race au profit d'Angus/Hereford.
- L'optimisation du nombre de femelles, par l'**insémination** et le sexage. Les excédents aux contrats, ou les mâles, plus ou moins finis selon le prix de l'aliment, sont vendus sur des débouchés de dégagements (la RHF, pour vendre une viande à la couleur peu attractive en rayon, notamment les croisés type bouvillon) ou l'export Nord Europe. Le reste des mâles est exporté en broutards.
- La **productivité** rapportée à la main-d'œuvre requise, pour atteindre 90/100 UGB/UTH.
- L'**autonomie alimentaire** de l'élevage.

Les moteurs d'une transformation

- La **baisse de la consommation de viande bovine**, qui conduit la filière dans une stratégie de reconquête du consommateur par des investissements dans la chaîne de transformation et l'offre d'une gamme adaptée aux modes de consommation : taille des portions, praticité, haché, frais ou surgelé. Marketing et segmentation font la différence.
- L'**instabilité des prix** à la production, qui encourage une recherche de sécurisation du chiffre d'affaires par la mise en place de contrat sur une partie de la production.
- La **future PAC**, qui pourrait verser des aides aux initiatives collectives, qualitatives et abandonner les aides à la VA qui favorisent le système naisseur.
- Le **renouvellement de génération**, qui se traduit par une évolution des aspirations des producteurs, du sens donné à leur métier.

Les opportunités décisives

- Je suis dans un secteur géographique où sont présentes des **OP organisées**, liées à des outils d'abattage maintenus sur le territoire, et qui ont la capacité de fournir des animaux en lots homogènes toute l'année.
- Le **potentiel agronomique** me permet d'intensifier la conduite de la surface fourragère et de libérer des hectares de céréales et maïs destinés à l'engraissement des animaux. Le changement d'assolement conduit à une meilleure gestion du coût alimentaire.
- Mon savoir-faire technique** me permet d'être reconnu comme étant capable de fournir des animaux de façon régulière en qualité et quantité.

AVANTAGE SYSTÈME

Les Stratégies par l'exemple



Viande bovine :

Produire de la viande porteuse d'imaginaire

Les exploitations produisent des animaux de terroirs AOC ou bio. L'agriculteur est reconnu pour son rôle dans le territoire : emploi, paysage, service environnemental.

L'avantage Système repose sur :

- Un **système herbager**, pour l'image, les gains économiques et l'intérêt environnemental qui lui sont reconnus.
- Des **choix génétiques**, orientés vers la qualité gustative des produits.
- La **diversification** et la **complémentarité** au sein de l'atelier :
 - une conduite en mode **naiseur-engraisseur** pour la voie **femelle**, où les animaux sont triés et conduits différemment selon les marchés ciblés : laitonnés à l'export, bonnes génisses gardées 28 mois avec une conduite à l'herbe afin de coller aux filières qualité, bonnes vaches nourrices pour le renouvellement,
 - une conduite en mode **naiseur** pour les **mâles**, exportés broutards ou engraisés selon conjoncture. La part d'animaux maigres devient ou reste marginale dans les exploitations.
- Une **plus-value**, notamment pour les femelles qui alimentent le marché intérieur, liée à l'image globale du système et sa promesse reconnue en matière de qualité gustative, de respect du bien-être animal ou de l'environnement.

Les moteurs d'une transformation

- Le besoin de **reconnaissance** du métier chez les éleveurs.
- La **différenciation**, selon des valeurs sociétales et qualitatives, permet une meilleure valorisation des produits : le manger éthique (environnement, rémunération producteur, bien-être animal), le manger moins et mieux, le courant flexitarien, portent le marché.
- Des **prix peu volatils**, du fait de la faible sensibilité aux variations de l'offre en viande issue du troupeau laitier sur ces segments.
- La **future PAC**, si elle encourage les initiatives collectives et qualitatives, en versant des aides plus attractives et alternatives aux primes à la vache allaitante qui favorisent le système naisseur.

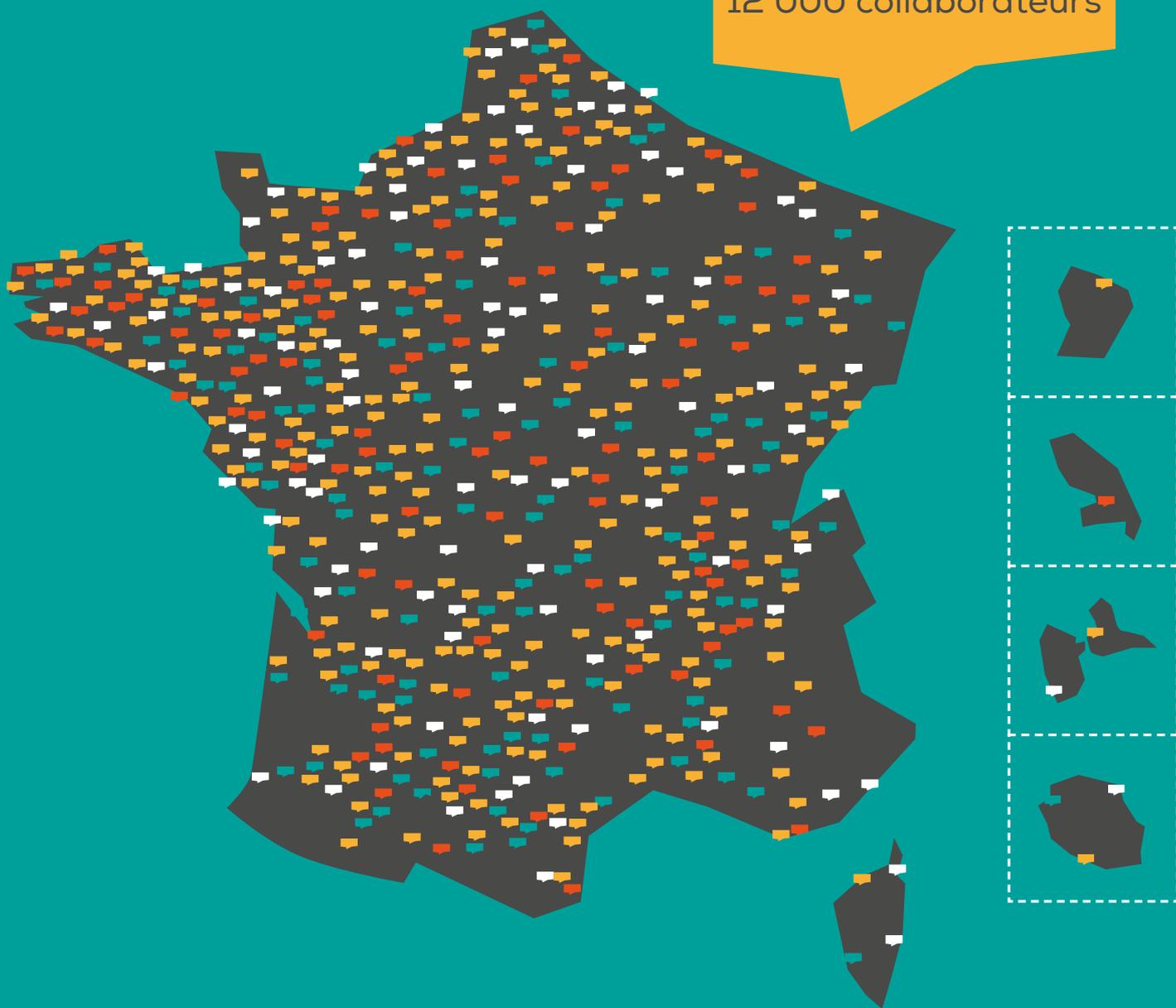
Les opportunités décisives

- Mon exploitation peut accéder à :
 - des **démarches contractuelles** liées à mon terroir, à la fois quantitatives et qualitatives (cahier des charges engageant globalement le système d'exploitation, éventuellement dans le cadre d'une AOP),
 - une filière **Agriculture Biologique** en développement dans une perspective de volumes sur des filières longues. Elle est souvent cohérente avec les précédents débouchés,
 - un complément lié à la **demande régulière** sur des animaux bien conformés – créneaux de chevilles / bouchers et boucheries de GMS.
- Je peux combiner les audits de **certification** relatifs aux différents cahiers des charges auxquels je choisis de me conformer pour garantir une pluralité de débouchés.
- Je dispose des **équipements** pour trier les animaux, les gérer par lots, conduire le cheptel de façon flexible pour répondre à plusieurs cahiers des charges.
- Je suis **performant** dans la conduite de l'engraissement avec de l'herbe.

CERFRANCE

Le Réseau de conseil et d'expertise comptable

320 000 clients
700 agences
12 000 collaborateurs



Implanté partout en France,
Cerfrance est le partenaire privilégié
de la performance
des chefs d'entreprise.

**Conseil National
du Réseau Cerfrance**
18 Rue de l'Armorique
75015 PARIS
Tél. 01 56 54 28 28
www.cerfrance.fr

