

# néo restauration

SOLUTIONS ET INSPIRATIONS POUR LES ACTEURS DE LA RHD



## Viande, cap sur la qualité

556 Octobre 2017





## ledossier

Après avoir diminué pendant une décennie, la consommation de viande stagne. Les consommateurs ont changé, ils privilégient la qualité à la quantité, avec une évidente préférence pour le bœuf et le poulet.

ENCARNA BRAVO

# Viande, le goût de la qualité

**M**algré de belles photos de viande à la une des magazines culinaires et des bouchers plus médiatiques que jamais, la viande fait l'objet d'attaques depuis déjà une dizaine d'années, et sa consommation n'a cessé de diminuer en France. Début 2008, elle est en baisse à domicile et hors foyer. Sans que la tendance se soit inversée, les statistiques du ministère de l'Agriculture publiées le 25 mars dernier révèlent une légère hausse en 2016. « *Seule la consommation de viande de volaille progresse, atteignant son plus haut niveau depuis 1999, tandis que la viande bovine régresse de 0,7%, et la porcine de 0,8%.* »

Il faut dire que des études ne cessent d'expliquer l'intérêt d'en réduire la consommation, pour des raisons à la fois de santé et environnementales. Nous assistons également à la multiplication d'opérations « coup de

poing » dénonçant les maltraitances dans les abattoirs. Sans parler de la tricherie sur la vente de viande de cheval à la place de la viande de bœuf ! Tout concourt à rendre la viande suspecte. Et les consommateurs schizophrènes... D'un côté, tous ces arguments les ont amenés à s'intéresser de près, voire à se convertir franchement au végétarisme et au flexitarisme. De l'autre ils sont encore nombreux à apprécier une bonne côte de veau grillée ou un sauté d'agneau mijoté dans les règles de l'art. Mais à une condition, que les professionnels de la restauration ont bien intégrée : lorsqu'ils commandent un morceau de viande, il se doit d'être de qualité ! Autrement dit, il faut que la viande proposée affiche son origine (lieu de naissance, d'élevage, d'abattage), et son terroir – français de préférence.

### L'utopie du 100% français

Mais consommer 100% français en RHD s'avère difficile. Les estimations GEB-Institut de l'élevage révèlent que 66% de la viande bovine distribuée est issue d'imports, le prix des viandes françaises restant plus élevé que celles provenant de l'Union européenne. Pour accompagner les professionnels dans leurs achats, Interbev (Interprofession et viandes) met à leur disposition des outils pédagogiques, parmi lesquels un vademecum prenant en compte les récentes évolutions du droit des marchés publics et permettant d'affiner les critères d'achat pour favoriser l'approvisionnement en viandes de qualité, locales ou françaises. Des exigences techniques peuvent en effet figurer dans les cahiers des charges, et ainsi favoriser les achats de viandes issues de l'Hexagone. Par exemple, il est possible de réaliser un allotissement raisonné pour favoriser la



## ledossier



© GETTYIMAGES/PA

Aujourd'hui, une attention particulière est portée à l'environnement, à l'alimentation et au bien-être des animaux.

réponse d'entreprises de plus petites tailles. Exiger une durée de maturation pour les morceaux à cuisson rapide en viande bovine avec précision de la date d'abattage et aussi la traçabilité de la viande auprès du fournisseur (origine, catégorie et type racial pour la viande bovine), ou encore des viandes sous signe officiel de qualité : AB, label Rouge, AOC... L'objectif étant de « concilier approvisionnement national ou de proximité et respect de la réglementation », précisent Audrey Lebrun, chargée

de mission sur le bien-être animal en restauration collective chez Interbev, et Claudine Allain, responsable marketing et communication export chez Interbev.

# 45%

La part de la viande hachée de bœuf parmi les viandes servies en restauration hors domicile

Sources : Cnapoc, enquête FranceAgriplus 2008

### Inclure l'Union européenne

Rappelons qu'il n'est pas possible d'exclure un fournisseur, par exemple d'Allemagne ou de Pologne, dans un appel d'offres,

dans la mesure où celui-ci respecte les critères de qualité énoncés, et que ces pays font partie de l'Union européenne. Par ailleurs, les professionnels de la restauration passent commande à des distributeurs qui, eux aussi, travaillent avec des fournisseurs européens. Pour Marc Sautel, président de l'Aji (Gestion pour l'éducation), membre du conseil d'administration d'Interbev et coordonnateur de groupement d'achat, « il est évident que plus nous sommes nombreux, plus nous pouvons obtenir des prix et de la qualité ».

Un avis partagé par Thierry Mathieu, administrateur et membre du bureau exécutif de l'Aji, impliqué notamment dans le réseau des coordonnateurs de groupements d'achats : « La performance d'achat est un levier sur lequel nous avons une marge de manœuvre importante. Il faut reconnaître que des efforts ont été réalisés dans la rédaction des cahiers des charges au niveau des achats publics. Dans notre commission composée de distributeurs, d'industriels, de gestionnaires et de chefs de cuisine, nous retenons les critères qui nous paraissent pertinents : l'aspect visuel, le rendu après cuisson, les attentes des élèves, en tenant compte du palais des jeunes, pour établir une fiche type issue de ce travail. »

### Construction d'une filière « race à viande »

Alors pour savoir bien acheter, bien s'approvisionner en viande, une bonne connaissance du produit est essentielle. Interbev a aussi créé des fiches techniques dont l'objectif est de définir les besoins en viande avec une approche par plat, et non par muscle. L'idée étant d'indiquer pour chaque recette les différents muscles pouvant être utilisés, en fonction du niveau de qualité attendu, et permettre d'acheter ainsi au meilleur prix.

### LOCALIM, LA BOÎTE À OUTILS

En octobre 2016, Stéphane Le Foll, ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire, présentait Localim, le nouvel outil destiné aux acheteurs publics

de la restauration collective en gestion directe. Objectif : accompagner le développement de l'approvisionnement local et de qualité. Il se compose de fiches méthodologiques, de fiches techniques avec les concepts métiers de chaque filière de production, la liste des contacts administratifs et professionnels, les clés pour rédiger un cahier des charges, et trois guides pratiques.



Pour en savoir plus : [www.agriculture.gouv.fr/insajets-la-boite-a-outils-des-acheteurs-publics-de-restauration-collective](http://www.agriculture.gouv.fr/insajets-la-boite-a-outils-des-acheteurs-publics-de-restauration-collective)



## ledossier

Toujours dans cette recherche de qualité, les chefs de collectivité achètent de plus en plus fréquemment du bœuf en entier, un moyen d'obtenir des prix plus lissés et des parties nobles. C'est le cas du lycée Janson-de-Sailly (Paris 16<sup>e</sup>), où cette pratique n'avait pas cours sept ans auparavant. Aujourd'hui, ce n'est pas chose rare ! Pour répondre à cette demande, des réflexions ont été menées, notamment en Normandie. Elles ont conduit à la construction d'une filière « race à viande » dédiée. « Nous sommes une entreprise de distribution, mais nous avons pris des participations chez des producteurs bas-normands pour l'essentiel, mais aussi de l'Eure. But de l'opération : trouver un équilibre sur les débouchés de la matière pour ne pas déstabiliser les élevages et valoriser les produits. Ce qui nous a conduit à la naissance, en 2008, de la marque Normandie Viande Héritage », explique Pascal Grosdoit, qui en est le gérant.

### Un marché global de 3,6 Mds €

Malgré les inquiétudes des acteurs du marché, la viande a encore de beaux jours devant elle. Les Français ne la boudent pas, et dans un contexte délicat, la restauration hors domicile tire encore son épingle du jeu. Les produits carnés en RHD (toutes viandes confondues et charcuteries) représentent un marché global de 3,6 milliards d'euros HT (soit un volume de 576 000 tonnes). Pour évaluer les quantités et les montants de produits carnés achetés par l'ensemble

de la restauration, FranceAgriMer a commandé une étude au prestataire Gira Foodservice. La restauration commerciale représente 57 % des volumes de produits carnés achetés, en raison d'un grammage par portion plus élevé, et 61 % des achats en valeur.

Selon Gira Foodservice pour FranceAgriMer : « La restauration organisée (47 % des repas et des tonnages, mais 39 % des achats en valeur) affiche des prix moyens d'achat beaucoup plus bas que la restauration indépendante. Cela s'explique par une massification des achats des SRC et une typologie spécifique de produits carnés achetés par les chaînes. »

La restauration commerciale, comprenant justement les chaînes de fast-food, représente près de 4 millions de repas par an dans plus de 180 000 établissements. Globalement, le secteur se révèle dynamique, et la part de viande y progresse, comme le nombre de repas. Dans l'étude 2015 « Où va le bœuf ? » commanditée par Interbev, réalisée par l'Institut de l'élevage, il apparaît que l'évolution de la viande est très disparate entre enseignes. Les chaînes très spécialisées (Quick, McDonald's...) voient leur part augmenter, alors que le bœuf est absent chez KFC ou Paul, et dans les circuits alternatifs (boulangeries, stations-service...). « Le secteur est concentré pour la viande bovine : deux enseignes en absorbent près de 85 %, avec des exigences sanitaires importantes », analyse Claudine Allain (Interbev).



© JACEK CHABRASZEWSKI - STOCK.ADOBE.COM

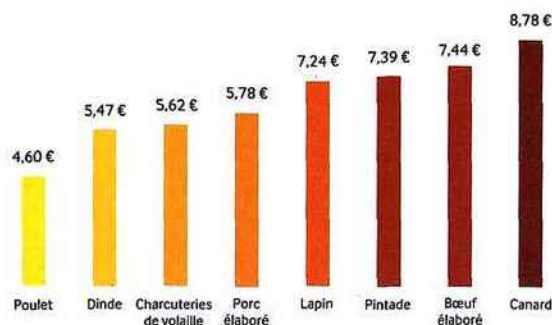
# 20%

La part des viandes de boucheries consommées hors domicile en France. Environ 60 % de cette quote-part sont destinés à la restauration commerciale

Sources : www.interbev.fr et www.inra.fr

### LE POULET, UN SUCCÈS JUSTIFIÉ PAR SON PRIX

Prix moyen, en € HT par kilo, des viandes achetées par la restauration commerciale et la restauration collective



Si tous les consommateurs ou acheteurs recherchent la qualité, ils ne sont pas pour autant prêts à payer le prix, sans doute ce qui explique le prix du poulet.

Sources : étude FranceAgriMer et Gira Foodservice, 2014

### Apprendre à communiquer

Les crises alimentaires successives ont été l'occasion d'apprendre à communiquer sur les approvisionnements, et à rassurer. McDonald's a fait savoir qu'en 2016, la viande bovine de ses restaurants est d'origine française pour 54,5 %, soit plus de 25 078 tonnes de viande bovine française utilisées. Le reste provient d'Irlande et des Pays-Bas, selon le même cahier des charges et les mêmes contrôles qu'en France. Et de préciser : « Nos fournisseurs s'approvisionnent uniquement auprès de fournisseurs référencés selon des critères très exigeants, et utilisent principalement des muscles issus de l'avant des bovins, comme l'épaule, le collier, le plat de côte. »



© LIV FRIIS-LARSEN/ADOBESTOCK

© MUSECA

© FOTOLIA

Si les ventes de poulet et de bœuf ne se démentent pas, la consommation de viande rouge connaît un repli régulier, particulièrement la viande ovine.

Quick n'est pas en reste en matière d'informations : « Nos steaks hachés sont garantis 100% pur bœuf et 100% pur muscle, confectionnés avec des morceaux issus exclusivement des parties avant de l'animal. Il en va de même pour nos recettes à base de poulet, préparées à partir de filets et de hauts de cuisse. L'origine de nos ingrédients est un critère de choix très important et la proximité le plus souvent privilégiée. »

### Moins, mais mieux

Les enseignes pionnières (Buffalo, Hippo...) ont elles constaté que leurs clients préféreraient aussi manger de la viande de meilleure qualité, quitte à en consommer moins. Ils veulent connaître les méthodes d'abattage, s'intéressent au bien-être animal, au savoir-faire des producteurs, à son territoire... Ont fleuri de nouveaux concepts autour des races à viande, des labels, de la qualité comme **Bistro Régent & Grill** ou bien **Meuh!** Ce dernier travaille en partenariat avec des bouchers traditionnels qui fournissent des entrecôtes respectant un cahier des charges très précis en

**75%**

Le pourcentage de viande d'origine française consommée en France

Sources : [www.interbevifret.com](http://www.interbevifret.com) et [www.vianet.fr](http://www.vianet.fr)

termes de maturité et d'engraissement (persillé et marbré). L'assurance de servir dans l'assiette une viande de qualité, tendre et goûteuse. Au choix : une entrecôte de 250 g, un tartare ou un pavé de rumsteck, un steak haché boucher ou une entrecôte de 600 g...

La provenance des viandes est majoritairement française. Mais la chaîne s'approvisionne aussi dans les pays frontaliers tels que l'Allemagne, l'Espagne, les Pays-Bas, l'Irlande, l'Autriche et l'Italie, qui privilégient l'engraissement au pré. Pour accompagner la recherche de transparence, l'Interprofession de la viande a lancé une campagne qui vise à aider les consommateurs et les professionnels à mieux maîtriser les provenances, les dix races bovines produites sur le territoire, les caractéristiques, les goûts, les élevages différents...

Plus que jamais, les professionnels doivent en effet être incollables sur le sujet. Les viandes de boucheries représentent le premier poste de consommation, avec une position dominante en restauration commerciale. À regarder de plus près, la part du bœuf représente 70% des volumes achetés. Le bœuf brut concentre 54% des volumes, suivi par le bœuf haché (37%) et le bœuf élaboré (9%).

### Développer le marché local

Parmi les innovations, Brake France a développé le bœuf « dry aged » issu d'animaux nés, élevés et abattus en France, avec des muscles prêts à trancher ou des pièces d'exception comme la picanha, aiguillette de rumsteck, et l'onglet. L'affinage s'opère en chambre froide, où la viande est pendue à sec (contrairement aux viandes maturées sous vide) jusqu'à six semaines. Cela augmente la saveur de la viande, favorise la tenue des matières grasses, sans altérer la couleur de la viande à cœur. Il est désormais disponible en prêt-à-trancher (sans perte) ou en muscle d'exception. La demande en produits régionaux est telle que le distributeur a développé le marché local en livrant aux restaurateurs les meilleurs produits de leur région. « Ainsi, à nos clients du Sud, nous pouvons proposer du taureau de Camargue et Languedoc-Roussillon, de l'Aubrac, de



© KOSS13 - STOCK.ADOBE.COM

### LE TOP 5

Classement des viandes les plus consommées en France en RHD

- Le bœuf (188 300 T)
- Le porc (135 400 T)
- Le poulet (115 700 T)
- La dinde (41 200 T)
- Le canard (13 600 T)

Sources : FranceAgriMer et Gira Foodservice, 2014



## ledossier



© GETTYIMAGES/PA

L'augmentation des achats de poulet se fait au détriment de la dinde, dont les prix ont fortement augmenté.

*l'agneau de Provence*, précise Nathalie Nauts, responsable communication Brake France. *Ceux du Sud-Ouest disposent de viandes de l'Aubrac, du porc fermier label Rouge, de l'agneau saveur occitane, du veau d'Aveyron et du Ségala.* »

### Des steaks hachés basse pression

S'il est un produit dont le succès ne se dément pas, c'est bel et bien le steak haché, « dans les fast-foods, mais aussi en restauration commerciale à table, où il explose », ajoute Claudine Allain (Interbev). Face à la demande croissante de produits qualitatifs, les fournisseurs ont mis au point des steaks hachés basse pression, pressés dans des moules (2 bars contre 100 bars en général) pour éviter de les tasser. Résultat : les steaks ne sont jamais secs et sont présentés façon bouchère.

Outre le ressenti différent en bouche, ce process a pour conséquence de conserver les fibres et d'améliorer la qualité. « Si les prix sont parfois plus élevés pour certains morceaux, nous faisons attention à la composition de l'assiette, c'est le rôle du chef de faire appel à sa créativité pour proposer, par exemple, une entrée moins onéreuse », ajoute Thierry Mathieu, de l'Aji.

### En quête de praticité

Côté technologie, il apparaît que le frais soit particulièrement apprécié pour l'achat de bœuf brut, avec un équilibre entre les viandes en muscles piécées, mais une proportion dominante des morceaux à griller (deux tiers des volumes). « D'une manière très globale, nous observons une hausse des achats de viande fraîche française en restauration collective comme en restauration commerciale, commente Nathalie Nauts. Nous répondons à cette demande avec des produits "différenciants". Après avoir développé le porc de montagne, nous venons de lancer avec

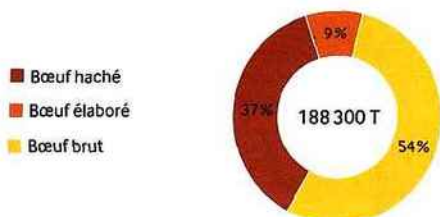
« Les préoccupations croissantes des Français pour les questions de nutrition ou de bien-être animal tendent à limiter leur demande en viande de volaille. »

Étude Xerfi

succès une gamme complète de bœuf de montagne. Ces deux démarches permettent de fournir à nos clients (avec des découpes adaptées) une viande fraîche de qualité, tout en aidant les agriculteurs du Massif central

### LE BŒUF SE TAILLE LA PART BELLE

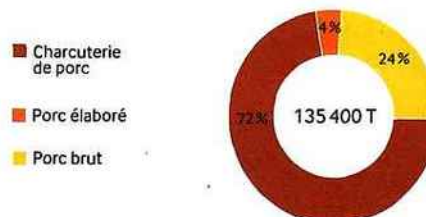
Répartition, en %, des volumes d'achat de la viande de bœuf en RHD, selon le type de produits



En RHD, le bœuf concentre 54% des volumes. Le bœuf élaboré est surtout acheté par la restauration collective (67%), et le bœuf haché par les fast-foods hamburger (58).

### LE PORC, VALEUR SÛRE EN COLLECTIVE

Répartition, en %, des volumes d'achat de la viande de porc en RHD, selon le type de produits



Les SRC (27%), les grills (23%) et le secteur social totalisent près des deux tiers des volumes de porc élaboré. C'est la restauration collective qui représente le principal débouché du porc brut (67% essentiellement frais).



à vivre et produire dans leur région.»

Les professionnels ont en revanche un faible pour la technologie du surgelé quand il s'agit de bœuf haché (89%). « Sur les produits élaborés, nous constatons une recherche de praticité », confirme Claudine Allain (Interbev). Quelle est la part des produits frais par rapport aux surgelés ? « Sur la partie des groupements d'achats que je gère, nous pouvons dire que c'est équivalent. Nous faisons du steak haché de bœuf surgelé ou frais (Bleu-Blanc-Cœur). L'avantage, avec le surgelé, c'est de pouvoir en sortir en dernière minute et que cela nécessite moins de qualification du personnel de cuisine. Car, en collective, les steaks à griller à la demande, c'est plus compliqué ! Cela étant, beaucoup de chefs préfèrent encore travailler les produits frais, notamment dans les internats. Il faut savoir s'adapter à la population... »



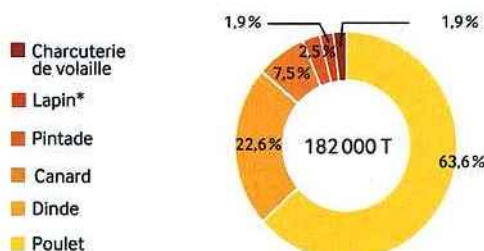
© MAGRIG-STOCK.ADOBE.COM

### Les plats en sauce appréciés en scolaire

Contrairement à ce que l'on pourrait croire, les plats en sauce – bœuf bourguignon, daube, émincés de bœuf, boulettes de viande... – sont également appréciés en scolaire. « Nous proposons plus facilement du gigot d'agneau et des sautés, le soir, pour les étudiants des internats. »

### LE POULET, VOLAILLE PRÉFÉRÉE

Répartition, en %, des volumes d'achat de volaille en RHD, selon les espèces



\*Le lapin est, étonnamment, intégré dans la volaille.

Trois segments concentrent plus de la moitié des volumes d'achat de poulet élaboré : les fast-foods burgers (22%), suivis par les SRC (19%) et la restauration scolaire (11%).

Sources : étude FranceAgriMer et Gira Fondservice, 2014



## ledossier.

© PHILIPPE JALIN/BRAKE



Certaines viandes sont-elles exclues des menus pour des raisons économiques ?

« Tous les produits peuvent être proposés, du magret de canard comme du lapin, cela dépend du chef de cuisine. Et le coût matière n'est pas un frein, c'est une question d'équilibre du budget. De plus, si la viande est de qualité, nous avons plus de chances qu'elle soit consommée, ce qui engendre moins de gaspillage », conclut Marc Sautel.

Le poulet reste également une valeur sûre, avec 34 % des volumes achetés par la collective (contre 66 % pour la commerciale). Les achats sont équilibrés entre poulet

brut et poulet élaboré. Selon FranceAgriMer : « En collective, le poulet brut est en majorité acheté frais (56 %). Et les volailles (poulet, dinde, canard, pintade, lapin) représentent 46 % des volumes. »

# 48 %

La part de la RHD dans les achats de viande bovine

Sources : Interbev, Institut de l'élevage  
« Où va le bœuf ? »

Le porc se taille quant à lui une part de choix. La

restauration collective représente même le principal débouché du porc brut (67 % essentiellement frais) et élaboré (54 %).

### La question du bien-être animal

Dans une consommation stagnante, certaines viandes tirent leur épingle du jeu. Et demeurent très prisées par rapport à d'autres. En tête des préférences, et ce depuis plusieurs années : les volailles (poulet, dinde, canard, pintade, lapin, charcuteries) avec 54 % des volumes en restauration commerciale. Le poulet concentre 64 % des volumes, suivi par la dinde (23 %), le canard (7,5 %), la pintade et les charcuteries de volaille. Le poulet, largement plébiscité, le doit à sa praticité et à ses prix. Car ce dernier reste un critère de choix dans un contexte de crise économique chronique. Dans les restaurants, le poulet pèse 66 % des volumes. D'après l'étude de FranceAgriMer/Gira Foodservice, la restauration commerciale reste le principal débouché du poulet élaboré (88 % avec une domination des produits panés), tandis que le poulet brut est majoritairement acheté

frais (56 %). Mais jusqu'à quand les volailles vont-elles conserver cette place dominante sur le marché des viandes ? L'étude Xerfi portant sur l'industrie de la viande explique que les industriels de la volaille tentent de gagner en compétitivité et défendre leurs positions. Mais « les difficultés s'accumulent pour la profession. Leurs produits, jusqu'ici épargnés par les arbitrages des consommateurs en raison de leur bonne réputation et de leurs prix attractifs, se retrouvent désormais rattrapés, comme tous les autres segments du marché de la viande, par les préoccupations des Français en matière de bien-être animal et de nutrition ».

### La maîtrise du coût-portion

Ce n'est pas nouveau, en restauration, la recherche de la maîtrise du coût-portion est une constante. Ce qui se traduit par le recul des viandes et volailles brutes au profit des produits élaborés, notamment cuits en collective. Les achats de poulet augmentent au détriment de la dinde, dont les prix ont progressé. Mais si la restauration se caractérise par une érosion généralisée des grammages (simplification des cartes, fréquence de proposition moindre en collectivité...), FranceAgriMer-Gira Foodservice perçoit dans les mouvements de consommation « la qualité privilégiée au détriment de la quantité ».

**POUR EN SAVOIR PLUS**  
[www.civ-viande.org](http://www.civ-viande.org)  
[www.interbev.fr](http://www.interbev.fr)  
[www.idele.fr](http://www.idele.fr)  
[www.oep.nat.tn](http://www.oep.nat.tn)

Le jambon représente près de la moitié des 92 600 tonnes de charcuterie de porc achetées en RHD.



© BRAKE