

Economie | La consommation de viandes limousines Label Rouge dopée par le confinement



C'est l'une des bonnes surprises de l'année 2020, la crise sanitaire a permis aux viandes limousines de tirer leur épingle du jeu avec une progression de la consommation de bœuf de 19 % tandis que celle des juniors, des mâles de moins de 18 mois et femelles de moins de 28 mois, a progressé de 15 %. Cette année, l'association Limousin Promotion va poursuivre son opération « Mon boucher a la côte » dans les régions avec un rendez-vous en Gironde et à Bordeaux courant mai et mi-septembre en Limousin et à Limoges à l'occasion du congrès international de la Limousine.

L'année dernière aura apporté son lot de bonnes nouvelles avec une progression notable de la consommation de bœuf limousin Label rouge (+19%) et de Junior (+15%). En terme de volumes, le bœuf a enregistré une augmentation de 900 tonnes sur l'année et le junior de 300 tonnes. « En 2020, les boucheries artisanales ont progressé en volume de 20 % à 30 % grâce à une commercialisation plus importante de bovins Label Rouge » se félicite Jean-Marc Escure, directeur de Limousin Promotion.

Les différentes filières limousines comptaient 5 615 éleveurs, l'an dernier, « un nombre qui reste stable souligne-t-il avec 34 organisations de production et 162 entreprises de mise sur le marché. » Quatre nouvelles organisations de production se sont engagées dans les filières limousines ainsi que trois nouvelles entreprises d'abattage de bovins, de nouvelles étant attendues cette année. Le nombre de points de vente est également stable (1 716) répartis à 64 % en boucheries, 33 % en GMS et 3 % dans la restauration. « Certains ont arrêté mais de nouveaux sont arrivés et se servent de manière plus régulière en augmentant leurs volumes », précise le directeur. Pour l'année 2020, la commercialisation de viandes limousines Label Rouge et IGP a atteint 5 807 tonnes en bœuf, 2 310 tonnes en junior, 1 775 tonnes en veau, 2 440 tonnes en porc et 1 161 tonnes en agneau.

« Ces bons résultats sur le bœuf s'expliquent par les effets de communication et d'accompagnement que Limousin Promotion construits depuis de nombreuses années mais il y a aussi un effet états généraux de l'alimentation et plans filières avec la communication mise en place par notre partenaire Interbev. Cela entraîne une augmentation de la commercialisation et donc de la consommation de boeuf limousin, estime-t-il. Il y a aussi un effet certain de la crise Covid avec des consommateurs qui se sont tournés davantage vers des produits français, tracés et de qualité en revenant dans les boucheries artisanales et commerces de proximité. »

Les bouchers ont été boostés notamment lors du premier confinement. Ils se sont adaptés, trouvant des systèmes

pour prendre des commandes par SMS, mail voire en click & collect avec des livraisons par certains. « Dans le même temps, certaines grandes surfaces notamment les hypermarchés avaient arrêté leur rayon boucherie traditionnelle précise-t-il, cela a freiné la mise en place de viandes limousines Label Rouge d'avril en juin. En ce début d'année, nous avons beaucoup de demandes d'engagement de nouveaux magasins que ce soit Cora, Auchan, Super U, Système U ou Leclerc. »

Cependant, une légère baisse des volumes a été enregistrée l'an dernier concernant le veau, son prix étant plus élevé, l'agneau mais aussi le porc, celui-ci subissant des difficultés d'approvisionnement certains opérateurs ayant cessé leur activité. Toutefois, ces augmentations s'inscrivent dans la logique des états généraux de l'alimentation et des différents plans filières qui prévoient de passer à 40 % l'offre de viandes bovines Label Rouge d'ici 2023 contre 5 % en 2018.

L'année 2020 a vu également une augmentation des ventes de viandes labellisées à destination de la restauration hors domicile (50 tonnes) notamment les cantines scolaires, les restaurants d'hôpitaux ou des armées. De même, une progression a été enregistrée pour la viande destinée au steak haché Label Rouge (400 tonnes), ce qui représente encore une très faible part du volume de viande hachée commercialisée.

« Mon boucher a la côte » déployée dans dix régions

Pour 2021, Limousin Promotion s'adapte au contexte sanitaire en déployant sa nouvelle édition de « Mon Boucher a la côte » jusqu'en décembre dans dix régions afin de valoriser le travail de 250 bouchers répartis aux quatre coins de l'Hexagone. Le temps d'un week-end, les consommateurs pourront aller à la rencontre des bouchers et animateurs de Limousin Promotion au sein des boucheries Blason Prestige et Baronet, les deux marques exclusives sous lesquelles sont distribuées les viandes limousines. Cette opération avait démarré en septembre en Bretagne mais le second confinement l'avait stoppée. Elle se déroule aujourd'hui et demain à Paris en Ile-de-France avec 25 boucheries concernées. « Des éleveurs seront présents dans les boucheries dès que le contexte le permettra » assure Jean-Marc Escure. Elle se poursuivra en avril à Avignon et Marseille, à Bordeaux et en Gironde mi-mai à l'occasion du Salon Aquitanima, à Cannes et Nice fin mai lors du festival, en Bretagne en juin, à Lille et dans les Hauts-de-France début septembre lors de la grande braderie, sur les trois départements du Limousin mi-septembre à l'occasion du concours national Limousin et du congrès international prévu à Limoges, dans le grand Est en novembre, à Lyon et dans la Loire début décembre.

En outre, les Trophées Blason d'or destinés aux boucheries artisanales et Qualité d'or pour la grande distribution habituellement décernés lors du Salon international de l'agriculture seront remis en mai et juin aux bouchers lauréats, élus sur la base des volumes, de la progression, de la communication et de l'implication en label Limousin. « Nous avons prévu un Tour de France des régions avec une opération dans chaque point de vente primé » annonce le directeur. Pour doper les ventes en boucheries artisanales, un site d'e-commerce sera lancé en avril ce qui permettra aux milles bouchers artisans engagés en viandes limousines de mettre en ligne leurs produits. Les consommateurs pourront passer leurs commandes et les retirer en click & collect chez leur boucher ou opter pour la livraison.

De la limousine Label Rouge en barquettes

Limousin Promotion a pour objectif, dans les prochaines années, de continuer à développer ses marchés et volumes. Pour y parvenir, plusieurs axes seront privilégiés à commencer par le développement du Label Rouge au sein des enseignes de la grande distribution. « Des engagements sont en train d'être signés complète le directeur, d'ici quelques semaines, il sera possible d'acheter des viandes limousines Label Rouge directement en barquettes et nous comptons également développer la part de viande hachée Label Rouge. » La viande hachée bovine représente 55 % de la consommation mais avec une faible part de Label Rouge. Dernier objectif poursuivi : « Nous voulons pénétrer le marché des restaurants d'entreprises et d'hôpitaux, des cantines scolaires, nous avons déjà reçu beaucoup de demandes de la part d'entreprises. En France, nous consommons peu de jeunes bovins alors que cette viande est excellente que ce soit pour faire du bourguignon, du haché ou du steak. »

Pour atteindre ses objectifs, l'association mise notamment sur la loi Egalim qui prévoit au moins 50 % de produits de qualité et durables, dont Label Rouge, au sein des services de restaurations scolaires, universitaires, des établissements de santé, des établissements sociaux, médico-sociaux ou pénitentiaires.

En raison du premier confinement, l'exportation de 1000 tonnes de jeunes bovins mâles labellisés vers la Chine n'a pas pu démarrer. « Des contacts étaient pris avec des bouchers et restaurateurs, avec des prix rémunérateurs pour les éleveurs, mais la crise a tout stoppé déplore Jean-Pierre Bonnet, le président, nous sommes toujours en contact avec nos partenaires chinois, on est dans les starting-block. Nous espérons que ça démarrera rapidement sur des chaînes d'hôtels et restaurants. »

Corinne Mérigaud

Crédit Photo : Limousin Promotion

Publié sur aqui.fr le 05/03/2021

[Url de cet article](#)