



Un projet collectif pour des filières  
viandes ruminants biologiques  
durables du Massif Central

# Freins et besoins à la commercialisation de la viande biologique en circuit court

## Résultats d'une enquête menée auprès d'opérateurs de l'aval de la filière viande bio Massif central



Projet BioViandes tranche 2 est financé dans le cadre de la convention Massif Central par :



agence nationale  
de la cohésion  
des territoires



## Modalités de la mission

### Les objectifs de l'enquête :

Dans un contexte de ralentissement de la croissance du bio, une perte de vitesse de la distribution spécialisée, et une attente toujours plus forte des consommateurs sur le local, il s'agissait **d'identifier** :

- **Les stratégies de commercialisations de la viande bio par les distributeurs,**
- **La place du circuit court dans celle-ci,**
- **Les attentes des consommateurs sur la viande bio.**

L'enquête menée ici visait à **identifier notamment** :

- **Les besoins et les freins des distributeurs à acheter de la viande en circuit court,**
- **Des acteurs intéressés par ce type de viande,**
- **Et les éventuelles complémentarités et spécificités.**

Ceci a conduit à **connaître les critères de qualité, les valeurs et l'organisation souhaitée par ces acteurs comme base de discussion avec les éleveurs.**

L'enquête avait également pour objectif d'identifier **l'intérêt des distributeurs sur de la viande « 100 % élevée à l'herbe ».**

# Modalités de la mission

## Les entretiens réalisés :

**13 entretiens** ont été menés en avril 2022 auprès de :

- 5 magasins spécialisés
- 3 boucheries
- 2 restaurants
- 2 GMS
- 1 Plateforme de distribution

## Les résultats clés à retenir

## Le bio et local dans les circuits de distribution

### Magasin Bio :



- Rayons traditionnels trouvent leur place mais doivent avoir un beau **rayon complet** pour valoriser la diversité des morceaux, et de la **qualité**
- Manque d'une offre bio locale en **Libre Service**
- Les consommateurs bio ne sont pas des gros mangeurs de viande

### GMS :



- Ceux qui ont tenté le bio ont arrêté car **faible taux de vente** (« 30 % »)
- Aujourd'hui, il ne reste souvent que quelques produits en libre-service (LS) en bio.
- Forte comparaison des **prix** bio vs conventionnel.

### Bouchers :



- La viande bio **se vend mieux** car confiance et **garantie de la qualité**.
- L'achat de ne se fait **pas parce que c'est bio**. Un morceau bio sera acheté pour son **morceau**.

### Restauration commerciale :



- Le local, et le fait de dire que c'est du bio sont des plus-values.
- Possibilité de valoriser et travailler différents morceaux pour l'équilibre matière

## Les attentes des opérateurs (et consommateurs)



Du **LOCAL** avant tout, et de la transparence (origine)



De la **QUALITE**. Le bio n'en est pas le gage. Au contraire, les viandes bio sont parfois moins bonnes gustativement.



Le **PRIX**. Les consommateurs **associent « Bio » à « Cher »**.

*Est-il préférable de ne pas l'indiquer dans une offre mixte avec du conventionnel ?*

*Les ventes bio sont toujours plus difficiles si il y a l'équivalent à côté en conventionnel.*

*Avec l'affichage du prix au kilo, cela a un impact sur la perception du prix.*

Quelle **plus-value** du bio ? Le consommateur ne sait pas quelle est la différence avec la viande conventionnelle. Il y a un défaut de communication.



## Une volonté d'acheter **en direct** avec des producteurs, mais **il y a des nombreux freins !**



- Difficultés pour que les producteurs assurent **la livraison et elles sont coûteuses**
- Le **prix** est parfois plus cher que en circuit long
- En direct, les éleveurs préfèrent valoriser à la ferme = **concurrence**
- **Souvent des carcasses entières** = tout les opérateurs ne peuvent pas en prendre une entière, ou ne sont pas équipés pour de la carcasse.
- Il n'y a pas assez **d'offre locale en libre service (pré-emballé)**. Emballages des producteurs **pas adaptés**.





## Magasins bio

# Des pistes pour développer l'offre bio locale de la viande du Massif central ?

- Si rayon traditionnel : possibilité de travailler en carcasses avec les producteurs.
  - . Mais l'activité n'est parfois pas suffisante : il **faudrait des regroupements**.
  - . Nécessité d'un **grand rayon** pour valoriser les différents morceaux (pâtés, ...)
    - ⇒ Possible que pour un certain **type de magasins bio**
- Si pas de rayon traditionnel (la grande majorité des magasins bio) :
  - . **Besoins de barquette de viande en Libre Service en bio local.**
  - . Besoin **d'emballages** adaptés
  - . Besoin **d'outil de découpe** pour les agriculteurs
  - . Nécessite de travailler **la commercialisation des autres morceaux** (besoin transformateur ? RHD ? ...)
  - . Besoin **d'outils logistiques** (ex : plateforme)



## Des pistes pour développer l'offre bio locale da la viande du Massif central ?



### GMS

- Le bio ne trouve pas sa place en rayon traditionnel car **pas assez de vente**, un **prix trop important**, et un label bio qui laisse supposer que le produit sera plus cher.
- Le bio pourra trouver sa place sur quelques produits emballés, tels que des poulets entiers ?
- La place du bio peut se faire sous **barquette en Libre Service**. Mais l'offre locale ne semble pas être la priorité.

### Bouchers

- La **qualité** avant tout !
- Le bio est un bonus.
- Possibilité de travailler des carcasses, valoriser les morceaux.
- Lien **confiance/qualité à construire avec les bouchers**.



# Bio MASSIF CENTRAL viandes

Un projet collectif pour des filières  
viandes ruminants biologiques  
durables du Massif Central

## Freins et besoins à la commercialisation de la viande biologique en circuit court

### Résultats d'une enquête menée auprès d'opérateurs de l'aval de la filière viande bio Massif central

**Rédaction** : Bastien **Boissonnier** – Cluster bio Auvergne-Rhône-Alpes - [bboissonnier@cluster-bio.com](mailto:bboissonnier@cluster-bio.com)

**Travail réalisé** dans le cadre d'un projet tuteuré composé de BOL Camille, COQUARD Thibaut, FERNANDEZ Evie, FREMONT Baptiste et JUDAN Gael, étudiants de la Licence ABCD du site de la **Maison Familiale Rurale d'Anneyron**  
Encadrement par le Cluster bio Auvergne-Rhône-Alpes



**Remerciement** : aux étudiants qui ont réalisé cette étude et à toutes les personnes enquêtées qui ont pris de leur temps pour répondre.

**Date de publication** (dans le cadre de la tranche 2 du projet) : 2022

#### Partenaires de BioViandes Tranche 2 :



**Maîtrise d'ouvrage et coordination** du projet BioViandes : **Pôle Bio Massif Central**

VetAgro Sup, campus agronomique de Clermont / 89 avenue de l'Europe - BP 35 - 63 370 LEMPDES

<https://www.pole-bio-massif-central.org> et <https://pole-bio-massif-central.org/bioviandes/>

