



Incidences de la vente directe sur les élevages allaitants

Mathilde Limon, Stéphane Ingrand, Patrick Veysset

► To cite this version:

Mathilde Limon, Stéphane Ingrand, Patrick Veysset. Incidences de la vente directe sur les élevages allaitants. Travaux et Innovations, 2007, 139, pp.22-26. hal-01195156

HAL Id: hal-01195156

<https://hal.science/hal-01195156>

Submitted on 29 May 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Développement de la vente directe

La vente directe en viande bovine s'est développée depuis 20 ans et s'amplifie avec les crises de « vache folle », en 1996 et 2000, pour devenir un mode de commercialisation important, en France, et dans d'autres pays européens (Allemagne) et aux Etats-Unis. Cependant, aucune statistique nationale n'est disponible pour quantifier ce phénomène émergent, par exemple sur le nombre d'opérateurs concernés, les volumes écoulés via ce canal. Les données sont très fragmentaires.

Si on constate une évidente absence de prise de recul sur l'ensemble de la vente directe en France, il semble cependant que le nombre d'éleveurs impliqué soit relativement élevé dans plusieurs régions (Midi-Pyrénées, Bretagne, Pays de la Loire), de même que la part de la production (jusqu'à 20 %).

Incidences de la vente directe sur les élevages allaitants

Le développement de la vente directe en viande bovine a pris de l'ampleur suite aux crises successives de la filière : « vache folle » en 1996 et 2000, fièvre aphteuse en 2001. Des entretiens réalisés auprès d'éleveurs naisseurs engraisseurs spécialisés en production de viande bovine (régions Auvergne, Bourgogne et Limousin) montrent que ce mode de commercialisation a eu des effets sur les résultats économiques des exploitations.



Un étal d'agriculteurs vendeurs de viande en vente directe.

La vente directe est un mode de commercialisation très exigeant en termes administratif, logistique et commercial. Et les éleveurs doivent faire face à ces contraintes en adaptant leur système de production et en développant de nouvelles compétences pour nombre d'entre eux. La faible connaissance de ces systèmes et des conséquences du passage à la vente directe sur les résultats économiques et la conduite du système d'élevage est à l'origine de ce sujet. Dans ce travail, nous nous sommes concentrés sur l'étude de la vente directe et les impacts de la vente directe sur l'économie de l'exploitation. La vente directe est définie ici comme la remise directe aux consommateurs de produits issus de l'exploitation, avec un intermédiaire au maxi-

mum (restaurateur par exemple).

Notre échantillon porte sur 20 éleveurs enquêtés vendant en direct. Ils ont 137 ha en moyenne pour 76 vêlages annuels. Les exploitations disposent d'une main-d'œuvre de 2,4 UTH, soit 60 ha de SAU par unité de main-d'œuvre. Les installations sociétaires sont majoritaires (14 sur 20) et écoulent annuellement un volume supérieur aux individuels (respectivement 8 400 et 5500 kg de carcasse).

Le développement de la vente directe est partiel : les éleveurs vendent directement en moyenne 22 animaux par an, soit 32 % de leur production. Il y a co-existence d'au moins deux circuits de commercialisation, ce qui entraîne la nécessité de tri des animaux.

Le choix des animaux : des stratégies d'orientation selon la catégorie et la qualité

La gamme d'animaux vendue en vente directe se compose de 2,9 catégories par exploitation en moyenne. Elle est principalement composée d'animaux adultes et c'est surtout la filière femelle qui est privilégiée : sur 20 élevages, 17 vendent 6 vaches et 15 vendent 9 génisses en moyenne en direct. La moitié des élevages rencontrés propose aussi de la viande de veau (14 élevages). Le veau rosé, veau de 5 à 10 mois qui se nourrit, en plus du lait maternel, de foin ou d'herbe et d'une petite quantité de concentré, apparaît comme un produit spécifique de la vente directe (7 sont vendus en moyenne, et cette vente concerne 9 élevages sur 20). La vente de taurillon ne concerne que 3 élevages, et celle de bœuf, 9 élevages sur 20.

Diverses stratégies d'orientation des animaux existent. La moitié des éleveurs destinent les animaux jugés les meilleurs (conformation, poids) à la vente directe tandis que l'autre moitié préférera les animaux de qualité moyenne pour lesquels l'intérêt économique est le plus marqué (prix plus élevé en vente directe de ces animaux qu'en circuits traditionnels).

La vente directe permet de valoriser des animaux non « standards » : bœufs, veaux lourds, animaux issus de l'Agriculture Biologique (pour lesquels la filière en circuits longs n'est pas toujours très bien organisée et où ils ne sont pas très bien valorisés), tout en satisfaisant la clientèle.

Vendre en direct : de la logistique et du travail supplémentaire

Des opérations spécifiques de la vente directe

Pour aborder l'activité de vente directe, nous avons défini la notion d'acte de vente. Un acte de vente regroupe les 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).

L'organisation des éleveurs concernant ces opérations est très variable. Selon les choix effectués, le temps de travail lié aux aspects logistiques peut être important et nécessiter des investisse-

ments (matériel de transport et de froid, atelier de découpe).

Actes de vente : une fréquence mensuelle

La fréquence des actes de vente est majoritairement mensuelle. Selon leur fréquence, les actes de vente peuvent se succéder ou se superposer. L'aménagement de périodes d'arrêt de la vente directe au cours de l'année est très fréquente, et permet de s'adapter à la demande comme aux contraintes intrinsèques à l'exploitation (périodes de pointe...).

Anticiper les commandes pour abattre

La vente de la viande fraîche s'effectue dans les 2 jours qui suivent la découpe, et l'éleveur prend le risque de ne pouvoir écouler la totalité de l'animal. Face à cette incertitude, on note deux façons de prendre la décision d'abattre un animal : attendre d'avoir suffisamment de commandes ou déterminer un planning à l'avance.

L'anticipation des commandes apparaît comme une contrainte importante car la réalisation de certaines opérations (choix du nombre d'animaux à mettre à l'engrais puis à abattre, choix de la date d'abattage) est faite sans avoir toutes les informations nécessaires.

Gestion de la découpe : avoir recours à un prestataire ou embaucher un boucher

Deux modes de gestion de la découpe se distinguent : une gestion externalisée avec un recours à des prestataires de service, et une gestion internalisée avec une découpe dans un atelier en propriété ou en location. Les éleveurs ayant choisi la gestion internalisée ne découpent pas les carcasses eux-mêmes, tous embauchent un boucher.

Un surplus de travail accompagné de création d'emploi

Le surplus de travail engendré par la vente directe a impliqué des créations d'emplois salariés sur 3 élevages et a permis l'installation d'un associé supplémentaire sans augmentation de surface chez 2 éleveurs.

C'est le mode de gestion de la découpe qui est déterminant du temps passé par acte

C'EST LE MODE DE GESTION DE LA DÉCOUPE QUI EST DÉTERMINANT DU TEMPS PASSÉ PAR ACTE DE VENTE, ET NON LE NOMBRE D'ANIMAUX TRAITÉS.

Impacts sur les pratiques d'élevage

Les contraintes liées à la vente directe amènent toujours des changements de conduite.

Par exemple, concernant le renouvellement et la conduite de la reproduction, on observe 2 tendances :

- modifier la composition du troupeau en le rajeunissant et en orientant la sélection vers des animaux typés « vente directe »,
- ou modifier les périodes de vêlages ou leur groupement.

Par ailleurs, tous les éleveurs modifient leurs pratiques, notamment pour assurer la régularité et l'étalement des sorties sur l'année. Deux stratégies s'opposent :

- diversifier la gamme sans modifier la conduite des animaux,
- ou améliorer la conduite des animaux et saisonner les périodes de sortie par catégorie (complémentarité de la gamme) sans modifier la gamme.

de vente, et non le nombre d'animaux traités (cf. Tableau 1 : Fréquence annuelle d'actes de vente, quantité d'animaux vendue par vente et temps réservé à la vente directe par acte de vente).

Une vente principalement à la ferme, complétée par des livraisons

Le principal lieu de vente est l'espace de la ferme, avec un déplacement des clients lors d'un créneau de temps réservé à la vente. En complément, les livraisons constituent une solution pour aller à la rencontre des bassins de consommation quand la ferme est isolée.

Le colis mixte est le principal mode de conditionnement proposé. C'est un assortiment de morceaux de viande de toutes les catégories (hormis le filet). Cela facilite la gestion de l'écoulement de toute la carcasse et évite les invendus.

Une meilleure valorisation des animaux, malgré les charges supplémentaires

Des prix de vente aux clients intermédiaires entre la grande distribution et les bouchers

Les prix de vente TTC pratiqués par les éleveurs sont de 9,8 €/kg de viande en vente directe 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.

Charges liées à la vente directe

L'analyse des charges repose sur leur répartition en 3 grands postes (cf. Tableau 2 : Montant des charges liées à la vente directe) :

- Le poste « Transport » comprend les frais occasionnés par le transport des animaux, des carcasses

et de la viande, ainsi que les amortissements du matériel de transport et de froid.

- Le poste « Abattage + Découpe » comprend les frais d'abattage, de découpe, le cas échéant de transformation (terrines, plats cuisinés, saucissons), ainsi que les amortissements d'un éventuel atelier de découpe.

- Le poste « Autres » comprend les frais de gestion administrative, de promotion, de consommation de fluides (eau, électricité) et les amortissements du matériel non inclus dans les postes précédents (panneaux publicitaires...).

Les charges liées à la vente directe s'élèvent à 1,92 €/kg de carcasse en moyenne sur les 20 élevages enquêtés.

Des prix de vente nets supérieurs de 29 %

Le prix net est obtenu en retirant, chez chaque éleveur, 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 bovins.

Pour estimer la plus-value amenée par rapport aux filières classiques (groupements, négociants), on a fixé des prix de référence après consultation de groupements. Les prix en AB étant très hétérogènes, toutes les données sont comparées au conventionnel (cf. Tableau 3 : Différentiel de prix net en vente directe (VD) et prix de référence dans les filières classiques (FC), selon les catégories d'animaux).

La valorisation économique permise par la vente directe est supérieure à celle des circuits classiques de 28,6 % en moyenne, et 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 un tiers de la production vendue en direct). Ce différentiel

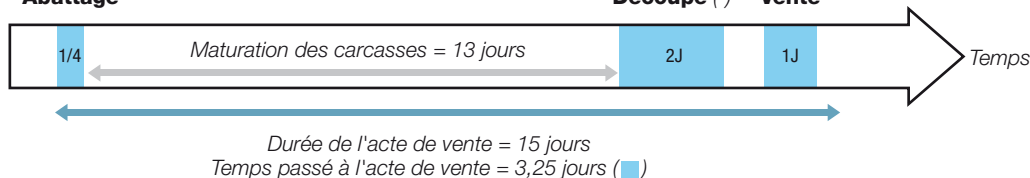
Figure 1

La vente directe nécessite travail et logistique supplémentaires

Acte de vente type

Jour J-15
Abattage

Jour J-1 et J-2
Découpe (*)
Jour J
Vente



(*) Cas d'un éleveur en gestion internalisée

est fortement influencé par le rapport entre les prix de vente. Les cours étant actuellement élevés, l'intérêt économique est moins prononcé en ce moment.

Plus de temps de travail

La marge dégagée doit permettre de rémunérer la main-d'œuvre de l'exploitation. Le temps annuel réservé à la vente directe est de 40 jours en moyenne. On obtient une rémunération journalière du travail lié à la vente directe de 203 €, avec une grande variabilité (de - 80 à + 1 280 €/

jour). Les choix d'organisation et le prix de vente influencent fortement ce résultat.

Éléments explicatifs de la variabilité des résultats économiques

Des charges inférieures en cas de gestion internalisée de la découpe

La comparaison porte sur les charges engendrées par l'organisation avec gestion internalisée ou externalisée de la découpe.

Le différentiel sur les charges est de 0,09 €/kg de

Tableau 1

Fréquence annuelle d'actes de vente, quantité d'animaux vendue par vente et temps réservé à la vente directe par acte de vente (jours)

	Nb actes de vente/an	Nb animaux /acte de vente	Temps /acte de vente (jours)
Moy.	16	1,5	2,4
Min.	3	0,5	1
Max.	41	5	4

Tableau 2

Montant des charges liées à la vente directe (€/kg de carcasse)

	Transport	Abattage + Découpe	Autres	Total Charges
Moy. (1)	0,23	1,56	0,13	1,92
Min. (2)	0,00	1,00	0,0	1,20
Max. (2)	1,00	2,28	0,3	3,42

(1) Pondération en fonction du tonnage par élevage.

(2) Moyenne à l'échelle d'un élevage.

Tableau 3

Différentiel de prix net en vente directe (VD) et prix de référence dans les filières classiques (FC), selon les catégories d'animaux

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

(*) Pondération des effectifs de l'échantillon.

Pour en savoir plus

■ Travaux-et-Innovation n°116 – mars 2005
- « Actions collectives pour la vente en circuit court », disponible en ligne sur www.trame.org, rubrique Travaux-et-Innovations

■ Limon M. 2006. « La vente directe en élevage bovin viande : résultats économiques et impact sur les pratiques d'élevage ». Ensa Montpellier. 33 p. + annexes



Le principal lieu de vente est l'espace de la ferme, avec un déplacement des clients lors d'un créneau de temps réservé à la vente.

carcasse (- 5 % en cas de gestion internalisée). Le poste « Transport » est similaire. La différence porte principalement sur le poste « Abattage/Découpe » avec - 12 % en cas de gestion internalisée. Les charges « Autres » sont alors plus élevées en raison des consommations de fluides plus importantes.

Il est donc plus rentable de ne pas avoir recours à un prestataire, mais la décision d'investir est à moduler selon la quantité annuelle vendue en direct pour assurer l'amortissement.

Investir dans un atelier de découpe ? Une décision à réfléchir en fonction du volume annuel

Le montant moyen de l'investissement dans un atelier de découpe, chez les neuf éleveurs de l'échantillon en possédant un, s'élève à 44 000 €.

Ce montant est très variable selon l'ampleur des travaux entrepris. Des aides, provenant des Conseils généraux et régionaux, et de l'Union européenne, ont financé en moyenne 31 % de l'investissement chez les 7 éleveurs en ayant reçu : 13 945 € pour un montant total moyen de 44 299 €.

Les données de l'enquête permettent de calculer un seuil de rentabilité. Il faut au minimum un volume annuel de 8 tonnes de carcasse pour amor-

tir l'investissement sur 10 ans, ce qui équivaut à 20 Gros Bovins par an.

Des prix plus élevés en Agriculture Biologique

Huit des vingt élevages enquêtés sont en AB. Le label AB amène une plus-value sur le prix de vente aux clients par rapport aux éleveurs rencontrés étant en conventionnel (+ 16 % sur les animaux adultes) ainsi que sur la valorisation nette au kg de carcasse (+ 18 % pour les gros bovins).

La vente directe : une alternative commerciale prometteuse

La vente directe est une alternative à l'agrandissement des structures car elle permet de créer plus de valeur ajoutée et de faire vivre plus de travailleurs à structure constante.

Elle permet une meilleure valorisation malgré les charges supplémentaires. Le degré d'engagement de l'éleveur dans la vente directe ne peut pas être estimé uniquement en terme de quantité vendue, l'éleveur faisant aussi des choix en terme d'investissement et de temps de travail supplémentaire. ●

Mathilde Limon, Stéphane Ingrand et Patrick Veysset
Inra Theix – 63122 St-Genes-Champanelles

Contact : M. Limon – La Déserte – 01250 Rignat
Tél. : 06 75 60 89 82 – limon_mathilde@yahoo.fr