

Viande bovine et ovine

● Une photographie des rayons de la grande distribution avant la crise ●

Une nouvelle photographie vient compléter le tour d'horizon de l'étiquetage et de la segmentation des viandes bovines et ovines dans la grande distribution que nous avons effectué il y a deux ans (Dossiers 274-275 et 281 B). Il s'agit d'une nouvelle étude NIELSEN commanditée par INTERBEV, et réalisée à la césure d'août et de septembre dernier sur la totalité des 2141 points de vente dépassant 1500 m².

Pourquoi cette date? Tout d'abord, parce qu'il s'agissait de comparer exactement aux mêmes dates la nature et le prix des viandes bovines présentées sur les linéaires des grandes surfaces avec l'enquête réalisée en 1998. Cela correspondait à l'extrême fin de l'application du texte réglementaire français sur l'étiquetage des viandes bovines, remplacé le 1er septembre 2000 par le texte européen exigeant simplement l'indication du lieu d'abattage, alors que le nouvel accord interprofessionnel français est encore en négociation à l'heure où nous

bouclons ce dossier. Enfin, parce que, bien sûr, nous n'avions pas prévu la nouvelle crise ESB d'octobre 2000 !

Cette nouvelle enquête NIELSEN a été élargie aux viandes de veau et d'agneau. Rappelons qu'il s'agit de mesurer la présence ou non de tel ou tel segment dans tel ou tel rayon de tel ou tel magasin, ainsi que leurs prix de vente. En aucun cas, elle ne permet de quantifier les volumes vendus !

Afin de simplifier la segmentation, nous avons regroupé sous le terme de "*certifié*" les viandes sous signes officiels de qualité : Label Rouge, CQC, AQC à l'exclusion des viandes issues de l'agriculture biologique, dites "*bio*". Les autres viandes, qu'elles soient vendues sous une marque ou non, sont classées en "*ordinaire*", sauf lorsqu'elles sont vendues en gros conditionnements. Ces dernières forment à elles seules un quatrième et dernier segment que nous avons dénommé "*caissettes*".

■ Objectifs et méthode

Objectifs de l'étude :

Avoir une image précise à un moment donné de la segmentation de l'offre dans la grande distribution. Faire une description des différents types d'animaux qui sont utilisés pour chaque segment, et une mesure des écarts de prix entre segments.

Méthode : Mesure de la présence des différentes catégories de viande telles qu'elles sont définies ci-dessous, et enregistrement des renseignements portés sur l'étiquette : origine, type racial et catégorie animale. Enregistrement du prix du faux filet, de l'escalope et du gigot.

Enquête exhaustive auprès de l'ensemble des hypermarchés et des supermarchés de taille supérieure à 1500 m² (2 141 points de vente au total) menée du 21/08/00 au 08/09/00 par AC Nielsen. Les supermarchés de plus de 1 500 m² représentent environ 20% du nombre total des supermarchés.

Définition des catégories de viande utilisées dans l'étude et les sous-catégories éventuelles :

- "Certifié" : Label Rouge, AQC, CQC
- "Ordinaire" : Marque Enseigne , Marque Industrielle, Marque régionale sans signe officiel de qualité, absence de marque
- "Caissettes" (pour la viande rouge bovine seulement)
- "Biologique"

Description de la population enquêtée :

- Structure : 1015 hypermarchés et 1126 supermarchés de plus de 1 500 m².

Nombre de points de vente enquêtés par enseigne

■ HYPERMARCHES (sup. 2 !)

Leclerc	333
Auchan + ATAC	123
Carrefour	134
Casino Géant	110
Continent + Champion	105
Intermarché	74
Cora	52
Système U	43
Autres	41
TOTAL	1015

■ GRANDS SUPERMARCHES (entre 1 500 et 2

Intermarché	376
Système U	194
Champion	173
Stoc	99
Leclerc	76
Atac	77
Casino	62
Match	41
Autres	28
TOTAL	1126

Ces segments qualitatifs peuvent être croisés avec les *informations à étiquetage obligatoire* à cette époque : le type racial (laitier, mixte, à viande), la catégorie (pour les gros bovins : jeune bovin, génisse, bœuf, vache) et le pays d'origine. Un étiquetage similaire doit être effectué pour la viande ovine depuis l'accord interprofessionnel signé en septembre 1998. Cependant, il s'avère que ces informations ne figurent pas toujours: ainsi l'origine du segment "ordinaire" est absente dans 15% des magasins pour la viande de gros bovin, mais dans 39% pour la viande ovine et même dans 47% pour la viande de veau !

Du côté des magasins, nous avons distingué les hypermarchés (d'une surface commerciale dépassant 2500 m²) des "grands supermarchés" (de 1500 à 2500 m²) que nous dénommons "supers" dans ce dossier. Nous détaillons ensuite l'offre en libre-service, présent presque partout, de celle du rayon à la coupe, dit "traditionnel", rayon que l'on retrouve dans les 2/3 des supers, mais seulement dans le tiers des hypers.

Pour les *gros bovins*, où une comparaison est possible avec la situation prévalant à la fin de l'été 1998, on observe des évolutions marquantes selon les types de magasins.

Dans les hypermarchés, le segment "bio" a presque doublé, passant de 5% à 8%, mais cela ne compense pas la chute du segment "certifié": il n'est plus offert que dans 33% de ces magasins au lieu de 40%. La place des types raciaux "viande" dans ce segment s'est consolidée, à 88%. Quant au segment "ordinaire", il se partage toujours par moitié entre animaux de type laitier ou mixte, et pour moitié de type viande, et reste majoritairement issu de vaches.

Dans les supermarchés, le segment "certifié" progresse à peine, de 11 à 13% des magasins, tandis que le "bio" est toujours aussi marginal (1% des magasins en proposent). En revanche,

l'"ordinaire" y est de plus en plus constitué d'animaux de type viande (65% au lieu de 58%). Les stratégies apparaissent cependant bien différentes selon les enseignes et les régions d'implantation des magasins. Ainsi, les régions de prédilection de la viande de jeune bovin sont toujours à l'Est du pays : Alpes, Jura, Champagne et Alsace. Ou encore la viande biologique est présente dans 39% des hypers AUCHAN, tandis que le Label Rouge se trouve dans 34% des GEANT CASINO.

Pour le *veau*, en absence de référence, on ne peut retracer d'évolution, mais seulement donner les grands traits du marché. Le segment "certifié" est moins présent que pour les gros bovins en hypers (23% des magasins), mais à peu près autant en supers (14%). Malgré tout, les Labels Rouges sont assez vendus dans les hypers (11%), tandis que le bio y plafonne à 3%. Dans les supers, la viande "certifiée" se retrouve davantage en rayons à la coupe. A noter, une spécificité de ce marché : le veau sous la mère est autant présent dans le segment "certifié" qu'en segment "ordinaire", avec une offre dans 3% des magasins dans chaque segment.

Par ailleurs, ce marché est encore plus régionalisé, avec un segment "certifié" très présent en région parisienne, et, à un degré moindre, en Touraine, Charentes, Pyrénées et Aquitaine.

La *viande ovine* a un segment "certifié" encore plus restreint que le veau. On le retrouve dans 18% des hypers et 9% des supers, un peu plus dans les rayons à la coupe. Là encore, le "bio" ne se retrouve que dans les hypers (5% des magasins). L'offre en "certifié" est beaucoup plus fréquente dans le Sud-Ouest (Pyrénées, Aquitaine) et en région parisienne et le segment "ordinaire" de la viande ovine se distingue avec davantage de marques régionales (13% contre 7% pour les gros bovins) et moins de marques enseignes (30% contre 37% pour les gros bovins).

■ Physionomie du rayon boucherie

Les rayons Libre service accroissent leur domination, ils sont présents dans 94% des points de vente, contre 90% il y a deux ans. Davantage de points de vente associent le rayon Libre service à un rayon traditionnel à la coupe : ils sont 48% en 2000 contre 40% en 1998. Et la proportion de magasins avec rayon traditionnel à la coupe seul est de 6% des magasins enquêtés, contre 10% il y a deux ans. Le Libre service seul a baissé, de 50 à 46%.

Dans les Hypermarchés, le Libre service seul continue de dominer, dans près des deux tiers des cas. Il est associé à un rayon traditionnel à la coupe dans le tiers restant. Le rayon traditionnel à la coupe n'est pratiquement jamais seul.

C'est dans les grands Supermarchés de plus de 1500 m² que la part des associations de Libre service et de rayons traditionnels à la coupe a progressé, elle est passée à près de 60% des points de vente, contre 45% il y a deux ans. Le rayon traditionnel à la coupe n'est présent seul que dans 10% des cas, contre 20% il y a deux ans.

Les rayons Libre service représentent près des deux tiers du nombre total de rayons (2022 sur 3155). Les rayons traditionnels à la coupe représentent 26% des rayons des Hypermarchés, mais ils atteignent 43% des rayons dans les grands Supermarchés. Au total, les grands Supers détiennent plus des deux tiers des rayons Traditionnels à la coupe des magasins enquêtés.

Dans certaines enseignes, les rayons Libre service sont très rarement associés à des rayons traditionnels à la coupe. Il s'agit de Carrefour (7%), Géant Casino(12%), Cora (8%), Auchan (8%). Ces deux dernières enseignes ont encore réduit cette proportion, qui était respectivement de 13 et 15% il y a deux ans.

Chez Continent et les Hypers Leclerc,

l'association des deux types de rayons est plus fréquente : respectivement dans 41 et 51% de leurs points de vente.

Dans certains grands Supermarchés, l'association d'un rayon Libre service à un rayon traditionnel à la coupe est très fréquente : pour la moitié des points de vente chez Champion. Intermarché et Système U ont accru cette part, portant tous deux cette proportion à 78% de leurs points de vente, alors que cette part n'était pour le premier que de 63% et pour le second 71% il y a deux ans.

Atac et Match continuent de se singulariser par une proportion beaucoup plus importante des rayons traditionnels à la coupe seuls, de 32 et 29% des points de vente.

● Physionomie du rayon Boucherie selon les enseignes

(Nombre de points de vente)	Nombre total de points de vente	Libre Service seul %	Rayon Traditionnel seul %	Libre Service associé à un Rayon Traditionnel %
Hypermarchés + grands supermarchés	2141	47	6	47
TOTAL hypermarchés	1015	64	1	35
TOTAL supermarchés de plus de 1 500 m²	1126	31	10	59
HM : AUCHAN	117	92		8
HM : CARREFOUR	134	93		7
HM : CHAMPION	30	60		40
HM : CONTINENT	75	59		41
HM : CORA	52	92		8
HM : GEANT	110	88		12
HM : ITM	74	22	1	77
HM : LECLERC	333	48	1	51
HM : STOC	18	61		39
HM : SYSTEME U	43	35		65
HM : ATAC	6	66		34
SM : ATAC	77	40	32	28
SM : CASINO	62	74	16	10
SM : CHAMPION	173	45	4	51
SM : ITM	376	11	11	78
SM : LECLERC	76	70	-	30
SM : MATCH	41	20	29	51
SM : STOC	99	51	9	40
SM : SYSTEME U	194	19	3	78

HM : hypermarché - SM : supermarché

Source : Enquête Nielson août-septembre 2000

LA VIANDE DE GROS BOVINS

Un étiquetage globalement conforme

La conformité observée des étiquettes (en libre-service) et des piques-prix et pancartes (en rayons à la coupe) au règlement en vigueur jusque fin août 2000 était assez bonne.

Parmi les différents segments, c'est l'étiquetage des caissettes qui est le plus conforme, sans doute parce que ce type de conditionnement présentant plutôt de la viande à bas prix est susceptible d'être davantage suspecté. Plus étonnant, la viande biologique se distingue par la conformité de l'étiquetage la plus faible... L'étiquetage des viandes "certifiées" n'est qu'à peine plus fréquemment conforme que les autres.

Des 3 caractéristiques qui devaient être informées, c'est l'origine qui est la plus fréquemment mentionnée, à 85% contre 80% pour la catégorie et le type racial. C'est évidemment l'étiquetage en rayon à la coupe qui est le plus défaillant.

En annexe, tableau T1.

La tradition tenace du rayon à la coupe

Bien davantage présents dans les supers (70%, dont 10% où ils sont le seul rayon viande) que dans les hypers (dans 35%), ces rayons à la coupe ont légèrement progressé en 2 ans : ils font donc mieux que résister.

Contrairement à ce qu'on pourrait imaginer, ils ne présentent pas plus de viande du segment "certifié" que les libres-services (17% chacun). En revanche, les Labels Rouges s'y retrouvent 2 fois plus fréquemment (globalement, dans 7% de ces rayons traditionnels), tandis que le "bio" en est pratiquement absent.

En fait, ce rayon "traditionnel" porte bien son nom : il distribue, à l'instar de nombreux artisans bouchers, bien davantage d'animaux de race allaitante, et de bœufs et génisses, que les linéaires en libre-service.

Ainsi, le segment "certifié" découpé à la demande est à 90% de race allaitante, et pour moitié composé de bœufs (38%) et génisses (14%). Les vaches ne constituent qu'un tiers de la viande distribuée par ce canal, contre 2/3 en libre-service.

Même dans l' "ordinaire" à la coupe, l'origine allaitante est encore largement dominante (72% contre 51% en libre-service). Les bœufs représentent toujours 23% de l'ensemble, et les génisses 12%. Le jeune bovin a accru sa place au détriment des vaches laitières (9%) : il est présent dans 27% de ces rayons, moitié en race laitière, moitié en race allaitante.

En rayons libre-services, les vaches laitières fournissent encore 36% de l'approvisionnement de l' "ordinaire", et les vaches allaitantes 29%.

En annexe, tableaux T2 et T3.

Dans les HYPERS, moins de certifié qu'avant

En 2 ans, le segment "certifié" a perdu 7 points de présence : on ne le trouve désormais que dans le tiers des hypers. Cependant, à l'intérieur de ce segment, le Label Rouge s'est maintenu, tandis que les signes de qualités AQC et CQC reculent nettement, de 33 à 26%. Néanmoins, **les races à viande dominant de plus en plus ce segment** (88% contre 84% il y a 2 ans), une petite hausse exclusivement due aux bœufs.

La progression du "bio", qui passe de 5 à 8% des magasins, compense aussi la moitié de la baisse de l'offre de viande "certifiée". Mais, contrairement à

celui-ci, le "bio" est très majoritairement issu de l'élevage laitier (60%), et surtout de viande de vaches de réforme (50% de laitières, 34% d'allaitantes).

Le segment le plus représenté est bien sûr l' "ordinaire", il s'est même généralisé à 95% des hypers, 4 points de plus qu'en 1998. On peut y distinguer les viandes sous marques des viandes "anonymes". Ces dernières ont fortement progressé, passant de 30% à 53% des hypers en 2 ans, principalement au détriment des marques "enseignes" que l'on ne trouve plus que dans 41% de ces magasins contre 64% en 1998. Cependant, la comparaison est faussée parce qu'en 2000, on n'a tenu compte que des marques spécifiques des distributeurs, et non pas de la simple apposition du logo sur l'étiquette comme c'était le cas en 1998. Ainsi, malgré les apparences, ce taux reste élevé, confirmant l'engagement des grandes enseignes derrière la viande qu'elle distribuent le plus. Les marques "régionales" (9% des magasins) et "industrielles" (4%) se sont juste maintenues.

Ce segment "ordinaire" n'a pas significativement changé de composition en 2 ans, avec une petite majorité d'animaux laitiers ou mixtes (53%), et une part prépondérante des vaches de réformes (2/3).

Enfin, les "caissettes" sont moins présentes que deux ans auparavant : on les trouve dans 40% des hypers, un taux en recul de 5 points. Elles sont très majoritairement composées de vaches laitières (61%), mais on y trouve tout de même un quart d'animaux de races allaitantes.

Pour comprendre ces évolutions, il faut bien entendu revenir aux stratégies d'enseignes.

En annexe, tableaux T4, T5, T6.

Carrefour à part...

La baisse de la présence du segment "certifié" dans l'ensemble des hypers de toutes enseignes peut s'expliquer en presque totalité par le revirement complet de Carrefour, qui n'offre plus de CQC ou

d'AQC que dans 30% de ses magasins contre 78% en 1998. Si cette enseigne propose désormais du "bio" dans 10% de ses magasins (aucun en 1998), et un peu plus de Label Rouge, il n'y a plus que 40% des magasins qui offrent des viandes sous signes officiels de qualité.

En revanche, en segment " ordinaire ", les marques Carrefour sont désormais proposées dans 70% des magasins. Dans l' " ordinaire ", Carrefour a resserré son offre en s'orientant préférentiellement sur les vaches de races mixtes, qui en représentent désormais 27% (7% il y a 2 ans), au détriment des vaches allaitantes (42 à 30%) et surtout laitières (48 à 26%). On retrouve là les marques spécifiques que cette enseigne a développé région par région : "Normande" à l'Ouest, "Montbéliarde" à l'Est... Pour compléter, les marques régionales se retrouvent aussi dans 8% des hypers.

Cette offre resserrée correspond également à une faible fréquence des rayons à la coupe, qu'on ne retrouve que dans 7% des hypers à cette enseigne.

Continent mise toujours sur le "certifié"

Cette enseigne est désormais celle qui propose le plus souvent de la viande bovine sous signe officiel de qualité : pratiquement dans 4 magasins sur 5, un chiffre stable en 2 ans. Si le Label Rouge est un peu moins présent (16% des magasins tout de même), on trouve toujours de l'AQC ou du CQC dans 3 magasins sur quatre, et, nouveauté, du "bio" dans 4%. Ce segment "certifié" est toujours issu de races allaitantes à 93%, avec un quart de jeunes bovins.

En revanche, l' "ordinaire" proposé chez Continent est toujours principalement issu d'animaux laitiers (80%), et surtout de jeunes bovins (55% de l'offre du segment, 11% de plus en 2 ans). Cette enseigne affermit donc son pari sur ce type de viande jeune, ce qui correspond aussi à son implantation régionale. Les viandes vendues sous marque Continent se trouvent dans 41% des magasins, les marques industrielles ou régionales étant quasiment absentes.

En outre, 55% des magasins proposent des caissettes.

Continent a donc conservé une gamme de viande de gros bovins contrastée, à la différence de Carrefour. D'autant plus contrastée que 41% des magasins sont équipés de rayons traditionnels à la coupe à côté des libre-services.

Auchan met le bio en vitrine

Le segment "bio" se trouve désormais dans 39% des magasins (33% en 1998), ce qui consolide le leadership de cette enseigne pour ce type d'offre. Le segment "certifié" a légèrement perdu du terrain, désormais dans 44% des magasins, malgré un doublement de la place du Label Rouge (2 à 4%). Il s'agit encore presque exclusivement d'animaux de races à viandes, des vaches pour les 2/3.

La proportion est presque inverse pour le segment "ordinaire", dont l'offre est composée à 75% de vaches laitières de réforme. La marque de l'enseigne se retrouve dans 44% des magasins, et une marque régionale dans 8%, et les caissettes dans 52%.

Le rayon à la coupe occupe une place marginale, seulement 8% des magasins de l'enseigne.

Cora délaisse le "certifié"

De toutes les enseignes d'hyper, Cora est celle où le CQC ou l'AQC est le moins fréquent : un magasin sur 10 seulement, 3 fois moins en 2 ans. Et la forte progression de l'offre de Label Rouge (de 2 à 8% des magasins) et du "bio" (2 à 4%) n'est pas suffisante pour compenser. En revanche, cette offre "certifiée" est désormais plus homogène : 89% d'animaux à viande, dont 22% de bœufs, et le reste en bœufs laitiers.

Dans le segment "ordinaire", l'offre est désormais ciblée sur le jeune bovin (49%), pour moitié de race à viande. Cette viande est vendue pour 46% sous marque d'enseigne, et 10% en marque régionale.

Les caissettes ne sont offertes que dans 1/3 des magasins.

Globalement, la stratégie de cette enseigne semble donc de simplifier et de resserrer la gamme. Avec toujours une faible fréquence des rayons à la coupe (8%).

Géant Casino élargit son "certifié"

Cette enseigne est désormais en seconde place pour la fréquence du segment "certifié" : 54% des magasins en proposent, 8 points de plus en 2 ans. Mais elle se distingue surtout par l'offre de Label Rouge, dans 1 magasin sur 3. Malgré une petite hausse de vaches laitières (9% du segment), le certifié reste essentiellement issu d'animaux à viande, dont 27% de bœufs, notamment en Label. Cela est à rapprocher aussi d'une présence de rayons à la coupe dans 12% des magasins.

Cet investissement sur le segment "certifié" va de pair avec une diversification de l' "ordinaire" : les animaux laitiers représentent désormais la moitié de cette offre (1/3 en 1998) et la part des jeunes bovins passe à 36% aux dépens des vaches de réformes. La moitié est vendue sous marque d'enseigne, et 7% sous marque régionale. On est là encore face à une nette stratégie d'identification de la viande offerte au consommateur.

Les caissettes sont peu présentes : 1/4 des magasins seulement en proposent.

Leclerc, une grande diversité

Sur le plan de son offre de viande bovine, les hypers de cette enseigne n'ont globalement pas changé de stratégie en 2 ans. Le segment "certifié" est toujours proposé dans un magasin sur 4, le Label Rouge dans 9%. Seul le "bio" a progressé de 1 à 4% des magasins. Dans le "certifié", la part des races à viande est toujours très dominante (88%) mais les types d'animaux très divers.

L'offre d'ordinaire est de même très éclatée (54% d'animaux allaitants), rarement sous marque d'enseigne (30% des magasins), avec une présence plus fréquente qu'ailleurs des marques régionales (13%).

Cette complexité apparente est sans doute

renforcée par la fréquence exceptionnelle de l'équipement des hypers en rayons à la coupe : 52% des magasins en détiennent.

En outre, cette image un peu "éclatée" tient sans doute aussi au mode de gestion plus autonome qu'ailleurs des hypers de cette enseigne.

Les SUPERS misent sur les races à viande dans l' "ordinaire"

Le segment "certifié" a légèrement progressé : il est désormais offert dans 13% des supers de 1500 à 2500 m² contre 11% en 1998, surtout grâce à une petite progression de la viande en Label Rouge (de 3 à 5% des magasins). En revanche, le "bio" est toujours absent : seuls 1% des magasins en proposent. Les segments à signes de qualités officiels restent donc globalement marginaux dans ce genre de magasin. En outre, on y observe une progression notable des animaux laitiers (1/4 du "certifié" contre 11% en 1998).

A l'autre extrémité de la gamme, les caissettes sont peu fréquemment proposées : seulement dans un super sur 7. Leur distribution régressent même de 19 à 14% en 2 ans.

Le segment "ordinaire", ultra dominant dans les supers, est aussi plus souvent vendu sans aucune marque distinctive, à 62% (53% dans les hypers). Les marques d'enseigne se trouvent dans 1/3 des supers (41% pour les hypers), les marques industrielles dans 19% (beaucoup plus souvent qu'en hypers) et les marques régionales dans 5% (moitié moins qu'en hyper). En revanche, ce segment comporte davantage de viande issue d'animaux allaitants (65%, en hausse de 7 points en 2 ans), et d'animaux jeunes (43%), que l' "ordinaire" vendu en hyper.

Tout se passe comme si un effort global de qualité avait été effectué en 2 ans dans les supers, en profitant de la disponibilité croissante d'animaux d'origine allaitante, mais sans chercher à

véritablement segmenter l'offre. Cependant, là encore, il est important de se pencher sur les stratégies par enseigne.

En annexe, tableaux T7, T8, T9.

Casino leader en " certifié "

Comme pour ses hypers, cette chaîne mise également sur ce segment dans ses supers : 29% en proposent, en hausse de 4 points en 2 ans. Et il s'agit notamment de Label Rouge, qu'on retrouve dans un super sur 5 de cette enseigne, pratiquement une fréquence double qu'en 1998. Tant pour l'ensemble de ce segment, que pour le Label, la fréquence de l'offre est très supérieure à celle de n'importe quelle autre enseigne de super.

En 2 ans toutefois, la répartition des animaux vendus sous signes officiels de qualité a nettement évolué : les bœufs et génisses d'origine allaitante ont été délaissés (de 54 à 13% de ce segment) au profit des vaches allaitantes (38 à 66%) et des bœufs laitiers (0 à 14%).

L' "ordinaire" est resté très majoritairement d'origine allaitante (à 90%), pour moitié composé de vaches et le quart en jeunes bovins. La marque de l'enseigne est apposée sur 44% de ce segment. Globalement, ce segment est donc plutôt positionné en milieu-haut de gamme.

Cette politique de gamme est corroborée par l'absence d'offre de caissettes.

Il est à noter que parmi les enseigne de supers, Casino est la moins équipée en rayons à la coupe (26% des magasins).

Match restreint son offre "certifiée"

Seconde des enseignes de supers pour la fréquence du segment " certifié " (20% des magasins), Match l'a toutefois faite reculer de 6 points en 2 ans. La présence d'AQC et de CQC a été divisée par 2, ce qui n'a pas été compensé par un doublement, à 7%, de l'offre de Labels Rouges. En terme de catégories d'animaux, ce segment a totalement changé de physionomie : exclusivement constitué de vaches

aux $\frac{3}{4}$ allaitantes en 1998, il s'agit désormais en totalité de mâles de races allaitantes, castrés pour les $\frac{3}{4}$.

Dans le segment "ordinaire", on constate une faible implantation des marques de l'enseigne (22%), compensée par une forte présence des marques régionales (15%). La composition de ce segment n'a pas franchement varié en 2 ans, toujours 80% d'animaux d'origine laitière, et 70% de vaches. Ce segment a toutefois l'originalité de présenter 15% de jeunes bovins laitiers, de très loin le plus fort pourcentage de tous les supers. Cela est à relier à la localisation de cette enseigne, plutôt à l'Est du pays.

Enfin, les caissettes s'y trouvent rarement, dans seulement 5% des magasins.

Match se distingue également par une forte proportion de rayons à la coupe, dans 80% des magasins. Dans 29% des cas, il n'y a même pas de libre-service.

Super Leclerc : une offre diversifiée

Comme pour les hypers de cette enseigne, l'évolution en 2 ans n'est pas marquante. Tout juste, avec un segment de "certifié" stable dans 17% des magasins, peut-on observer une nette progression des Labels Rouges (7% désormais), au détriment des AQC-CQC. La composition de ce segment est toujours très majoritairement d'origine allaitante, mais avec désormais davantage de bœufs et génisses (54%) que de vaches.

L' "ordinaire" est de plus en plus en plus composé d'animaux de race allaitante (57%), grâce à une progression des bœufs de race à viande (5 à 9%) au détriment des vaches laitières (38 à 31%). Globalement, les animaux jeunes de race à viande totalisent plus du quart de ce segment ! Ce segment est vendu à 28% sous marque enseigne et 9% sous marque régionale.

Les caissettes sont proposées dans le quart des magasins.

Cette diversité ne s'explique pas par la présence de

nombreux rayons traditionnels : ceux-ci n'existent que dans 30% des magasins, un des plus bas taux pour cette classe de surface.

Système U homogénéise sa gamme

Tout en restant à une offre de "certifié" plus fréquente (15%) que la moyenne, cette chaîne a diminué la présence de ce segment de 3 points en 2 ans. Les Labels Rouges y ont toutefois légèrement progressé, de 4 à 6% des magasins. Plus radical a été le changement d'approvisionnement pour ce segment : de 95% d'origine allaitante en 1998, on est passé aux $\frac{2}{3}$, notamment en substituant aux vaches allaitantes (de 48 à 22%), des vaches laitières (22%) et des bœufs laitiers (11%).

A l'inverse, le segment "ordinaire" est davantage constitué de viandes d'origine allaitante (63%, en hausse de 7 points), dont 40% de vaches (+ 10 points), au détriment des femelles laitières (- 7 points). Cet "ordinaire" est vendu sous marque distributeur dans près de la moitié des magasins de la chaîne.

Les rayons à la coupe sont très fréquents dans les magasins de cette chaîne : on les retrouve dans 4 sur 5.

Les caissettes y sont très peu vendues, dans 13% seulement des magasins.

ATAC muscle le haut en laitier

Partant de très bas en 1998 (3%), le segment "certifié" est désormais offert dans 12% des magasins, surtout avec les AQC-CQC. De même, comme sa grande sœur Auchan, ATAC s'originalise parmi les supers en proposant du "bio" dans 3% des magasins.

Cependant, ce segment "certifié" est très particulier : il est à 83% composé de viande d'origine laitière (50% de vaches, 33% de bœufs), que viennent compléter des génisses allaitantes.

Par ce qui ressemble à un effet de vases communicants, le segment "ordinaire" requiert moins d'animaux d'origine laitière qu'en 1998 (27%

de bœufs, - 15 points et 31% de vaches, -5 points) et 36% d'animaux de race allaitante, en hausse de 16%, notamment en jeunes bovins. Cette offre est peu vendue sous marque : 21% en marque distributeur, et 4% en marque régionale. Tout cela est sans doute à relier avec un relatif équilibre des rayons libre-services et à la coupe : ces derniers sont les seuls rayons viandes dans le tiers des magasins de la chaîne, et les deux coexistent dans 28%.

Les caissettes s'y trouvent très peu, dans 7% des magasins.

Champion se démarque

Comme ATAC, Champion a nettement développé son segment "certifié" en 2 ans, passant de 4 à 12% des magasins. Mais, à la différence de cette chaîne, c'est toujours en s'approvisionnant presque exclusivement en animaux allaitants. Plus seulement en vaches (50% désormais), mais aussi en bœufs (25%), en jeunes bovins (17%) et en génisses.

L' "ordinaire" de Champion est très fréquemment proposé sous la marque de l'enseigne, pour 65%, ce qui constitue le plus haut score des supers. Ce segment est désormais fourni aux 2/3 par des bovins d'origine allaitante (50% en 1998), dont 35% sont des jeunes.

Les caissettes s'achètent dans un magasin sur 4.

STOC, tout allaitant

Stoc a un tout petit peu développé son offre de "certifié", passant de 7 à 9%, surtout en AQC-CQC. En revanche, l'enseigne se distingue en offrant 100% de viande d'origine allaitante dans ce segment, moitié bœufs, un tiers vaches, le reste en jeunes bovins.

Même chose pour le segment "ordinaire", où les vaches allaitantes ont totalement remplacé les vaches laitières, représentant désormais 58% (35% en 1998). On note aussi un doublement des bœufs à 27%, au détriment des jeunes bovins (8%, divisé par 3) et des génisses (7%, divisé par 2). Ce

segment est très peu marqué : seulement 11% sous l'enseigne et 9% en marque régionale. Pourtant, les rayons à la coupe sont plutôt moins fréquents que dans les autres supers : on les trouve dans un magasin sur deux.

Les caissettes se trouvent dans 22% des magasins, et présentent également l'originalité de ne proposer que de la viande d'origine allaitante.

Intermarché lié à une marque industrielle

Le segment "certifié" n'est pas plus présent en 2000 qu'en 1998, toujours dans 9% des magasins, malgré une petite hausse des AQC-CQC (5 à 8%). Une viande qui est de plus en plus d'origine allaitante (75%, + 8 points), et de mâle castré (44%, +19 points).

L' "ordinaire" a aussi une composante allaitante de plus en plus marquée (69%, + 3 points), avec toujours la moitié de vaches, et une place croissante des mâles, castrés (24%) ou non (17%). Mais le plus frappant est la fréquence des viandes vendues sous marque industrielle (53%, "Jean Rozé"), qui ne supprime d'ailleurs pas la présence de la marque de l'enseigne (23%).

La forte présence de viande de mâles castrés est à relier à la fréquence du rayon à la coupe, qui se trouve dans 9 magasins sur 10.

Les caissettes sont peu présentes dans ces supers.

Des spécificités régionales qui perdurent

L'analyse s'appuie sur les régions NIELSEN, qui ne recouvrent pas tout à fait les régions administratives.

Les tendances nationales se trouvent fréquemment amplifiées par des effets locaux.

Ainsi, l'explosion du "bio" en hypers a été encore

plus sensible dans les régions les plus riches : Sud-Est (14% désormais) et Région parisienne (9%), avec le Nord-Picardie qui s'intercale (12%).

C'est aussi dans les 2 régions les plus riches que le segment "certifié" a le mieux résisté en hyper. Il est encore offert dans plus de 40% des hypers de ces 2 régions. A l'inverse, il est toujours moins proposé que la moyenne dans le Nord-Est (Nord, Picardie, Champagne, Alsace), dans seulement ¼ des hypers.

L'analyse des catégories et types d'animaux proposés par région porte uniquement sur le segment "ordinaire", le plus significatif en volumes.

Pour le type d'animal, deux régions se distinguent nettement des autres en privilégiant les viandes de race allaitante : Bourgogne-Auvergne (67% des hypers, 85% des supers), puis Alpes-Jura (54% des hypers, 88% des supers). Tout de suite après viennent Touraine-Charentes (53% des hypers, 73% des supers) et Normandie-Bretagne (51% des hypers, 72% des supers).

Dans les autres régions l'origine laitière est prédominante en hypers (l'extrême est le Nord-Picardie, avec 68%), voire en supers (53% en Pyrénées-Aquitaine, 51% en Champagne-Alsace).

La différenciation est beaucoup plus sensible encore pour les catégories d'animaux.

Il y a d'abord des régions "à vaches". En premier lieu Pyrénées-Aquitaine, fief de l'entrecôte bordelaise, où les vaches de réformes constituent la presque totalité du segment "ordinaire", tant en hyper (94%) qu'en super (96%).

Tout de suite après, en Touraine-Charentes, l'offre est constituée de vaches dans 84% des hypers et 79% des supers, avec un complément en bœufs et génisses.

A l'autre extrémité du panel, il y a les régions tournées vers le jeune bovin, surtout dans l'Est de la France. Dans les Alpes-Jura, celui-ci constitue 64% de l' "ordinaire" proposé en hyper, et 38%

dans les supers. Le complément est surtout constitué de vaches. En Champagne-Alsace, le jeune bovin représente encore 40% de l' "ordinaire" en hyper et 33% en super. Là, avec les vaches, les bœufs complètent la fourniture de ce segment.

Enfin, le bœuf a aussi ses régions de prédilection, même s'il ne domine jamais dans ce segment. Ainsi, en Nord-Picardie, il représente 26% de l'offre "ordinaire" en hyper et même 44% en super. Dans cette région, le jeune bovin est un approvisionnement aussi non négligeable (respectivement 18 et 22% des magasins). En Normandie-Bretagne, les bœufs représentent 24% de l' "ordinaire" en hyper et 21% en super. Cette région est aussi la seule où les génisses aient une place importante : 17% en hyper comme en super.

La région parisienne se distingue en ayant une offre principalement orientée vers la vache de réforme (82% en hyper, 59% en super), mais avec une place assez importante laissée au bœuf (12 et 32%).

En annexe, tableaux T10, T11, T12.

La fourchette des prix du faux-filet

L'étude NIELSEN permet de comparer les prix selon les rayons et les segments pour le seul faux-filet.

Le cœur de gamme étant l' " ordinaire ", on peut tout d'abord constater qu'entre 1998 et 2000, le faux-filet de cette catégorie a augmenté de 5% en libre-service et de 5.8% à la coupe. On peut comparer ce chiffre à celui donné par l'INSEE pour cette même pièce, qui est de 4.4% sur la même période.

Cette hausse a été plus marquée pour le faux-filet "certifié" à la coupe (+ 6.8%), et moins en libre-service (+ 4.6%).

L'évolution la plus extrême a concerné le bas et le

haut de gamme en libre-service : + 7.5% pour les caissettes, et surtout +18.8% pour le faux-filet "bio".

Ces évolutions divergentes ont bien sûr fait varier les rapports de prix. Fin août, début septembre 2000, le faux-filet le plus cher était le "bio" (129.5 F/kg), et le moins cher était vendu en caissettes à 77.2 F/kg, ces viandes n'étant distribuées qu'en libre-service.

Le "bio" est 40% plus cher que l' "ordinaire", et la

viande "certifiée" 10% au dessus de l' "ordinaire", comme il a deux ans.

Pour les segments "certifié" et "ordinaire", le rayon à la coupe est toujours le plus cher, avec un surcoût respectivement de 6% et de 4%. Ainsi, le Label Rouge était vendu à 110.6 F/kg à la coupe et 104.5 F/kg en libre-service, le CQC à 104.4 et 98.6 F/kg. Le faux-filet "ordinaire" était étiqueté 95.6 F/kg à la coupe et 91.6 F/kg en libre-service.

En annexe, tableau T13.

LA VIANDE DE VEAU

Une viande peu étiquetée quand elle n'est pas certifiée

Dans le segment "certifié", l'étiquetage théoriquement obligatoire à la fin août dernier était majoritairement respecté, dans 73% des magasins. En revanche, dans le segment " ordinaire ", la réalité est beaucoup moins brillante : seulement 53% d'étiquetage conforme, et même 43% pour le rayon à la coupe. Dans ce segment, les étiquettes sont surtout renseignées quand les viandes sont vendues sous marque régionale (à 88%) voire d'enseigne (à 62%).

Quand une origine est signalée, il s'agit quasi exclusivement de la France : les viandes signalées comme origine Pays-Bas ou CEE sont en infime proportion.

La catégorie fait référence à un mode d'élevage particulier (sous la mère, fermier, veau de lait, veau d'Aveyron) ou à une AQC-CQC (Les Vitelliers).

Un rayon à la coupe qui se distingue peu

Le rayon à la coupe présente un peu plus souvent un segment "certifié" que le libre-service (16% contre 13%). Cette différence est surtout sensible

sur l'AQC, et à un degré moindre sur le Label Rouge (6% contre 5%).

Le "bio", déjà peu présent en libre-service (2%), est pratiquement absent des rayons à la coupe.

1 hyper sur 4 vend du "certifié"...

Il n'y a pas de point de comparaison possible en 1998 pour le veau comme cela a été effectué pour la viande de gros bovins : on ne dispose que d'une photographie.

Le segment "certifié" est vendu dans 23% des hypers. Ce " certifié " est constitué pour près de la moitié de Label Rouge (11%), 7% de AQC et 8% de CQC. Il faut y ajouter le veau " bio " que l'on retrouve quand même dans plus de 3% de ces grandes surfaces.

Les veaux sous la mère et les veaux d'Aveyron représentent près de 40% de ce segment, le reste se répartissant entre de nombreuses autres appellations, au sein desquelles ressort "Les Vitelliers" (4% des hypers).

Dans le segment " ordinaire ", présent dans la quasi-totalité des magasins, l'offre est pour 41% marquée au nom de l'enseigne, 6% avec une

marque régionale et 4% avec une marque industrielle. Dans ce segment, on trouve encore 2% de veau sous la mère (4% en "certifié"), le plus souvent sans marque distinctive !

Comme pour le gros bovin, **Auchan** est de loin leader de toutes les chaînes pour la proposition de viande "bio" : 20% des hypers en offrent. Pour le segment "certifié", le score est encore plus impressionnant : 55% des magasins. Il s'agit principalement de Label Rouge. Ce segment est surtout composé de veau d'Aveyron (38%) et de veau sous la mère (10%). Même l' "ordinaire" est marqué à l'enseigne pour 46%, et comporte 3% de veau sous la mère.

Toutes les autres enseignes d'hypers ont une offre de "certifié" dans moins d'un magasin sur 5.

Carrefour en offre dans 19% de ses hypers, principalement du CQC (11%) et de l'AQC (5%) et y adjoint un peu de "bio" (4%). Son segment "ordinaire" est le plus souvent marqué (84% des magasins), surtout à l'enseigne (70%).

Continent présente du "certifié" dans une proportion comparable, du veau sous la mère dans 5% des cas. Là encore l' "ordinaire" est souvent marqué du sceau de l'enseigne (59%).

Leclerc propose lui aussi du "certifié" dans un des ses hypers sur 5, moitié en Label Rouge, moitié en AQC-CQC. Il s'agit notamment de veau sous la mère (5%) et de veau fermier (3%). On retrouve aussi ces deux catégories, dans des proportions comparables, dans l' "ordinaire", un "ordinaire" sous marque d'enseigne à 40% et sous marque régionale pour 9%. C'est d'ailleurs au sein de cette chaîne que les marques régionales sont les plus fréquentes.

Le segment "certifié" est vendu dans 17% des magasins **Cora**. Il est principalement constitué de AQC-CQC "Les Vitelliers". Le "bio" n'est pas vendu du tout. Quant à l' "ordinaire", il est vendu pour 40% sous marque, presque toujours à

l'enseigne. Dans le non-marqué, on trouve du "veau sous la mère" dans 4% des magasins et du "veau de lait" dans 2%.

Géant Casino est l'enseigne qui présente le moins fréquemment de "certifié" dans ses rayons : 12% des magasins, dont 5% qui proposent du Label Rouge. Le "bio" s'y taille une petite place, dans 2% des magasins. L' "ordinaire" est vendu sous marque d'enseigne dans 1 magasin sur 3, sous marque régionale dans 1 sur 10. Là encore les 2% de magasins qui vendent du veau sous la mère le font sans marque, tandis que les 3% qui vendent du veau fermier le font sous marque d'enseigne ou régionale.

6 supers sur 7 exclusivement à l' "ordinaire"

La proportion de supers qui présente de la viande de veau "certifiée" est sensiblement la même que pour la viande rouge : 14%. Au sein de ce segment, l'offre en AQC-CQC est à peine moins rare qu'en hyper (11% des supers). Il s'agit une fois sur 2 de veau "Les Vitelliers". En revanche, le Label Rouge ne se trouve que dans 5% des supers. Quant à la viande de veau "bio", elle est quasi absente des rayons de ce type de surfaces.

Le segment "ordinaire" est aux 2/3 non marqué. Dans le cas contraire, il l'est surtout au nom de l'enseigne (29%), ou bien de l'industriel de la découpe (17%). Le veau sous la mère apparaît sous ce segment dans 4% des magasins, et le veau fermier dans 2%.

Système U se distingue nettement, en proposant du "certifié" dans 28% de ses établissements. Il s'agit essentiellement de "Vitelliers", surtout en AQC-CQC, et un peu de Label Rouge dans 5% des magasins. L' "ordinaire" y est vendu sous marque d'enseigne dans 36% des surfaces et sous marques régionales dans 6%. On y trouve du veau sous la mère dans 4% des magasins, vendu la plupart du temps sans autre signe distinctif.

Champion a une politique assez proche : du "certifié" dans 22% des magasins, surtout de l'AQC-CQC (19%), parfois du Label Rouge (6%). Dans l' "ordinaire", les proportions de viande marquée à l'enseigne ou d'une région et de veau sous la mère sont pratiquement identiques à ce qu'elle est à "Système U".

ATAC vend de la viande "certifiée" dans 13% de ses magasins, du Label Rouge pour moitié. On note là une présence significative du veau de l'Aveyron (3% des magasins), et du "bio" dans une proportion comparable. La marque de l'enseigne est apposée sur le ¼ de la viande de l' "ordinaire", en particulier sur le veau fermier qu'on trouve dans 4% des magasins. Le reste est vendu sans marque, y compris du veau sous la mère (3%).

9% des supers **Leclerc** distribuent du "certifié" : il s'agit essentiellement de Label Rouge, pour un tiers du veau sous la mère. Leur segment "ordinaire" est marqué du sceau de l'enseigne pour un tiers. 4% des magasins proposent du veau sous la mère dans cette gamme.

Les supers **Intermarché** proposent un peu moins souvent du veau "certifié", dans 8% des établissements. Il s'agit d'AQC-CQC dans 6% des cas, de Label Rouge dans 3%. L' "ordinaire" est segmenté en 45% de marques industrielles (partenariat avec la SVA et sa marque "Jean Rozé"), 23% de marques enseigne, et 55% sans plus d'indication.

Les 3 autres chaînes de supers représentées significativement dans ce panel distribuent de la viande "certifiée" dans moins de 5% de leurs magasins.

5% pour **Match**, qui vend aussi le quart de son segment "ordinaire" à la marque de son enseigne. 4% pour **Stoc**, et dans 91% des cas le segment "ordinaire" est non marqué, ce qui ne l'empêche pas de proposer du veau sous la mère dans 5% de ses magasins ! 3% pour **Casino**, avec un segment "ordinaire" marqué à 40%, principalement à l'enseigne, en particulier pour le veau fermier (3% des magasins).

En annexe, tableaux T14, T15.

La distribution de veau très régionalisée

La régionalisation de l'offre de veau "certifié" ne recoupe pas celle de viande rouge. Cette offre est surtout fréquente en région parisienne (39% des hypers, 17% des supers) et, à un niveau moindre, en Touraine-Charentes (28% des hypers et surtout 25% des supers) et en Pyrénées-Aquitaine (respectivement 26 et 17% des magasins). A l'autre extrême, l'Est montagnoux (Jura-Alpes) a une offre en "certifié" limitée à 14% des hypers et 8% des supers.

Pour le "bio", en revanche, on retrouve les mêmes régions de prédilection qu'en viande rouge : Sud-Est (7% des hypers), Région parisienne (6%) et Nord-Picardie (5%, effet Auchan).

En ce qui concerne les catégories, le "veau sous la mère" se retrouve pour moitié en "certifié" et pour moitié en "ordinaire". De même le "veau fermier" est vendu aux 2/3 en ordinaire et le "veau de lait" essentiellement en "ordinaire".

Le **veau sous la mère** (6% des magasins en France) se vend principalement dans le Sud-Ouest (12% des hypers, 9% des supers) et en Région parisienne (9% des hypers, 10% des supers).

Le **veau d'Aveyron** ne se vend qu'en "certifié" et en hyper (5%), surtout en Nord-Picardie (11% des hypers), Région parisienne et Sud-Ouest (8%). Seule exception, le Sud-Ouest où 3% des supers en proposent.

Les **Vitelliers** (4% des hypers, 5% des supers) se retrouvent principalement en Touraine-Charentes (11% des hypers, 18% des supers), en région parisienne (8 et 5%) et en Normandie-Bretagne (4 et 7%).

Le **veau fermier** (4% des hypers, 3% des supers) est essentiellement proposé en Région parisienne (11% des hypers, 10% des supers) et en Touraine-Charentes (6% des hypers, 3% des supers).

Quant au **veau de lait**, la catégorie la plus marginale (3% des hypers, 2% des supers), il est vendu en Normandie-Bretagne (7% des hypers, 5% des supers), dans les hypers de Bourgogne-Auvergne (7%) et en Touraine-Charentes (2% des

hypers, 4% des supers).

En annexe, tableaux T16, T17.

Une hiérarchie des prix peu marquée

Alors que la segmentation du marché de la viande de veau est relativement complexe, elle se traduit assez peu dans les rapports de prix d'une pièce comme l'escalope.

Dans les rayons libre-services, l' "ordinaire" se vend en moyenne à 102 F/kg et le "certifié" à 105. Seul le "bio" se distingue nettement avec un prix de vente moyen dépassant 155 F/kg.

En fait, le "certifié" se valorise surtout au rayon à la coupe : il s'y vend 7% plus cher qu'en libre-service. Ce différentiel s'explique surtout par le prix auquel est vendue la viande Label Rouge à la coupe : 119 F/kg, 10 F de plus que l'AQC-CQC du

même rayon, 15 F de plus que le Label en libre-service.

Dans l' "ordinaire", aucune démarcation ni forme de distribution ne sort vraiment du lot.

Quant aux catégories, l'escalope de veau sous la mère n'est vraiment vendu plus cher que les autres qu'au rayon à la coupe (125 F en "certifié", 118 F en "ordinaire"). Le même phénomène est observable pour le veau de l'Aveyron. Seuls les veaux fermiers et les veaux de lait tirent un petit différentiel en libre-service (115 F en "certifié", 104 F en "ordinaire").

En annexe, tableaux T18, T19.

LA VIANDE OVINE

L'origine peu signalée

Les ¾ des viandes ovines "certifiées" ou "bio" indiquent leur origine conformément à l'accord interprofessionnel de septembre 1998. Dans la quasi-totalité des cas, il s'agit d'une origine "France".

En revanche, dans le segment "ordinaire", l'origine n'est signalée que dans 61% des cas. L'origine "France" concerne 40% des viandes de ce segment, ce qui correspond peu ou prou à l'approvisionnement global du marché national. Cela laisse à penser que lorsque l'origine est française, elle est presque toujours indiquée. En revanche, quand la viande ovine n'est pas d'origine nationale, c'est peu fréquemment indiqué clairement : on ne trouve que 3% des viandes étiquetées "Irlande", 2% "Nouvelle-Zélande", et

pratiquement jamais "Royaume-Uni" alors que ces 3 pays ont fourni globalement la moitié de la consommation française en 2000 (chiffres GEB).

Comme toujours, c'est au rayon à la coupe que l'origine est la moins souvent mentionnée pour l' "ordinaire" : seulement 42% des viandes fournissent l'indication.

Dans ce type de viande, les catégories sont beaucoup moins nombreuses que pour les autres. La grande masse est de l' "agneau" stricto sensu, même s'il n'apparaît pas toujours étiqueté comme tel. D'après les estimations du GEB pour 2000, l' "agneau" représente 88% de la viande ovine consommée en France, laissant peu de place au "mouton", qui désigne la viande d'animal adulte de réforme. Il existe également un petit créneau d' "agneau de lait" abattu très jeune et léger. Ces

catégories sont bien renseignées : 80% pour la viande "certifiée" et 75% pour l' "ordinaire". Il est probable que ce qui n'est pas signalé soit en bonne partie du "mouton", qui n'est étiqueté comme tel que dans 2% des magasins !

Davantage de "certifié" à la coupe

Le segment "certifié" est présent dans 13% de ces rayons, moitié en Label Rouge, moitié en AQC. C'est une fréquence beaucoup plus élevée qu'en libre-service (8%), surtout pour le Label Rouge.

En revanche, le "bio" ne se retrouve qu'en libre-service.

La viande la moins certifiée en hyper...

Avec moins de 18% d'hyper proposant de l'agneau "certifié", ce type de segment y est beaucoup moins représenté que dans le secteur veau et a fortiori dans celui des gros bovins. Comme pour les autres viandes, l'AQC (11%) est présent plus que le Label Rouge (8%). L'agneau "bio" détient une place significative, présent dans 5% des hypers.

L' "ordinaire" est marqué dans environ la moitié de ces magasins, 36% au sigle de l'enseigne, 15% en marque régionale.

Dans le "certifié" comme dans le segment "ordinaire", on trouve environ 2% d'agneau de lait.

On observe assez peu de différences entre enseignes, en tous cas moins que pour les autres viandes.

Sur la fréquence du "certifié" cependant, **Géant Casino** se détache nettement du lot : 29% des magasins en proposent, 16% en Label Rouge. Ce "certifié" est pour 8% de l'agneau de lait : c'est une des 2 seules chaînes où ce très jeune animal a une

présence significative. On en trouve aussi en segment "ordinaire" dans 6% des magasins.

L'autre enseigne qui se distingue en vendant de l'agneau de lait est **Auchan** : 6%, exclusivement en "certifié", ce segment étant globalement présent dans 19% des magasins. Comme toujours, c'est aussi le "bio" que l'on retrouve dans 28% des magasins qui fait la spécificité de l'enseigne.

Les autres enseignes proposent du "certifié" dans 15 à 18% de leurs magasins.

... et aussi en supers

Le "certifié" est encore moins fréquent en supers, dans seulement 9% des magasins. Si le Label Rouge est autant distribué que pour les autres viandes (5%), ce n'est pas le cas des AQC, proposé dans seulement 4% des supers. Quant au "bio", il reste tout à fait marginal.

L'agneau de lait est vendu dans seulement un magasin sur 100, tant en "certifié" qu'en "ordinaire".

Un "ordinaire" qui est vendu sans signe distinctif dans 63% des magasins, sinon au sigle de l'enseigne principalement (24%), voire à celui de l'industriel qui l'a fourni (14%). Les marques régionales ne concernent que 11% de cette offre.

Là encore, il est difficile de discriminer des politiques d'enseignes au seul vu des chiffres du panel.

Casino est la seule chaîne de supers à proposer du "certifié" dans plus d'un magasin sur 10 (15% en fait). C'est aussi celui qui propose davantage d'agneau de lait (5% en "certifié", 2% en "ordinaire"), et un peu de "bio" (3%).

A l'autre bout de l'échelle, certaines enseignes paraissent ne pas tabler du tout sur le "certifié". Ainsi **Match** n'en propose que dans 2% de ses établissements, et vend 80% de sa viande ovine

sans aucune marque. Juste au dessus, **ATAC** met du "certifié" en rayon dans 5% de ses magasins, mais il faut y ajouter près de " bio ".

Quant à **Intermarché**, il s'originalise encore avec les marques "industrielles" sous lesquelles il présente 40% des viandes du segment "ordinaire".

En annexe, tableau T20.

Des habitudes régionales dominantes

De manière encore plus marquée que pour le veau, un magasin ne semble pas du tout distribuer la même viande ovine selon sa région d'implantation.

Ainsi, pour la viande "certifiée", 4 des régions NIELSEN se distinguent radicalement.

Ce segment est souvent proposé dans le Sud-Ouest (Pyrénées-Aquitaine), avec 38% des hypers et 17% des supers, et en Région parisienne (respectivement 28% et 13%). A l'inverse, ce segment est très peu répandu en Normandie-Bretagne (9% des hypers et 5% des supers) et surtout en Nord-Picardie (5% des magasins, toutes surfaces confondues).

Pour le "bio", on retrouve comme pour les autres viandes des chiffres plus élevés pour les hypers du Sud-Est (10%), et à un degré moindre, en Alpes-Jura, Nord-Picardie, Touraine-Charentes et Région parisienne. Mais une absence totale en Normandie-Bretagne et Champagne-Alsace.

Quant à l'agneau de lait, on le retrouve dans environ 5% des magasins du Sud-Est, du Sud-Ouest, de Bourgogne-Auvergne, et d'Alpes-Jura,

donc dans les bassins de production traditionnels. Mais il n'est pratiquement pas vendu ailleurs.

En annexe, tableau T21.

Une gamme de prix assez resserrée... en apparence

En libre-service, le gigot "certifié" se vend à environ 75 F/kg (pas de différence significative entre Label et AQC), tandis que l' " ordinaire " est proposé à 10 francs de moins. Contrairement au veau, on observe peu de différence selon le rayon pour le "certifié" : à la coupe, il n'est plus cher que de 2 francs. En revanche, le différentiel est un peu plus élevé en "ordinaire" : plus 3 francs à la coupe.

Le "bio" se distingue toujours par un surcoût assez considérable : à 108 F /kg, il est 44% plus cher que le "certifié" Label Rouge ou AQC !

Au sein de l'ordinaire, il paraît difficile de tirer une plus-value des marques d'enseignes ou industrielles. Cette dernière paraît même moins chère à la coupe que la viande sans aucun signe distinctif !

En revanche, une marque régionale est proposée 5 à 8 francs de plus au kg que le gigot sans marque selon le rayon considéré.

Il n'est malheureusement pas possible de distinguer dans ce panel les prix selon l'origine de la viande. Or il y a fort à parier que la viande importée, de Nouvelle-Zélande en particulier, soit globalement proposée moins cher que l' "ordinaire" produit en France.

En annexe, tableau T22.

ANNEXES VIANDE DE GROS BOVINS

T1. Conformité de l'étiquetage selon le type de rayon

%	Origine		Catégorie		Type racial	
	Libre-service	Rayon traditionnel à la coupe	Libre-service	Rayon traditionnel à la coupe	Libre-service	Rayon traditionnel à la coupe
Certifié	92	79	87	73	91	75
<i>dont : Label Rouge</i>	92	89	85	80	92	86
<i>COC</i>	92	79	88	76	92	96
Biologique	83	-	83	-	81	-
Ordinaire	96	72	92	62	92	64
Caissettes	94	-	92	-	90	-

T2. Le segment "certifié" dans les rayons Libre-service et Traditionnels à la coupe

Taux de présence (%)	Libre-service		Traditionnel à la coupe	
	1998	2000	1998	2000
Races à viande				
Vaches	61	57	28	30
Bœufs	10	10	18	33
Jeunes bovins	10	10	11	12
Génisses	3	5	24	14
TOTAL	84	82	81	89
Races laitières				
Vaches	12	12	7	5
Bœufs	2	5	7	5
Jeunes bovins	2	1	4	0
Génisses	-	-	-	-
TOTAL	16	18	18	10

T3. Le segment "ordinaire" dans les rayons Libre-service et Traditionnels à la coupe

Taux de présence (%)	Libre-service		Traditionnel à la coupe	
	1998	2000	1998	2000
Races à viande				
Vaches	28	29	27	29
Bœufs	7	9	17	19
Jeunes bovins	9	9	12	13
Génisses	6	4	15	12
TOTAL	50	51	71	72
Races laitières				
Vaches	39	36	20	9
Bœufs	4	5	3	4
Jeunes bovins	7	8	5	14
Génisses	-	-	1	1
TOTAL	50	49	29	28

T4. Taux de présence des viandes vendues sous signes officiels de qualité dans les différentes enseignes * (%)

■ HYPERMARCHES

	Certifié		dont				Bio	
	1998	2000	Label		CQC ou AQC		1998	2000
			1998	2000	1998	2000		
Auchan	47	44	2	4	46	40	33	39
Carrefour	79	31	1	4	78	30	-	10
Continent	81	76	19	16	75	72	1	4
Cora	31	17	2	8	31	10	2	4
Géant Casino	46	54	30	34	16	27	1	2
Leclerc	24	25	7	9	17	17	1	4
TOTAL HYPERS	40	33	9	10	33	26	5	8

*Total supérieur à 100 du fait de la présence de 2 rayons dans certains points de vente

T5. Types d'animaux utilisés pour le CERTIFIE selon les Hypermarchés

Taux de présence ⁽¹⁾ %	Auchan		Carrefour		Continent		Cora		Géant		Leclerc		Ensemble de Hypers	
	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000
Races à viande														
Vaches	65	67	52	54	64	64	44	56	73	60	43	43	57	56
Bœufs	12	4	4	15	9	6	-	22	25	27	13	21	11	15
Jeunes bovins	16	11	3	3	19	23	25	11	-	2	8	9	10	11
Génisses	3	9	-	-	-	-	6	-	-	-	28	15	6	6
TOTAL	96	91	59	72	92	93	75	89	98	89	92	88	84	88
Races laitières														
Vaches	-	7	36	23	1	3	6	-	2	9	3	4	11	7
Bœufs	2	-	3	3	4	2	6	11	-	2	5	4	3	3
Jeunes bovins	2	2	2	2	3	2	13	-	-	-	-	2	2	2
Génisses	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-
TOTAL	4	9	41	28	8	7	25	11	2	11	8	12	16	12

(1) par rapport aux éléments renseignés

T6. Types d'animaux utilisés pour l'ORDINAIRE selon les Hypermarchés

Taux de présence ⁽¹⁾ %	Auchan		Carrefour		Continent		Cora		Géant		Leclerc		Ensemble des Hypers	
	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000
Races à viande														
Vaches	9	10	42	30	12	9	23	23	53	30	32	31	29	26
Boeufs	6	3	-	4	4	3	4	-	6	2	4	7	6	8
Jeunes bovins	2	4	-	4	4	8	9	23	9	14	9	8	7	8
Génisses	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	11	8	5	5
TOTAL	17	17	42	38	20	20	38	46	68	47	56	54	47	47
Races laitières														
Vaches	77	75	55	53	40	33	40	14	13	30	34	37	38	38
Boeufs	1	2	3	3	-	-	6	14	-	1	4	5	3	5
Jeunes bovins	5	6	-	6	40	47	16	26	19	22	6	4	11	10
Génisses	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
TOTAL	83	83	58	62	80	80	62	54	32	53	44	46	53	53

(1) par rapport aux éléments renseignés

T7. Taux de présence des viandes vendues sous signes officiels de qualité dans les différentes enseignes * (%)

■ GRANDS SUPERMARCHES

	Certifié		dont				Bio	
	1998	2000	Label		CQC ou AQC		1998	2000
			1998	2000	1998	2000		
Intermarché	8	9	3	2	5	8	0	0,5
Système U	18	15	4	6	15	11	1	0,5
Champion	4	12	-	4	4	9	0	0
Stoc	7	9	1	2	7	8	0	1
Leclerc	17	17	1	7	15	11	0	0
ATAC	3	12	1	3	1	10	0	3
Casino	25	29	11	19	16	18	0	0
Match	26	20	3	7	23	12	0	0
TOTAL grands SUPERS	11	13	3	5	9	10	0	1
TOTAL HYPERS + grands SUPERS	22	22	6	7	21	17	2	4

*Total supérieur à 100 du fait de la présence de 2 rayons dans certains points de vente

T8. Types d'animaux utilisés pour le CERTIFIE selon les grands Supermarchés

Taux de présence ⁽¹⁾ %	Intermarché		Leclerc		Casino		Système U		Champion		ATAC		Match		STOC		Ensemble de grands super		
	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	
Races à viande																			
Vaches	4	17	59	37	38	66	48	22	100	42	50	-	75	-	-	33	39	30	
Bœufs	17	40	8	18	38	13	19	11	-	25	-	-	-	75	-	50	19	25	
Jeunes bovins	4	9	8	-	8	7	14	17	-	17	-	-	-	25	80	17	13	10	
Génisses	42	9	9	27	16	-	14	17	-	8	-	17	-	-	20	0	18	11	
TOTAL	67	75	84	82	100	86	95	67	100	92	50	17	75	100	100	100	89	76	
Races laitières																			
Vaches	25	21	16	9	-	-	-	22	-	8	-	50	25	-	-	-	11	15	
Bœufs	8	4	-	9	-	14	-	11	-	-	-	33	-	-	-	-	-	9	
Jeunes bovins	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-	
Génisses	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL	33	25	16	18	-	14	5	33	-	8	50	83	25	-	-	-	11	24	

(1) par rapport aux éléments renseignés

T9. Types d'animaux utilisés pour l'ORDINAIRE dans les grands Supermarchés

Taux de présence ⁽¹⁾ %	Intermarché		Leclerc		Casino		Système U		Champion		ATAC		Match		STOC		Ensemble de grands super		
	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000	
Races à viande																			
Vaches	24	24	29	30	55	48	30	40	23	29	15	17	12	8	35	58	27	32	
Bœufs	18	21	5	9	6	16	9	9	9	11	4	5	6	10	14	27	12	15	
Jeunes bovins	11	15	8	10	29	24	6	5	13	16	-	10	3	2	26	8	10	11	
Génisses	13	9	9	8	-	2	11	9	5	8	1	4	-	-	14	7	9	7	
TOTAL	66	69	51	57	90	90	56	63	50	64	20	36	21	20	89	100	58	65	
Races laitières																			
Vaches	27	25	38	31	6	10	33	26	42	26	36	31	61	62	8	-	31	25	
Bœufs	2	3	2	5	-	-	6	3	3	8	42	27	6	3	1	-	5	5	
Jeunes bovins	3	2	7	5	2	-	5	6	5	2	2	6	12	15	1	-	5	4	
Génisses	2	1	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	1	
TOTAL	34	31	49	43	10	10	44	37	50	36	80	64	79	80	11	-	42	35	

(1) par rapport aux éléments renseignés

T10. Variations régionales de la segmentation de l'offre en Hypermarchés

Taux de présence (%)	Certifié		Ordinaire		Caissette		Bio	
	1998	2000	1998	2000	1998	2000	1998	2000
Région I Paris et Région Parisienne	54	42	78	90	52	69	4	9
Région II Nord-Picardie	32	25	82	97	45	48	4	12
Région II Est Champagne Alsace	34	24	89	95	36	31	3	2
Région III Nord Normandie Bretagne	35	30	87	94	41	41	1	8
Région III Sud Touraine Charente	32	29	85	96	48	29	3	8
Région IV Centre Bourgogne Auvergne	44	36	82	97	28	30	1	6
Région IV Est Alpes Jura	48	32	74	97	21	27	0	5
Région V Est Provence Languedoc Côte d'Azur	36	40	72	94	28	34	3	14
Région V Ouest Pyrénées Aquitaine	36	34	83	97	43	42	1	7

T11. Les différents animaux offerts sur le segment ordinaire des Hypermarchés, selon les régions Nielsen

Taux de présence (%)	Bourgogne Auvergne	Touraine Charentes	Alpes Jura	Normandie Bretagne	Champagne Alsace	Provence- Côte-d'Azur Languedoc	Pyrénées Aquitaine	Paris et région parisienne	Nord Picardie
Races à viande									
Vaches	40	43	15	15	17	26	36	31	14
Bœufs	5	8	3	16	7	6	4	7	14
Jeunes bovins	16	1	32	3	18	9	-	3	2
Génisses	6	1	4	17	5	1	1	1	2
TOTAL	67	53	54	51	47	42	41	42	32
Races laitières									
Vaches	22	41	13	40	26	40	58	51	40
Bœufs	-	4	1	8	5	3	1	5	12
Jeunes bovins	11	2	32	1	22	14	-	2	16
Génisses	-	-	-	-	-	1	-	-	-
TOTAL	33	47	46	49	53	58	59	58	68

(1) par rapport aux éléments renseignés

T12. Les différents animaux offerts sur le segment ordinaire des grands Supermarchés, selon les régions Nielsen

Taux de présence (%)	Bourgogne Auvergne	Touraine Charentes	Alpes Jura	Normandie Bretagne	Champagne Alsace	Provence- Côte-d'Azur Languedoc	Pyrénées Aquitaine	Paris et région parisienne	Nord Picardie
Races à viande									
Vaches	55	54	33	29	9	33	34	34	6
Bœufs	12	12	6	17	19	9	7	20	27
Jeunes bovins	14	1	35	8	16	6	2	3	20
Génisses	4	6	14	17	5	7	4	5	5
TOTAL	85	73	88	72	49	55	47	62	58
Races laitières									
Vaches	11	25	8	22	31	37	52	25	22
Bœufs	3	1	1	4	3	4	-	12	17
Jeunes bovins	-	1	3	2	17	4	-	-	2
Génisses	1	-	-	-	-	-	1	1	1
TOTAL	15	27	12	28	51	45	53	38	42

(1) par rapport aux éléments renseignés

T13. Prix du faux-filet selon le type de rayon et les segments Comparaison à 1998

(F/kg)	Rayon Libre-service				Rayon Traditionnel à la coupe			
	1998(1)		2000(1)		1998 (1)		2000 (1)	
	Nbre de points de vente	Prix (F/kg)	Nbre de points de vente	Prix (F/kg)	Nbre de points de vente	Prix (F/kg)	Nbre de points de vente	Prix (F/kg)
Certifié	381	96,2	338	100,6	162	100,0	193	106,8
.Label rouge	59	102,3	84	104,5	57	106,3	75	110,6
.COC	323	95,2	137	98,6	110	96,5	75	104,4
.AQC			84	100,7			43	104,4
Biologique	41	109,0	90	129,5	4	NS	4	NS
Ordinaire	1629	87,3	1865	91,6	840	90,4	963	95,6
Caissettes	606	71,8	563	77,2	-	-	-	-

(1) dernière semaine d'août et première de septembre

ANNEXES VIANDE DE VEAU

T14. Taux de présence des viandes de veau vendues sous signe de qualité selon les enseignes

Taux de présence (%)	Certifié	Biologique
Hypermarchés		
Ensemble	23	3
Auchan	55	20
Carrefour	19	4
Continent	21	1
Cora	17	-
Hypermarchés Géant	12	2
Hypermarchés Leclerc	20	1
Grands Supermarchés		
Ensemble	14	0
Intermarché	8	0
Leclerc	9	-
Casino	3	-
Système U	28	-
Champion	22	1
Atac	13	3
Match	5	-
Stoc	4	-

T15. Taux de présence de catégories de viande de veau selon les enseignes

Taux de présence (%)	Veau sous la mère			Les Vitelliers	Veau Aveyron	Veau fermier			Veau lait		
	Certifié	Ordinaire	Total	Certifié	Certifié	Certifié	Ordinaire	Total	Certifié	Ordinaire	Total
Hypermarchés											
Auchan	10,3	3,4	13,7	0	37,6	0	2,6	2,6	0,9	1,7	2,6
Carrefour	1,5	2,2	3,7	2,2	0	0	2,2	2,2	1,5	2,2	3,7
Continent	5,3	1,3	6,6	0	0	0	2,7	2,7	1,3	2,7	4
Cora	0	3,8	3,8	9,6	0	0	0	0	0	1,9	1,9
Géant Casino	0,9	0,9	1,8	3,6	0,9	0	1,8	1,8	0	1,8	1,8
Leclerc	4,8	2,1	6,9	2,4	1,2	3,3	3	6,3	0,9	1,2	2,1
Grands Supermarchés											
Intermarché	1,1	1,6	2,7	0	0,3	0,5	1,9	2,4	0,3	2,1	2,4
Leclerc	2,6	3,9	6,5	1,3	1,3	0	2,6	2,6	0	1,3	1,3
Casino	0	0	0	0	0	0	3,2	3,2	0	0	0
Système U	1	3,6	4,6	18	0,5	1,5	3,1	4,6	1	1	2
Champion	1,7	4	5,7	8,1	0	0,6	1,2	1,8	0,6	1,7	2,3
Atac	1,3	2,6	3,9	1,3	2,6	0	3,9	3,9	0	0	0
Match	0	2,4	2,4	0	0	0	0	0	0	0	0
Stoc	1	5,1	6,1	0	0	1	2	3	0	2	2

T16. Variation régionale de la segmentation en viande de veau

Taux de présence (%)	Certifié		Biologique	
	Hypers	Grands supers	Hypers	Grands supers
TOTAL FRANCE	23,2	13,9	3,4	0,4
Région I Paris et Région Parisienne	38,7	16,8	5,6	1,8
Région II Nord-Picardie	19,5	11,7	4,9	-
Région II Est Champagne Alsace	19	9	1	-
Région III Nord Normandie Bretagne	20,6	12,1	1	-
Région III Sud Touraine Charente	27,8	25,3	4,5	-
Région IV Centre Bourgogne Auvergne	18,6	13,3	1	1,9
Région IV Est Alpes Jura	13,5	7,6	2,2	-
Région V Est Provence Languedoc Côte d'Azur	19,8	9,2	6,9	-
Région V Ouest Pyrénées Aquitaine	26,1	16,8	1,8	-

T17. Taux de présence de différentes catégories de viande de veau selon les régions

		Veau sous la m		Les Vitellier		Veau Aveyrd		Veau fermie		Veau de lait	
		Hypers	Supers	Hypers	Supers	Hypers	Supers	Hypers	Supers	Hypers	Super
Région I	<i>Certifié</i>	6,5	3,5	8,1	5,3	8,1	0	3,2	0,9	1,9	0,9
Paris et Région Parisienne	<i>Ordinaire</i>	2,4	6,2	0	0	0	0	8,1	8,8	1,6	0
Région II	<i>Certifié</i>	0,8	1,4	0,8	2,1	10,6	0	0	0	0	0
Nord-Picardie	<i>Ordinaire</i>	0,8	4,1	0	0	0	0	0,8	1,4	0,8	0
Région II Est	<i>Certifié</i>	2,9	0	1	0,8	2,9	0	1	0,8	0	0
Champagne Alsace	<i>Ordinaire</i>	5,7	5,3	0	0	0	0	1	1,5	0	2,3
Région III Nord	<i>Certifié</i>	2	0	3,9	6,8	1	0	3,9	0	2,9	0,8
Normandie Bretagne	<i>Ordinaire</i>	1	0	0	0	0	0	1	1,5	3,9	3,8
Région III Sud	<i>Certifié</i>	3	1,3	11,3	17,7	4,5	0	3,8	0	1,5	0,6
Touraine Charente	<i>Ordinaire</i>	2,3	3,8	0	0	0	0	2,3	2,5	0,8	3,8
Région IV Centre	<i>Certifié</i>	3,1	0	2,1	1,9	3,1	1	0	1,9	1	0
Bourgogne Auvergne	<i>Ordinaire</i>	2,1	3,8	0	0	0	0	3,1	0	6,2	0
Région IV Est	<i>Certifié</i>	1,1	0,8	3,4	1,7	1,1	0	0	0,8	0	0
Alpes Jura	<i>Ordinaire</i>	2,2	0,8	0	0	0	0	0	0,8	0	1,7
Région V Est	<i>Certifié</i>	3,1	1,8	0,8	0,9	3,8	1	1,5	0	0,8	0
Provence Languedoc côte d'Azur	<i>Ordinaire</i>	0,8	2,8	0	0	0	0	1,5	1,8	0,8	0
Région V Ouest	<i>Certifié</i>	10,8	4,4	0,9	0	8,1	2,7	0	1,8	0	0,9
Pyrénées Aquitaine	<i>Ordinaire</i>	0,9	4,4	0	0	0	0	1,8	2,7	0,9	0
TOTAL FRANCE	<i>Certifié</i>	3,7	1,4	3,7	4,6	5	0,4	1,6	0,6	0,9	0,4
	<i>Ordinaire</i>	2	3,5	0	0	0	0	2,3	2,3	1,7	1,4

T18. Prix de l'escalope de veau selon les catégories

	Rayon Libre-Service		Rayon Traditionnel à la coupe	
	Nb points de vente	Prix (F/kg)	Nb points de vente	Prix (F/kg)
Certifié	259	105,2	182	112,9
Veau sous la mère	24	108,7	34	125,0
Veau fermier	6	114,4	17	116,4
Veau de lait	2	115,4	11	119,8
Les Vitelliers	71	108,4	39	108,2
Veaux de l'Aveyron	43	100,0	6	109,1
Autres	107	104,0	75	107,9
<i>Logo VTF</i>	45	108,3	30	116,0
Ordinaire	1833	101,9	955	103,3
Veaux sous la mère	30	102,3	34	117,7
Veau fermier	32	103,1	17	110,2
Veau de lait	13	104,3	24	107,6
Biologique	36	155,6	2	154,9

T19. Prix de l'escalope de veau selon le segmentation

	Rayon Libre-Service		Rayon Traditionnel à la coupe	
	Nb points de vente	Prix (F/kg)	Nb points de vente	Prix (F/kg)
Certifié	259	105,2	182	112,9
Label rouge seul	105	104,6	66	119,1
.AQC seul	69	104,5	71	108,4
.CQC seul	81	106,6	43	110,8
<i>dont Logo VTF</i>	45	108,3	30	116,0
Biologique	36	155,6	2	154,9
Ordinaire	1833	101,9	955	103,3
Marque enseigne	685	102,8	88	104,5
Marque industrielle	107	105,1	173	101,2
Marque régionale	45	105,8	64	105,4
Sans marque	985	100,8	621	103,6
<i>dont Logo VTF</i>	287	102,3	154	104,0

ANNEXES VIANDE OVINE

T20. Taux de présence de la viande ovine vendue sous signes de qualité selon les enseignes

Taux de présence (%)	Certifié	Biologique
Hypermarchés		
Ensemble	17,5	4,8
Auchan	18,8	28,2
Carrefour	18,7	3,7
Continent	18,7	-
Cora	15,4	3,8
Hypermarché Géant	29,1	1,8
Hypermarché Leclerc	17,4	0,9
Grands Supermarchés		
Ensemble	8,6	1,2
Intermarché	8,0	0,5
Leclerc	9,2	2,6
Casino	14,5	3,2
Système U	9,8	1,0
Champion	9,8	-
Atac	5,2	2,6
Match	2,4	-
Stoc	6,1	-

T21. Variation régionale de la segmentation en viande ovine

Taux de présence (%)	Certifié		Bio	
	Hypers	Grands Supers	Hypers	Grands Supers
TOTAL FRANCE	17,5	8,6	4,8	1,2
Région I Paris et Région Parisienne	28,2	13,3	5,6	3,5
Région II Nord-Picardie	4,9	5,5	6,5	0,7
Région II Est Champagne Alsace	13,3	9,8	-	-
Région III Nord Normandie Bretagne	8,8	5,3	-	-
Région III Sud Touraine Charente	15	4,4	6,0	-
Région IV Centre Bourgogne Auvergne	19,6	8,6	2,1	1,9
Région IV Est Alpes Jura	12,4	7,6	7,9	1,7
Région V Est Provence Languedoc Côte d'Azur	16,8	9,2	9,9	3,7
Région V Ouest Pyrénées Aquitaine	37,8	16,8	3,6	0

T22. Prix du gigot d'agneau selon la segmentation et le type de rayon

	Rayon Libre-Service		Rayon Traditionnel à la coupe	
	<i>Nb points de vente</i>	Prix (F/kg)	<i>Nb points de vente</i>	Prix (F/kg)
Supérieur	152	74,9	143	76,7
.Label rouge seul	62	75,4	71	75,6
.AOC seul	90	74,6	72	77,3
Biologique	58	107,8	4	89,3
Ordinaire	1773	65,2	963	67,8
Enseigne	617	64,2	69	67,2
Industrielle	79	66,8	154	62,9
Régionale	163	72,8	143	72,7
sans marque	912	64,4	597	68,1