



**SYNTHESE DES RESULTATS DE
VENTE DIRECTE DE VIANDE DE
GENISSES BIO**

2001 – 2007



« recherche de références en élevage ovin viande et bovin viande conduite selon le mode de production biologique en zone sèche du Massif Central », travaux financés par le Conseil Régional de Midi-Pyrénées et l'Etat.

Pour tous renseignements : Lycée Professionnel Agricole - Route de Bournac, 12 400 SAINT-AFFRIQUE
Tél : 05 65 98 10 20 - fax : 05 65 49 13 56

SOMMAIRE

1. ORGANISATION DES VENTES

- 1.1. Abattage et découpe
- 1.2. Ventes
- 1.3. Les colis
- 1.4. La viande hachée
- 1.5. Le travail

2. LES COÛTS LIÉS A LA VENTE DIRECTE

- 2.1. Les coûts liés à l'abattage et la découpe
- 2.2. Les frais de transport
- 2.3. Les autres frais

3. RÉSULTATS ECONOMIQUES

4. LA CLIENTELE

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : composition des bandes de génisses

Tableau 2 : évolution du nombre de colis

Tableau 3: Frais d'abattage et de découpe pour une génisse de 332 kg de carcasse et 61 kg de steak haché (moyenne des 6 années)

Tableau 4 : frais de transport

Tableau 5: Autres frais liés à la vente directe

Tableau 6 : évolution de la marge commerciale globale par campagne

Tableau 7 : évolution de la marge commerciale par kg de génisses par campagne

LISTE DES GRAPHIQUES ET SCHEMAS

Schéma 1: Logistique de vente avant l'introduction d'une gamme de cartons sans viande hachée

Schéma 2: Logistique de vente après l'introduction d'une gamme de cartons avec viande hachée

Graphique 1 : évolution des colis par an

Graphique 2: évolution du nombre de colis avec haché (en %)

Graphique 3: frais cumulés d'abattage et de découpe par abattoir (en €) pour un animal de 332 kg de carcasse

LISTE DES ANNEXES

ANNEXE 1. graphique représentant l'évolution des colis par date de vente

ANNEXE 2. analyse économique globale des différentes campagnes

ANNEXE 3. étude clientèle

Bilan technico-économique de la vente directe de viande de génisses Bio sur les campagnes de 2000/2001 à 2006/2007

L'exploitation de la Cazotte a mis en place un atelier d'engraissement de génisses en 2000. Ces animaux sont pour la plupart des génisses croisées, à base de charolais et/ou d'aubrac. Les génisses sont achetées en fin d'été et/ou début automne. L'effectif a augmenté progressivement au fil des bandes, passant de 10 génisses pour la première bande à 27 pour la dernière (2006/08).

Les premières bandes étaient composées exclusivement de jeunes génisses, achetées vers l'âge de neuf mois. Mais pour permettre un étalement des ventes et proposer des colis dès octobre, des génisses plus âgées (18 mois environ) ont été achetées. Les « grosses » génisses (18 mois) ont une période de finition en automne/hiver, pour une vente dès l'automne (octobre). Les « petites » génisses, ont une période de finition hivernale afin d'être vendues au printemps.

Les génisses passent leur 1er hiver en stabulation. Elles reçoivent du foin à volonté qui est éventuellement complété par un apport de concentré. Elles sont ensuite mises à l'herbe vers mi-avril et conduites en pâturage tournant. La présence de génisses ayant une période de finition différente, a fait évoluer la conduite: les génisses sont conduites en plusieurs lots homogènes (âge, poids) pour permettre un ajustement des rations aux phases de finition. Le choix des animaux abattus est fait par évaluation de l'engraissement par maniement. L'âge moyen de vente est de 30 mois.

Tableau 1 : composition des bandes de génisses

bandes		2000/02	2001/03	2002/04	2003/05	2004/06	2005/07	2006/08
Nombre de Génisses		10	10	12	14	17	17	27
	petites	9mois	8mois	8mois(4)	7mois(8)	8mois(8)	9mois(13)	
Âge d'achat	moyennes			10mois(4)			16mois(4)	
	grosses			13mois(4)	18mois(6)	17mois(9)		

1. Organisation des ventes

Schéma 1: Logistique de vente avant l'introduction d'une gamme de cartons sans viande hachée

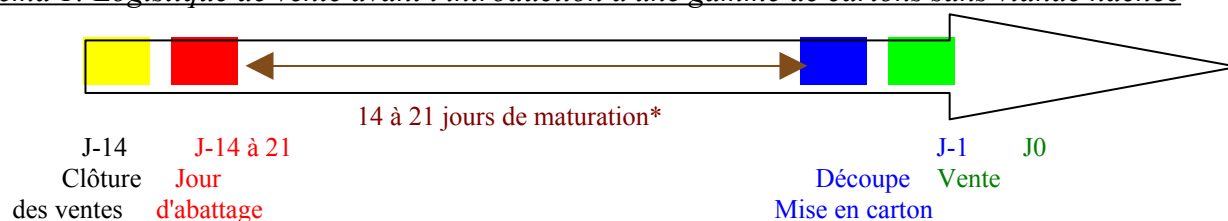
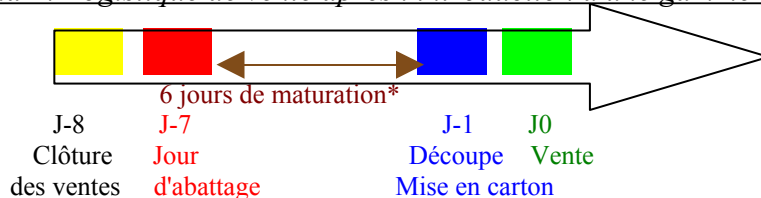


Schéma 2: Logistique de vente après l'introduction d'une gamme de cartons avec viande hachée



*La transformation en viande hachée impose une réduction du temps de maturation des carcasses à 6 jours

1.1. Abattage et découpe

L'abattage et la découpe sont réalisés par des prestataires de service: l'abattoir de Puylaurens et l'atelier de découpe Salas. Ces deux prestataires sont situés à Puylaurens (Tarn, 125 km). En 2004, une partie des génisses a été abattue à Saint-Affrique et découpée à l'atelier de Camarès. Toutefois, cet atelier n'a pas apporté entière satisfaction à l'exploitation, entraînant un retour du traitement des carcasses par l'atelier de Puylaurens.

Le nombre d'animaux abattus par vente est fonction du nombre de commandes reçues, variant généralement d'une à trois génisses par acte. Les dernières commandes clients reçues peuvent être reportées à la période de vente suivante, s'il n'y a pas assez de clients pour écouler un animal entier.

1.2. Ventes

Les actes de vente ont débuté en mars 2001 (campagne 2000/01). Aujourd'hui, les ventes ont lieu une fois par mois, un vendredi. Le calendrier d'abattage et les dates de ventes sont fixées en début de campagne (septembre). Ce calendrier est adapté au calendrier scolaire pour faire coïncider les dates de vente et la venue des parents sur le lycée (rencontres parents-professeurs, les veilles de vacances scolaires). Les ventes sont arrêtées pendant les congés scolaires.

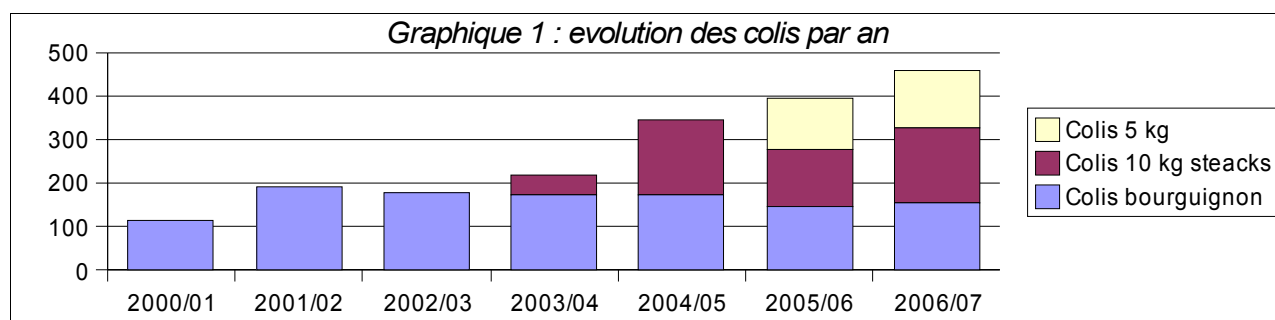
Les clients passent commande par avance, par téléphone, fax ou courrier à l'aide le plus souvent d'un bulletin de commande édité par l'exploitation. Le point de vente se situe dans les bureaux de l'exploitation. Une livraison est également effectuée sur Toulouse, le jour de la mise en carton permettant de profiter de la proximité des villes de Toulouse et de Puylaurens.

1.3. Les colis

Les morceaux de viande sont conditionnés sous-vide en portions individuelles et étiquetés. Jusqu'en 2004, il n'y avait que deux gammes de produits: des cartons de 11 kg environ comprenant en même proportion tous les morceaux et un carton d'abats par génisse. En 2004, l'exploitation diversifie ses produits et propose des cartons de 10Kg avec tranches et steaks hachés. Cette gamme s'élargit encore en 2006 avec la mise en place de cartons de 5 kg de tranches et steaks hachés.

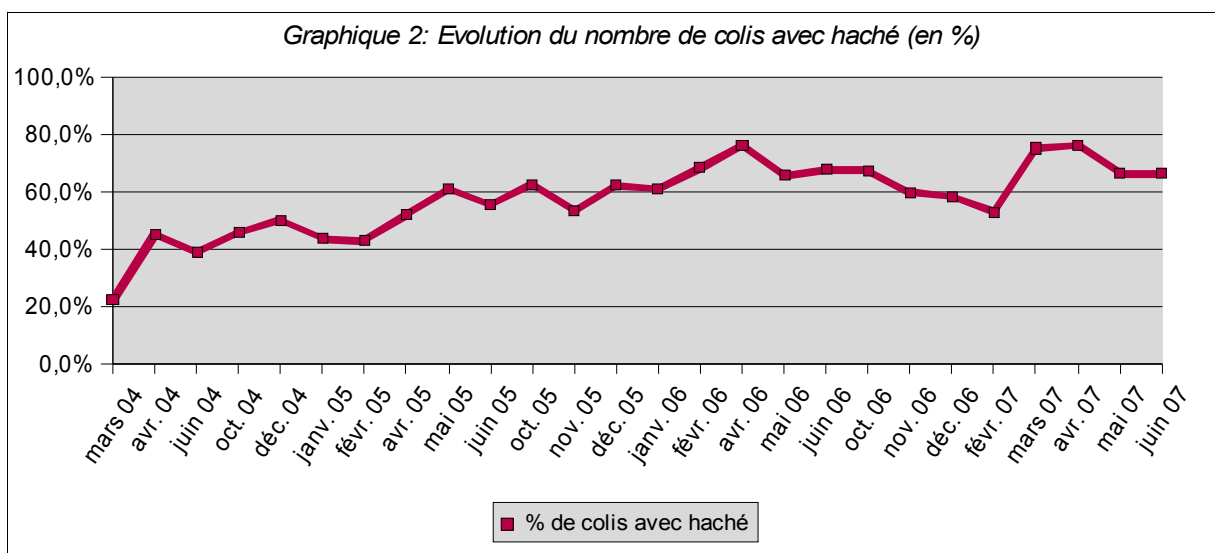
Tableau 2: Evolution du nombre de colis

Campagne	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05	05/06	06/07
Colis bourguignon	116	193	177	175	171	144	157
Colis 10 kg steaks				44	174	133	169
Colis 5 kg						117	133
Nb total de colis	116	193	177	219	345	412	459



Le nombre de colis a fortement augmenté au fil des années. L'élargissement de la gamme explique une partie de cette croissance. On peut noter la part grandissante des colis de cinq kilos, permettant de diminuer le coût de l'achat et s'adaptant mieux à une clientèle citadine, qui possède le plus souvent de petits congélateurs. Le nombre de colis de bourguignon reste assez constant au fil des saisons. On peut souligner également une certaine saisonnalité de la gamme de produits, avec des colis de bourguignon qui se vendent mieux au cours des mois d'hiver. (cf ANNEXE 1 : graphique évolution des colis par date de vente)

1.4. La viande hachée



La demande en viande hachée a fortement augmenté. Elle est toutefois fluctuante au cours de la saison, avec une demande un peu plus faible les mois d'hiver. Certains mois, plus de 75% des colis vendus contiennent de la viande hachée. Cette demande en augmentation peut expliquer les pertes de rendements de la viande vendue (par rapport au poids carcasse) qui sont passés de 75,2 % en 2001/02 à 66,8% en 2006/07.

Le traitement d'une partie des génisses en viande hachée entraîne des surcoûts. Le coût de traitement est de 0,7€/kg de viande hachée à Puylaurens. La transformation en steaks hachés entraîne également des pertes de viande nette de l'ordre de 10 %. Sachant que dans un colis la part de steaks hachés représentent environ 2/5 du poids, on peut évaluer le surcoût « haché » à 3,9 € par carton de 10 kg et de 2,5 € par carton de 5 kg.

1.5. Le travail

Pour assurer la commercialisation d'une génisse:

- une personne est mobilisée une journée pour emmener l'animal à l'abattoir,
- deux personnes sont mobilisées une journée pour mettre en carton, livrer les colis sur Toulouse et ramener la viande sur le site de la Cazotte,
- pour le suivi des commandes (saisies et courrier) et pour l'acte de vente d'une journée, deux personnes se relaient.

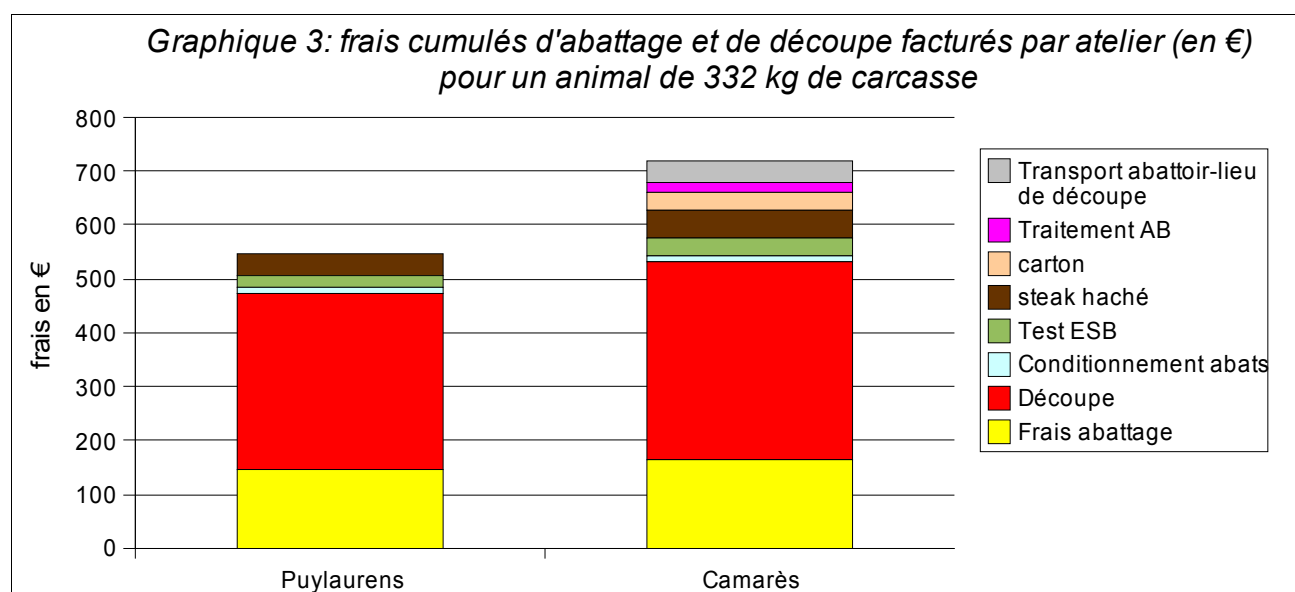
Il faut donc environ quatre jours de travail par acte de vente.

2. Les coûts liés à la vente directe

2.1. Les coûts liés à l'abattage et à la découpe

Tableau 3: Frais d'abattage et de découpe pour une génisse de 332 kg de carcasse et 62 kg de viande hachée (caractéristique campagne 2007)

	Par acte de ventes		Par kg de carcasse		Par kg de viande nette	
	Puylaurens	Camarès	Puylaurens	Camarès	Puylaurens	Camarès
abattage	0,44€/ kg de carcasse	0,50€/ kg de carcasse	0,44 €	0,50 €	0,64 €	0,73 €
découpe	0,99€/kg carcasse	1,10€/ kg carcasse	0,99 €	1,10 €	1,44 €	1,69 €
Conditionnement abats	10,7€/animal	15€/animal	0,03 €	0,04 €	0,05 €	0,07 €
Test ESB	20,5€/animal	30€/animal	0,06 €	0,09 €	0,09 €	0,13 €
Steak haché	0,7€/kg de haché	0,5€/kg de haché	0,13 €	0,09 €	0,19 €	0,13 €
emballage		0,1€/kg de carcasse		0,10 €		0,15 €
Analyse haché		50€/par actes		0,07 €		0,22 €
transport		0,13/kg de carcasse		0,13 €		0,19 €
AB		0,05€/kg de carcasse		0,05 €		0,07 €
Restitution cuir	-30,00 €	-25,00 €	-0,09 €	-0,07 €	-0,13 €	-0,11 €
TOTAL			1,56 €	2,18 €	2,28 €	3,19 €



Les coûts des prestations d'abattage et de découpe sont plus élevés à l'atelier de Camarès qu'à l'atelier de Puylaurens. Des frais supplémentaires sont également facturés par l'atelier de Camarès (emballage, transport abattoir-atelier, traitement AB). Toutefois, le traitement des carcasses à Puylaurens, entraîne aussi des frais supplémentaires d'environ 50 € liés au transport (Exploitation - abattoir de Puylaurens), surcoût à relativiser puisque la découpe à Puylaurens a permis la mise en place d'une tournée sur Toulouse et donc l'élargissement de la clientèle.

On peut donc évaluer le surcoût lié à un traitement des carcasses par l'atelier de Camarès pour une génisse de 332 kg de carcasse à 173 € (hors frais de transport exploitation - abattoir).

2.2. Les frais de transport

Tableau 4 : frais de transport

Coûts moyens pour	Camarès	Puylaurens
Transport animaux vivants	négligeable	27,50 €
Transport cartons	4,40 €	(avec livraison toulouse) 37,00 €
TOTAL	4,40 €	64,50 €

2.3. Les autres frais

Tableau 5: Autres frais liés à la vente directe

Poste	Prix	Durée d'utilisation, amortissement,	Par an
Logiciel infovia	693,68 €	Utilisation 10 ans 75€ maintenance/an	144,37 €
Courriers			264,60 €
prospectus	460,00 €	Utilisation 3 ans	153,33 €
Etiquettes colis	827,00 €	Utilisation 7 ans	275,67 €
Chambre froide	5 585,00 €	Amortie 10 ans	558,50 €
Remorque frigorifique	11 130,00 € (- subvention de 50%)	Amortie 10 ans	556,50 €
TOTAL			1 952,97 €

La mise en place d'un atelier de vente directe sur l'exploitation entraîne des charges supplémentaires hors traitement des carcasses. Ces frais peuvent s'évaluer par année à plus de 1950€.

3. Les résultats économiques

Le prix de vente pratiqué par l'exploitation oscille entre 11€/kg et 13,50€/kg selon le type de colis. Les prix de références de la viande de génisses (Mémoire de fin d'études sur la vente directe en

élevage allaitant, Mathilde Limon) est de 8,20€/kg en GMS et de 14,26€/kg en boucherie. Les prix moyens pratiqués par l'exploitation sont donc intermédiaires aux autres metteurs en marché.

Tableau 6 : Evolution de la marge commerciale globale par campagne

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Nombre de Génisses	9	10	10	17	16	18
Montant des ventes	24 008 €	25 185 €	25 915 €	42 883 €	41 651 €	45 704 €
Prix groupement	10 941 €	11 245 €	12 201 €	20 945 €	20 763 €	23 060 €
Marge commerciale	7 566 €	8 659 €	7 244 €	9 517 €	10 080 €	10 808 €

Tableau 7 : Evolution de la marge commerciale par kg de génisses par campagne

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Montant vente	7,64 €	7,37 €	7,41 €	7,31 €	7,70 €	7,65 €
Prix groupement	3,48 €	3,29 €	3,49 €	3,57 €	3,84 €	3,86 €
Marge commerciale	2,41 €	2,54 €	2,06 €	1,62 €	1,86 €	1,82 €

La vente directe permet de dégager une marge commerciale non négligeable oscillant entre 1,62€/kg de carcasse et 2,54 €/kg de carcasse. La vente directe indépendante des fluctuations des prix groupement permet d'assurer une certaine sécurité du prix de vente des animaux et donc un stabilité du revenu de l'atelier permettant ainsi de mieux rémunérer les facteurs de production qu'avec une vente en circuit classique. (Cf ANNEXE 2. Analyse économique globale des différentes campagnes)

4. Etude de la clientèle

Un mailling est envoyé en début d'année scolaire à tous les parents d'élèves afin de faire connaître la vente directe de l'exploitation. Cette démarche permet d'élargir la clientèle. Chaque année le nombre de nouveaux clients augmente, malgré les abandons importants d'une année sur l'autre. Ces abandons peuvent toutefois s'expliquer par le fait que les clients sont très souvent des parents d'élèves éloignés qui, une fois la scolarité de leur enfant sur le site de la Cazotte terminée, n'ont pas l'occasion de revenir dans la région, pour un carton de viande.

En 2006-2007, 183 clients ont passé commande et ont permis d'écouler 18 animaux. Au cours de cette dernière campagne, les inscriptions spontanées ont suffi à écouler les génisses, il n'y a donc pas eu de relance au cours de l'année.

En moyenne, sur les campagnes 2001 à 2007, les clients ont commandé 2,3 cartons par an et ont passé environ 1,7 commandes par année. On peut également noter que les clients qui n'ont commandé que deux fois au cours d'une campagne, l'on fait le plus souvent avec un intervalle de quatre mois. (observations faites sur les deux dernières campagnes dont les actes de ventes été réguliers).

La clientèle provient en majorité du département de l'Aveyron. Toutefois, on note une augmentation du nombre de commandes passées par des personnes hors département, notamment issus des départements de la Haute-Garonne et de l'hérault. Ce phénomène peut s'expliquer notamment par la tournée instaurée sur Toulouse et par le mailling auprès des parents d'élèves.

5. Conclusion

La vente directe permet une meilleure valorisation des produits malgré des charges supplémentaires en terme d'investissement et de temps de travail. Le développement de ce mode de commercialisation entraîne également quelques changements de conduite pour permettre un étalement des sorties sur la saison. La pratique de la vente directe est une bonne alternative pour créer davantage de valeur ajoutée à l'atelier en assurant un revenu indépendant des fluctuations des prix groupement, permettant ainsi de mieux rémunérer les facteurs de production qu'avec une vente en circuit classique.

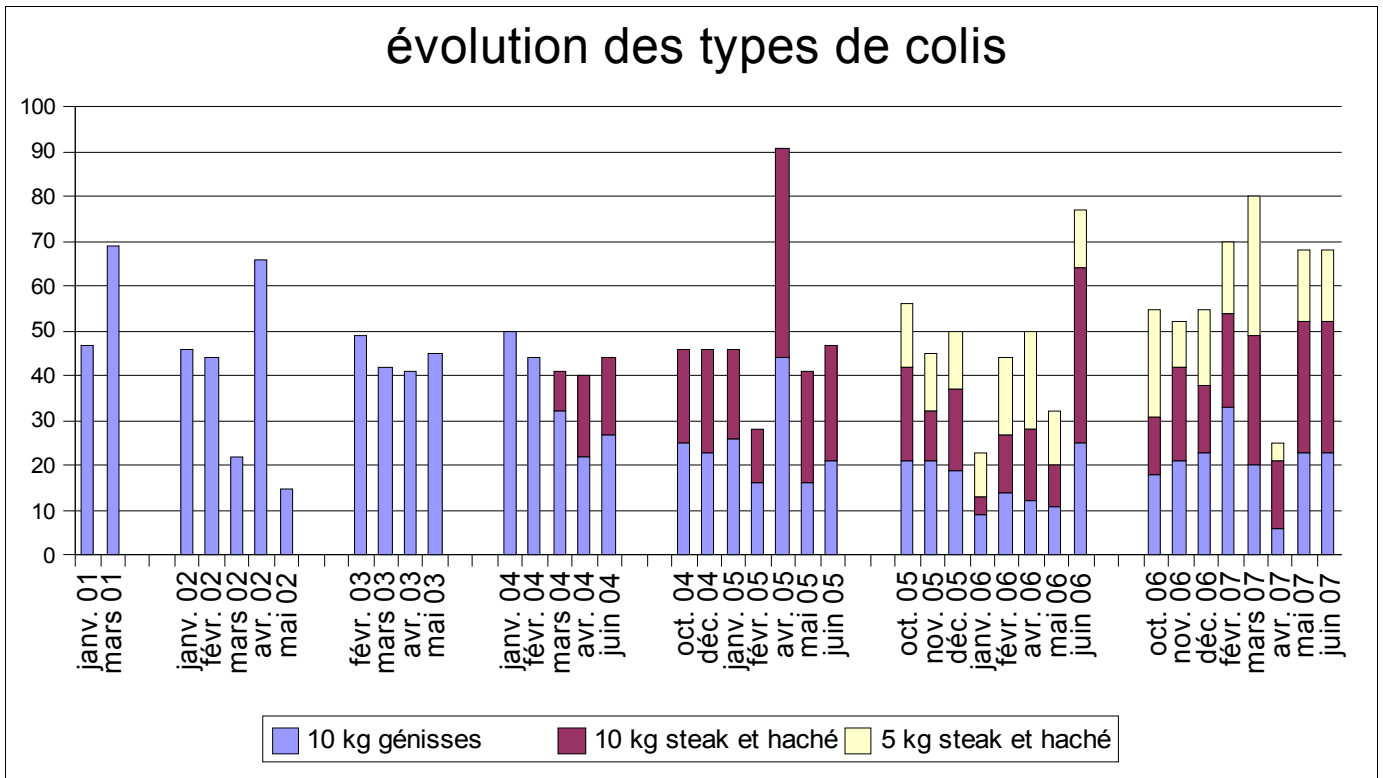
Conséquences positives de la vente directe sur l'exploitation:

- dégageant d'une marge brute non négligeable sur les animaux
- valorisation des produits issus de la ferme auprès du grand public
- développement de l'image bio du lycée auprès du public
- promotion de l'exploitation localement et auprès des parents d'élèves

Conséquences négatives de la vente directe sur l'exploitation:

- mobilisation d'une journée par mois d'un technicien pour le transport des animaux et d'une journée de deux techniciens par mois, pour la mise en cartons et mobilisation du personnel de bureau pour la saisie et le suivi des commandes
- frais supplémentaires dû à la logistique de réfrigération (remorque frigo, chambre froide) et au courrier

ANNEXE 1. graphique représentant l'évolution des colis par date de vente



ANNEXE 2. Analyse économique globale des différentes campagnes

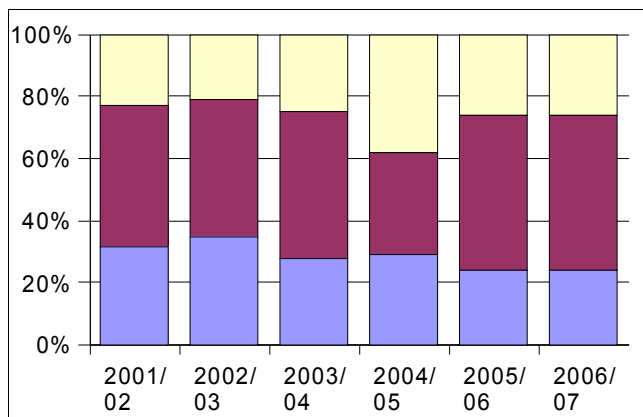
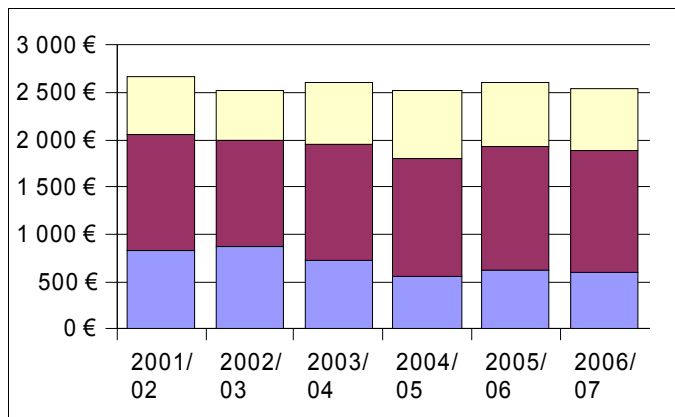
	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Nombre de Génisses	9	10	10	17	16	18
poids carcasse (Kg)	3144 kg	3418 kg	3496 kg	5867 kg	5407 Kg	5974 kg
poids net (Kg)	2364 Kg	2458 Kg	2444 Kg	4071 Kg	3649 Kg	3991 kg
rendement	75%	72%	70%	69%	67%	66,80%
Poids viande hachée (Kg)	0	0	114kg	454 kg	977 kg	1132 kg
Nb. test ESB	7	10	10	9	11	8
Vente totale (€)	24 008 €	25 185 €	25 915 €	42 883 €	41 651 €	45 704 €
Frais transformation	3 911 €	4 270 €	5 519 €	10 868 €	8 275 €	9 367 €
Location de camion	1 135 €			152 €		
Frais transport (essence)	322,50 €	322,50 €	262,40 €	151,00 €	580,50 €	516,00 €
frais remorque frigorifique		556,50 €	556,50 €	556,50 €	556,50 €	556,50 €
Frais prospectus etiquettes				429,00 €	429,00 €	429,00 €
Frais infovia					144,37 €	144,37 €
Frais chambre froide					558,50 €	558,50 €
courrier	132,30 €	132,00 €	132,30 €	264,60 €	264,60 €	264,60 €
TOTAL FRAIS	5 500,80 €	5 281,00 €	6 470,20 €	12 421,10 €	10 808,47 €	11835,97€
PRIX VENTE GROUPEMENT*	10 941 €	11 245 €	12 201 €	20 945,00 €	20 763 €	23 060 €
MARGE COMMERCIALE	7 566,20 €	8 659,00 €	7 243,80 €	9 516,90 €	10 079,53 €	10 808,03 €

PAR ANIMAL	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
poids carcasse	349,4 Kg	341,8 Kg	349,6 Kg	345,1 Kg	337,9 Kg	331,9 kg
poids net	262,7 Kg	245,8 Kg	244,4 Kg	239,5 Kg	228,1 Kg	222 kg
Poids viande hachée	0	0	11,3 Kg	26,7 Kg	61,1 Kg	62,9 kg
part de viande hachée	0,00%	0,00%	5,00%	11,00%	27,00%	28,00%
Montant vente	2 668,00 €	2 518,00 €	2 591,00 €	2 523,00 €	2 603,00 €	2 539,00 €
TOTAL FRAIS	611,20 €	528,10 €	647,02 €	730,65 €	675,53 €	657,55 €
dont frais steacks hachés			9,30 €	30,59 €	42,74 €	44,56 €
PRIX VENTE GROUPEMENT*	1 215,91 €	1 124,52 €	1 220,10 €	1 232,01 €	1 297,54 €	1 281,13 €
MARGE COMMERCIALE	840,89 €	865,38 €	723,88 €	560,34 €	629,93 €	600,32 €

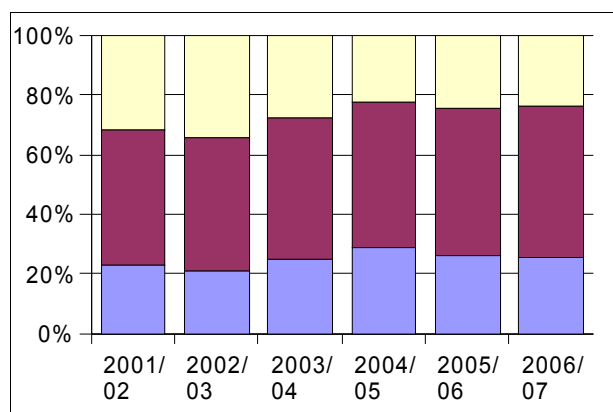
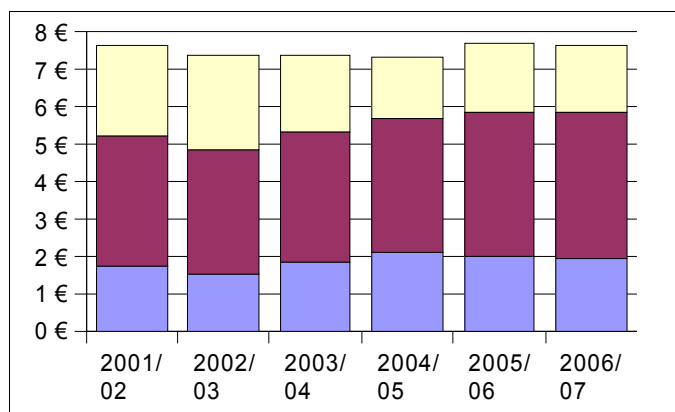
PAR KG DE CARCASSE	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Montant vente	7,64 €	7,37 €	7,41 €	7,31 €	7,70 €	7,65 €
Frais de transformation	1,25 €	1,25 €	1,58 €	1,85 €	1,53 €	1,57 €
Location camion	0,36 €			0,03 €		
Frais transport (essence)	0,10 €	0,09 €	0,08 €	0,03 €	0,11 €	0,09 €
Frais remorque frigorifique		0,16 €	0,16 €	0,09 €	0,10 €	0,09 €
Frais prospectus etiquettes				0,07 €	0,08 €	0,07 €
Frais infovia					0,03 €	0,02 €
Frais chambre froide					0,10 €	0,09 €
courrier	0,04 €	0,04 €	0,04 €	0,05 €	0,05 €	0,04 €
TOTAL FRAIS	1,75 €	1,54 €	1,86 €	2,12 €	2,00 €	1,97 €
PRIX VENTE GROUPEMENT*	3,48 €	3,29 €	3,49 €	3,57 €	3,84 €	3,86 €
MARGE COMMERCIALE	2,41 €	2,54 €	2,06 €	1,62 €	1,86 €	1,82 €

* prix groupement réseau INRA Massif Central, laboratoire d'économie de Theix

Évolution de la marge commerciale, des frais engendrés par la VD et du prix de groupement par animal



Évolution de la marge commerciale, des engendré par la VD, du prix de groupement par kg de carcasse



ANNEXE 3. Etude clientèle

	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
Nb clients	59	99	82	99	168	157	183
Nb commandes/an	82	146	131	158	290	293	340
Nb commandes/client	1,39	1,47	1,60	1,59	1,72	1,86	1,94
Nb commandes maxi/clients	2	4	4	5	5	5	8
Nb colis/clients	1,95	1,95	2,77	2,21	2,05	2,62	2,62

- **Evolution du nombre de commandes par clients par campagne**

Nb de commandes	2000/01		2001/02		2002/03		2003/04		2004/05		2005/06		2006/07	
	Nb clients	%	Nb clients	%	Nb clients	%	Nb clients	%	Nb clients	%	Nb clients	%	Nb clients	%
1	0	0%	61	62%	38	49%	64	62%	82	66%	83	53%	86	47%
2	72	100%	27	28%	30	38%	26	25%	64	27%	43	27%	35	19%
3			8	8%	7	9%	9	9%	9	7,00%	16	10%	30	16%
4			2	2%	3	4%	2	2%			9	6%	11	6%
5							2	2%			3	2%	11	6%
6											2	1%	5	3%
7											1	1%	3	2%
8													2	1%

- **Localisation des clients sur les périodes 2004/05 à 2006/07**

Localisation	Nb clients	%
50 km de st affrique	110	40%
Aveyron	20	7%
Haute-Garonne	46	17%
Hérault	39	14%
Bouche du Rhône	8	3%
Autre département	25	9%
Non localisé	27	10%
Total	275	

- **Intervalles entre commandes sur 2004/05- 2006/07 (campagnes où les actes de ventes ont été réguliers)**

Intervalles entre deux commandes pour les clients qui n'ont fait que deux commandes dans la campagne.

Intervalle	Nombre de clients
1 mois	12
2 mois	16
3 mois	14
4 mois	36
5 mois	21
6 mois	15
7 mois	4
8 mois	2

Intervalles entre deux commandes pour les clients qui ont fait plus deux commandes dans la campagne.

Intervalle	Nombre de clients
1 mois	79
2 mois	91
3 mois	45
4 mois	31
5 mois	15
6 mois	7
7 mois	3