

HORECA et viande ovine : habitudes d'achat et attentes

Hélène Aupaix (CRIOC)



En 2007, le CRIOC a réalisé, dans le cadre de l'Observatoire de la Consommation Alimentaire développé à l'initiative de la Région Wallonne (www.observatoire-consommation.be) une étude quantitative auprès de 741 établissements de l'Horeca en Belgique. Cette étude décrit les habitudes de consommation de viande ovine et précise les besoins et attentes spécifiques des professionnels par rapport à leurs fournisseurs.

Habitudes de consommation de la viande ovine

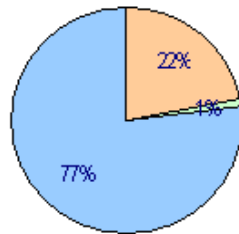
Plus de huit restaurateurs sur dix proposent de la viande ovine à leurs clients. Plus de trois restaurateurs sur quatre proposent de la viande ovine d'origine étrangère à leurs clients (majoritairement en provenance de Nouvelle-Zélande). Seul un restaurateur sur cinq sert en exclusivité de la viande belge. (Fig. 1 et 2).

Les restaurateurs se fournissent auprès des grossistes, des abattoirs, des ateliers de découpe. La quantité achetée dépend de la taille de l'établissement mais en moyenne, les restaurateurs achètent environ 77 kg de viande ovine par an.

Les restaurateurs choisissent majoritairement un fournisseur situé à proximité de leur(s) établissement(s). Dans le cas des achats de viande ovine par les restaurateurs:

- La zone de chalandise primaire (qui comprend 78% des acheteurs) s'étend de 0 à 33 km autour du fournisseur.
- La zone de chalandise secondaire (qui comprend 19% des acheteurs) s'étend de 33 à 99 km.
- La zone de chalandise tertiaire (qui comprend 3% des acheteurs) s'étend au-delà de 100 km.

Fig. 1 et 2. Origine des achats



Viande ovine belge
 Les 2
 Viande ovine étrangère

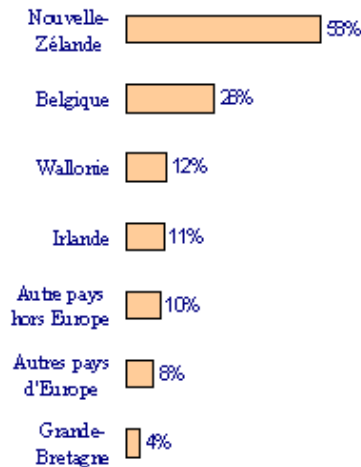
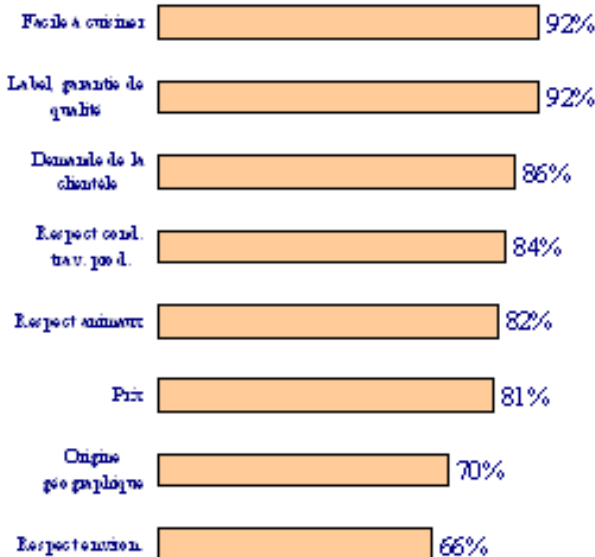


Fig. 3 et 4. Critères d'achat



En moyenne, la distance entre l'établissement et le fournisseur de viande ovine est de 21.9 km.

Les restaurateurs achètent leur viande ovine fraîche (pour la qualité, la fraîcheur et le goût) et ou surgelée (pour des raisons de praticité et de qualité). Les restaurateurs francophones sont plus nombreux à acheter leur viande ovine fraîche et moins nombreux à l'acheter surgelée. La tendance inverse apparaît en Flandre.

Peu de restaurateurs interrogés achètent des carcasses ou des morceaux de carcasses d'agneau. Les restaurateurs achètent leur viande sous d'autres formes (pièces à la découpe, ...). Les morceaux les plus achetés sont la côtelette et le gigot.

Lorsqu'ils achètent de la viande ovine, les restaurateurs font attention à la fraîcheur, à la qualité qui doit rester constante toute l'année, et à l'appréciation de la clientèle. Les relations, la confiance et la flexibilité du fournisseur sont également des critères de choix de première importance. Les critères éthiques et environnementaux, de même que le prix de vente et l'origine géographique de la viande sont des critères un peu moins importants aux yeux des restaurateurs. (Fig. 3 et 4).

Lors du choix d'un morceau à la découpe, la couleur de la viande, le type de morceau, la couleur et la fermeté de la graisse ainsi que la conformation sont des critères de première importance pour les restaurateurs. Le niveau d'engraissement et le prix sont des critères moins importants aux yeux des restaurateurs. Ceux-ci sont globalement satisfaits de leur(s) fournisseur(s) actuel(s) concernant les critères de choix des morceaux de viande étudiés.

Les relations avec les fournisseurs de viande ovine

Les restaurateurs se déclarent satisfaits de leurs fournisseurs quant aux critères étudiés.

Cependant, la satisfaction par rapport aux critères étudiés n'est pas identique chez les acheteurs de viande ovine belge et étrangère.

L'existence d'une demande de la clientèle est un critère de choix relativement important pour les restaurateurs. Les restaurateurs offrant à leur clientèle de la viande belge sont persuadés qu'il existe une réelle demande de leurs clients pour de la viande de cette provenance et non pour de la

Fig. 5 Les attentes en matière de produit

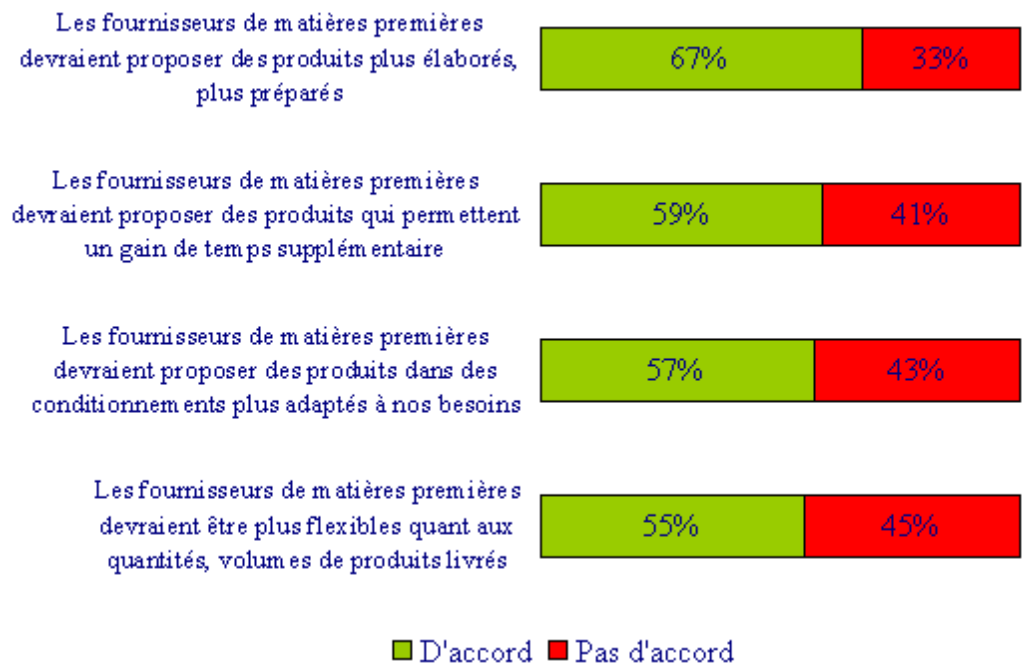
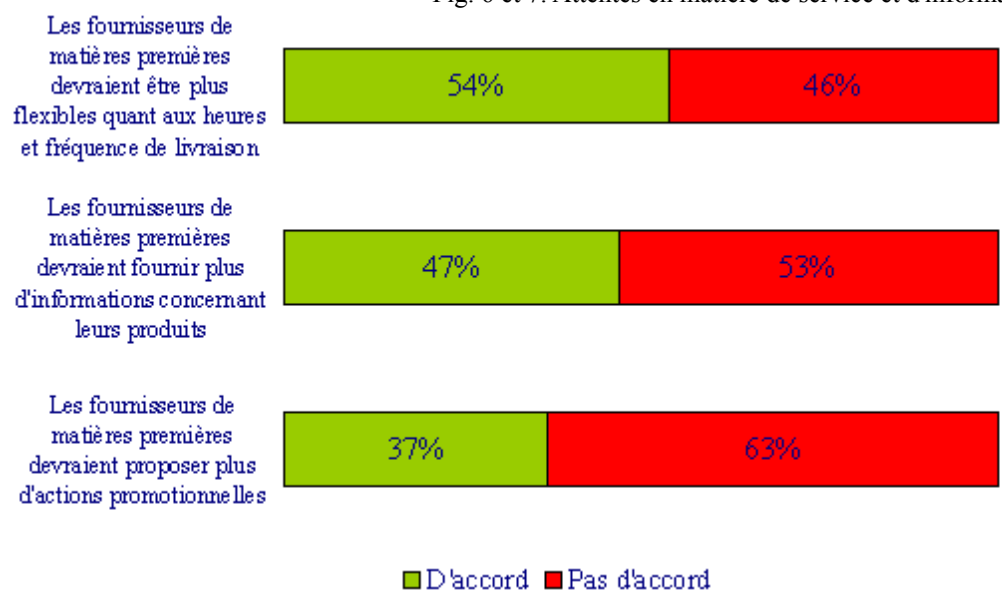


Fig. 6 et 7. Attentes en matière de service et d'information



viande étrangère. Par contre, les restaurateurs offrant à leur clientèle de la viande étrangère perçoivent moins nettement la demande de leur clientèle pour de la viande ovine d'origine étrangère.

Les restaurateurs sont satisfaits du prix de la viande ovine belge qu'ils achètent. Les restaurateurs offrant de la viande ovine d'origine étrangère ont une perception moins positive du prix de la viande ovine : ils sont moins nombreux à estimer que la viande ovine d'origine étrangère est vendue à un prix intéressant.

Les attentes vis-à-vis des fournisseurs en matière de produits

Les restaurateurs désirent que leur fournisseur leur propose des produits plus élaborés, plus préparés et six restaurateurs sur dix estiment que leurs fournisseurs devraient proposer des produits qui permettent un gain de temps. (Fig. 5)

Les attentes vis-à-vis des fournisseurs en matière de services et d'information (Fig. 6 et 7)

La flexibilité du fournisseur est une qualité de première importance pour les restaurateurs. A ce niveau, plus d'un restaurateur sur deux aspire à plus de flexibilité de la part de son fournisseur actuel au niveau du conditionnement des produits, des quantités, volumes de produits livrés, des heures et fréquence de livraison des produits

Près d'un restaurateur sur deux aspire également à recevoir plus d'informations concernant les produits de la part de leur fournisseur (des informations sur les produits existants mais aussi sur des nouveaux produits, des recettes et idées originales pour la réalisation de plats, des nouvelles recettes en fonction des tendances ainsi que des astuces, nouvelles méthodes pour mettre en œuvre la matière première). Les canaux d'information privilégiés par les restaurateurs pour recevoir ce type d'information de la part de leur(s) fournisseur(s) sont la presse professionnelle et le courrier person-

nalisé. Des démonstrations techniques de la mise en œuvre des matières premières par un commercial sont souhaitées par plus d'un restaurateur sur deux.

Au niveau des supports de communication, deux restaurateurs sur trois aimeraient recevoir de leur fournisseur du matériel publicitaire (lors des fêtes,...) afin de faciliter la communication envers la clientèle.

L'étude conclut au développement d'actions ciblées axées sur l'information, l'offre de produits plus élaborés et la flexibilité. La démarche commerciale doit s'intégrer dans une relation de confiance et de proximité établie sur le long terme avec les fournisseurs. Les fournisseurs doivent répondre aux demandes spécifiques des restaurateurs désireux de recevoir plus d'informations, des trucs et astuces, des nouvelles recettes et idées de mise en œuvre des produits, du matériel publicitaire et de pouvoir disposer de plus de flexibilité au niveau du conditionnement des produits, des quantités, volumes de produits livrés et des heures et fréquences de livraison des produits.

Les restaurateurs se montrent très intéressés par des produits ovins de qualité et frais. Les produits d'origine belge sont mieux appréciés que les produits d'origine étrangère et ce levier pourrait être utilisé dans une communication et une diffusion des produits, à condition qu'une offre suffisante existe.

Alliance Pour l'élevage

Ensemble, Faisons Alliance ! N° Tél 33.5.49.83.30.92



Depuis 1933...








Catalogue GRATUIT
sur simple demande

Plus de 8000 références en direct !

- Tout le matériel pour votre élevage ovin et caprin...
- Des innovations et des nouveautés adaptées...
- Des services spécifiques à votre élevage...

- Un transport à votre domicile ou groupé...
- Un paiement facilité et sécurisé...
- **Un contact direct !**

Nous travaillons déjà aux côtés d'un certain nombre d'éleveurs de la région Wallonne et nous sommes ravis de pouvoir vous proposer nos services en direct. N'hésitez pas à nous contacter !

Votre catalogue sur www.cataalliance.com

Je désire recevoir gratuitement...

Le catalogue général "Elevage"
Le catalogue Fromagerie / Laiterie
Le catalogue "Clôture haute performance"

Nom :
Prénom :
Adresse :
.....
CP :
Ville :

Alliance Pastorale 86500 Montmorillon - FRANCE www.alliancepastorale.fr