

GROUPE SPÉCIALISÉ BOVINS DE LA CAL

# Répondre aux enjeux des EGA

**Une semaine après la signature d'un partenariat avec le distributeur Carrefour, qui veut imposer le label rouge dans tous ses magasins, explication devant la section élevage de la CAL. Avec le patron des boucheries de l'enseigne, Bertrand Eon. L'homme qui en connaît un rayon.**

Le scoop n'a pas attendu la tenue de l'assemblée générale du groupe spécialisé bovins de la Coopérative Agricole Lorraine (CAL). Le partenariat entre l'union de coopératives CLOÉ et E MC2 d'une part et le distributeur Carrefour de l'autre s'est concrétisé sur une ferme marnaise le 7 novembre (notre édition du 15 novembre).

## Le défi du label rouge

Il a été au centre des débats de la réunion de l'organisation de producteurs, le 15 novembre, au centre d'allotement de Ville-en-Vermois. Son président, Bruno Colin, s'est situé dans le prolongement des «espoirs» suscités par la loi EGALIM, déplorant toutefois que «la valeur ne vienne pas». Rappelant le premier contrat «McDonald's» signé par CLOÉ en 2002, le vice-président de la CAL se souvient «on nous prenait pour des fous, à un moment où nous recherchions l'équilibre-matière. En dix-sept ans, tout a été bouleversé». Il fait siennes les quatre thématiques contenues dans le plan de filière : recentrage sur le label rouge ; recréer de la valeur sur la viande transformée, le steak



**Bruno Colin déplore que «la valeur ne vienne pas», malgré le travail mené lors des EGALIM.**

haché ; mieux prendre en compte les éléments de qualité comme la maturation et la tendreté ; travailler le débouché de la restauration hors domicile. Réagissant à la perspective d'exporter vers la Chine (lire ci-dessous), Bruno Colin se dit prêt à s'adapter «aux attentes des consommateurs de pays qui ne sont pas formatés comme les nôtres». En confesant les débuts un peu poussifs du label rouge, il salue la volon-

té du groupe Carrefour de «rentrer dans le schéma interprofessionnel, en relevant le défi avec ses partenaires historiques, pour l'essentiel dans la coopération», avant de donner la parole à Bertrand Eon, le directeur des filières viande de l'enseigne. L'homme est d'expérience. Après trois fois dix ans passés respectivement chez SOCOA, Bigard, puis à l'abattoir des centres Leclerc à Kermené, il connaît le métier comme sa poche. Il décrit les différentes tailles de magasins de la chaîne et explique, avec une grande pédagogie, comment fonctionne un rayon. «Pour payer un boucher dans un magasin de proximité, il faut réaliser au moins 10.000 € de chiffre d'affaires par semaine». Difficile de maintenir un rayon traditionnel dans ces petites surfaces, contrairement aux super et hypermarchés. Mais «c'est le seul rayon où



**Bertrand Eon : «Imposer le label rouge dans tous les rayons».**

le client vient chercher du boucher. Il y a beaucoup de débat sur les races, en réalité c'est le boucher qui fait la différence, par sa façon de travailler la viande».

## Réinvestir dans le prix

Bertrand Eon rappelle l'engagement filière du groupe depuis 1993, avec un véritable succès, au moment de la crise de la vache folle, avec 1.500 bêtes par semaine. «Le client cherchait à se rassurer». Aujourd'hui, les volumes se situent entre 250 et 400 animaux hebdomadaires. Il observe les «fonds de rayons miséreux en train de péricliter», en

égratignant au passage le concept «éleveurs et engagés». Pourquoi le choix du label ? «Nous y croyons, nous allons parler au consommateur, aujourd'hui les clients ignorent ce qu'est la FQC, la filière qualité Carrefour». La chaîne a investi considérablement dans le bio, pour lequel elle est leader. Mais les études montrent que c'est Grand Frais qui bénéficie de la meilleure image bio... Et pourtant cette marque ne dispose pas de rayon bio. Carrefour va donc mettre le paquet en imposant le label rouge dans tous ses rayons. Ce qui signifie changer la façon de travailler des bouchers, et donc en convaincre certains.

Cela veut dire «assurer l'intégralité de la vente de la bête, fabriquer de la valeur ajoutée et réinvestir dans le prix». Bertrand Eon s'inscrit en faux contre les directives de manger moins de viande. «Nous voulons vendre plus et meilleur» lance-t-il, considérant la noblesse de son produit, par rapport à certaines préparations industrielles. Interpellé sur le prix au producteur, il confirme la prise en compte du coût de production à hauteur de 80 %, le reste étant indexé sur la valeur du marché. Des éleveurs interrogatifs souhaitent des garanties sur le moyen terme «car convertit tout l'élevage en label, ça coûte».

**Jean-Luc MASSON**

## ACTIVITÉ

# La montée en puissance des labels

2018-2019 à la CAL élevage a été impactée par les aléas climatiques ayant rejailli sur les stocks fourragers, explique Julien Tisserand, le responsable élevage. Le contexte médiatique et environnemental a induit de profondes tensions sur la production et la consommation de viande. L'année a été mise à profit pour commencer à concrétiser le «plan de filière». L'activité a porté sur 25.804 bovins (- 0,38 %). La collecte de bovins finis (14.174) et de bovins d'engraissement (5.956) a diminué de 2,11 %. Les JB restent de loin le premier poste de la commercialisation avec 7.792 animaux en partance pour l'abattoir. Une quasi stabilité donc alors que la tendance nationale ressortait à - 4 %. L'arrivée de 58 nouveaux éleveurs dans le giron de la CAL élevage a permis de limiter la baisse du volume des JB. Dans le même temps, l'approvisionnement progressait de 6,65 % (5.674, dont 4.787 broutards (+ 5,74 %) et 714 veaux (+ 15,72 %).

L'activité reproducteurs s'est révélée «plutôt dynamique» note Julien Tisserand, avec + 7,14 % en collecte et + 10,2 % en mise en place. L'indicateur comparatif de prix, établi sur la période des semaines 1 à 45, fait ressortir sur dix mois une progression de + 0,7 % pour les JB viande et de 2,1 % pour



**58 nouveaux éleveurs sont entrés dans le giron de la CAL.**

les vaches viande. Les broutards baissent de 3,1 %, les JB lait de 1,3 % (sauf contrat McDonald's qui gagne 3 centimes) et les vaches lait accusent - 4,69 %.

Julien Tisserand livre ensuite un focus sur les 40.915 bovins abattus par l'union CLOÉ. La destination reste globalement la même avec 42 % vers le groupe Bigard-Charal-SOCO. ELIVIA assure 26 % du débouché contre 30 % précédemment. SICAREV récupère une partie de la différence, en vertu du contrat signé il y a tout juste un an pour la fourniture de 35 jeunes bovins Charolais qualifiés «JB export» par semaine.

Shirley Bohn, de CLOÉ, précise que 8.822 bovins engagés dans les filières qualité ont «capté» 244.149 €. Près des deux-tiers des adhérents races à viande sont engagés Lorraine Sélection ; 74 % des JB lait sont contractua-

lisés McDonald's et 63 % des JB Montbéliards sont également contractualisés. 8 % des bovins traditionnels sont produits en agriculture biologique ; la collecte de ce type d'animaux a progressé de 17,8 % en un an et de 73 % sur les quatre derniers exercices. Les contrats label rouge Limousin, Charolais, Salers, au nombre de 65 sur 2017-2018, sont passés à 131 un an plus tard. Sur les quatre premiers mois du nouvel exercice 2019-2020, ils se situent déjà au nombre de 142. L'accélération de la filière label est au menu de l'année qui vient. Deux débouchés spécifiques viennent d'être confirmés en JB Salers et Limousin.

Enfin, «en proximité», un développement est prévu avec Leclerc, un lancement avec Intermercé et des finalisations avec deux autres enseignes, a détaillé Julien Tisserand.

# ÉCHOS

## LORIAL

### Une gamme unifiée resserrée

Le nouveau directeur de Lorial, Laurent Ronce, a indiqué qu'après plusieurs années de baisse, le tonnage d'aliments fabriqués par la filiale d'aliments du bétail avait progressé de près de 3,5 % sur l'exercice 2018-2019, dans un contexte de diminution des fabrications de - 0,7 % sur le quart Nord-Est. Le résultat net comptable «est légèrement positif. Sur 2019, nous sommes déjà à + 7 % de volume», complète-t-il. Lorial va proposer un aliment répondant au cahier des charges label, pour compléter les 80 % de fourrages issus de l'exploitation. «Il s'agira d'une gamme unifiée resserrée apportant la partie énergétique azotée et minérale, sans OGM, ni urée ni huile de palme, avec un engagement habilitation-traçabilité, le tout contrôlé par un audit annuel par robe d'animaux».