

Viande bovine et Horeca

Viande bovine et Horeca



CRIOC, septembre 2007



Etude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

1. Objectifs
2. Méthodologie
3. Présentation des caractéristiques de l'échantillon
4. Critères d'achat de la viande
5. Perceptions de la viande bovine belge et étrangère
6. La consommation de viande bovine
 - Origine
 - Lieu d'achat
 - Zones de chalandise
 - Marques, races
 - Type
7. Attentes vis-à-vis des fournisseurs (services, informations, produits)
8. Conclusions et recommandations

Objectifs

- Décrire le secteur des restaurants et des hôtels-restaurants en Belgique au niveau de leur habitudes de consommation de viande bovine :
 - Critères de choix de la viande
 - Perceptions et appréciations de la viande bovine belge et étrangère
 - Habitudes de consommation (lieu d'achat, origine, marques, races, type, pièces de viande).
- Déterminer les besoins et attentes spécifiques des professionnels par rapport à leurs fournisseurs (en termes de services, informations, produits).

Méthodologie

- 741 interviews réalisées par téléphone auprès des établissements de l'Horeca (offrant un service de restauration à leur client) de Belgique.
- Field : mai 2007.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé (localisation des établissements)
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , marge d'erreur).
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3.6%
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction du type d'établissement, du type de cuisine du restaurant (cuisine française, italienne, etc.), du régime linguistique et des caractéristiques de l'exploitation (chiffre d'affaire, nombre de chambres et de couverts, nombre d'établissements, nombre d'employés, connexion internet).
- Pour des facilités de lecture, le terme « restaurateurs » sera utilisé dans l'étude pour parler des répondants (professionnels de la restauration dans les hôtels, restaurants, tavernes, cafés, pubs, ...).

L'univers d'enquête

Cafés, restaurants et hôtels disposant d'un service restauration constituent l'univers d'enquête. Les chaînes de restauration rapide et les services de catering ne font pas partie de cet échantillon.

Activités professionnelles

- L'univers est constitué de 30% d'hôtels-restaurants et de 70% de restaurants (en ce y compris les restaurants, tavernes, cafés, pubs offrant un service restauration).

Répartition géographique

- La Flandre occidentale compte le plus grand nombre d'hôtels-restaurants en Belgique. Les régions de Liège, du Luxembourg et du Brabant comportent également de nombreux hôtels-restaurants.

Le plus grand choix de restaurants se rencontre dans le Brabant wallon et flamand et en Flandre occidentale. Viennent ensuite le Hainaut, Anvers et la Flandre orientale.

Profil des répondants 1

Type de cuisine

- 40% des établissements proposent de la cuisine française et 26% de la cuisine belge. Un établissement sur dix déclare proposer de la cuisine traditionnelle et 7% des plats italiens.

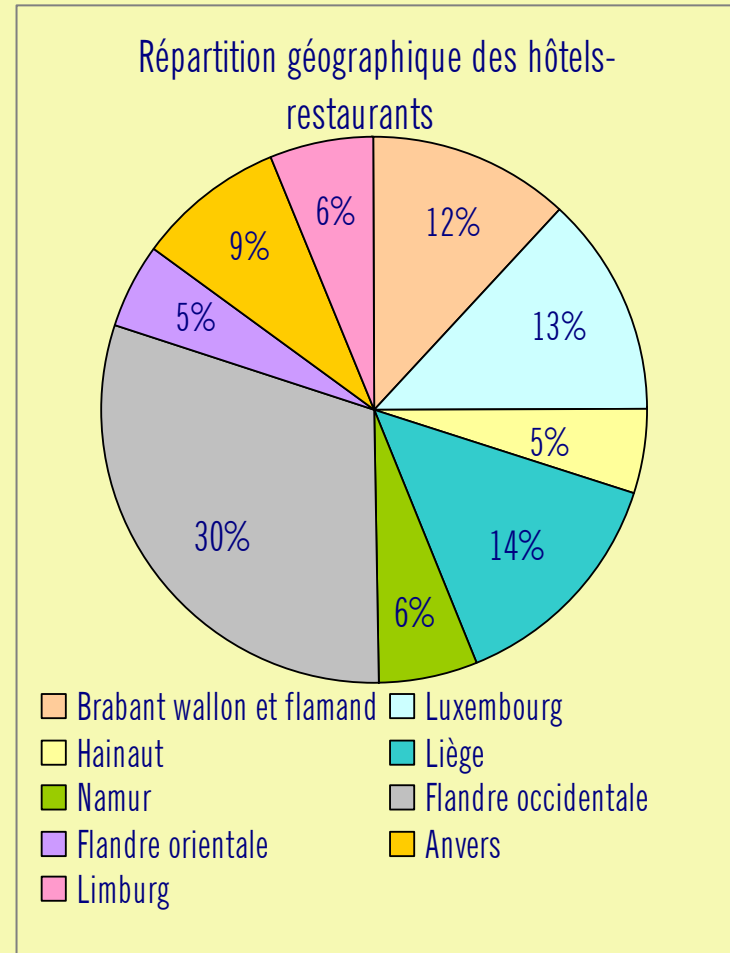
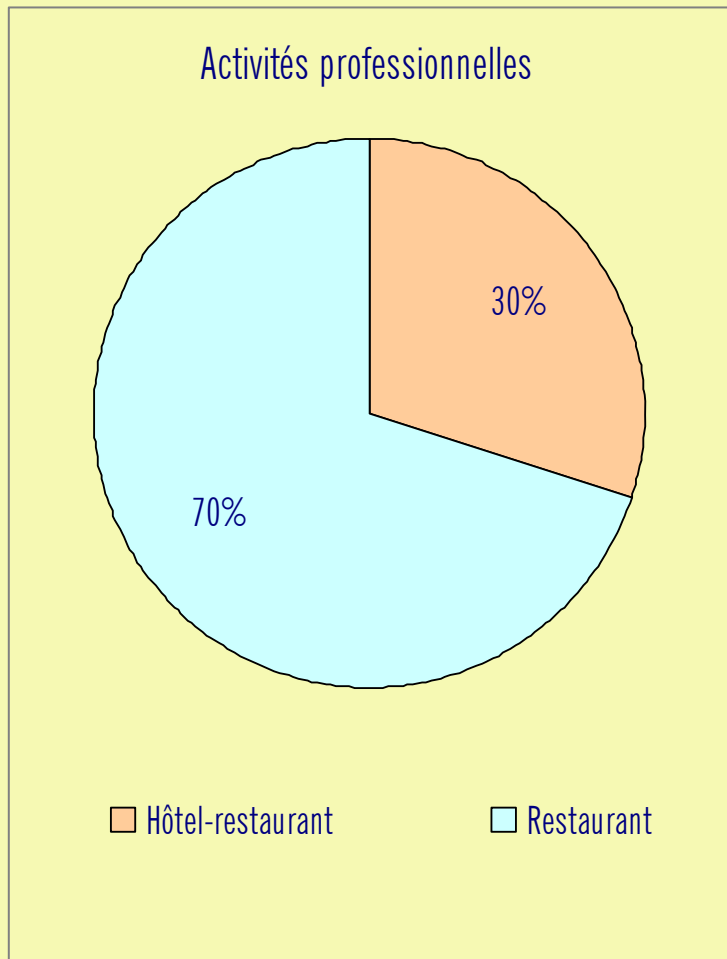
Taille des établissements

- La plupart des hôtels et restaurants ne dispose que d'un établissement, employant généralement moins de 10 personnes.
- 70% des hôtels-restaurants disposent de moins de 25 chambres. Un hôtel sur sept dispose de 25 à 99 chambres et les 15% restants de 100 chambres ou plus.
- Près de quatre restaurants sur dix ont une capacité de moins de 50 couverts, un tiers de 50 à 99 couverts et un quart de 100 couverts ou plus.

Connexion Internet

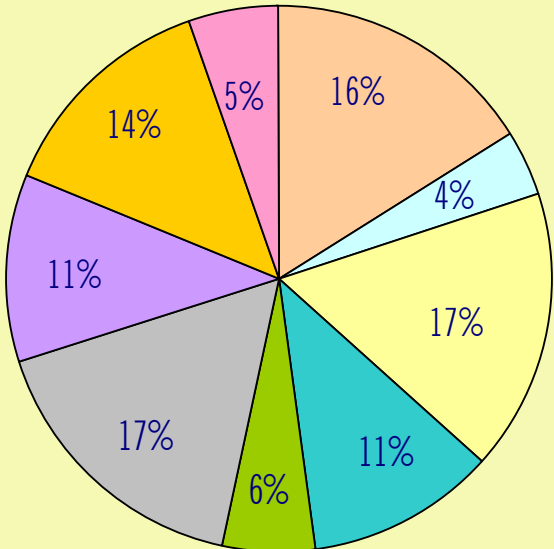
- Plus de huit établissements sur dix sont équipés d'une connexion Internet.

Profil des répondants 2



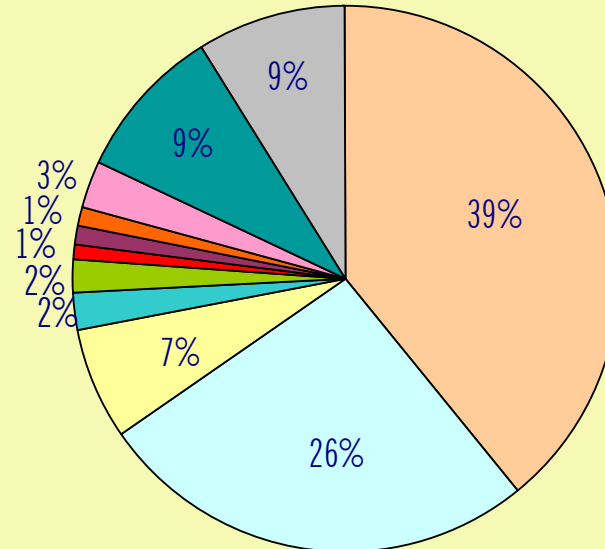
Profil des répondants 3

Répartition géographique des restaurants



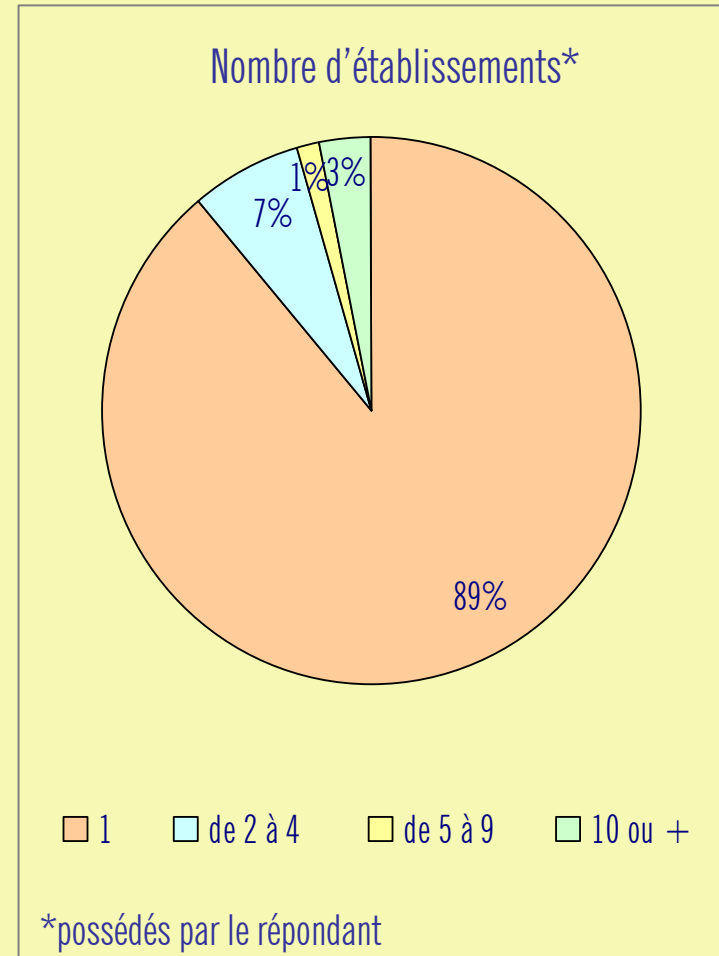
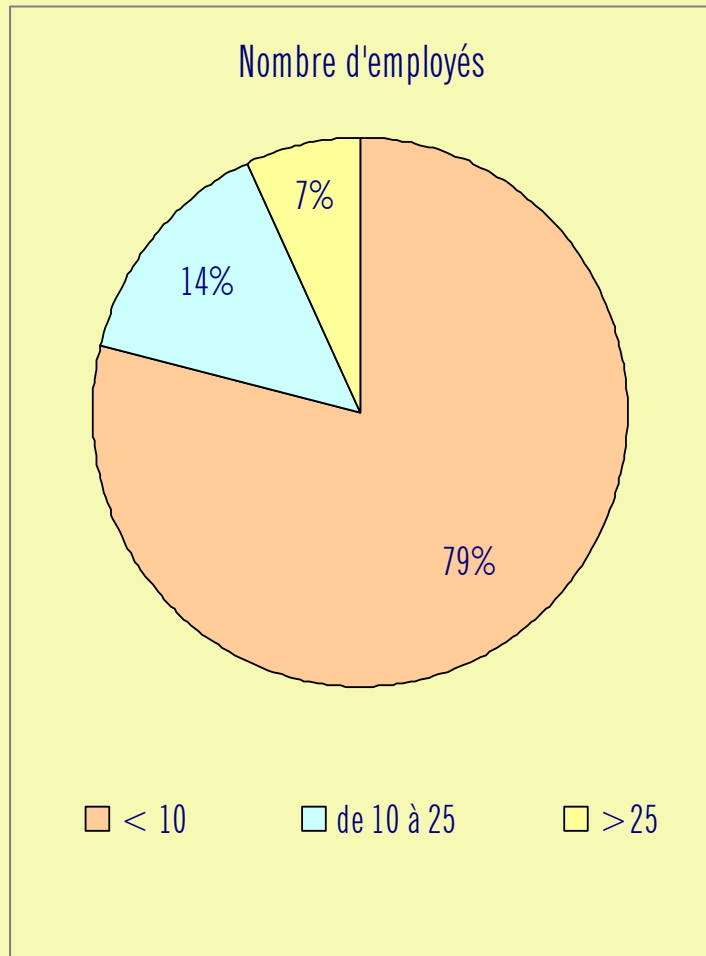
- Brabant wallon et flamand
- Luxembourg
- Hainaut
- Liège
- Namur
- Flandre occidentale
- Flandre orientale
- Anvers
- Limburg

Type de cuisine



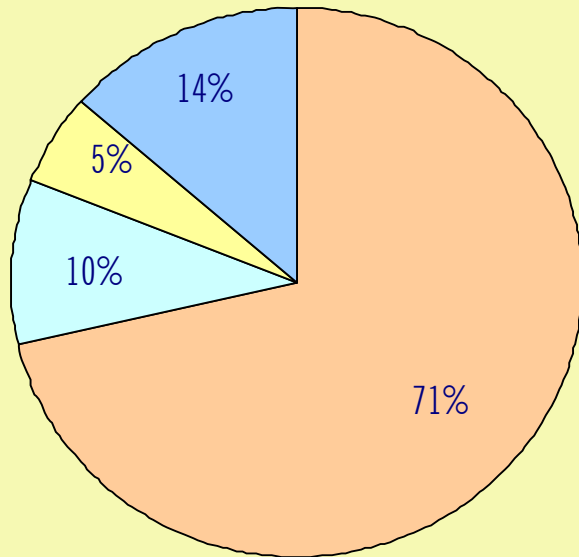
- Française
- Belge
- Italienne
- Asiatique
- Grecque
- Espagnol
- Méditerranéenne
- Marocaine
- Du terroir
- Traditionnelle
- Autre

Profil des répondants 4



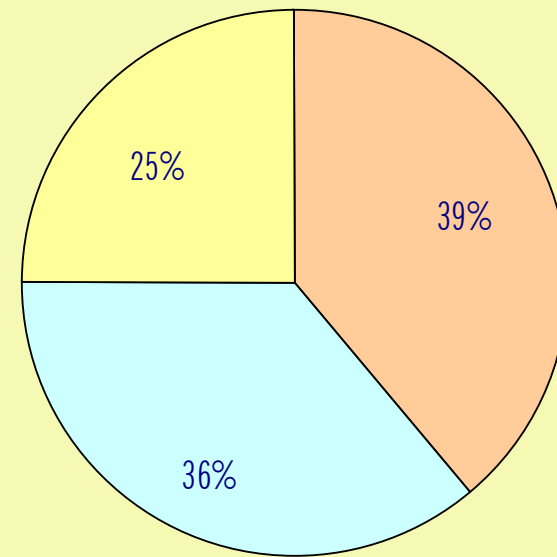
Profil des répondants 5

Nombre de chambres (hôtellerie)



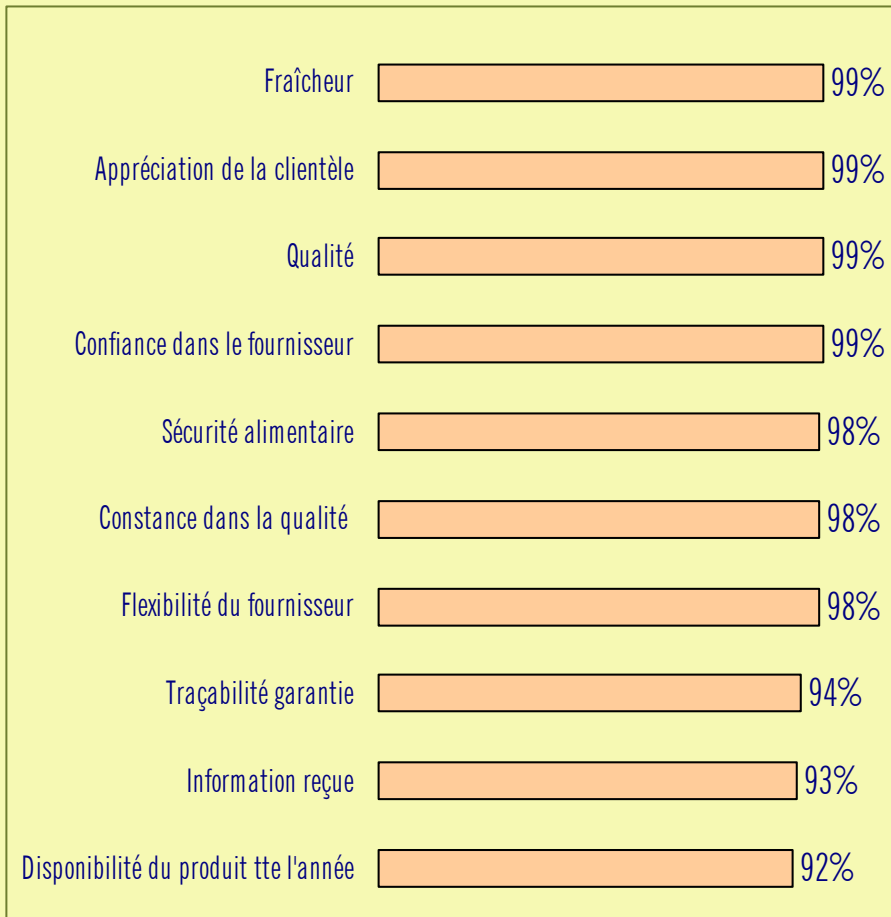
■ <25 ■ 25-49 ■ 50-99 ■ 100 ou +

Nombre de couverts (restauration)



■ <50 couverts ■ de 50 à 99 couverts
■ 100 couverts et +

Viande : critères d'achat

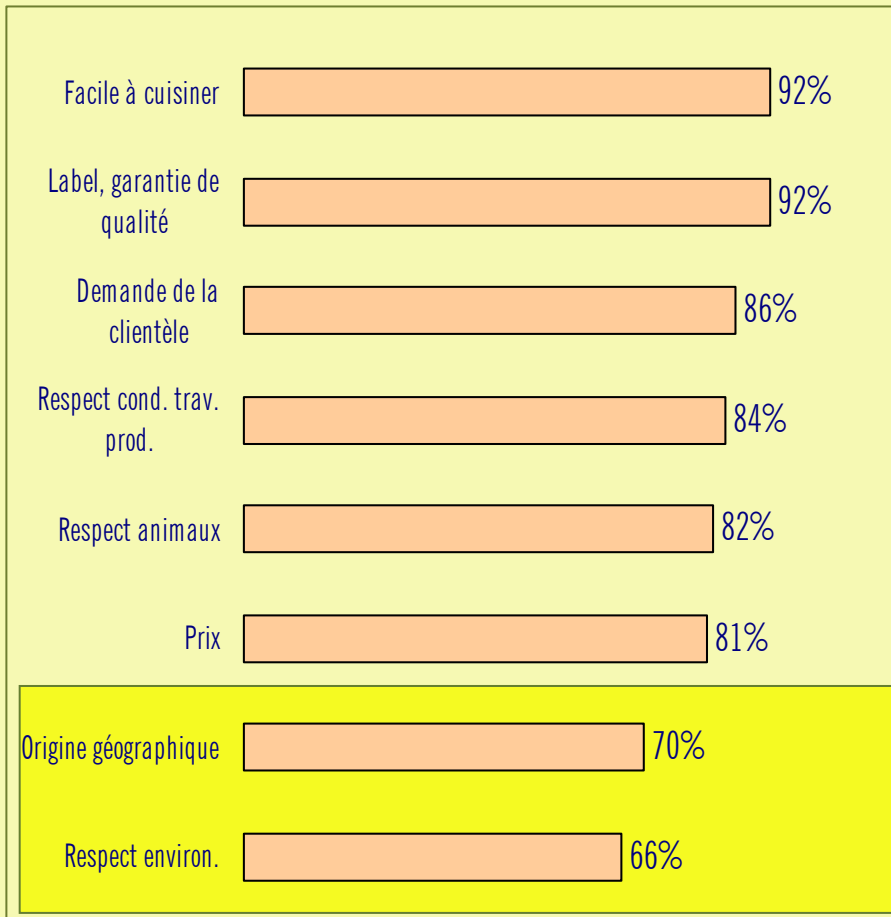


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de viande?

- Lors de l'achat de viande, les critères importants sont : la fraîcheur, la qualité qui doit rester constante toute l'année et l'appréciation de la clientèle. Les relations, la confiance et la flexibilité du fournisseur sont aussi des critères de choix de première importance.
- L'information reçue du fournisseur, la disponibilité du produit, les garanties de traçabilité et de qualité ainsi que la facilité de préparation, de cuisson de la viande sont également des critères de choix importants.

Base : échantillon total

Viande : critères d'achat

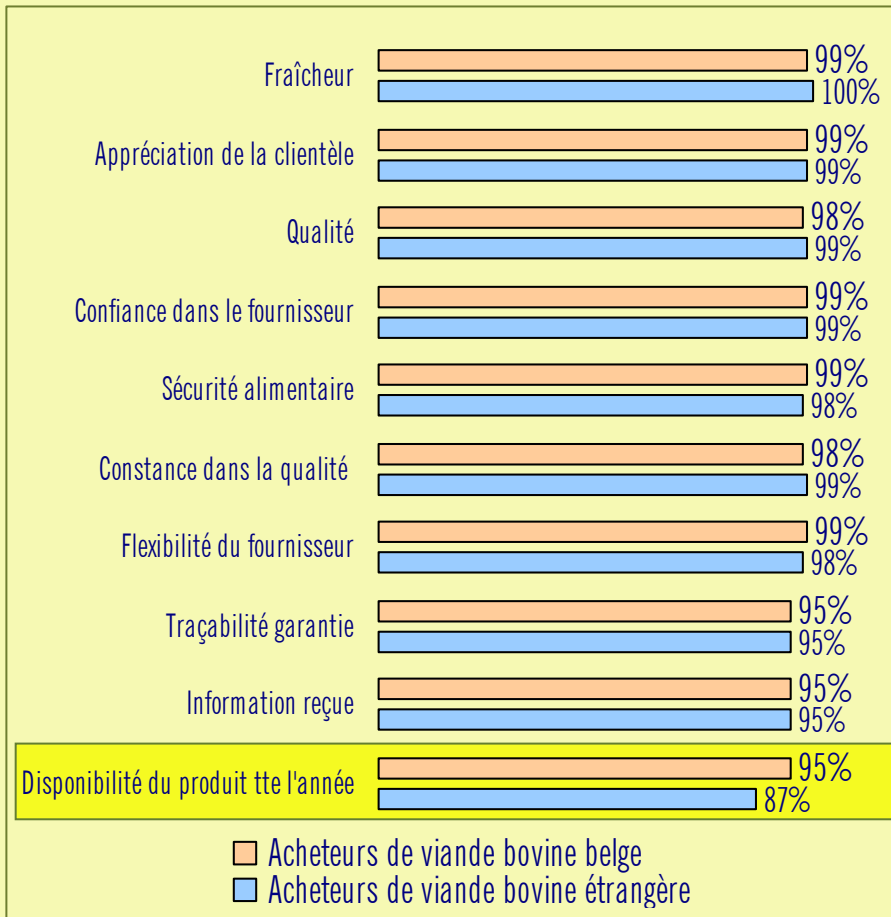


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de viande?

- D'autres critères apparaissent en seconde position comme la demande de la clientèle, les critères de respect des conditions de travail et du bien-être des animaux ainsi que le prix.
- Par contre, le respect de l'environnement et l'origine géographique de la viande sont des critères jugés moins importants.

Base : échantillon total

Viande : critères d'achat

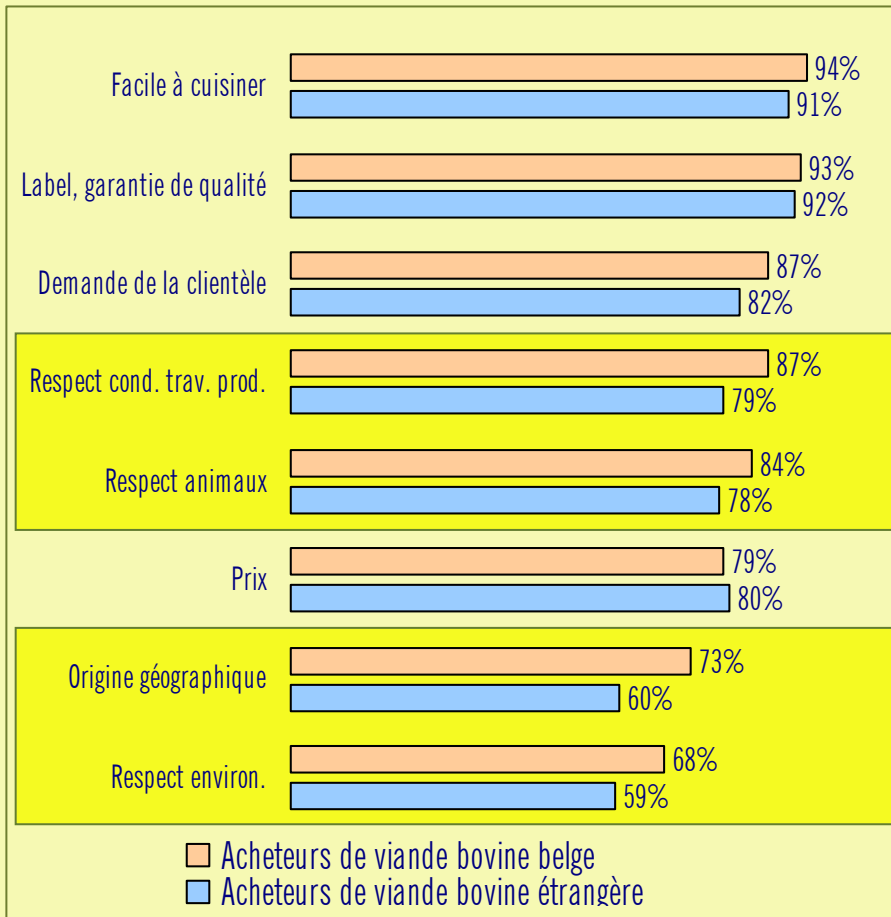


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de viande?

- Lors de l'achat de viande, les restaurateurs accordent une importance similaire aux critères de choix de viande que celle-ci soit d'origine belge ou étrangère.
- Cependant, les acheteurs de viande bovine étrangère accordent un peu moins d'importance au fait que la viande soit disponible toute l'année.

Base : hôtels et restaurants qui proposent de la viande bovine belge ou étrangère

Viande : critères d'achat

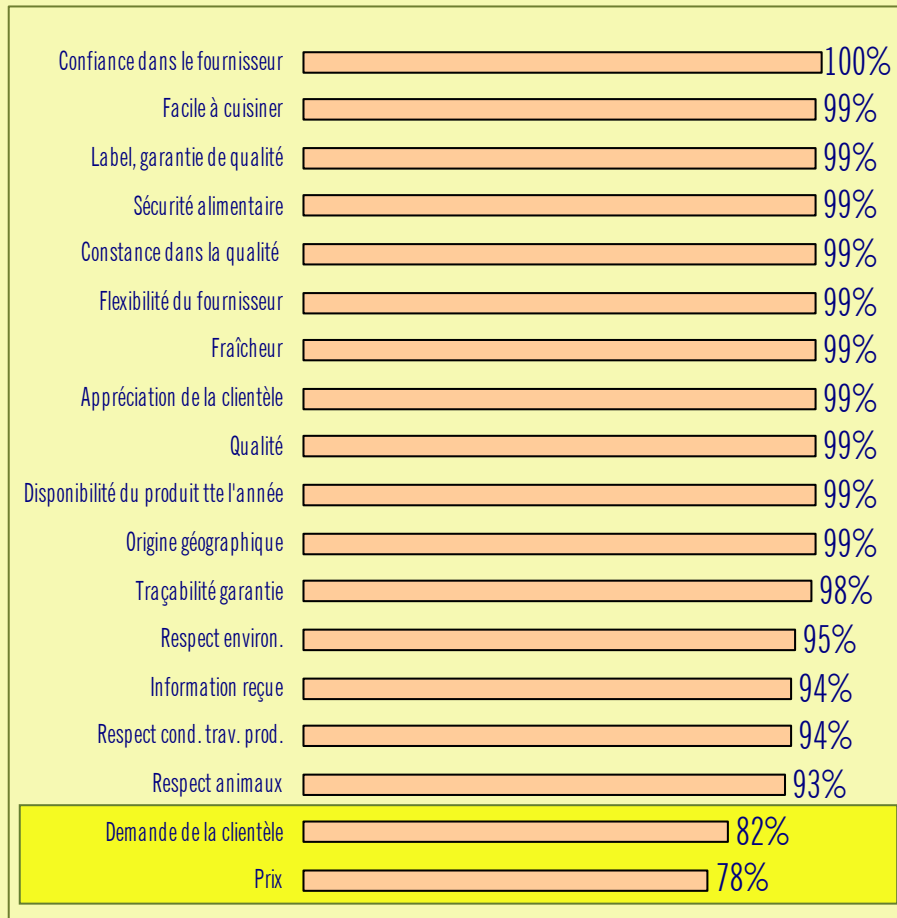


➤ Ce critère est-il important pour vous en ce qui concerne votre choix de viande?

- L'origine géographique et le respect de l'environnement sont des critères de choix de viande plus importants pour les restaurateurs qui optent pour de la viande bovine belge.
- Les acheteurs de viande bovine belge accordent également un peu plus d'importance aux critères éthiques (respect du bien-être des animaux, des conditions de travail) que les acheteurs de viande bovine étrangère.
- Globalement, les restaurateurs offrant uniquement de la viande bovine belge sont plus exigeants dans leur choix de viande (ils accordent une importance plus grande aux critères étudiés).

Base : hôtels et restaurants qui proposent de la viande bovine belge ou étrangère

Viande bovine belge : perceptions par les acheteurs

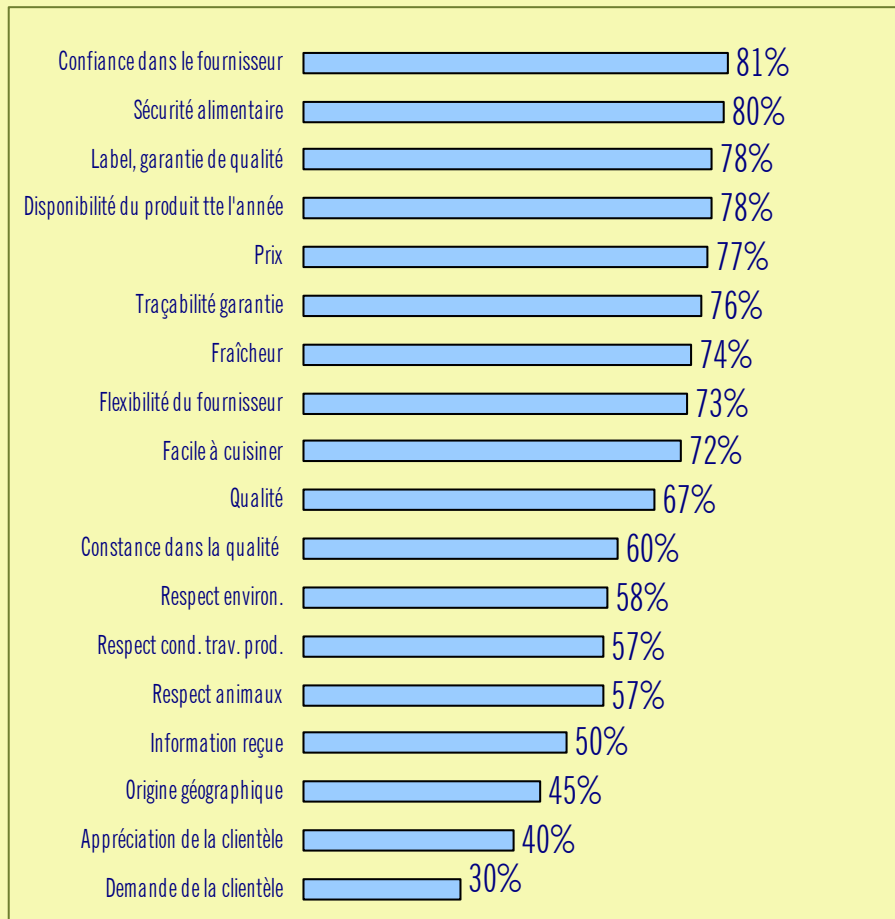


➤ Satisfaction par rapport aux critères (de la part des acheteurs de viande bovine belge)

- Les restaurateurs sont satisfaits de leur fournisseur et de la viande qu'il fournit par rapport aux différents critères étudiés.
- Cependant, un restaurateur sur cinq estime que le prix de la viande bovine belge n'est pas intéressant et ne perçoit pas de demande de sa clientèle pour des plats à base de viande bovine belge.
- Peu de restaurateurs ne sont pas satisfaits de la viande bovine belge quant aux critères éthiques et estiment qu'ils ne reçoivent pas assez d'information de la part de leur fournisseur.

Base : hôtels et restaurants qui proposent de la viande bovine belge

Viande bovine belge : perceptions par les non-acheteurs

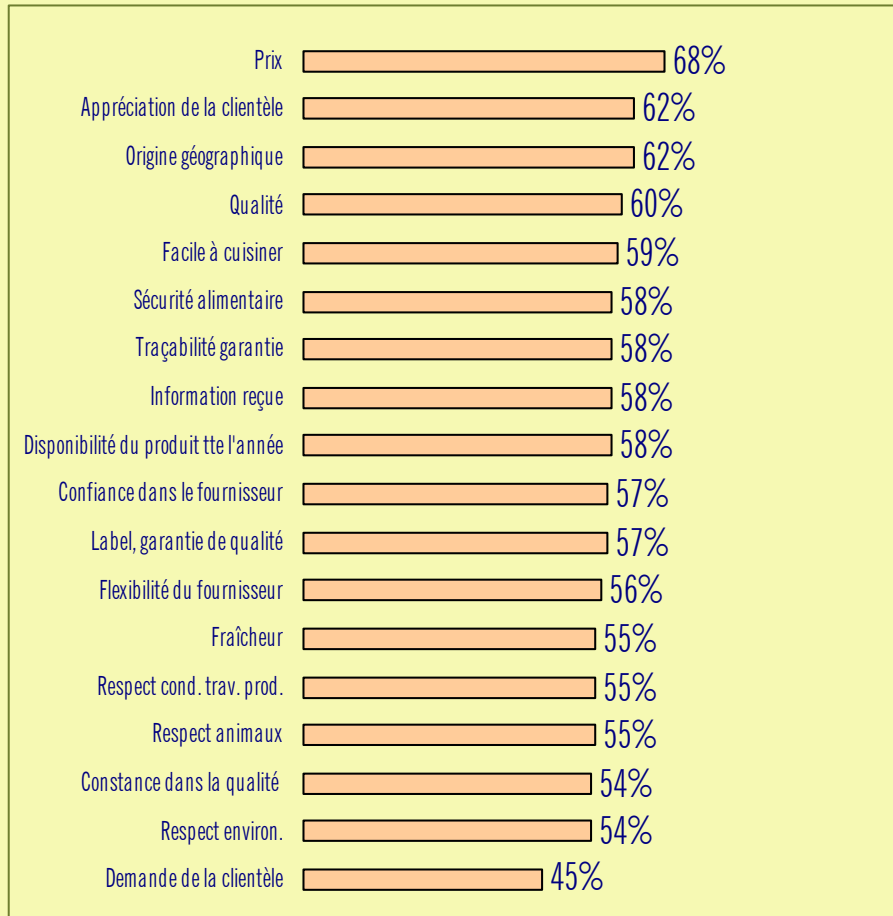


➤ Satisfaction par rapport aux critères (de la part des acheteurs de viande bovine étrangère)

- Les restaurateurs ont une perception plutôt moyenne de la viande bovine d'origine belge.
- Selon les critères, ils ont une perception plus ou moins positive de cette viande. En particulier, leur perception du respect des critères éthiques est moyenne et ils estiment que leur clientèle ne demande ni n'apprécie la viande bovine d'origine belge. Ils perçoivent également un manque d'information de la part des fournisseurs de viande bovine belge.

Base : hôtels et restaurants qui proposent de la viande bovine étrangère

Viande bovine étrangère : perceptions par les non-acheteurs

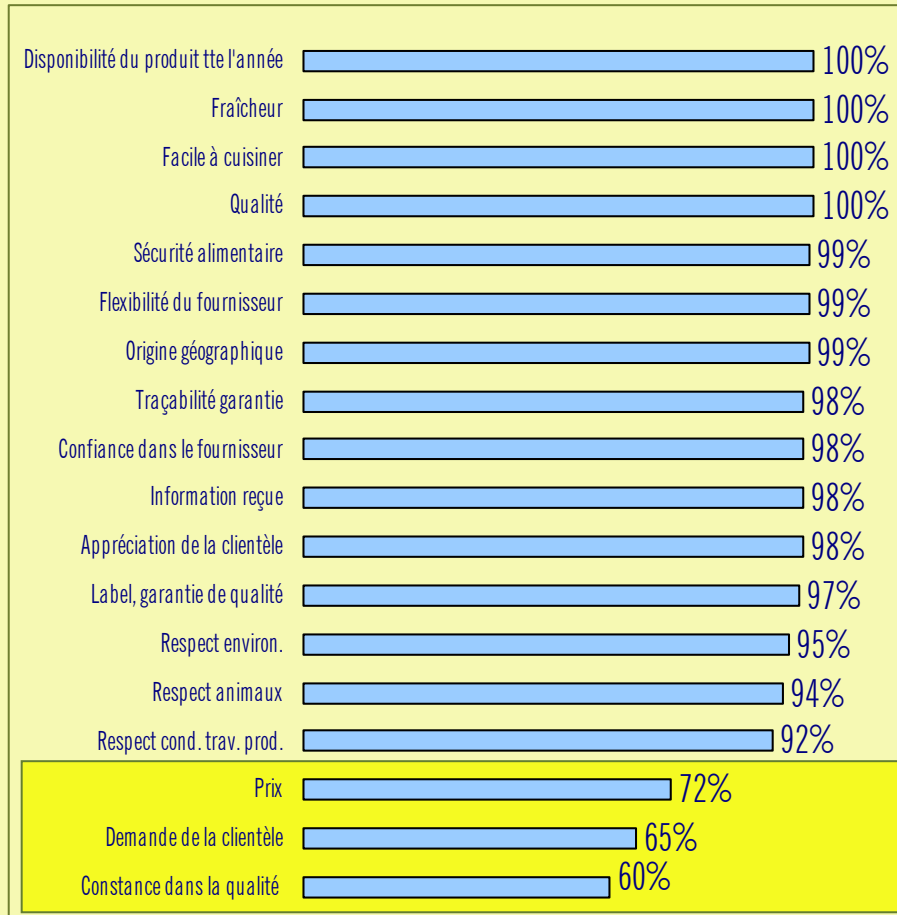


➤ Satisfaction par rapport aux critères (de la part des acheteurs de viande bovine belge)

- Les restaurateurs ont une perception moyennement positive de la viande bovine d'origine étrangère.
- En particulier, ils estiment qu'il y a peu de demande de la part de leur clientèle pour des plats à base de viande bovine d'origine étrangère.

Base : hôtels et restaurants qui proposent de la viande bovine belge

Viande bovine étrangère : perceptions par les acheteurs



➤ Satisfaction par rapport aux critères (de la part des acheteurs de viande bovine étrangère)

- Les restaurateurs sont satisfaits de leur fournisseur et de la viande qu'il fournit par rapport aux différents critères étudiés.
- Cependant, trois restaurateurs sur dix estiment que le prix de la viande bovine étrangère n'est pas intéressant et deux restaurateurs sur trois ne perçoivent pas de demande de leur clientèle pour des plats à base de viande bovine d'origine étrangère.
- De plus, quatre restaurateurs sur dix ne sont pas satisfaits de la constance de la qualité de la viande bovine d'origine étrangère qu'on leur fournit.
- Quelques restaurateurs ne sont pas satisfaits de la viande bovine étrangère quant au respect des critères éthiques.

Base : hôtels et restaurants qui proposent de la viande bovine étrangère

Viande bovine : perceptions - synthèse

La discrimination quant à la perception de la demande

- 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 leur part pour de la viande de cette provenance. De manière similaire, les acheteurs de viande étrangère posent le même raisonnement.
- Une étude menée auprès des consommateurs a montré que l'origine belge de la viande est un critère de choix important pour sept consommateurs sur dix.
- Les restaurateurs surestiment donc la demande de leur clientèle pour de la viande d'origine belge.

| Demande de la clientèle pour de la viande bovine d'origine (belge/étrangère) | <i>Viande bovine belge :</i> Satisfaction (importance dans le choix de la viande) | <i>Viande bovine étrangère :</i> Satisfaction (importance dans le choix de la viande) |
|--|--|--|
| Acheteurs | 82% (87%) | 65% (82%) |
| Non-acheteurs | 30% (87%) | 45% (82%) |

Viande bovine : perceptions - synthèse

Le prix

- Qu'ils soient acheteurs ou non-acheteurs, huit restaurateurs sur dix estiment que cette viande a un prix intéressant. D'autant que les restaurateurs estiment que la viande bovine étrangère est moins intéressante. Cependant, ils n'achètent pas (beaucoup) de la viande bovine belge. car ils ne perçoivent pas de demande de la part de leur clientèle. Or, les consommateurs sont 69% à choisir de préférence de la viande d'origine belge.
- L'intérêt des consommateurs pour la viande d'origine belge constitue un élément d'attraction de clientèle

| Prix | <i>Viande bovine belge :</i> Satisfaction par rapport au critère (importance du critère dans le choix de la viande) | <i>Viande bovine étrangère :</i> Satisfaction par rapport au critère (importance du critère dans le choix de la viande) |
|---------------|--|--|
| Acheteurs | 78% (79%) | 72% (80%) |
| Non-acheteurs | 77% (79%) | 68% (80%) |

Viande bovine : perceptions - synthèse

Le respect de l'environnement

- Les restaurateurs estiment que la viande achetée (quelque soit l'origine) est produite dans le respect de l'environnement. A l'inverse, ils pensent que la viande qu'ils n'achètent pas, n'est pas respectueuse de l'environnement. Cependant, ce critère de respect de l'environnement demeure secondaire dans le choix de la viande.
- Le critère de respect de l'environnement pour les productions wallonne pourrait devenir à terme un critère de différenciation.

| Respect de l'environnement | <i>Viande bovine belge :</i> Satisfaction (importance du critère dans le choix de la viande) | <i>Viande bovine étrangère :</i> Satisfaction (importance du critère dans le choix de la viande) |
|----------------------------|---|---|
| Acheteurs | 95% (68%) | 95% (59%) |
| Non-acheteurs | 58% (68%) | 54% (59%) |

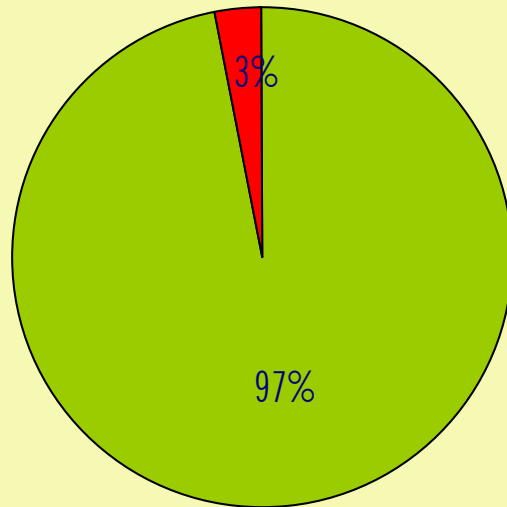
Viande bovine : perceptions - synthèse

La constance dans la qualité

- Les restaurateurs qui achètent de la viande bovine étrangère ne sont pas satisfaits de la constance de la qualité de cette viande. Or, ce critère est de première importance dans le choix de la viande. Malheureusement, ils ne perçoivent pas que la viande bovine d'origine belge est plus satisfaisante par rapport à ce critère tandis que les acheteurs de la viande d'origine belge sont tout à fait satisfaits.
- La constance dans la qualité constitue un critère de différenciation perçu aujourd'hui par le secteur Horeca qui utilise les produits. Par contre, ce critère demeure peu connu des non-acheteurs.

| Constance dans la qualité | <i>Viande bovine belge :</i> Satisfaction (importance du critère dans le choix de la viande) | <i>Viande bovine étrangère :</i> Satisfaction (importance du critère dans le choix de la viande) |
|---------------------------|---|---|
| Acheteurs | 99% (98%) | 60% (99%) |
| Non-acheteurs | 60% (98%) | 54% (99%) |

Viande bovine : utilisation



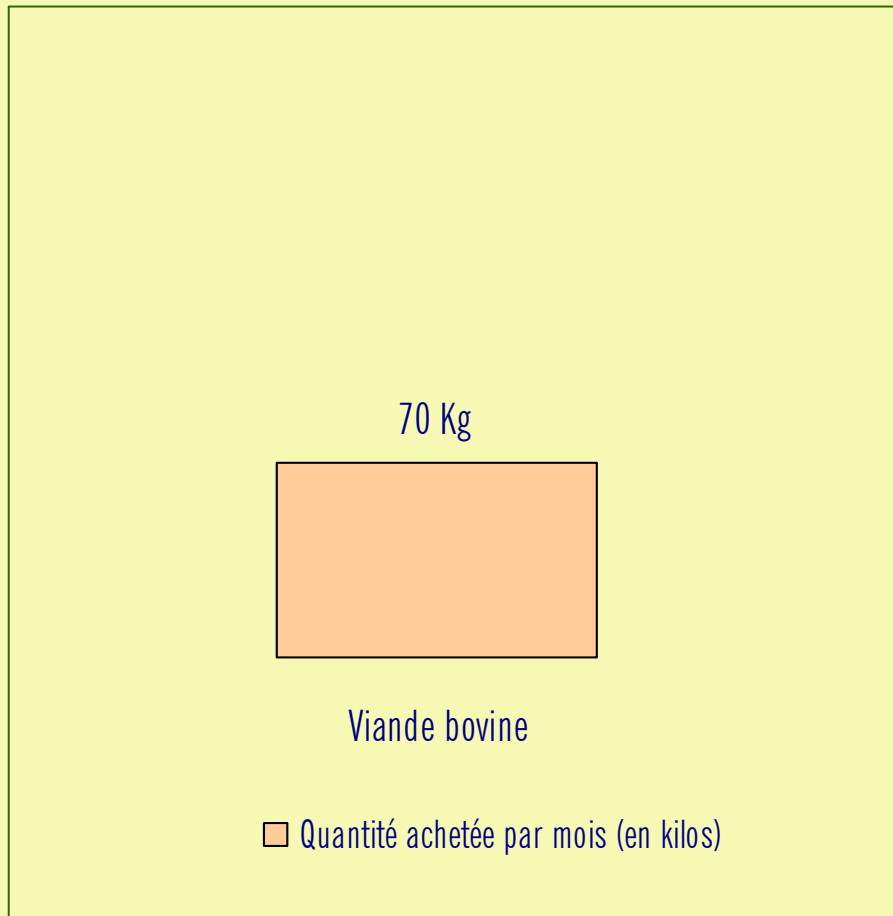
■ oui ■ non

➤ Utilisez-vous de la viande bovine dans vos préparations?

- Quasi tous les hôtels-restaurants et les restaurants interrogés proposent du bœuf dans leur menu ou en utilisent dans leurs préparations.

Base : échantillon total

Viande bovine : quantité achetée

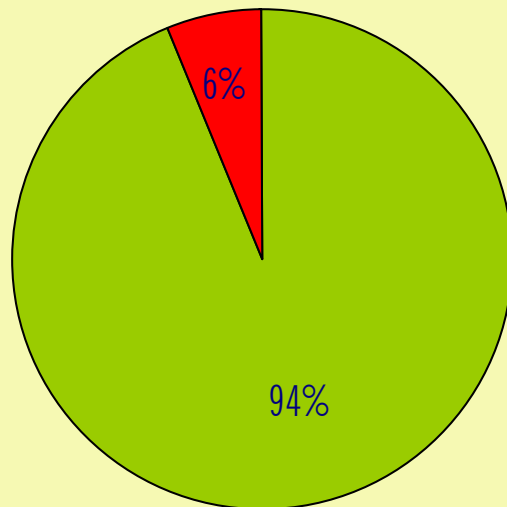


➤ Quelle quantité de viande bovine achetez-vous par mois (en kilos)?

- Les restaurateurs déclarent acheter en moyenne 70kg de viande bovine par mois.
- La quantité achetée dépend logiquement de la taille de l'établissement. Les restaurants de moins de 50 couverts achètent en moyenne 52kg de viande par mois et les restaurants de 100 couverts et plus, 118kg par mois.
- Les restaurateurs qui proposent de la cuisine italienne achètent en moyenne des quantités moindres (44 kg par mois).

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine

Viande bovine : connaissance de l'origine



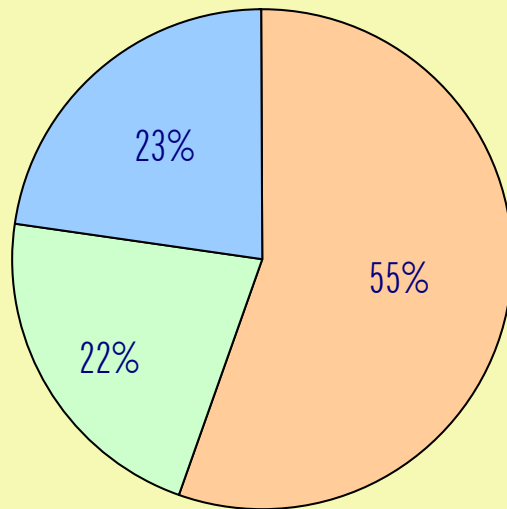
■ oui ■ non

➤ Connaissez-vous l'origine de la viande bovine que vous achetez?

- Quasi tous les restaurateurs interrogés déclarent connaître l'origine de la viande bovine qu'ils achètent et servent aux clients.

Base : hôtels et restaurants qui proposent de la viande bovine

Viande bovine : origine des achats



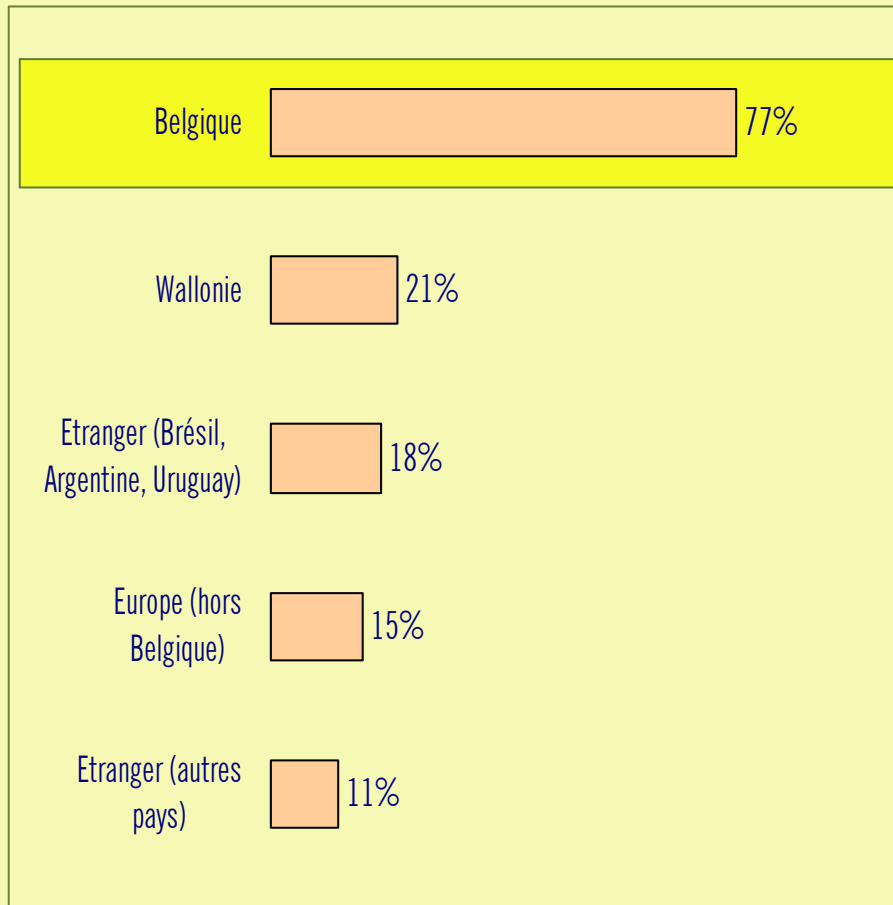
■ Viande bovine belge ■ Les 2
■ Viande bovine étrangère

➤ Achetez-vous...?

- Plus d'un restaurateur sur deux achète uniquement de la viande bovine d'origine belge.
- Près d'un restaurateur sur cinq ne sert que de la viande bovine d'origine étrangère à sa clientèle.
- Un restaurateur sur cinq achète à la fois de la viande bovine d'origine belge et étrangère.

Base : hôtels et restaurants qui proposent de la viande bovine

Viande bovine : origine des achats

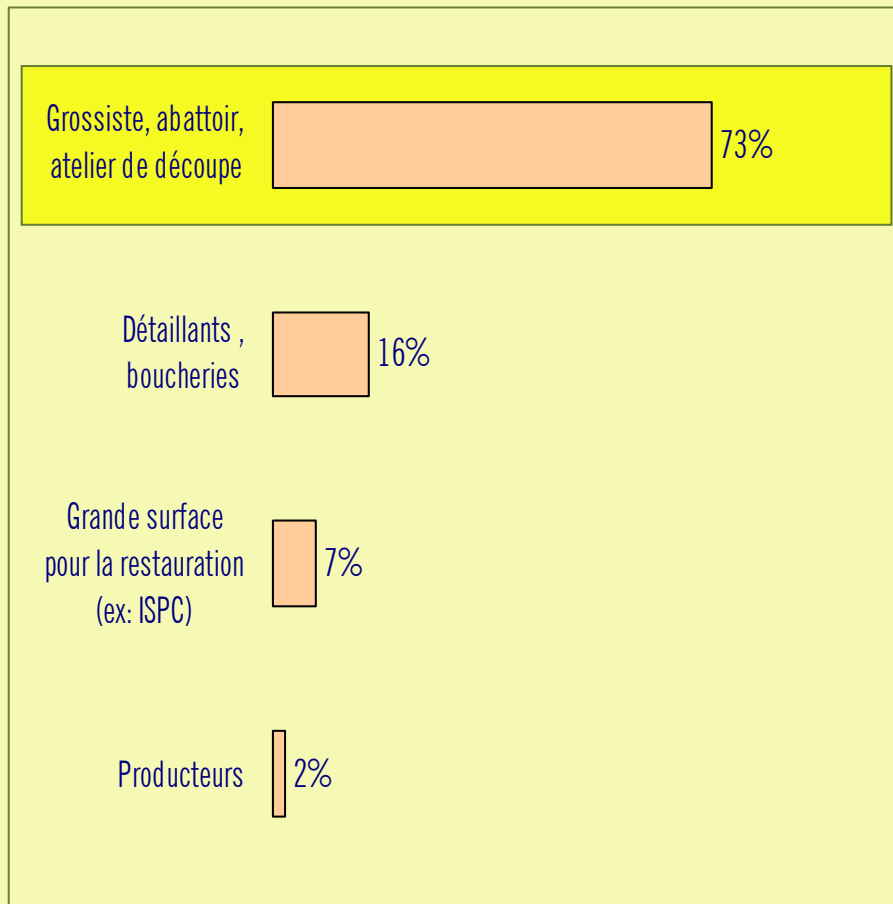


➤ Origine de la viande bovine

- Plus de trois restaurateurs sur quatre proposent de la viande bovine d'origine belge à leurs clients.
- Un restaurateur sur cinq achète de la viande d'origine wallonne. Moins d'un restaurateur sur cinq propose de la viande provenant du Brésil, de l'Uruguay ou d'Argentine.
- Les hôtels et restaurants de grande taille (25 employés ou plus) sont plus nombreux à proposer de la viande bovine d'origine européenne (hors Belgique) (42%) et moins nombreux à proposer de la viande bovine belge (57%).
- La viande bovine d'origine wallonne est d'avantage servie par les restaurateurs francophones (39%) et moins par les néerlandophones (2%).

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine et connaissent l'origine ; plusieurs réponses possibles

Viande bovine : lieu d'achat



➤ Auprès de quel type de fournisseur l'achetez-vous principalement...

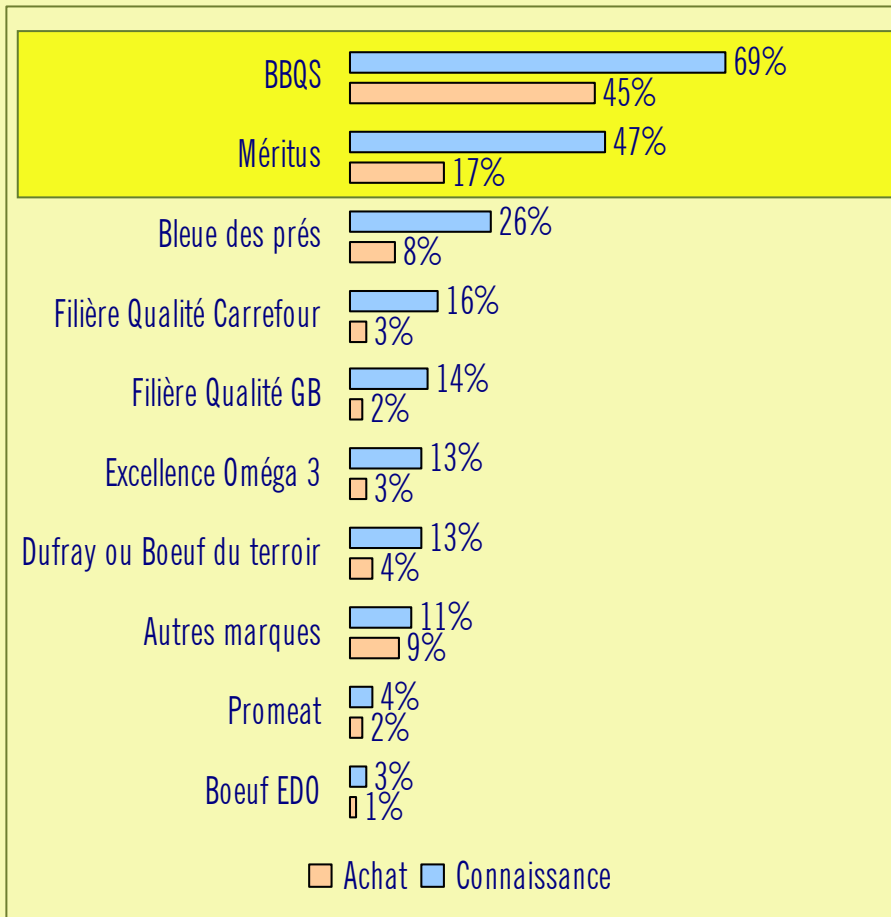
- Les restaurateurs se fournissent en viande bovine principalement auprès des grossistes, des abattoirs, des ateliers de découpe.
- 16% d'entre eux se fournissent auprès de boucheries, de détaillants.
- Moins d'un restaurateur sur dix achète sa viande bovine dans les grandes surfaces spécialisées.
- Rares sont les restaurateurs qui achètent directement auprès des producteurs.

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine

Viande bovine : zones de chalandise

- La zone de chalandise est la zone d'attraction maximale de la clientèle (les restaurateurs) par un fournisseur.
- Dans le cas des achats de viande bovine par les restaurateurs:
 - La zone de chalandise primaire (qui comprend 78% des acheteurs) s'étend de 0 à 10 km autour du fournisseur.
 - La zone de chalandise secondaire (qui comprend 19% des acheteurs) s'étend de 11 à 80 km.
 - La zone de chalandise tertiaire (qui comprend 3% des acheteurs) s'étend au delà de 80 km.
- En moyenne, la distance entre l'établissement et le fournisseur de viande bovine est de 11.3 km.
- La proximité du fournisseur est donc un critère de choix important pour les restaurateurs, la majorité d'entre eux se fournissant auprès d'un fournisseur situé dans un rayon de 10 km autour de leur établissement.

Viande bovine : marques

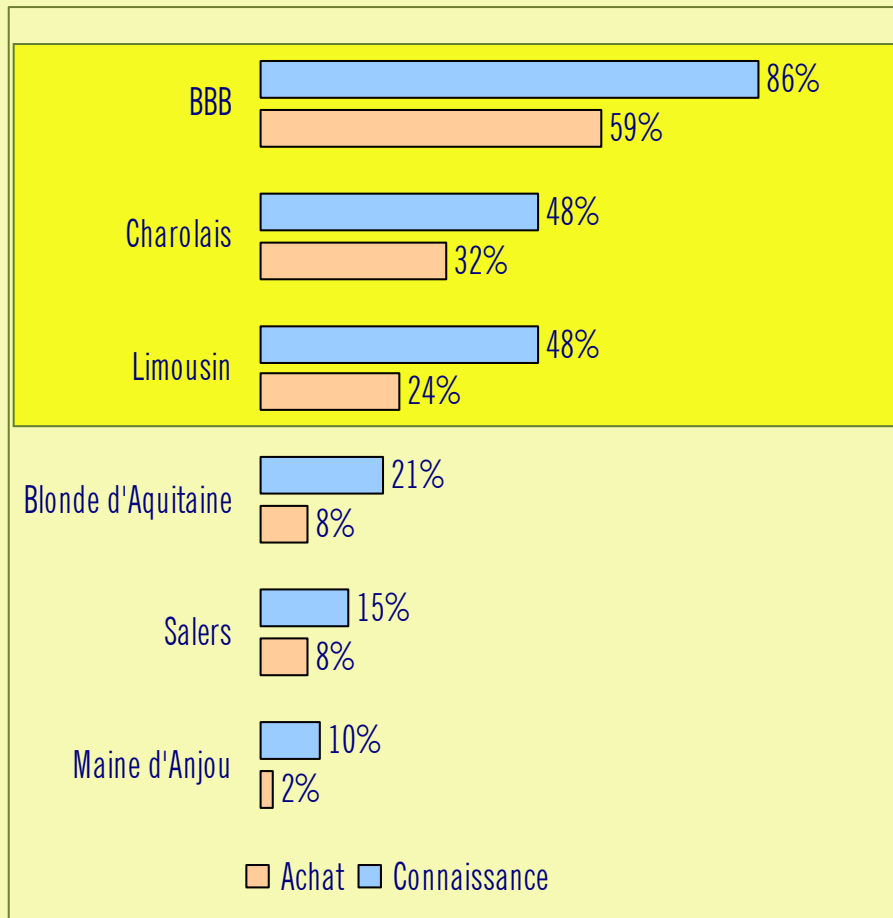


- Quelles marques de viande bovine connaissez-vous?
- Quelles marques de viande bovine achetez-vous?

- Les marques les plus connues des restaurateurs belges sont BBQS et Méritus (par 69% et 47% des restaurateurs respectivement). Ce sont également les marques les plus achetées : près d'un restaurateur sur deux achète de la viande bovine BBQS et un sur cinq de la viande bovine Méritus.
- La marque Bleu des prés est connue d'un restaurateur sur quatre mais moins de 10% d'entre eux en achète.
- Des différences significatives apparaissent entre les régions. Ainsi, les restaurateurs néerlandophones sont moins nombreux à connaître les marques Excellence Oméga 3, Dufray ou Boeuf du terroir. Les restaurateurs francophones sont plus nombreux à connaître la marque Excellence Oméga 3.
- Les marques Bleu des prés et Méritus sont moins connues auprès des restaurateurs proposant de la cuisine italienne.

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine; plusieurs réponses possibles

Viande bovine : races

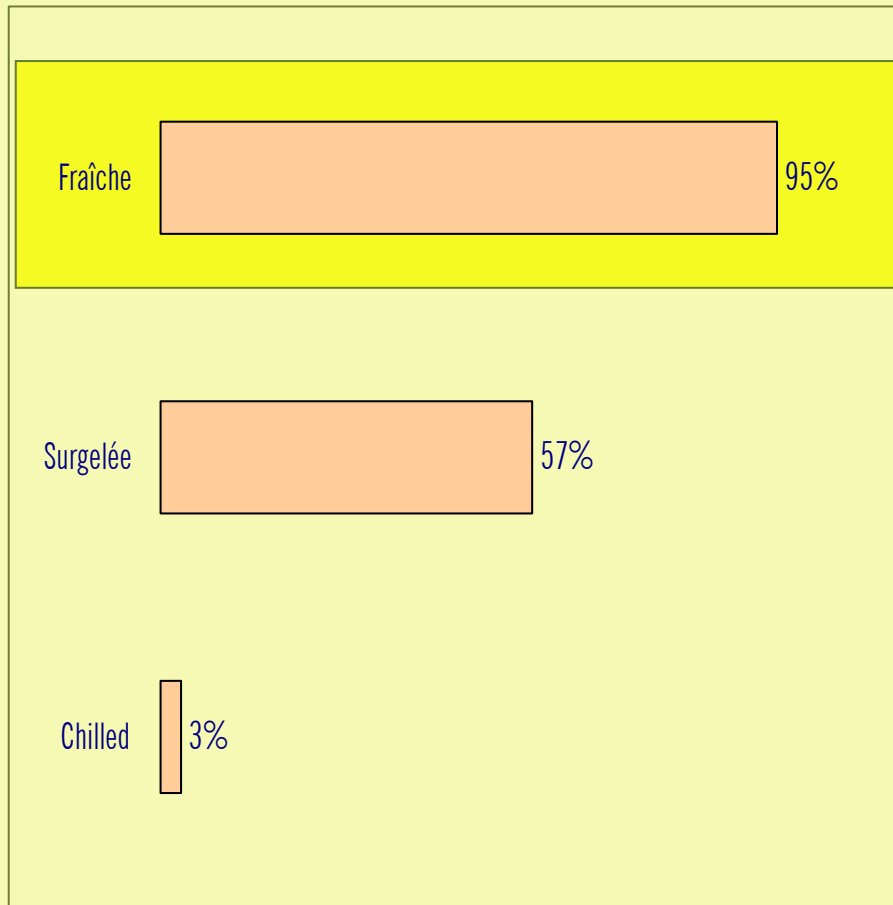


- Quelles races de viande bovine connaissez-vous?
- Quelles races de viande bovine achetez-vous?

- La race BBB est la plus connue en Belgique; elle est achetée par six restaurateurs sur dix.
- Les races Charolais et Limousin sont connues d'un restaurateur sur deux. Un restaurateur sur trois déclare qu'il achète de la viande bovine de race Charolaise et un sur quatre de race Limousine.
- Les restaurateurs sont un sur cinq à connaître la race Blonde d'Aquitaine et un sur dix à en cuisiner.
- Les races Salers et Maine d'Anjou sont moins largement connues.
- Des différences significatives apparaissent entre les régions. Ainsi, les restaurateurs néerlandophones sont moins nombreux à connaître les races Maine d'Anjou, Blonde d'Aquitaine et Charolais. Les Francophones sont plus nombreux à connaître la race Charolais.

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine; plusieurs réponses possibles

Viande bovine : type

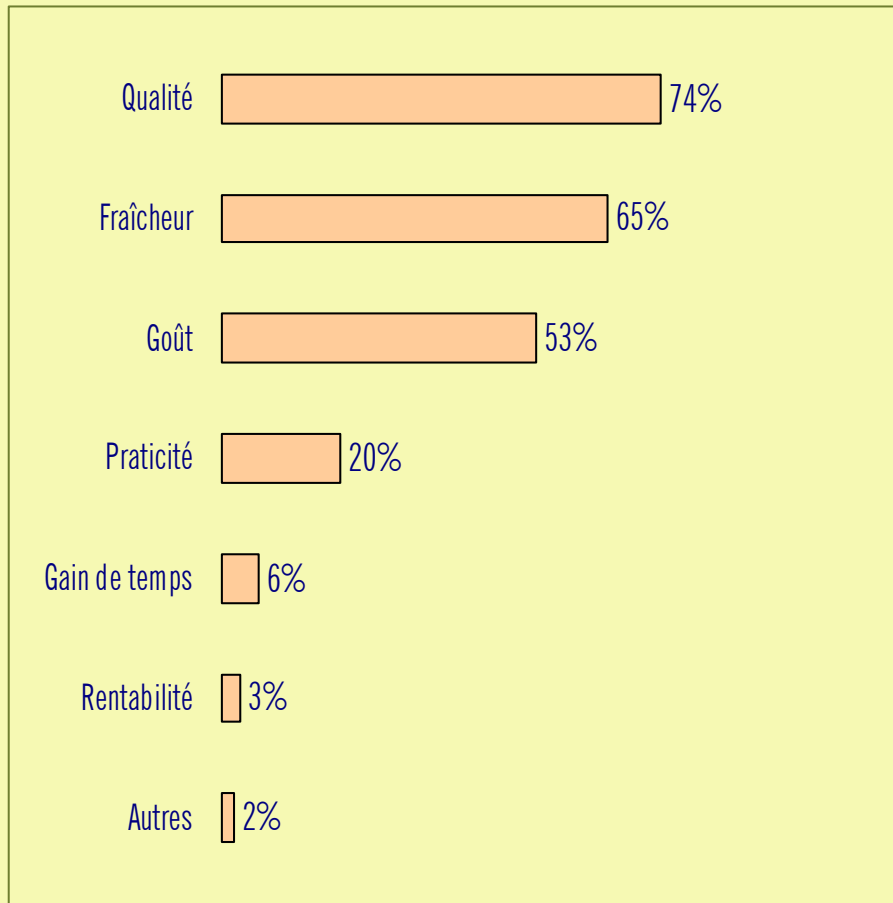


➤ Achetez-vous la viande bovine...?

- La quasi totalité des restaurateurs achète leur viande bovine fraîche.
- Parmi ceux-ci, plus d'un restaurateur sur deux achète également de la viande bovine surgelée. En particulier, les hôtels sont plus nombreux à acheter leur viande surgelée (66%), de même que les établissements néerlandophones (65%) et les établissements employant 25 personnes ou plus (76%). Les restaurateurs proposant de la cuisine belge sont moins nombreux à acheter de la viande surgelée (44%).
- Rares sont les restaurateurs qui achètent de la viande bovine chilled (nouvelle technique de conservation sous atmosphère contrôlée qui permet de conserver la viande simplement réfrigérée pendant plusieurs semaines).

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine; plusieurs réponses possibles

Viande bovine fraîche : motifs d'achat

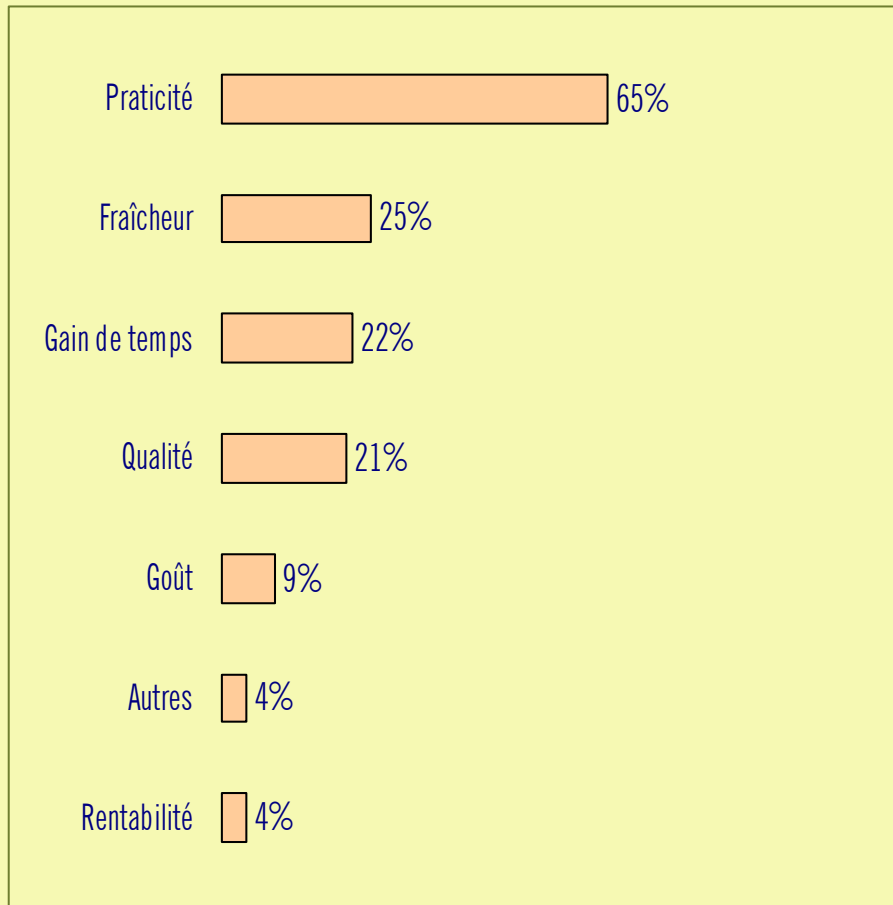


➤ Pour quelles raisons? (frais)

- Une grande majorité de restaurateurs achète leur viande bovine fraîche (95%).
- Les restaurateurs choisissent de préférence de la viande bovine vendue fraîche car ils accordent de l'importance à la qualité, à la fraîcheur et au goût de la viande qu'ils proposent.
- Les restaurateurs néerlandophones citent d'avantage le critère du goût pour justifier leur choix de viande bovine fraîche (81%); les restaurateurs francophones moins (27%).

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine achetée fraîche; plusieurs réponses possibles

Viande bovine surgelée : motifs d'achat

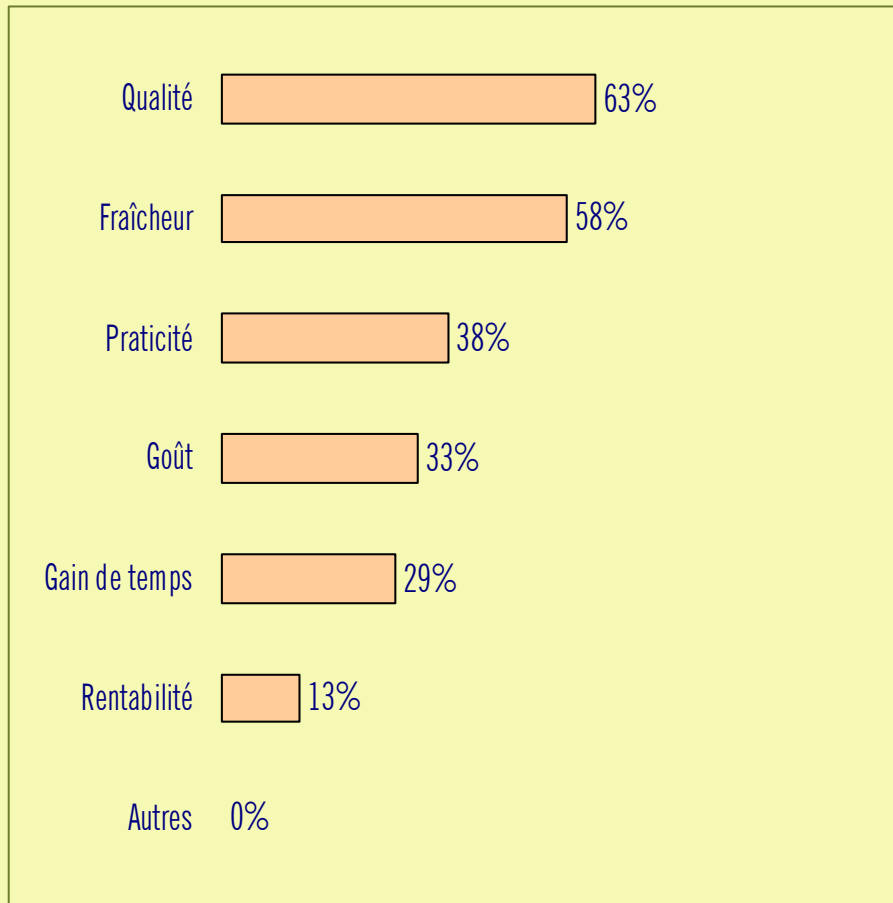


➤ Pour quelles raisons? (surgelé)

- Près de six restaurateurs sur dix achètent de la viande bovine surgelée et ceci pour des raisons de praticité principalement. En particulier, les hôtels (76%) et les établissements francophones (89%) sont plus nombreux à citer cet avantage.
- Les autres raisons citées pour expliquer ce choix sont la fraîcheur, le gain de temps et la qualité. Les établissements néerlandophones sont plus nombreux à citer l'avantage du gain de temps (35%).

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine achetée surgelée; plusieurs réponses possibles

Viande bovine chilled : motifs d'achat

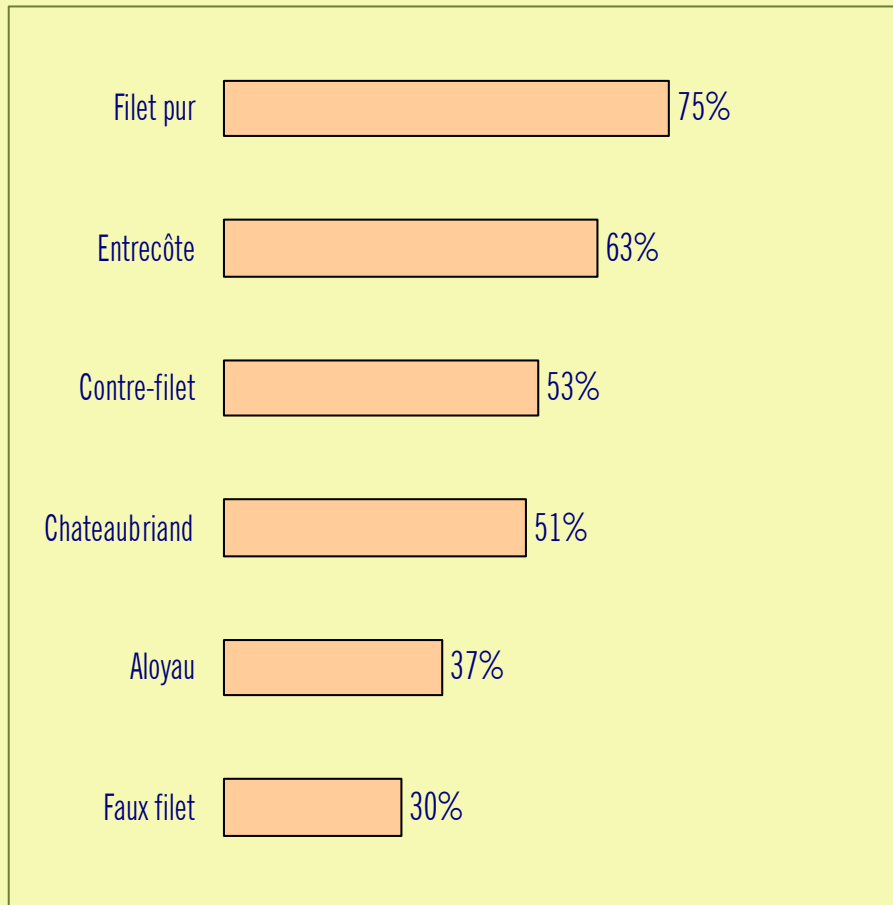


➤ Pour quelles raisons? (chilled)

- Seuls 3 % des restaurateurs achètent de la viande bovine « chilled ». Ils citent de nombreuses raisons qui guident leur choix mais en particulier la qualité et la fraîcheur de la viande conservée selon ce processus.

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine achetée « chilled »; plusieurs réponses possibles

Viande bovine : morceaux cuisinés (poêle)

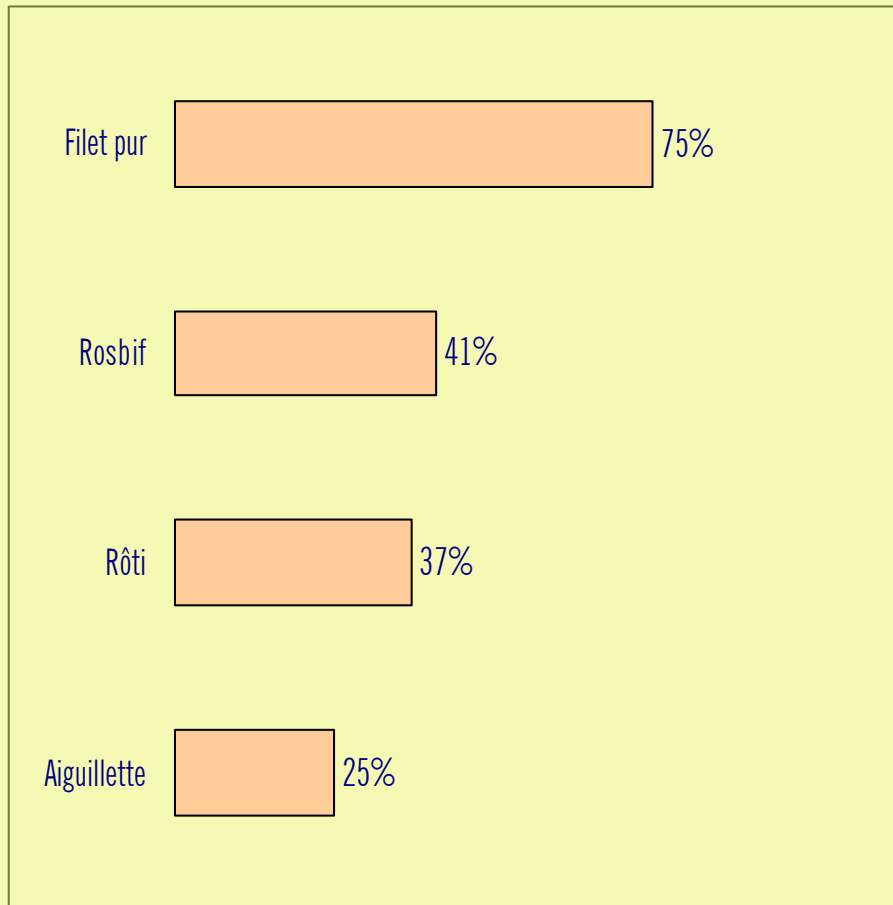


➤ Cuisinez-vous...?

- Parmi les morceaux de viande à poêler, trois restaurateurs sur quatre proposent du filet pur, deux sur trois de l'entrecôte, un sur deux du contre-filet et du Chateaubriand. L'ailou et le faux filet ne sont proposés que dans un tiers des restaurants.
- Des différences par régions apparaissent : en Wallonie et à Bruxelles, on sert d'avantage de contre-filet (66%) et de l'entrecôte (77%). Par contre, en Flandre, les restaurateurs sont moins nombreux à servir ces morceaux de viande (38% et 47%) et servent d'avantage du filet pur (83%).
- Le faux filet est moins souvent servi dans les hôtels-restaurants (18%) et dans les restaurants de cuisine traditionnelle (13%).

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine ; plusieurs réponses possibles

Viande bovine : morceaux cuisinés (four)

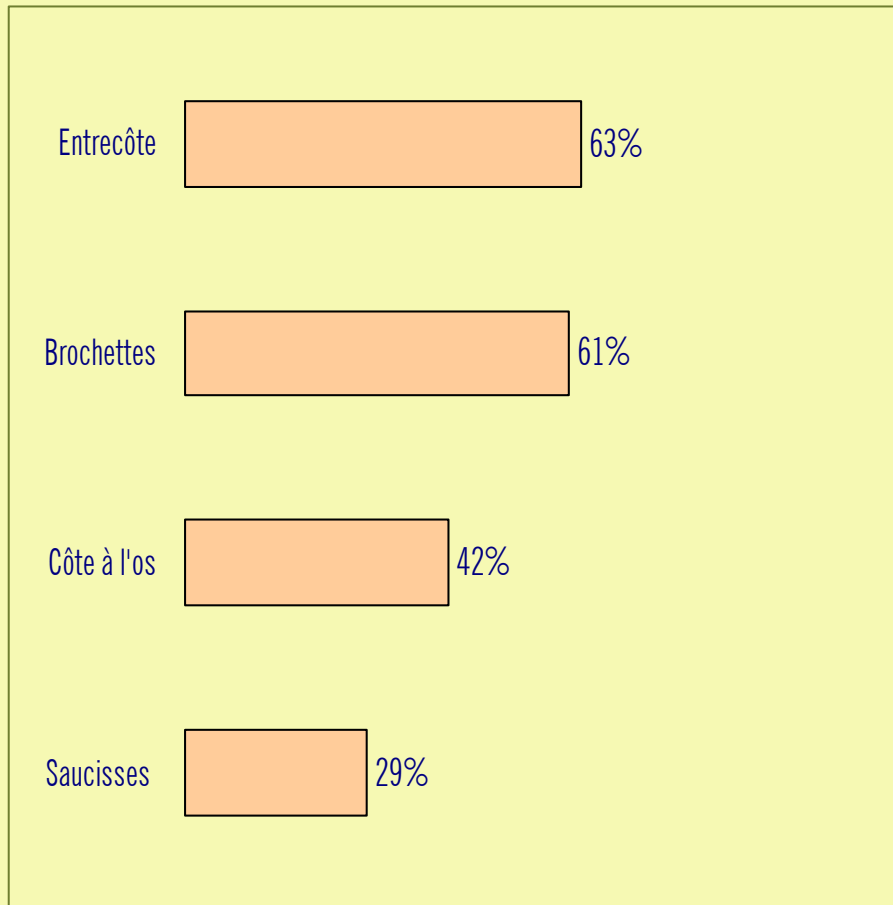


➤ Cuisinez-vous...?

- Parmi les morceaux de viande que l'on cuit traditionnellement au four, les restaurateurs proposent principalement du filet pur (trois établissements sur quatre).
- Quatre restaurateurs sur dix cuisinent du rosbif et/ou du rôti.
- L'aiguillette est moins fréquemment au menu : seul un établissement sur cinq en prépare.

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine ; plusieurs réponses possibles

Viande bovine : morceaux cuisinés (grill)

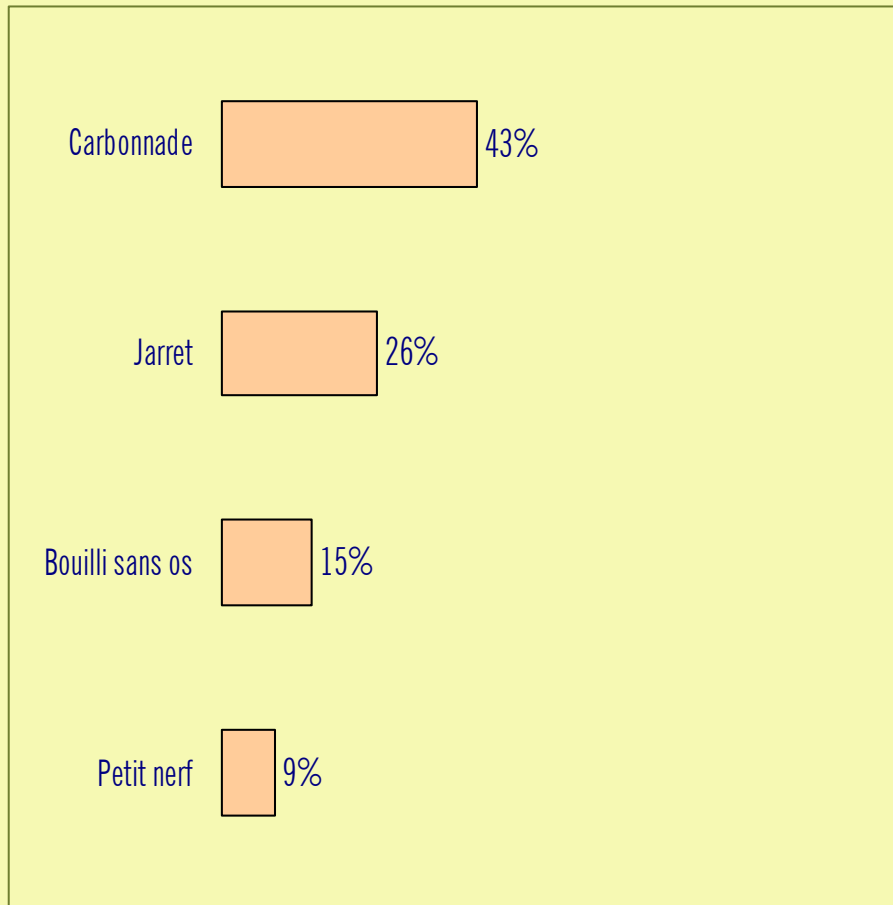


➤ Cuisinez-vous...?

- Parmi les morceaux de viande à griller, six restaurateurs sur dix proposent des brochettes et/ou des entrecôtes. quatre restaurateurs sur dix proposent des côtes à l'os et trois sur dix, des saucisses.
- Des différences par régions apparaissent : en Wallonie et à Bruxelles, on sert d'avantage de l'entrecôte (77%) mais moins de brochettes (49%). Par contre, en Flandre, les restaurateurs sont moins nombreux à servir de l'entrecôte (47%) et d'avantage des brochettes (74%).

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine ; plusieurs réponses possibles

Viande bovine : morceaux cuisinés (mijotage)

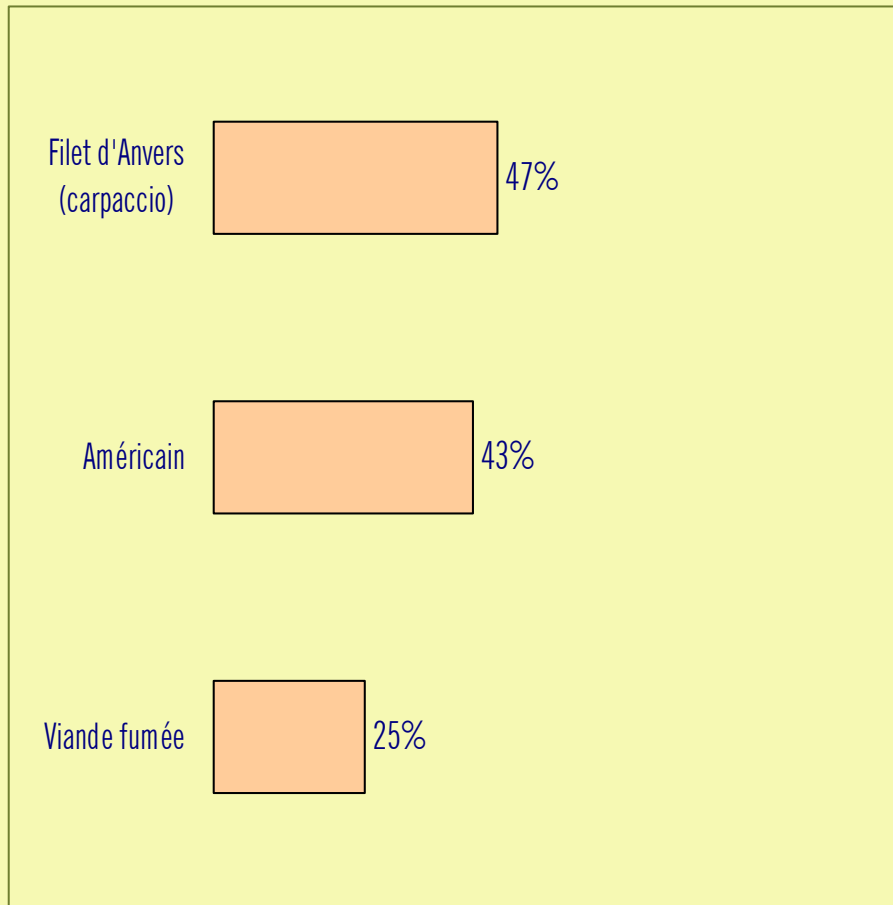


➤ Cuisinez-vous...?

- A l'exception des carbonnades (plat traditionnel belge), les morceaux de viande bovine à faire mijoter sont assez peu au menu des restaurateurs en Belgique.
- Le bouilli sans os est d'avantage servi en Wallonie et à Bruxelles (23%) qu'en Flandre (6%).

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine ; plusieurs réponses possibles

Viande bovine : morceaux cuisinés (viande crue)



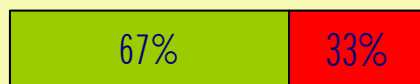
➤ Cuisinez-vous...?

- Environ un restaurateur sur deux propose de la viande crue à ses clients (américain, carpaccio) et un quart d'entre eux propose également de la viande fumée.
- En particulier, les établissements employant 25 personnes et + sont plus nombreux à servir du carpaccio (69%) et de la viande fumée (50%). Les établissements employant de 10 à 25 personnes sont plus nombreux à proposer de l'américain (64%).

Base : hôtels/restaurants qui proposent de la viande bovine ; plusieurs réponses possibles

Fournisseurs : attentes

Les fournisseurs de matières premières devraient proposer des produits plus élaborés, plus préparés



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer des produits qui permettent un gain de temps supplémentaire



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer des produits dans des conditionnements plus adaptés à nos besoins



Les fournisseurs de matières premières devraient être plus flexibles quant aux quantités, volumes de produits livrés



■ D'accord ■ Pas d'accord

➤ Etes-vous d'accord ou pas avec cette affirmation?

- Plus de deux restaurateurs sur trois désireraient que leur fournisseur leur propose des produits plus élaborés, plus préparés.
- Six restaurateurs sur dix estiment que les fournisseurs devraient proposer des produits qui permettent un gain de temps.
- Plus d'un restaurateur sur deux aspire à plus de flexibilité de la part de son fournisseur au niveau:
 - Conditionnement des produits
 - Quantités, volumes de produits livrés
 - Heures et fréquences de livraison des produits

Base : échantillon total

Fournisseurs : attentes

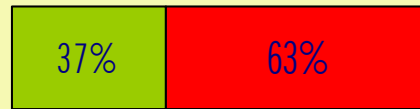
Les fournisseurs de matières premières devraient être plus flexibles quant aux heures et fréquence de livraison



Les fournisseurs de matières premières devraient fournir plus d'informations concernant leurs produits



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer plus d'actions promotionnelles



■ D'accord ■ Pas d'accord

➤ Etes-vous d'accord ou pas avec cette affirmation?

- Près d'un restaurateur sur deux aspire également à recevoir plus d'informations concernant les produits de la part de leur fournisseur.
- Seul un restaurateur sur trois estime que leur fournisseur devrait proposer plus d'actions promotionnelles.

Base : échantillon total

Fournisseurs : attentes

Les fournisseurs de matières premières devraient proposer du matériel publicitaire à disposer dans l'établissement (pour les fêtes, etc.)



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer des démonstrations techniques sur la mise en oeuvre de leurs produits



Les fournisseurs de matières premières devraient proposer de nouvelles recettes en fonction des tendances



Les fournisseurs de matières premières devraient prodiguer des conseils pour la mise en oeuvre de certaines recettes



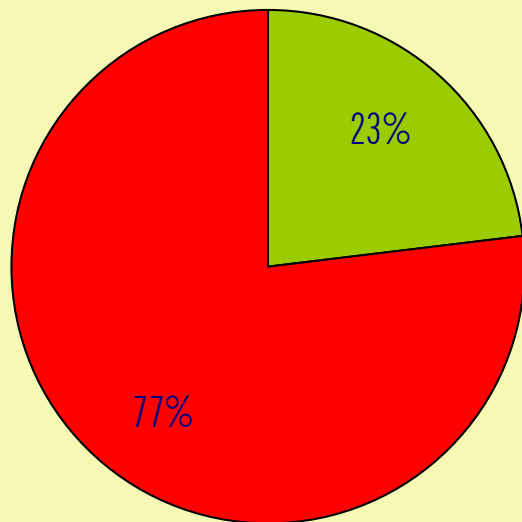
■ D'accord ■ Pas d'accord

➤ Etes-vous d'accord ou pas avec cette affirmation?

- Les restaurateurs sont favorables à une augmentation des services rendus par les fournisseurs. En particulier, deux restaurateurs sur trois aimeraient recevoir du matériel publicitaire à disposer dans l'établissement.
- Environ un restaurateur sur deux se dit intéressé par la proposition de nouvelles recettes en fonction des tendances et des conseils pour la mise en oeuvre de recettes. Plus de la moitié d'entre eux aimeraient assister à des démonstrations techniques sur la mise en oeuvre des matières premières (en particulier les néerlandophones (63%).

Base : échantillon total

Information : satisfaction



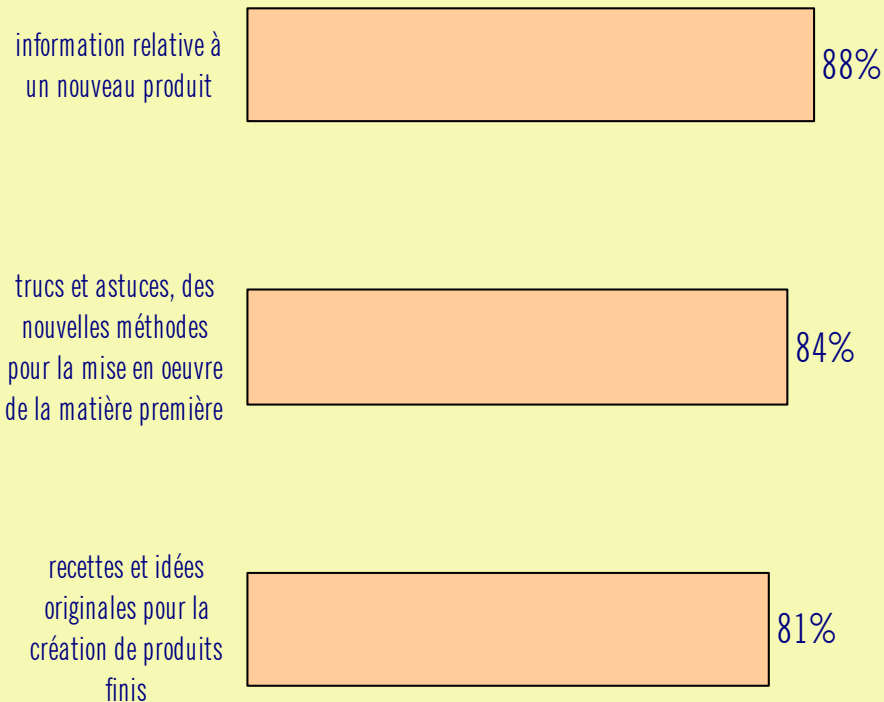
■ satisfait ■ pas satisfait

➤ En général, êtes-vous satisfait des informations reçues par votre fédération professionnelle?

- Les restaurateurs se disent globalement insatisfaits des informations reçues de leur fédération professionnelle.
- Les Francophones sont un peu plus nombreux à en être satisfaits (31%); les Néerlandophones un peu moins (15%).
- Explication....

Base : échantillon total

Information : thématiques

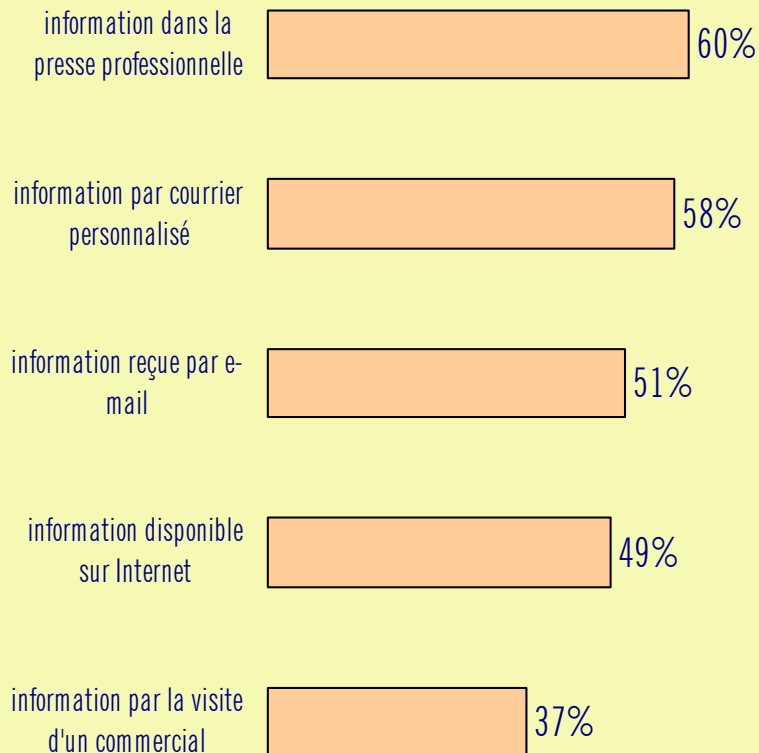


➤ Voici une série d'informations que vous pouvez recevoir de votre fournisseur. Cette information vous semble t'elle intéressante?

- Les restaurateurs expriment leur intérêt de recevoir de l'information à la fois, sur des nouveaux produits, des recettes et idées originales pour la création de produits finis (plats), et des astuces, nouvelles méthodes pour mettre en oeuvre la matière première.

Base : échantillon total

Information : canaux

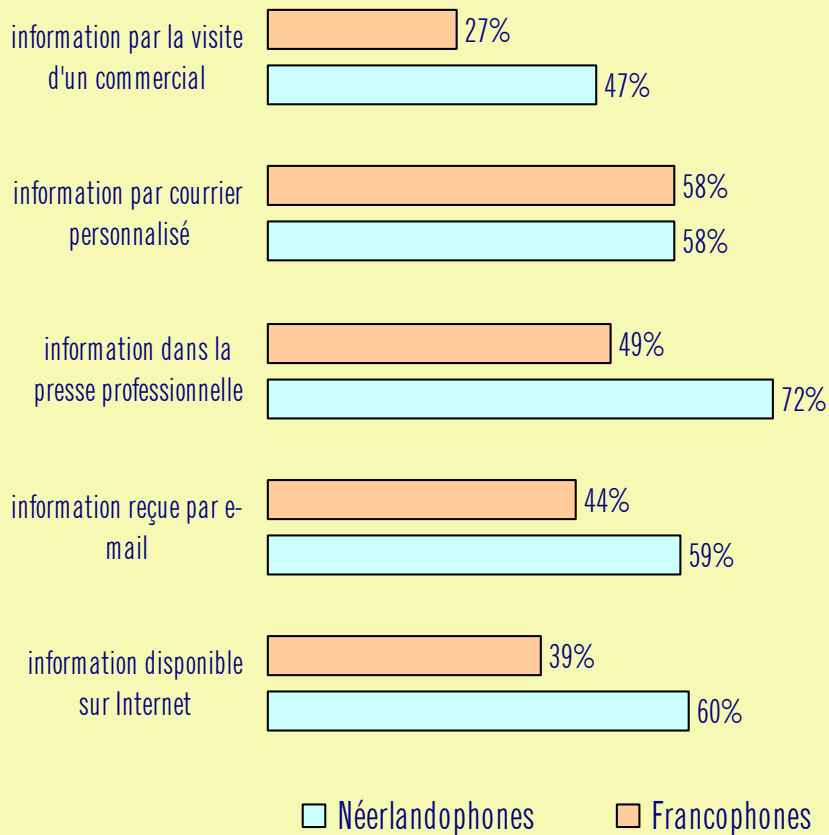


➤ Voici une série de moyens pour recevoir de l'information de vos fournisseurs. Ce moyen vous semble t'il intéressant?

- Les canaux d'information privilégiés par les restaurateurs pour recevoir de l'information de leur(s) fournisseur(s) sont la presse professionnelle et le courrier personnalisé.
- Recevoir de l'information par voie électronique remporte moins de suffrages : un restaurateur sur deux désire recevoir de l'information par ce biais.
- Seul un tiers des répondants estime intéressant de recevoir de l'information par la visite d'un commercial.

Base : échantillon total

Information : canaux - différences par profil

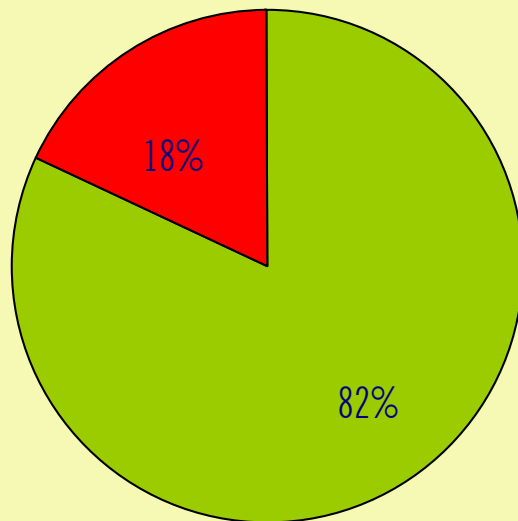


➤ Voici une série de moyens utilisés pour recevoir de l'information de vos fournisseurs. Ce moyen vous semble t'il intéressant?

- Des différences significatives existent entre régions.
- Les canaux d'information privilégiés par les restaurateurs francophones pour recevoir de l'information de leur(s) fournisseur(s) sont le courrier personnalisé, la presse professionnelle et les e-mails.
- Les restaurateurs néerlandophones privilégient la presse professionnelle, l'Internet et les courriers personnalisés. Contrairement aux Francophones, les restaurateurs néerlandophones sont plus nombreux à être favorables à recevoir de l'information par Internet.

Base : échantillon total

Information : canal Internet



■ oui
■ non

➤ Disposez-vous d'une connexion Internet?

- Plus de huit restaurateurs sur dix disposent d'une connexion Internet.
- En particulier, les hôtels (91%), les établissements employant de 10 à 25 personnes (93%) sont plus nombreux à être connectés.

Base : échantillon total

Conclusions

Profil des établissements de l'Horeca

- En Belgique, plus de dix mille hôtels, restaurants, cafés, tavernes, pubs etc. proposent leurs services. Les établissements de l'horeca sont présents sur l'ensemble du territoire mais sont plus nombreux dans les régions touristiques et fort peuplées. Ainsi, la Flandre occidentale comporte le plus grand nombre d'établissements de l'Horeca.
- Les hôtels n'offrent pas tous un service de restauration à leurs clients : les hôtels établis dans les régions peu touristiques offrent plus rarement ce service tandis que les hôtels situés dans des régions touristiques l'offrent majoritairement. Les restaurants, cafés, tavernes offrant un service restauration sont très nombreux en Belgique et leur concentration dépend de la densité de population de la région.
- La plupart des hôtels et restaurants ne comporte qu'un établissement, employant généralement moins de 10 personnes. Les hôtels sont généralement de petite taille : sept hôtels sur dix disposent d'une capacité de moins de 25 chambres. Les restaurants ont des capacités plus variées : le nombre de couverts varie de quelques couverts à plus de 100.
- Les types cuisines sont variées mais plus de trois établissements sur quatre offrent à leur clients de la cuisine française, belge ou traditionnelle.

Conclusions

Consommation de viande bovine

- La plupart des restaurateurs servent de la viande bovine au menu. Dans la moitié des établissements, c'est de la viande d'origine belge (wallonne dans quatre établissements francophones sur dix). Un établissement sur cinq ne propose que de la viande bovine d'origine étrangère.
- 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, ils achètent environ 840 kg de viande bovine par an.
- La proximité du fournisseur est un aspect important aux yeux des restaurateurs : près de huit restaurateurs sur dix se fournissent auprès d'un point de vente situé dans un rayon de 10 km autour de leur établissement.
- La marque de viande la plus connue en Belgique est BBQS (sept restaurateurs sur dix la connaissent); c'est également la marque la plus largement achetée (par la moitié des restaurateurs). La marque Méritus est également connue et achetée par un restaurateur sur cinq. Au niveau des races, le bœuf blanc bleu belge est le plus consommé en Belgique.

Conclusions

- La majorité des restaurateurs achète de la viande bovine fraîche (pour la qualité, la fraîcheur et le goût) mais, la moitié d'entre eux achète également de la viande surgelée, surtout dans les hôtels, les établissements de grande taille en Flandre, pour des raisons de praticité.
- Les restaurateurs proposent de nombreux morceaux différents à leurs clients mais les morceaux de viande à poêler et à griller sont plus largement proposés. Trois restaurateurs sur quatre proposent du filet pur, six sur dix des entrecôtes, des brochettes et la moitié d'entre eux propose du contre-filet et/ou du chateaubriand.
- Lorsqu'ils achètent de la viande bovine, 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. Par contre, le respect de l'environnement et l'origine géographique de la viande sont des critères jugés moins importants.
- Globalement, les restaurateurs offrant uniquement de la viande bovine belge à leurs clients sont plus exigeants dans leur choix de viande (ils accordent une importance plus grande aux critères étudiés) que les acheteurs de viande bovine étrangère.

Conclusions

- En effet, ces derniers accordent un peu moins d'importance aux critères éthiques (respect de l'environnement, du bien-être des animaux, des conditions de travail) que les acheteurs de viande bovine belge. L'origine géographique est également un critère de choix de la viande plus important pour les restaurateurs qui optent pour de la viande bovine belge.

Les relations avec les fournisseurs de viande bovine

- Les restaurateurs se déclarent satisfaits de leurs fournisseurs quant aux critères étudiés.
- Cependant, un acheteur de viande bovine belge sur cinq estime que le prix de la viande bovine belge n'est pas intéressant et ne perçoit pas de demande de sa clientèle pour des plats à base de viande bovine belge.
- Trois acheteurs de viande bovine étrangère sur dix estiment que le prix de cette viande n'est pas intéressant et ne perçoivent pas de demande de leur clientèle pour de la viande bovine étrangère. De plus, quatre restaurateurs sur dix ne sont pas satisfaits de la constance de la qualité de cette viande.

Conclusions

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.

Les attentes vis-à-vis des fournisseurs en matière de services et d'information

- La flexibilité du fournisseur est une qualité de première importance pour les restaurateurs. A ce niveau, les restaurateurs se disent satisfaits de la situation actuelle mais plus d'un restaurateur sur deux aspire à encore plus de flexibilité de la part de son fournisseur actuel au niveau:
 - Conditionnement des produits
 - Quantités, volumes de produits livrés
 - Heures et fréquences de livraison des produits

Conclusions

Les attentes vis-à-vis des fournisseurs en matière de services et d'information

- Près d'un restaurateur sur deux aspire également à recevoir plus d'informations concernant les produits 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 personnalisé. 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.

Recommandations

Un partenariat entre l'Horeca et ses fournisseurs

- La démarche commerciale doit s'intégrer dans une relation de confiance et de proximité établie sur le long terme avec les fournisseurs. Le secteur de l'Horeca attend que ses fournisseurs établissent un partenariat à long terme et répondent aux demandes spécifiques telles que :
 - Recevoir des trucs et astuces, des nouvelles recettes et idées de mise en œuvre et de mise en scène des ingrédients
 - Disposer de matériel publicitaire utilisable directement auprès des consommateurs.
 - Flexibiliser l'offre en matière de conditionnement des produits, des quantités, volumes de produits livrés et des heures et fréquences de livraison des produits.
 - Proposer des matières premières dont la fraîcheur et la qualité sont garanties et constante toute l'année
 - Proposer des produits plus élaborés, plus préparés, permettant un gain de temps pour les restaurateurs et alliant les avantages perçus des produits frais (qualité, la fraîcheur et le goût) et des produits surgelés (la praticité). La méthode de conservation « chilled » offre en partie une combinaison de ces avantages mais n'est pas (encore) perçue comme très attractive au yeux des restaurateurs, le tout à un niveau de prix compétitif.

Recommandations

Des actions d'information afin de combler le déficit d'image

- Les acheteurs de viande bovine étrangère sont insatisfaits du prix de la viande de bœuf étrangère, de la constance dans la qualité des matières premières fournies et doutent de l'existence d'une demande de la part de leurs clients pour de la viande bovine étrangère et belge.
- Des actions commerciales doivent être engagées auprès de ces restaurateurs insatisfaits en insistant sur:
 - Le prix intéressant de la viande bovine belge (avantage déjà perçu mais pas par les consommateurs).
 - La constance dans la qualité de la viande bovine belge (avantage non-perçu mais apprécié par les consommateurs).
 - L'importance de l'origine belge de la viande bovine pour les consommateurs (avantage non perçu mais apprécié par les consommateurs).

Auteurs :
Hélène Aupaix
Marc Vandercammen
Editeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Boulevard Paapsem, 20 - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2007
Réf. Catalogue : 453-07

D 2007-2492-76
©CRIOC

Prix : 57 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources