

ZOOM

INNOVATIONS - PERSPECTIVES - TENDANCES

N° 2 - MAGAZINE D'INFORMATION DES ENTREPRISES FRANÇAISES DES VIANDES AVRIL 2011

À LA LOUPE
steak haché
= 100% pur bœuf

À TABLE !
Un produit ancré
dans le quotidien

ZOOM SUR
le marché de la
viande de bœuf

Sondage Ifop

**LE STEAK
HACHÉ :**
**plébiscité par
les Français**

**Pratique, sûr,
d'un bon apport
nutritionnel**



www.snivsncp.fr

LE STEAK HACHÉ : plébiscité par les Français



par **François Cassagnol**,
Rédacteur en chef

I LOVE MY STEAK... HACHÉ, SVP !

50 ans ! Le Steak haché a 50 ans... 50 ans que le pavé de viande hachée « 100 % muscle » pur bœuf nous accompagne dès le premier âge. Tout au long de notre vie, il répond à toutes nos demandes¹ de praticité, de prix, ainsi que de sécurité sanitaire et de nutrition ; il recueille l'adhésion spontanée de 83 % des français, c'est ce que révèle un sondage exclusif IFOP/SNIV-SNCP. 

Le steak haché se positionne parmi les aliments les plus contrôlés, les plus consommés et les mieux positionnés dans les évolutions et tendances de consommation : ainsi, sur les huit premières semaines de 2011, selon le panel Kantar, la viande hachée fraîche affiche une étonnante progression de 7 % des volumes ! Qu'est-ce qui explique cela ? ... Sans doute parce que l'apport nutritionnel d'un steak haché est le même que celui d'une côte de bœuf : dans les deux cas, il s'agit de muscle, rien que du muscle !

Même si la protéine animale est accessible à tous, tous les français n'en consomment pas tous les jours, loin de là : selon le CIV, la consommation de viande en France² est en baisse régulière depuis une dizaine d'année³. Pour les viandes de boucherie⁴, les niveaux sont passés de 52 à 46 g/j/personne entre 2004 et 2007. La consommation moyenne hebdomadaire est de 322g, soit 3 à 4 portions seulement par semaine. La majorité des français sont des petits consommateurs de viandes : 56% en mangent moins de 315 g par semaine, soit moins de 45 g par jour⁵. En France, le PNNS (Programme National Nutrition Santé) recommande de consommer un aliment du groupe « Viandes, poissons, œufs » une à deux fois par jour en alternance... la consommation de la majorité des français est donc inférieure de moitié à cette recommandation. Si trop c'est trop, en cas de trop peu : gare aux carences !

1 - Sondage IFOP exclusif « Les Français et le Steak haché » réalisé par le syndicat des entreprises françaises des viandes (SNIV-SNCP) - juin 2010. Pour en savoir plus : www.snivsnpc.fr. • 2 - Selon CIV - Centre d'Information des Viandes - <http://www.civ-viande.org/4-139-nutrition-niveau-de-consommation-de-viande-en-france.html> • 3 - Selon le même panel Kantar, et sur les mêmes huit premières semaines de 2011, ce qui n'était qu'une tendance en 2010 confirme lourdement le marasme dans lequel s'enfoncent la consommation de viande : -7.5 % pour le bœuf (hors élaborés), -9.9% pour l'agneau, -12.4% pour le porc. Le veau tire son épingle du jeu (« Bravo le Veau ») : +6.2% • 4 - Viandes de boucherie, c'est-à-dire viande de bœuf, veau, agneau, porc frais et viande chevaline • 5 - Alors que, il faut le noter, 20% des français sont des gros consommateurs, avec plus de 70 g par jour.



N° 2 - SOMMAIRE

| | |
|---|----|
| Un produit ancré dans le quotidien des Français | 3 |
| Le steak haché = 100 % pur bœuf | 6 |
| Mini Zoom : Le Mystère du Code barres • À Table ! • La Retox attitude ! • La viande, c'est tendance ! • Help ! les étiquettes j'imprime pas... | 8 |
| Boucher ou grandes surfaces | |
| Revue de presse : 16 raisons de manger des animaux | 10 |
| Zoom sur le marché de la viande de bœuf | 11 |
| Le steak haché en chiffres | 12 |
| D'autres préparations hachées • Viande + Bonus | 13 |
| Vu à la TV • Le steak haché sur le Net | 14 |
| la Viande en Kiosque | 15 |
| Mode | 16 |
| Le steak haché... sous contrôle | 17 |

Un produit ancré dans le quotidien des Français

Selon un sondage IFOP exclusif réalisé auprès d'un échantillon de 1009 personnes, représentatif de la population française, le steak haché est par excellence, l'aliment « facile, pratique et pas cher ».

Un produit pratique

→ Le steak haché est un produit populaire et familial. Il est perçu de manière positive par près de 83% des Français pour lesquels il représente un moyen pratique et facile de se nourrir. C'est un produit ancré dans les consommations courantes et les habitudes culinaires familiales et quotidiennes. Le sondage Ifop montre que près de 40% des Français consomment du steak haché au moins une fois par semaine et 9% plus de deux fois par semaine.

Des qualités nutritionnelles reconnues

→ Pour près de 70% des Français, le steak haché est nécessaire à un bon équilibre alimentaire et 88% reconnaissent son apport en protéines. Le steak haché est perçu comme le produit carné présentant les meilleures qualités nutritionnelles avec l'escalope de dinde (selon 38% des personnes interrogées).

Un bon rapport "qualité-prix"

→ La question du prix s'impose comme une attente principale pour 63% des Français dans leur consommation de viande. Or, le steak haché est perçu comme un produit accessible, permettant d'accéder à une viande de bœuf

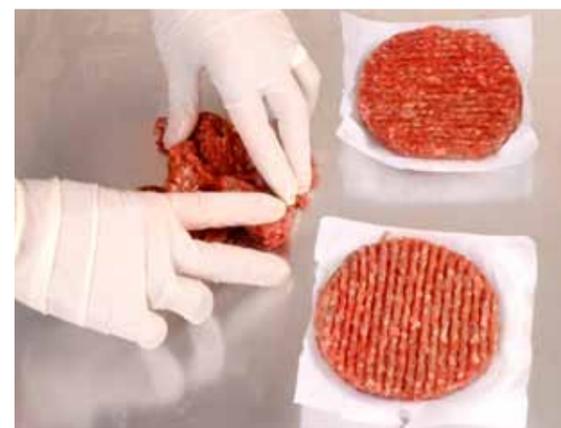


moins chère et apportant des protéines essentielles. Les jeunes consommateurs (moins de 35 ans) le jugent d'ailleurs comme le produit carné offrant le meilleur rapport qualité-prix à 31%, devant la côte de porc et l'escalope de dinde.

Conditionné pour tous les types de ménages (mono ou bi-pack en frais, boîte de 4 ou de 10 en surgelé...), le steak haché offre le meilleur rapport « qualité-temps » aux actifs pressés.

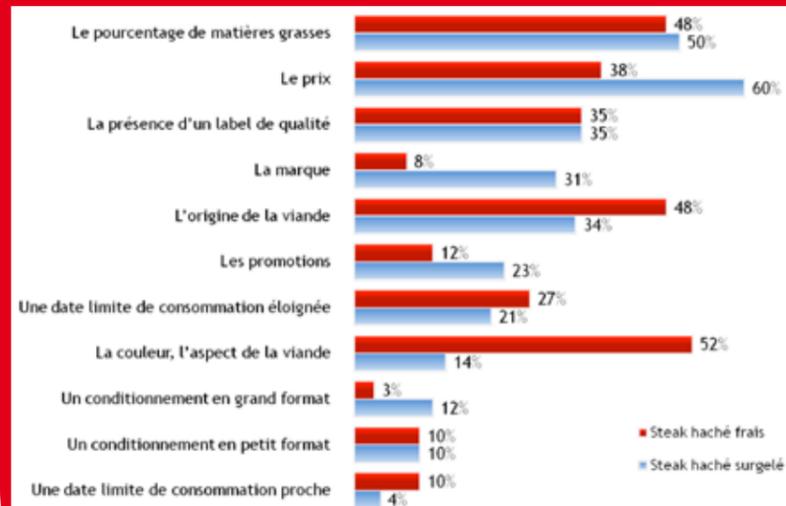
Un produit sûr pour 78 % des Français

→ La dimension sanitaire du steak haché reste une préoccupation majeure des consommateurs. Si la confiance est établie, elle repose sur le travail des industriels : les Français jugent positivement le système de traçabilité des industriels et leur processus de réduction des risques sanitaires. De plus, ils sont rassurés par la présence de marques fortes, vecteur de confiance sur les procédures de qualité-sécurité. 78 % des Français estiment qu'il s'agit d'un produit sûr car il est très contrôlé par les autorités sanitaires.



LE STEAK HACHÉ
EMPORTE 83 %
D'OPINION FAVORABLE
AUPRÈS DES FRANÇAIS

Les critères de choix lors de l'achat d'un steak haché



Un bon moyen d'initier les enfants à la viande

→ Le steak haché est considéré comme le produit carné préféré des enfants avec près de 59% des citations devant la tranche de jambon (31%) et l'escalope de dinde (8%). 47% des Français citent l'initiation des enfants au plaisir de la viande comme une qualité associée directement au steak haché.

Un produit ancré dans le quotidien des Français

→ Le steak haché est un produit inscrit dans le quotidien des Français avec près de 41% de consommateurs réguliers en France.



Ce produit n'a d'ailleurs pas rencontré de profondes modifications de sa consommation avec la crise économique, 85% des Français ayant maintenu leur consommation.

Des critères de choix selon les consommateurs

Les habitudes de consommations du steak haché sont sensiblement différentes selon les âges et catégories de consommateurs :

- **Les familles** : un choix qui repose principalement sur la facilité de préparation du repas familial et la praticité du produit :
 - Une rapidité de préparation particulièrement appréciable pour les parents actifs ;
 - La conciliation d'un produit alliant plaisir et qualité nutritionnelle pour les enfants.
- **Les seniors** : au-delà de la simplicité de préparation et du rapport qualité-prix, il s'agit d'un aliment offrant un contrôle du taux de matière grasse très précieux pour la santé.
- **Les jeunes** : un choix qui repose sur le faible coût et l'apport en protéines essentielles.
- **Les femmes** : un choix qui repose sur l'offre existante en faible teneur en matière grasse

Les principaux critères de consommation

→ Les lieux de consommation

- **Au domicile** : 79% des consommateurs de steak haché le consomment le plus souvent à domicile, confirmant ainsi le caractère familial et populaire du steak haché.
- **Au fast-food** : 12% des personnes interrogées citent le fast-food comme lieu de consommation du steak haché.
- **En restauration collective** : 5% des consommateurs citent la restauration collective comme lieu principal de consommation.
- **Au restaurant ou chez des amis** : pour 4% des personnes interrogées.

→ 1/3 de steaks hachés frais, 2/3 de steaks hachés surgelés

En France 86 000 t steaks hachés frais et 156 000 t steaks hachés surgelés sont consommés chaque année.

Les consommateurs motivent leurs achats de steaks hachés frais par : le taux de matière grasse (48%), l'origine (48%) et la couleur et l'aspect de la viande (52%).

Pour le steak haché surgelé les critères d'achat sont d'abord le prix (60%) puis le taux de



La bonne équation nutritionnelle

• Un aliment bâtisseur

→ Un apport en protéines essentielles

Le steak haché est un aliment d'une grande valeur nutritionnelle notamment grâce à sa richesse en protéines (24,2 g pour un steak haché de 10% en m.g.). D'ailleurs, le Programme National Nutritionnel Santé (PNNS) recommande « de consommer de la viande, du poisson ou des oeufs, 1 à 2 fois par jour ».

A titre de comparaison, alors que le steak haché permet de réaliser un apport de protéines essentielles avec seulement 5% de matière grasse, le saumon présente un taux de matière grasse de 10 à 20%, les oeufs de 12%, le camembert de 25%.

→ Une source de vitamines et de fer nécessaire à l'organisme

Certains oligo-éléments, notamment le fer, sont difficilement assimilables par l'organisme humain lorsqu'ils sont d'origine végétale (fer non-héminique), ce qui peut induire des carences en fer chez ceux qui suivent un régime végétarien. Le steak haché permet d'apporter au corps humain du fer héminique, directement bio-assimilable, et éviter toute carence dommageable. Ainsi, le steak haché, comme toute viande de boeuf, est une source importante de vitamine B12 et de zinc, mais surtout de fer héminique.

• Un apport maîtrisé

→ Un calibrage précis adapté à tous les besoins

Les steaks hachés sont conditionnés selon les usages et les consommateurs auxquels ils s'adressent (enfants, familles, amateurs de viande, etc.). Leur poids, standardisé, est toujours indiqué sur l'emballage, ce qui permet au consommateur de calibrer avec précision les portions individuelles. La variété des grammages convient à tous : depuis les portions standard de 80 g pour les enfants, de 100 g, de 125 g et de 180 g pour les amateurs de la viande.

→ Une maîtrise du taux de matière grasse.

Le taux de matière grasse est aujourd'hui un critère majeur d'achat pour la plupart des consommateurs : près de 8 consommateurs sur 10 font attention au taux de matière grasse lors de l'achat d'un produit.

L'élaboration du steak haché permet un dosage précis du taux de matière grasse. Avec une offre proposant des steaks hachés à 5, 10 ou 15% de matière grasse, le produit permet un véritable contrôle de l'apport en graisses dans l'alimentation. Il s'agit donc d'un produit pratique pour répondre à cette nouvelle demande d'une consommation toujours plus diététique. Car le steak haché est par ailleurs adapté à un mode de cuisson sans graisse : il peut être cuit sans ajout à la poêle, à la plancha ou au barbecue. ■

COULEUR, PROVENANCE ET PRIX ARRIVENT DEVANT LA MARQUE ET LA TENEUR EN GRAS POUR DÉCLENCHER L'ACHAT

8 CONSOMMATEURS SUR 10 FONT ATTENTION AU TAUX DE MATIÈRE GRASSE LORS DE L'ACHAT D'UN PRODUIT.

Steak haché = 100 % Pur Bœuf

Une règle simple et unique : qui dit « steak haché » dit obligatoirement viande de bœuf. Aucune exception en la matière. On parle de « 100% muscle ».

Qui dit « steak haché » dit obligatoirement viande de bœuf. « 100 % pur bœuf ». Un steak haché se présente généralement en portion de 100 à 125g moulée selon une forme ovale, frais ou surgelé. Les viandes utilisées dans la préparation du steak haché sont issues des morceaux de qualité souvent vendus en entier sur les étals : pièces à pot-au-feu ou à braiser... Ce sont généralement des morceaux issus de l'avant du bœuf. Grâce au hachage, ils présentent une texture tendre et aérée.



Une appellation "contrôlée"

Les « préparations de viande hachée », contrairement au steak haché, peuvent contenir jusqu'à 30 % de protéines végétales en poids. Mais n'est dénommé « steak haché » que le produit **composé à 100% de pur bœuf**.

Elaboré comme chez le boucher

Les industriels reproduisent exactement, à l'échelle industrielle, les gestes de l'artisan boucher. Un steak haché se prépare en quatre étapes :

- 1) Sélection et préparation des muscles selon leur teneur en graisse (5,10 ou 15 ou 20%),
- 2) Premier hachage pour obtenir un grain de viande « grossier »,
- 3) Mélange et deuxième hachage pour maîtriser le taux de matière grasse et obtenir une texture agréable,
- 4) Conditionnement

STOP - Contrôles !

Les industriels français sont engagés dans une démarche qualité très stricte. L'ensemble des règles relatives à la qualité des viandes utilisées (délais d'utilisation, règles d'étiquetage, critères d'analyse...) sont définies dans le : **« code des usages pour la viande de bœuf hachée »**. Ainsi, la chaîne de production est ponctuée de multiples points de contrôle :

- **Des contrôles en amont** : des contrôles visuels et physiques des animaux qui arrivent dans les abattoirs sont systématiquement réalisés sous le contrôle direct des équipes des services vétérinaires de l'Etat et avec les vétérinaires de chaque industriel.

- **Des contrôles en aval** : des contrôles spécifiques et recherches analytiques sont réalisés quotidiennement.



LE SAVIEZ-VOUS ?

Pourquoi le steak haché est-il strié ?

La face striée correspond à une recherche d'optimisation de la cuisson, elle permet d'obtenir un « effet grillé ».

Comment se fait-il qu'il existe plusieurs formes de steak haché ?

Il existe un steak haché « rond », spécifique au Fast Food pour les hamburgers. On trouve également un steak haché « ovale », distribué en GMS et dont la forme est aujourd'hui le standard en France.

- **Des tests microbiologiques** : 5 analyses par jour minimum sont réalisées par les industriels du SNIV-SNCP sur chaque site de production, soit plus que la législation en vigueur (voir page 17, "le steak haché sous contrôle).

- **La mise en barquette et l'étiquetage** font également l'objet de la plus stricte vigilance. La traçabilité totale dépend, en effet, de la bonne numérotation de chaque lot !

Chacun le sien, c'est pratique !

La gamme des steaks hachés est large : chacun peut ainsi trouver celui qui lui convient, tous répondent aux impératifs de sécurité alimentaire. Frais ou surgelé, le steak haché se décline selon de nombreux critères :

+/- COIPEUX

Le grammage : de 80 g pour les consommateurs les plus jeunes à des steaks hachés de 180 g pour les plus gourmands, une grande variété a été développée par les industriels pour toutes les cuisines et tous les usages (les grammages existants : 80g, 100g, 125g, 130g, 150g et 180g).

+/- MAIGRE

Le taux de matière grasse : on retrouve des steaks hachés avec 5 à 20 % de matières grasses pour satisfaire tous les goûts : chacun reste ainsi maître de sa consommation sans renoncer aux exigences de qualité (taux de matière grasse existants : 5%, 10%, 15%, 20%). Par rapport aux morceaux de viande entier, le steak haché présente une caractéristique unique : celle d'un taux de matière grasse homogène, choisi, connu et contrôlé sur l'ensemble de la production.

+/- FIN

Le hachage est soit classique, soit basse pression pour obtenir une texture encore plus aérée, pour un steak haché plus fondant.

+/- OVALE

La présentation du steak haché est le plus souvent en forme ovale. Rond, il se consomme entre deux bouts de pains. En « vrac », il entre dans des préparations culinaires, ou bien est consommé tel que, en « steak tartare ».

✓ Le coin du spécialiste

Les consommateurs trouvent également du steak haché issu de race bovine à viande, bio, halal ou casher.

LA CUISSON DITE "À CŒUR"



Avec la viande, c'est la Saint-Valentin toute l'année !

Pour toutes les viandes et toute l'année, il est recommandé une « cuisson à cœur ». Comment savoir si votre steak haché est « cuit à cœur » ? A l'œil, le cœur du steak haché ne doit être ni rouge, ni rosé. La cuisson à cœur est supérieure à 65°C, température suffisante mais nécessaire pour détruire les bactéries - comme l'E.coli, pouvant toucher les personnes les plus fragiles. La cuisson à cœur est recommandée par les autorités publiques. Elle est obligatoire depuis le 1^{er} janvier 2006 et doit être mentionnée sur les emballages des produits alimentaires. Pour être facilement visible par les consommateurs, elle figure dans le même champ visuel que la quantité nette de produit ou les conditions de conservations.

Le V de la Victoire



V, comme « Viande 100% muscle » !

Tout steak haché digne de ce nom porte ce logo rouge signifiant qu'il est uniquement composé de morceaux dits « nobles » à savoir de muscle : il ne contient pas d'autres morceaux, ni d'ingrédients.



V, comme « Viande bovine française »

Ce logo Bleu-Blanc-Rouge mis en place suite à la crise de l'ESB indique que le steak haché est issu de viande produite et préparée en France.



L'apposition de ces logos est possible sous condition d'application de cahiers des charges et d'inspections sur sites et sur produits réalisées par des organismes agréés indépendants.

LE MYSTÈRE DU CODE BARRES

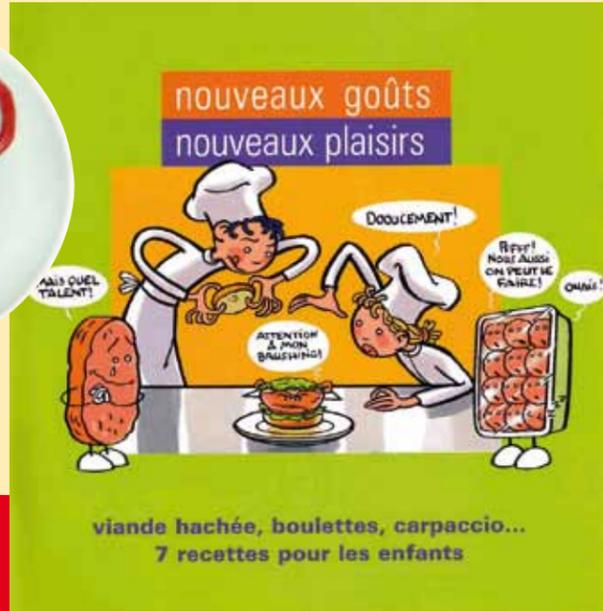


Les codes barres imprimés sur les emballages répondent à des normes internationales ; elles peuvent ainsi être "lues" dans le monde entier. Sous les barres figure une série de 13 chiffres, le premier indiquant l'origine du produit (3 pour la France, 4 pour l'Allemagne par exemple). Les six suivants déclinent l'identité du fabricant, les cinq autres donnent la référence de l'article. Le dernier est un chiffre de contrôle. ■

À TABLE !

Avec vos nouvelles **Fiches recettes**, faites de la viande le meilleur de vos repas !

Au choix, avec "Les recettes du quotidien", ou bien celles à déguster **En famille** ; avec « Ce soir on reçoit », épatez vos amis... et au quotidien, retrouvez vos recettes « Rapido-Presto »... Pour les tout-petits, les ados ; les adultes, les femmes enceintes, pour les sportifs ou pour les séniors : **à chacun son steak !** Bien manger, cela ne s'improvise pas ! ■



Bienvenue dans un monde de nouveaux goûts et de nouveaux plaisirs ! **Téléchargez** le livret des 7 recettes pour les enfants Et vive la récré des p'tits chefs !

LA RETOX ATTITUDE !



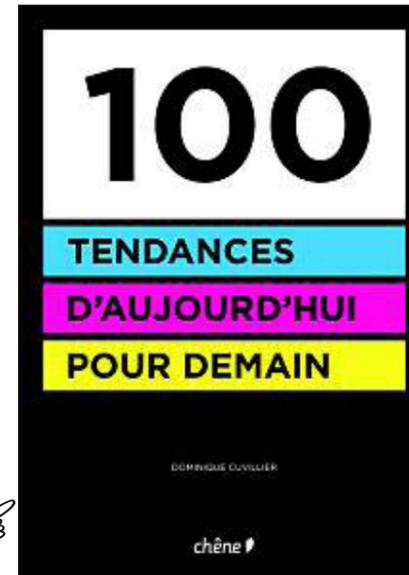
LE FIGARO-fr madame

Dans Le Figaro Madame du 3 février dernier, Valérie de Saint-Pierre n'y va pas par quatre chemins : "La nouvelle inclination fashion, c'est la gourmandise". "Vous rêvez d'un bon steak-frites façon bistrot ? [...] pas de doute, vous êtes frappée d'une crise de "retox" aiguë ! C'est grave docteur ?" Non, plutôt réjouissant, au contraire. Vu comme ça, le steak-frites n'est d'ailleurs pas un craquage lipidique honteux. C'est un acte de résistance "retox" ! En pleine poussée du végétarisme, la viande fait un retour paradoxal et remarqué. Une provoc carnassière revendiquée par les foodistas d'outre-Atlantique : la dernière mode à New York ? ... prendre des cours de découpe en Chambre froide ! ■

LA VIANDE, C'EST TENDANCE !

La tendance "retox" est animée par des individus qui refusent la soumission. Cette population réinvente son propre écosystème de tolérance et de contestation en n'appliquant tout simplement pas les règles imposées. En quelque sorte, une mobilisation contre la tétanie qui frappe la société. Si, à ce jour, il n'existe pas de communauté "retox", ils s'érigent contre un environnement dogmatique qui devient de plus en plus automatique. Dans 15 %, elle pourrait toucher 20 à 30 % des populations attirées par le lâcher prise, le laisser-faire, l'abandon de valeurs trop pesantes et étouffantes... En quelque sorte, un retour de bâton d'une période hygiéniste où le principe de précaution fût roi.

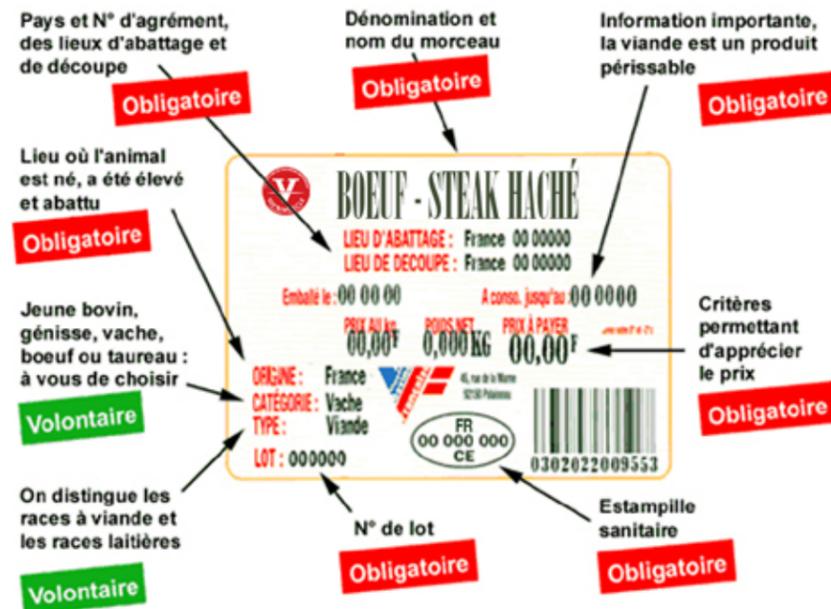
D'après l'ouvrage de Dominique Cuvillier, "100 Tendances d'aujourd'hui pour demain" - Ed du Chêne. ■



Dominique Cuvillier, auteur de "100 Tendances d'aujourd'hui pour demain"

HELP ! "LES ÉTIQUETTES, J'IMPRIME PAS..."

La viande formée est mise en barquettes et étiquetée. L'étiquette reprend les informations suivantes



BOUCHERS OU

GRANDES SURFACES

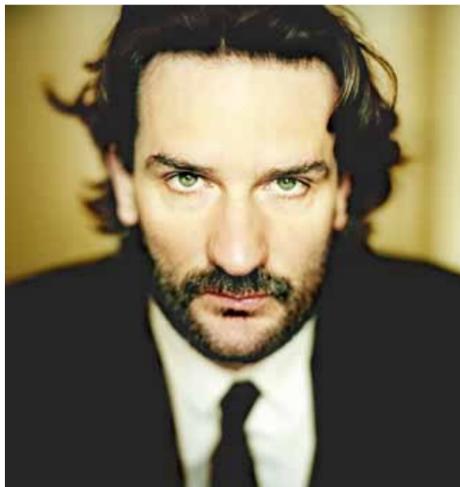
Hugo Desnoyer, le boucher des stars, en tournée à l'occasion de la sortie de son livre, était invité le mois dernier sur le plateau de Canal+ par Michel Denisot. Coup de théâtre : le boucher est soumis à un test à



l'aveugle. Deux tournedos lui sont servis à la plancha. « Trouvez celui qui vient de votre propre boucherie, l'autre nous l'avons acheté au supermarché du coin » lui lance Denisot. Re-coup de théâtre : après une mise en bouche et une savante mastication, impossible pour le boucher de distinguer l'un de l'autre... Un mythe s'écroule. ■

REVUE DE PRESSE

"16 raisons de manger des animaux"



Par **Frédéric Beigbeder**, écrivain (« 99 Francs », « Un roman français », « L'amour dure trois ans », « Au secours pardon », « L'égoïste romantique »), critique littéraire et animateur de télévision.

« Jonathan Safran Foer nous avait époustoufflés avec ses deux premiers romans. Son dernier livre, plus lourd, prétend nous convaincre de répondre non à son titre : Faut-il manger les animaux ? Voici donc seize raisons de manger des animaux.

1. Parce que les animaux ont été créés par Dieu pour nourrir ses enfants (les humains).
2. Parce que le foie gras est une tradition française et le saucisson, un hobby national.
3. Parce que toutes les espèces qu'on ne mange pas sont en voie de disparition : manger les animaux est donc le seul moyen de préserver leur existence.
4. Parce que, sinon, à quoi servirait la sauce béarnaise ?
5. Parce que déjà qu'on ne peut plus fumer dans les restaurants, si en plus on fout dehors les carnivores...
6. Parce que le tofu, ça va cinq minutes.

7. Parce que, quand Jonathan Safran Foer évoque sa grand-mère, affamée pendant la guerre, pour défendre la cause des vaches exterminées, il est aussi subtil qu'Alexandre Jardin instrumentalisant son association « Lire et faire lire » pour se faire pardonner les pseudo-crimes de son grand-père.
8. Parce que chez Lipp il n'y a que la côte de bœuf de comestible.
9. Parce que Safran Foer a raison : il faut bien traiter les animaux, surtout pour le goût (le bœuf de Kobé massé et abreuvé de bière japonaise est meilleur que le poulet déplumé, claustrophobe, dopé aux hormones et électrocuté dans une baignoire).
10. Parce que les animaux n'avaient qu'à inventer la poudre.
11. Parce que manger des animaux nous rappelle notre fragilité, notre violence, notre finitude, bref, la cruauté de la vie.
12. Parce que vous trouvez que c'est plus gentil de faire comme Alain Passard : cultiver des fruits et légumes pour finir par les arracher du sol, les dépecer et les faire bouillir vivants ?
13. Parce que manger des animaux est une métaphore de la sympathique philosophie capitaliste (bouffer ou être bouffé).
14. Parce qu'aucun animal n'a écrit Les Fleurs du mal.
15. Parce que si on devient tous végétariens, que vont manger Gargantua, Athos, Porthos, Aramis, Bérurier et Obélix ?
16. Parce que Jonathan Safran Foer essayant de nous émouvoir avec l'évasion d'un bovin dans le Missouri est involontairement plus rigolo que Fernandel dans La Vache et le Prisonnier.

Extrait LeFigaro Magazine 14/02/11 ■

ZOOM
SUR

Le marché de la viande de bœuf*

Jusqu'en 1980, le marché de la viande de bœuf était en croissance en France. De 1980 à 1993, ce marché de la viande de bœuf est resté stable (à 24,5 kg par habitant par an en équivalent carcasse), pour de 1993 à 2005, suivre une légère décroissance (hors crise de l'ESB). Depuis 2006, le marché est en baisse en volume, comme en valeur (21,2 kg par habitant par an en équivalent carcasse en 2008). Le panel consommateur Kantar nous apprend qu'en 2010, les achats de viandes de bœuf sont stables par rapport à 2009, même s'il faut noter qu'ils restent en régression de 6,4% en volume par rapport à 2007 et 4,5% en valeur.

La viande de bœuf a valeur de symbole. Elle conserve aujourd'hui de vrais atouts lui procurant une position forte : brute ou préparée et composante du plat principal du repas, elle

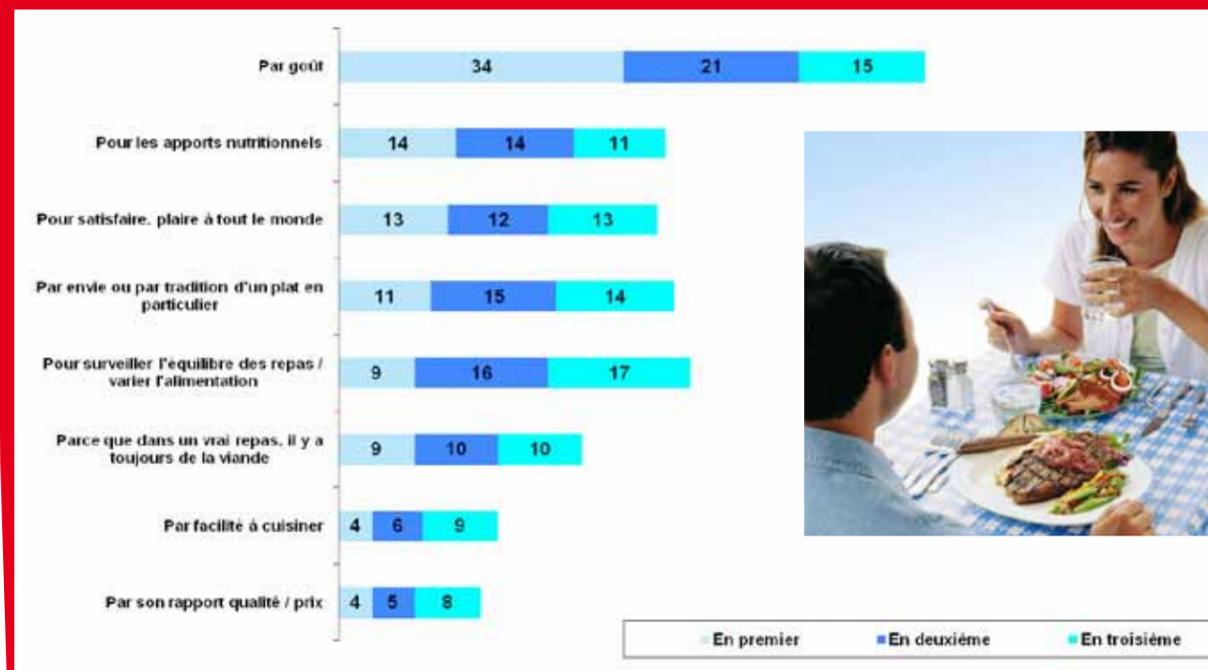
est source d'énergie à forte valeur nutritionnelle. Au plaisir de dégustation, elle associe la convivialité. Elle est un pilier du patrimoine culinaire, avec des plats appétissants, savoureux, variés en goût. Certes, elle est soumise à de multiples pressions qui entraînent une érosion de sa consommation : son prix, les nouvelles exigences de simplicité et de praticité auxquelles aspirent les consommateurs voient l'avènement des plats préparés. Les appels au « Manger moins, mieux, autrement » se heurtent aux tendances du snacking, des plats préparés et de la cuisine dite d'« assemblage ». Les consommateurs font montre de moindres connaissances culinaires qu'antan. Ils identifient moins bien le produit. Les mutations sociétales sont telles (voir ZOOM n°1) que les représentations

LES APPELS AU « MANGER MOINS, MIEUX, AUTREMENT SE HEURTENT AUX TENDANCES DU SNACKING, DES PLATS PRÉPARÉS ET DE LA CUISINE DITE D'ASSEMBLAGE.

Evolution moyenne de la consommation de viande de bœuf en France entre 1980 et 2009, en Kg équivalent carcasse

| | Bœuf |
|------|------|
| 1980 | 26,1 |
| 1990 | 24,3 |
| 2000 | 20,8 |
| 2009 | 21,3 |

Les consommateurs choisissent leur viande ...



Source : CSA Etude U&A viandes 2005

* Source Interbev

associées à la viande flottent dans un magma dramatico-médiatique où n'ont droit de cité que les risques pour la santé. Pourtant, des bénéfices majeurs existent : apports nutritifs essentiels, impacts positifs sur l'environnement, aménités de l'élevage et de l'industrie pour les bassins d'emploi et leur population, ou encore prise en compte de la souffrance animale aujourd'hui traduite dans les textes de la réglementation européenne. Mais voilà, à force de remises en question le citoyen perd la réalité de la vie animale, de l'élevage - de ses objectifs comme de ses méthodes encadrées. De plus en plus la civilisation urbaine se nourrit... d'affect !

Le plaisir, une valeur clés dans l'alimentation des français¹

Selon un baromètre TNS INTERBEV, les adultes sont intéressés par l'alimentation, d'abord par plaisir qui apparaît en tête des citations, suivi par les apports et effets bénéfiques de l'alimentation sur la santé.

Le plaisir et la convivialité sont des notions attribués en première position à la viande de bœuf qui arbore le statut de « aliment plaisir » par excellence.



J'aimerais connaître votre opinion à propos de la VIANDE DE BŒUF.

| | |
|--|-----|
| Fait partie des aliments qu'on a plaisir à manger | 89% |
| Aliment que j'ai plaisir à partager avec mes proches | 83% |

Source : baromètre TNS INTERBEV

L'ESSENTIEL

Le steak haché en chiffres

Consommation

- **4,2 steaks hachés** ¹: c'est la consommation annuelle moyenne de steak haché par personne en France, soit 4,24 kg de steaks hachés consommés par chaque Français par an.
- **25%** : c'est le pourcentage du steak haché dans la consommation de viande de bœuf en France.
- À noter : la consommation française moyenne de viande de boucherie est de 16,7kg /an (322 g/semaine) et 19,3 kg/an (373 g/semaine) si l'on ajoute la viande de boucherie contenue dans les plats préparés intégrant au moins 50% de viande (chiffres 2007)².

Production

- **242 000 tonnes** de steaks hachés ont été commercialisées et consommées par les consommateurs français en 2009 :
 - 86 000 tonnes en steak haché frais.
 - 156 000 tonnes en steak haché surgelé.
- **90%** de la production nationale de steaks hachés frais provient des entreprises adhérentes du SNIV-SNCP, 76% en ce qui concerne le surgelé.

Chiffre d'affaires

- **1,6 milliards €** de chiffre d'affaires pour le marché du steak haché en 2009 :
 - 720 millions € pour le steak haché frais.
 - 900 millions € pour le steak haché surgelé.

Emplois

- **35 000 emplois** directs concernés par le marché du steak haché en France.
- Soit l'équivalent de **3 personnes actives sur 1 000** ³.
- **3% de la population active** concernée de manière directe ou indirecte par la filière de la viande bovine.

1 - Source : Les entreprises de la viande SNIV-SNCP.

2 - Source : CIV d'après : 1/ enquêtes CCAF 2004-2007 du Credoc - le traitement de l'enquête 2010 relatif aux résultats concernant les produits carnés étant en cours ; 2/ enquête « INCA 2, 2006-2007 » de l'ANSES. À noter : la fréquence des enquêtes nationales alimentaires est de 4 à 7 ans. Elles permettent d'identifier des données complémentaires aux données d'abattage et aux données d'achats des panels ; sous la forme d'enquêtes déclaratives, elles permettent d'approcher le plus finement les consommations réelles des Français, et servent ainsi de base pour les travaux en matière de nutrition.

3 - Source : INSEE

D'autres préparations hachées

Le Haché de veau : A base de viande 100% Veau, un produit rapide à préparer apprécié par toute la famille. Existe aussi « façon bouchère ». Le haché de veau junior est proposé en petites portions de 50g... comme pour le haché standard, saisissez-le 1 minute par face, puis laissez cuire pendant 6 minutes à feux doux. Vous trouverez également le

haché de veau au fromage, à la tomate, ou encore le haché florentine enveloppé d'une panure dorée et croustillante.

Le Haché de porc : Les Linéaires regorgent d'innovations ; au rayon frais comme au rayon des surgelés, tous les plaisirs sont dans les hachés ! ■

Cliquez sur les photos pour découvrir les recettes de la poêlée de haché de veau au penne et des lasagnes au haché de veau



Nouveaux hachés de porc : cliquez sur la photo

VIANDE + BONUS

La traçabilité : de l'animal à l'assiette, c'est la possibilité de retrouver pour un produit donné, la trace de toutes les étapes de sa fabrication depuis la production primaire (l'élevage des animaux), jusqu'à la consommation du produit fini. La traçabilité repose sur l'ensemble des moyens d'identification mis en place à tous les stades de la filière viande. Elle assure la continuité et la fiabilité de l'information depuis l'animal vivant jusqu'à l'assiette du consommateur. Comment assurer la traçabilité dans la filière viande? Réponse en image : cliquez sur la photo.



La fabrication de viande hachée a constitué la première évolution des industriels de la filière viande il y a 50 ans. Depuis lors, le marché de la viande hachée s'est considérablement développé avec plus de 250 000 tonnes de produits commercialisés par an. Comment expliquer une telle évolution du marché de la viande?... Cliquez sur la photo.



Recherche & Développement

À l'écoute des tendances de consommation, réactives aux mutations constantes du marché, les entreprises des viandes développent tous les jours les nouveaux produits qui correspondent aux attentes des consommateurs... la viande, c'est moderne ! Ces innovations concernent aussi bien les différents types de viandes, que leur conditionnement, leur marketing, ainsi que leur communication. Comment les industriels de la viande ont-ils répondu aux évolutions des attentes des consommateurs par des produits pratiques ? Réponse en image : cliquez sur les photos.





Avez-vous vu la Campagne d'information à la télévision sur les filières boeuf, veau et porc ?



Du 30 janvier au 12 juin 2011, le Centre d'Information des Viandes (CIV), avec le soutien du Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche, de la ruralité et de l'aménagement du territoire, de FranceAgriMer et des professionnels des filières - Interbev, Interveaux, Inaporc -, visent à apporter les réponses aux questions que se pose le grand public. ■

À voir sur CIV TV

- La définition des viandes
- Les français mangent-ils trop de viandes ?
- Bien manger pour être en forme
- La valeur nutritionnelle des viandes
- Les Gaz à effet de serre

TF1



Reportage : "Le parcours de la viande, ... du pré à l'assiette"
Le JT de Claire Chazal :
 Les éleveurs recherchent plus de revenu, les consommateurs, le meilleur prix...
 Eléments d'explications.



"La viande fait salon"
En direct du Salon International de l'Agriculture
 Reportage du JT de TERRE d'INFOS TV, avec Louis Orenge, CIV - mars 2010



"Posez votre question"
La viande pour tous les goûts !
 Émission animée par Laurent Cabrol - fév 2008



"Pose ta question"
émission animée par Julie Boucher,
 avec Louis Orenge, Directeur du CIV - mars 2010



"Le Débat"
Quel avenir pour l'élevage en France ?
 Émission animée par Olivier Lallemand - fév 2011

LE STE@K H@CHÉ SUR LE NET



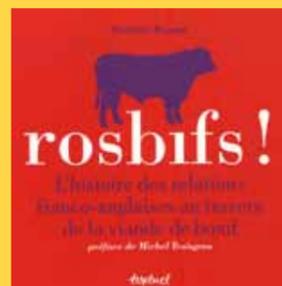
L'observatoire des publications sur internet sur le steak haché pour la période 1/12/10 au 31/01/2011, montre une croissance de 49% du nombre de publications par rapport à la période précédente (Octobre-novembre 2010). Ces publications émanent de sites de vente en ligne ou de restauration en progression de 5 points (37%), les blogs et forums (36%), les sites de recettes en croissance de 3% (15%) et celles des sites d'informations, en recul de 7 points (10%). La part des publications consacrées à l'échange de recettes via des blogs ou des sites dédiés est de 51% (contre 49% pour la période précédente) : **tropgourmande, myburger.fr, cuistot.org, speed recettes, cuisine az.com.**

Signe de la qualité du produit, la tonalité des citations est à 89% ni négatives, ni polémiques. Les trois thématiques les plus représentées sont les recettes, la restauration et le produit en lui-même ; elles totalisent 87 %

des citations, chiffrant confirmant l'omniprésence du steak haché dans la consommation courante des français. ■

L'histoire des relations franco-anglaise v/s la viande de boeuf !

Bonus flip-book : Une fois ouvert... cliquez sur les pages en haut à droite !



LE STE@K H@CHÉ SUR LE NET

Le Dico des Viandes... en ligne !

Le Dico des Viandes est un partenariat entre le Centre d'information des viandes (CIV) et LeWebPédagogique. L'objectif du Dico ? Offrir aux professeurs des ressources fiables pour les réutiliser en classe dans le cadre des programmes scolaires, et permettre aux élèves de découvrir des notions essentielles sur l'environnement, la nutrition ou la gastronomie ?



LE STEAK HACHÉ À LA RADIO

Cliquez et écoutez !

Le plat préféré des Français !



À boire et à manger : le steak haché



LA VIANDE EN KIOSQUE

RACOLAGE !

Parfois la presse a un mal certain à vendre son papier imprimé et les rédactions sont (souvent) prêtes à tout pour héler le badaud qui s'égare nonchalant devant les kiosques qui croulent sous un trop plein. C'est sans doute ce qui a poussé les journalistes des Inrockuptibles à proposer une couverture racoleuse pour affoler les lecteurs et les inciter à acheter leur canard et loger sous le manteau leur pot de rillettes d'oie. Une tête de mort d'homme avec des cornes souligne la puissante morbidité du message : « Manger de la viande tue ». A l'intérieur de cette édition du 12 janvier, la titraille de la Une fait écho au bouquin d'un idéaliste américain qui rêve d'une agriculture à l'ancienne et tire à boulet rouge sur l'industrie agroalimentaire de son pays peu comparable au nôtre en terme de pratiques industrielles... Et en avant l'amalgame ! Qui mord un tournedos risque donc de se retrouver six pieds sous terre. Ces tristes

LE CAPTOLOGUE

raccourcies sont le reflet de l'état mental d'une société égarée et sans gouvernail. Que la rédaction des Inrocks, plus habituée à mâcher de l'herbe qu'à fumer des saucisses devienne végétarienne, ça n'étonnera personne, mais est-elle obligée d'en arriver là pour exister, comme certains hebdomadaires poubelles, suivez mon regard ? Pour rétablir un semblant de vérité et dénoncer ce jeu de tire aux pigeons débilant, le SNIV-SNCP, syndicat qui regroupe les entreprises françaises des viandes, a adressé une lettre ouverte à la presse et au Président de la République, espérant par cette missive, que « le citoyen qui grogne en chacun de nous se réconcilie un petit peu avec le consommateur qui bien que pas toujours affamé, n'a toujours pas d'oreilles »...

Dominique Cuvillier ■



La (double) revanche : Vanessa, qui avait été citée en UNE des Inrocks, s'était fait voler la vedette par la viande ... TROP FORT ! Pardon, Vanessa. Grâce au magazine ELLE, les choses sont désormais réparées ! ... et c'est au tour de la viande d'être citée en UNE de ELLE. Chacune son tour !

C'est sans doute le bon sens qui a poussé la Rédaction du journal ELLE à revenir sur un des thèmes incontournables de la saison Automne/Hiver 2010/2011 : « Avec ou sans viande ? ». Dans cet article, Louis Orenge donne le ton : « On devrait inciter chacun à se demander quel prix est-il prêt à mettre pour quelle viande ». Pour ELLE, « En effet, that is the question ». ■



POLEMIQUE FAUT-IL ARRÊTER DE MANGER DE LA VIANDE ?

MODE

Lady Gaga, Reine des *Music Awards* en robe de viande, ainsi qu'en Une du *Vogue Homme Japon*.
Show room en images : Cliquez sur les photos !



Le Steak Haché... sous contrôle



Parmi les nombreux textes qui régissent et encadrent le Steak haché :

| | | |
|--|---|---|
| Arrêté ministériel du 8 juin 2006 | c ontrôle préalable des abattoirs et des ateliers de viande hachée | Chaque établissement est agréé suite à contrôle par les services vétérinaires avant de pouvoir fonctionner. |
| Règlement CE 178-2002 | R esponsabilité des professionnels et obligation de contrôle en hygiène | Responsabilité des professionnels vis-à-vis du produit mis sur le marché et obligation réglementaire de contrôle des exigences réglementaires d'hygiène. |
| Règlement CE 852-2004 Règlement CE 853-2004 | M aitrise des activités et autocontrôles des professionnels d'abattage et de fabrication de viande hachée en hygiène | Les règles générales d'hygiène sont définies réglementairement au niveau européen. Les professionnels peuvent s'appuyer sur des guides de bonnes pratiques d'hygiène et d'application de l'HACCP professionnels pour faciliter leur mise en œuvre. |
| Règlement CE 2073-2004 | C ontrôles bactériologiques | Les professionnels doivent réaliser des analyses microbiologiques sur les carcasses et les viandes hachées. |
| Règlement CE 854-2004 | C ontrôles par les services vétérinaires en abattoir et en atelier de viande hachée | Les services de l'état sont présents en permanence sur les sites d'abattage et délivrent une marque de salubrité à chaque carcasse mise sur le marché. Les ateliers de viande hachée sont contrôlés suivant le plan de surveillance national annuel de la Direction générale de l'alimentation. |
| Plan de maîtrise des E coli pathogènes du SNIV-SNCP des viandes hachées réfrigérées et surgelées | C ontrôle volontaire annuel par un tiers indépendant | Les adhérents du SNIV-SNCP ont établi un cahier des charges pour la maîtrise bactérienne de la viande hachée qu'ils font contrôler une fois par an par un tiers indépendant. |
| Règlement CE 1760-2000 | C ontrôle traçabilité | A la lecture de chaque étiquette de viande hachée, il est possible de connaître le(s) pays d'élevage des animaux, le pays d'abattage ainsi que le pays d'élaboration des viandes hachées depuis plus de 10 ans. |
| Règlement CE 178-2002 | C ontrôle étiquetage | L'affichage des informations de traçabilité (numéro de lot) permet, au-delà des contrôles courants, de retirer rapidement et de manière fiable des produits défectueux des circuits de distribution. |
| Règlement Ce 2073-2005 art 6 | R ecommandation de cuisson | La cuisson « à cœur » est à indiquer sur l'étiquetage des viandes hachées destinées à la cuisson, ceci pour protéger les personnes les plus fragiles. |



PUBLICATION DES ENTREPRISES FRANÇAISES DES VIANDES, SNIV-SNCP

Directeur de publication : Pierre Halliez - Rédacteur en chef : François Cassignol - Secrétariat de rédaction, Diffusion : Marie-Agnès Flacou, Valérie Juhel - Avec la collaboration de : Paul Rouche, Nathalie Veauclin, Franck Bellaca, Christophe Lapsin, Timothé Masson, Saphia Benihaddadene - Maquette : Marie-Laurence Lanceau - © Photos : Istockphotos/Chepko Danil/ Jaimie Duplass/ Alberto Pomares/ Grafissimo/Julien Tromeur/ pma2010/ James Steidl/ Alex Gumerov/ Alex Kalmbach



Le SNIV-SNCP regroupe les entreprises industrielles françaises, grandes et petites, du secteur de la viande bovine, ovine et porcine. Il exerce la mission de représentant et de porte-parole de ces industries et intervient comme force de propositions. Les chiffres clés du SNIV-SNCP :
• 80 adhérents, 140 établissements industriels • 35 000 salariés • 10,4 milliards d'euros de CA • 3,28 millions de tonnes de viande bovine, porcine et ovine • 96 % des abattages français de porcs, 70 % des abattages français de gros bovins, 80 % de la production nationale de viande hachée, 92 % des exportations françaises de viande bovine et porcine fraîches et congelées.

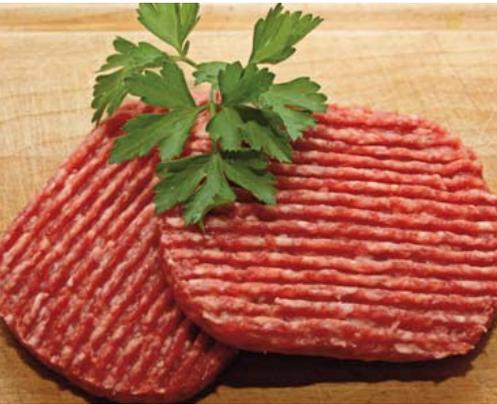
17, place des Vins de France – 75012 Paris • Tél. : 01 53 02 40 04 • Fax : 01 43 47 31 41 • www.snivsnpc.fr • courrier@snivsnpc.fr

Les entreprises
françaises des

viandes

SNIV - SNCP

recrutent !



Le secteur des viandes c'est...

45 000
emplois en France
dans les métiers de
Achats
Production
Vétérinaire
Qualité
Sécurité alimentaire
Environnement
Commercial

Votre PASSEPORT Formation !

Chaque jeune entrant dans l'industrie des viandes reçoit, à l'issue d'un programme d'accompagnement et d'un parcours de 6 mois de formation, le « Passeport d'Opérateur Qualifié de Production » délivré par le SNIV-SNCP, le syndicat national des entreprises françaises des viandes

Rens. : www.snivsnpc.fr

Contact : francois.cassignol@snivsnpc.fr

Le SNIV-SNCP
participe
à la Semaine
de l'Industrie



Quizz ANNIVERSAIRE :

- 1/ Quel âge a le steak haché ?
- 2/ Que contient le steak haché ?
- 2/ Qu'y a-t-il de bon dans le steak haché ?
- 4/ Le steak haché est-il un aliment gras ?

Réponses :
1/ 50 ans cette année.
2/ 100% muscle de boeuf !
3/ des protéines essentielles, du Fer, des vitamines (B12) et du Zinc (bon pour les défenses immunitaires).
4/ Au choix : 5, 10 ou 15% mat grasses, cela dépend du muscle avec lequel il a été élaboré !



Le SNIV-SNCP regroupe les entreprises industrielles françaises, grandes et petites, du secteur de la viande bovine, ovine et porcine. Il exerce la mission de représentant et de porte-parole de ces industries et intervient comme force de propositions. Les chiffres clés du SNIV-SNCP :
• 80 adhérents, 140 établissements industriels • 35 000 salariés • 10,4 milliards d'euros de CA • 3,28 millions de tonnes de viande bovine, porcine et ovine • 96 % des abattages français de porcs, 70 % des abattages français de gros bovins, 80 % de la production nationale de viande hachée, 92 % des exportations françaises de viande bovine et porcine fraîches et congelées.