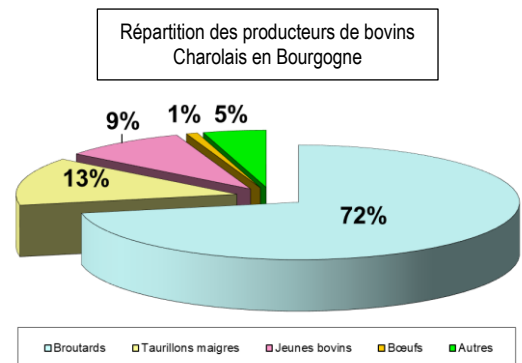


# Quelles stratégies de vente des mâles maigres Charolais chez les naisseurs ?

## Un contexte :

Le marché des mâles maigres en Bourgogne est fortement conditionné par la demande du marché italien et du pourtour méditerranéen. La Bourgogne est très spécialisée dans la production de broutards. Cependant il existe une certaine hétérogénéité parmi les animaux commercialisés, en lien avec l'âge et la conduite d'élevage, puisque les poids de vente affichent une grande diversité : de 300 à 480 kg vifs.

En 2022, 86 % des éleveurs allaitants bourguignons produisaient des mâles maigres et parmi eux 72 % commercialisaient majoritairement des broutards.



(Source : données Mon Troupeau, Bourgogne, Chambres d'Agriculture et Alysé, année 2022)

## Un enjeu majeur :

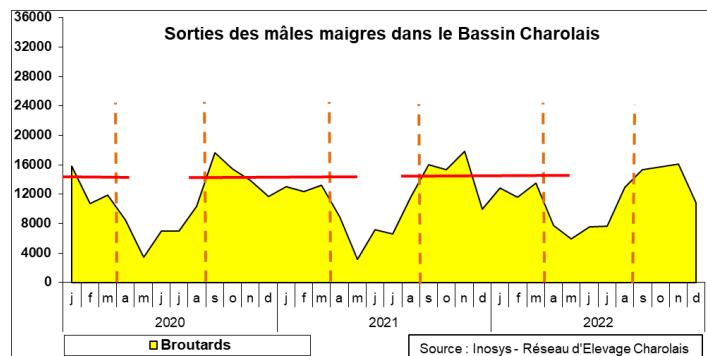
partagé par les producteurs et les opérateurs de la filière

### Une « massification de l'offre »

Le traitement des données commerciales réalisé par le Réseau d'Elevage Charolais sur le Bassin Charolais permet d'observer la saisonnalité des sorties des mâles maigres, il illustre la problématique rencontrée par les opérateurs commerciaux qui est :

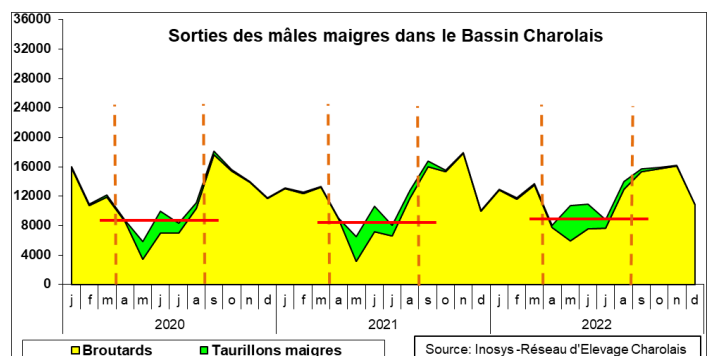
1. une concentration de l'offre des broutards :

Les sorties de broutards sont concentrées de septembre à mars (du sevrage jusqu'à la fin de la période d'hivernage).



2. trop faiblement compensée par les taurillons maigres :

En période "creuse", de mai à juillet, la production des taurillons d'herbe (en vert dans le graphique) réduit quelque peu le manque d'approvisionnement du marché mais demeure insuffisante pour combler le déficit en mâles maigres.



**4 leviers :**  
**4 efficacités,**  
**4 effets contrastés**

**4 leviers de régulation des mises en marchés accessibles en ferme :**

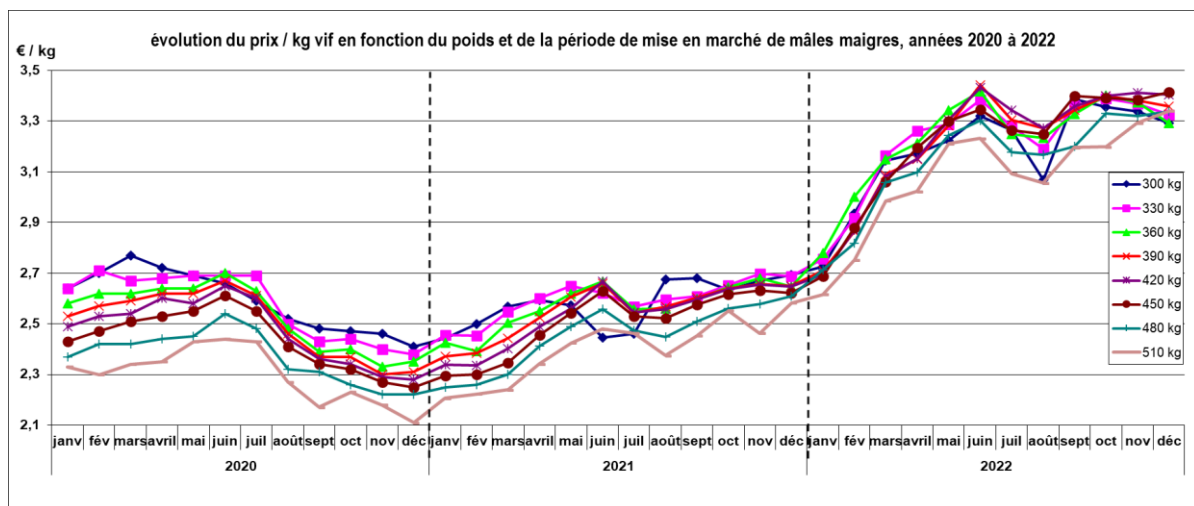
**1. Le niveau de complémentation :**

C'est l'adaptation des conduites d'élevage (plus ou moins intensives) pour obtenir le meilleur compromis poids/prix de vente par rapport à la demande du marché. C'est le levier le plus rapidement accessible pour l'éleveur et le plus facile à mettre en œuvre. Néanmoins, si l'accélération des croissances par la complémentation permet d'avancer les sorties, elle n'aura qu'un effet limité sur le lissage des mises en marché des broutards.

**2. Saisonnalité du prix au kilo vif du broutard :**

L'analyse des données commerciales par tranche de poids, sur les années antérieures à 2022, met en avant une structuration entre le poids et le prix des mâles maigres, structuration qui évolue aussi en fonction des périodes de mises en marché (cf. courbe ci-après). De décembre à mai, les écarts de prix par tranche de poids sont significatifs et réguliers : plus le mâle est lourd et plus le prix au kg vif se dégrade. De juin à août, l'offre est plus limitée, les écarts de prix se resserrent. De septembre à novembre, les prix s'érodaient depuis de nombreuses années avec des écarts qui augmentaient entre les plus légers et les plus lourds. Fin 2021 et durant toute l'année 2022, avec l'évolution des cours des animaux finis à la hausse et une forte demande sur le maigre, la baisse saisonnière des prix n'a pas eu lieu et les écarts de prix liés à l'alourdissement sont restés faibles (en dehors des extrêmes).

Cette évolution du prix au kilo vif des broutards peut avoir un effet « **psychologique** » qui entraîne des adaptations de conduite du troupeau pour positionner des mises en marché en périodes de prix haut.

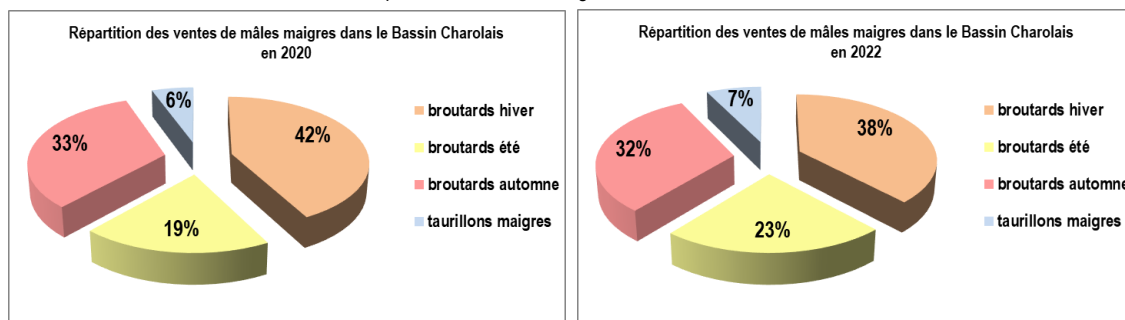


(Source : Inosys - Réseau d'Elevage Charolais, données issues des documents Poids et Prix des animaux Charolais)

**3. La complémentarité des types de mâles vendus :**

Compte tenu de la standardification des types de mâles vendus, la complémentarité entre les types de mâles produits (broutards d'été, d'automne, d'hiver, taurillons maigres) n'est plus un levier suffisant pour limiter la massification de l'offre des mâles maigres.

A cela s'ajoute une production de taurillons maigres en baisse depuis plusieurs années ce qui exacerbe davantage le phénomène : dans le Bassin Charolais (dont la Bourgogne est la principale région productrice de taurillons maigres en France) la proportion de mâles vendus en taurillons maigres de 15 mois après une remise à l'herbe représente 7 % des mâles maigres commercialisés. Ce volume de ventes en taurillons s'était réduit entre 2018 et 2019, avec une diminution de l'ordre de 2 200 mâles. En 2021, le nombre de taurillons a progressé de 23 % par rapport à 2019 (+ 1 900 animaux) et s'est stabilisé en 2022 (+8 % par rapport à 2021). On retrouve ainsi le même volume de production qu'en 2018 dans les données commerciales traitées par le Réseau d'Elevage Charolais.



(Source : Inosys - Réseau d'Elevage Charolais, données issues des documents Poids et Prix des animaux Charolais, années 2020 et 2022)

La complémentation

L'attractivité estivale

La complémentarité entre les catégories commerciales

#### 4. La date de vêlage :

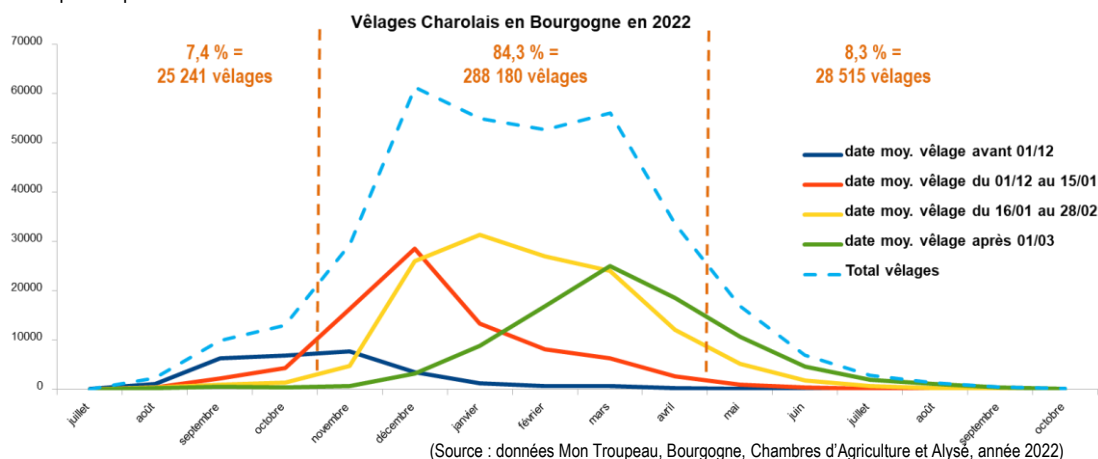
C'est le levier le plus efficace pour lisser la disponibilité en mâles maigres, mais c'est aussi le levier le plus impactant sur les logiques de fonctionnement des systèmes de production car il entraîne une modification profonde de l'ensemble de la conduite du cheptel.

A l'échelle de la zone Bourgogne, la saisonnalité des sorties provient d'une concentration des naissances en hiver et sur le printemps : plus de 80 % des veaux naissent entre novembre et avril de l'année suivante.

Les détenteurs de bovins Charolais de la zone Bourgogne ont des fonctionnements de troupeaux organisés autour de :

- Vêlages très précoces pour seulement 9 % d'entre eux (date moyenne des vêlages avant le 1<sup>er</sup> décembre),
- Vêlages précoces pour 22 % d'entre eux (date moyenne des vêlages entre le 01/12 et le 15/01),
- Vêlages classiques pour 35 % d'entre eux (date moyenne des vêlages entre le 15/01 et le 01/03),
- Vêlages tardifs pour 34 % d'entre eux (date moyenne des vêlages après le 1<sup>er</sup> mars),

Dans chaque groupe, il y a des vêlages étalés sur plus de 4 mois qui font que l'on pourra avoir des stratégies de ventes différentes pour des lots de mâles plus ou moins jeunes dans un même élevage. Cela sera plus facile à mettre en place dans les grands élevages car la segmentation des lots selon les dates de naissance des mâles est difficile dans les cheptels à petits effectifs.



La précocité des périodes de vêlages

Beaucoup d'interrogations en fermes :

#### Quels itinéraires techniques permettent d'optimiser la conduite des broutards de la naissance jusqu'à la vente ?

- quels intérêts économiques à intensifier la croissance des mâles par la complémentation avant sevrage ?
- quels intérêts économiques d'une repousse à l'auge après sevrage ?
- quels intérêts économiques à alléger des broutards habituellement vendus autour de 400 kg vifs en vue de les commercialiser à 300 ou 360 kg vifs à destination des pays tiers ?

Sur le plan économique, ce n'est pas la stratégie de mise en marché des mâles qui doit impulser à elle seule la conduite de tout le troupeau car les mâles représentent moins de 50 % du montant des ventes de l'atelier bovin. Cependant, il doit y avoir une cohérence entre la période de vêlage, le fonctionnement du troupeau et les poids et les périodes où les mâles sont mis en marché.

## 13 fiches pour guider vos prises de décision :

Evaluations économiques des stratégies de conduite des mâles selon  
3 mises en situation chez des herbagers calculées avec un aliment fermier

### Producteurs de broutards pour le marché italien (400-420 kg vifs) ....

**Se repérer :** les itinéraires de conduite optimisés

.... Ai-je un intérêt à alourdir mes broutards (450 ou 475 kg vifs) ?

.... Ai-je un intérêt à alléger les poids de mes broutards (300 ou 360 kg vifs) pour un marché du pourtour méditerranéen ?

<b>En vêlages précoces :</b> (date moyenne des vêlages du troupeau comprise entre le 1 <sup>er</sup> déc. et le 15 janv.)	- Fiche B1 - Fiche B2 - Fiche B4	- Fiche B3 - Fiche B5
<b>En vêlages classiques :</b> (date moyenne des vêlages du troupeau comprise entre le 15 janv. et le 1 <sup>er</sup> mars)	- Fiche C1 - Fiche C3	- Fiche C2 - Fiche C4
<b>En vêlages tardifs :</b> (date moyenne des vêlages du troupeau comprise après le 1 <sup>er</sup> mars)	- Fiche D1 - Fiche D3	- Fiche D2 - Fiche D4

# Quelles stratégies de vente des mâles maigres Charolais chez les naisseurs?

L'évolution des marchés, l'exigence de la contractualisation entre partenaires commerciaux renvoient à la nécessité de mieux maîtriser la massification de l'offre en mâles maigres, c'est un enjeu majeur pour l'ensemble des acteurs de la filière.

Le contexte de réduction de l'efficacité économique d'un grand nombre de systèmes de production, renvoie quant à lui, au-delà de la performance technique, à la mise en cohérence d'itinéraires de production adaptés au potentiel de chaque exploitation (agronomique, infrastructures, humain etc...).

Cela nécessite une approche plus personnalisée qui sera essentielle pour la maîtrise des coûts.

Aujourd'hui, beaucoup de questionnements en fermes :

- Le poids de l'organisation des marchés
- L'évolution du commerce : la contractualisation
- L'exigence de la maîtrise des coûts
- L'adaptation des itinéraires de production
- Le travail
- L'adaptation au changement climatique

Bien des enjeux de moyen et long terme qui justifient pleinement la mise à disposition de repères d'aide à la décision pour le plus grand nombre de producteurs de notre région.

Didier RAMET

Président Comité d'Orientation (COR) Elevage et filières animales en Bourgogne Franche-Comté



## Références élaborées par :

Valentine NAVEREAU  
Chambre d'Agriculture de Côte d'Or  
Pôle Agricole de Pouilly-en-Auxois  
21320 CREANCEY  
Tél : 06.76.45.63.71.

Amélie BRISSON  
Frédérique MARCEAU  
Chambre d'Agriculture de la Nièvre  
25, Bd Léon Blum - CS 40080  
58028 NEVERS CEDEX  
Tél : 03.86.93.40.00.

Thierry LAHEMADE  
Chambre d'Agriculture de Saône-et-Loire  
59, Rue du 19 Mars 1962 – CS 70610  
71010 MACON CEDEX  
Tél : 06.45.47.15.96.

Jérôme LAVIRON  
Alysé  
3, Rue Jules Rimet  
89400 MIGENNES  
Tél : 03.86.92.36.40.