

## Votre bœuf est-il bon

**Auteur (s) :** Denis Brouillard, agronome, <http://www.agr.gouv.qc.ca/>

**Nom de l'auteur, Organisme, Adresse du site Internet de l'organisme**

Pour commentaires : [denis.brouillard@agr.gouv.qc.ca](mailto:denis.brouillard@agr.gouv.qc.ca)

Cet article a déjà paru dans un autre média : Oui  Non

Parution : Si ce texte a déjà paru dans un autre média, indiquer lequel et quand

Dernière révision le : 3 juin 1999

### **Production bovine** **Votre bœuf est-il bon ?**

Denis Brouillard, agronome

Conseiller en développement des productions bœuf et lait

Une étude étatsunienne récente révèle qu'un steak sur quatre ne satisfait pas le consommateur. D'autres études indiquent des taux d'insatisfaction d'un sur cinq ou un sur six, mais toutes les études révèlent un fort pourcentage d'insatisfaction du consommateur. Et, selon cette même étude, la tendreté en est la principale cause. En général, l'insatisfaction envers le bœuf est causée, en plus du manque de tendreté, par l'inconstance et la difficulté relative de préparation.

Imaginez combien de fois vous achèteriez la même marque de ketchup si vous étiez insatisfait une fois sur quatre. La plupart d'entre nous n'en rachèteraient pas tout simplement : nous changerions de marque.

La consommation de bœuf a baissé de 20 % en 20 ans (de 1980 à 1996 aux Etats-Unis). Durant la même période, la consommation de porc est restée stable, celle du poulet a augmenté de 65 % et celle de la dinde a augmenté de 55 %. Les analystes constatent la même tendance chez-nous. Des analyses démontrent que la baisse de consommation n'est pas directement liée au prix.

La cause n'est pas perdue, mais il est grand temps au moins d'en être conscient. Les producteurs de veaux d'embouche doivent désormais produire en fonction de faire vivre une expérience agréable à chaque fois au consommateur. Par exemple, H.D. Cleberg de Farmland Industries aux États-Unis a développé un marché niche. En pratique, du producteur jusqu'au détaillant, tous sont des partenaires responsables et visent à produire un bœuf savoureux, tendre, sûr et constant. C'est ainsi qu'ils fidélisent le consommateur qui paie même plus cher ce bœuf de marque. Il y a de quoi ruminer. J'y reviendrai.

## BOEUFEST-ILBON

Le 3 juin 1999

286 mots

- 30 -

### Références :

Cleberg, H.D. Beef Consumers of the Future. Denver, 17 juillet 1998

Corah, Larry. Why is There a Need for the Brand-Like Initiative. National Cattlemen's Beef Association. Denver, 17 juillet 1998

Ishmael, Wes. Tough Fit. Beef. Mars 1999, page 28

Yeager, Penny. Beef Producers Must Key in to Buyer Demands. Western Producer, 27 mai 1999