



Un sandwich au steak Blanc-Bleu s'il vous plait!

Beauval occupe une quarantaine de salariés et réalise un chiffre d'affaires de 10 millions d'euro. Le steak Beauval représente 4% du CA

La société Beauval tire son nom du lieu-dit du Beau Vallon, une terre située près de l'entreprise localisée à Lessine en Hainaut. La valorisation de la viande Blanc-Bleu est la principale activité de cette entreprise pionnière misant sur l'innovation et le respect du goût authentique, comme en témoigne son sandwich au steak Blanc-Bleu.

L. S.

Fondée en 1996, Beauval réalise un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros et occupe 40 personnes. Beauval a fait de la viande de boeuf, d'agneau, des viandes élaborées et de découpe, sa spécialité. L'entreprise s'adresse à une large clientèle, allant du restaurateur au distributeur. Le client a un vaste choix de produits (prêts à trancher, viandes portionnées et élaborées) conditionnés de différentes manières (sous skin, sous atmosphère, sous vide ou mirabella).

80% de la viande traitée (viande fraîche, cuisinée ou surgelée) sont destinés à la grande distribution (Delhaize et Makro en Belgique), le solde est acheminé via des grossistes vers la restauration "hors foyer" (traiteurs, collectivités, Horeca...).

Beauval travaille avec 27 élevages Blanc-Bleu régionaux affiliés qui finissent des vaches nées dans leur propre élevage. Une formule qui réduit le nombre d'intermédiaires et est favorable au bien-être animal et à l'environnement (empreinte écologique). Les fermes sont à 1 heure de route maximum de l'abattoir d'Ath et l'éleveur prend en charge le transport afin d'éviter un stress inutile.

La viande bovine est produite à partir de femelles âgées de 4 à 6 ans et ayant pâturé au moins deux saisons. Leur alimentation régie par un cahier des charges strict est contrôlée par un organisme tiers et indépendant. Cette formule garantit la présence de graisse intra-musculaire et donc le goût de la viande.

de. Par ailleurs, la viande subit 2 maturations: d'abord dans l'os pendant 3 jours et, après désossage, dans un sac sous vide pendant 14 jours, donnant ainsi à la viande son goût unique et authentique.

Le prix des bêtes est établi de manière originale. La carcasse est décomposée en une dizaine de catégories de viande selon leur valorisation. Le poids de viande dans ces différentes catégories détermine le prix. Des bonus sont accordés en fonction du poids global de la carcasse.

Le sandwich steak

L'idée du steak sandwich est venue du fameux New York Striploin Steak, a expliqué Frédéric Brys (administrateur délégué). Il s'agit d'une sorte de contre-filet que les américains mangent dans une baguette. Vu la croissance du secteur du snacking, l'idée a été de développer un type de steak à servir dans un sandwich. C'était aussi une façon de valoriser une viande réputée dans le marché du snacking.

Plusieurs années de développement ont été nécessaires pour relever ce challenge car la cuisson d'une fine tranche de viande maigre la transforme en se-

melle. La solution est venue d'une formule "de marinade au cœur". Il fallait aussi donner forme à la viande tranchée et utiliser un pain qui ne mie pas. Ces recherches ont donné naissance au sandwich steak Beauval pour lequel l'entreprise a reçu le prix de l'innovation 2007 à l'Horeca Expo de Gand.

Entre 40.000 et 50.000 steaks de ce type sortent des ateliers Beauval et sont distribués dans près de 450 sandwicheries du pays. Ce steak est également proposé à Walibi. Des accords de distribution ont été signés en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas.

Ce produit, qui représente 4% du CA de Beauval a permis à l'entreprise de se différencier et de suivre l'évolution des habitudes alimentaires.

Questions-réponses

Questionné sur le sujet, Mr Brys a relevé quelques tendances du marché. Il souligne tout d'abord le poids toujours croissant de la grande distribution sur le secteur (55% du marché de la viande fraîche). Une grande distribution qui exige toute la clarté sur les marges bénéficiaires de ses fournisseurs et fait pression sur les prix, ce qui se traduit par un recul du nombre d'intermédiaires.

Mr Brys relève à ce propos le nombre croissant d'animaux ne passant plus par les marchés de bestiaux traditionnels, ce qui pose la question du mode de détermination du prix du marché.

Autre tendance, les grossistes en viande cherchent à davantage valoriser les morceaux de second choix à travers des produits à base de viande crues (hambur-

ger...), cuisinées (carbonnades...) où cuites (chûtes de bœuf...) qui répondent aux évolutions des habitudes de consommation (cuisine rapide).

Concernant la race Blanc-Bleu, Mr Brys a souligné les atouts que constituent la tendreté et l'absence de graisse de la viande, deux critères recherchés pour la consommation domestique (80% des ventes chez makro), ce qui est nettement moins le cas en restauration hors foyer, a-t-il toutefois précisé. Au niveau du profil des animaux souhaités, des poids carcasses élevés sont recherchés, ainsi que le caractère culard, si celui-ci est associé à la tendreté et à la finesse de viande.

S T E E L A N D G.

BUREAU DE NUTRITION ANIMALE

Steeland-mix

Un aliment concours de référence:

Info: Wilfried Schotsmans

Gsm: 0475 93 45 77

www.steelandmix.be
