

Séminaire Viand'Alp

COMPTE-RENDU

28 mars 2024 à Susville (38)



Avec le soutien de



FONDS NATIONAL
D'AMENAGEMENT
ET DE DEVELOPPEMENT
DU TERRITOIRE
Massif des Alpes

Table des matières

Table des matières

Introduction	1
Thème 1 : Abattoirs : Comment maintenir les abattoirs régionaux attractifs ?	2
1. Témoignage de l'abattoir de Gap : le nouvel abattoir	2
2. Témoignage de l'abattoir de la Mûre : vente directe	3
3. Témoignage de l'abattoir de Guillestre : projet de mégisserie	4
4. Témoignage Chambéry et Bourg d'Oisans	6
5. Temps d'échanges	7
Thème 2 : Structuration des filières	8
1. Présentation de l'étude de marché sur les débouchés	8
2. Comment structurer ses débouchés ?	9
3. Quelles opportunités offre la RHD pour la valorisation des produits de montagne? Le rôle structurant d'une plateforme de circuits courts afin d'introduire la viande en Restauration Hors Domicile (RHD)	10
4. Comment caractériser un produit de nos montagnes pour mieux le valoriser ? L'exemple de l'agneau d'alpage/tardon	12
a) CERPAM : Retour des enquêtes d'éleveurs d'agneaux tardons Victor DOUCHAMPS, ingénieur pastoralisme au CERPAM	13
b) Retour du voyage d'étude en Suisse pour la structuration d'une filière d'agneaux d'alpage	14
c) Synthèse des tests organoleptiques de viande d'agneau pastoraux/standards	15
5. Le label IP-Suisse, une meilleure valorisation des produits suisses auprès du grand public?	16
6. Mieux maîtriser l'aval et ses débouchés : le conditionnement un enjeu clé pour valoriser la viande sous la marque Ishere	17
7. Comment nos marques communiquent-elles? Quels enjeux ? Exemple de la filière bovine	19
Perspectives et conclusion	20

Les propos retranscrits ne sont pas le prononcé exact.

Le diaporama présenté est disponible sur <https://agriculture-alpes.fr/projets/thematique-produits/>



Coordinatrices du programme : Apolline BRICOUT, MRE - Floriane DI FRANCO, Suaci Montagn'Alpes
Représentants politiques : Bruno ANDRE, Président de la section économique de la MRE et Président de la SICABA et Amandine VIAL, éleveuse, élue au Suaci Montagn'Alpes

Introduction

Bruno André, Président de la section économique de la MRE et Président de la SICABA, remercie les participants, la communauté de communes et les financeurs. Il revient sur les précédents séminaires, à Grenoble et à Sisteron.

Il rappelle que ce séminaire doit aussi être un moment d'échanges et de débats, il invite les participants à prendre la parole. Lors des conclusions, il doit aussi permettre d'ouvrir de nouveaux chantiers.

Amandine Vial, éleveuse, élue du Suaci Montagn'Alpes, remercie tout le monde - intervenants et participants.

Le Suaci Montagn'Alpes est un service mutualisé à l'échelle des Alpes du Nord pour la défense de l'agriculture de montagne. Le programme Viand'Alp a permis de bâtir un partenariat précieux à l'échelle du massif avec la MRE. Il a pour objectif de rechercher des valorisations pour les viandes, il a permis de dynamiser les relations entre abattoirs du nord et du sud du massif. Elle espère que ce séminaire permettra des échanges prolifiques pour faire avancer la valorisation de l'élevage.

Fabien Mulyk, vice-président de la communauté de communes de la Matheysine, souhaite la bienvenue aux participants, dans un territoire très varié avec une prédominance de l'élevage, avec un abattoir utile et indispensable pour la filière. Le territoire abrite le plus grand alpage d'Europe, 900 hectares.

Il est confronté comme ailleurs à des soucis de prédation et de sécheresse. La collectivité s'implique auprès des éleveurs, par exemple en mettant en place des colliers GPS pour les bovins pour contrer et comprendre les attaques et en organisant un salon de l'agriculture (SAAM) pour mettre en lien les consommateurs avec les éleveurs.

Tout le monde parle de circuits courts, et on ne sait pas toujours qui fait quoi.

Patrice Roucolle, Directeur de la MRE, rappelle que le projet Viand Alp a été initié dès l'année 2018, avec le Suaci Montagn'Alpes et la MRE PACA. Il revient sur l'organisation et le financement du dossier par le FNADT et les Régions.

Floriane Di Franco, Coordinatrice du Suaci Montagn'Alpes, présente la dynamique de la journée, qui sera composée de présentations succinctes et de temps d'échanges. Le repas qui sera servi a été réalisé par le traiteur local Greenwich.

Thème 1 : Abattoirs : Comment maintenir les abattoirs régionaux attractifs ?

Les abattoirs du massif alpins sont des outils indispensables à la structuration de la filière viande et du maintien de l'élevage. Or ces structures sont souvent fragiles et rencontrent de nombreuses problématiques d'ordre économique, structurel et organisationnel. Viand'Alp a pour objectif de créer de la mutualisation inter-abattoirs dans le massif via ce genre d'évènement ou lors de journées spécifiques et mettre en commun des solutions pour améliorer l'attractivité de ces outils.

La séquence s'organise autour de 3 témoignages d'abattoirs du massif : Gap, la Mûre et Guillestre et finie par des échanges.

1. Témoignage de l'abattoir de Gap : le nouvel abattoir

Abattoir municipal géré par la coopérative la SICABA, multi espèces avec en majorité du porc et des agneaux, ouvert 5 jours par semaine avec 17 salariés dont une 15aine d'opérateurs de chaîne, en ouvrant un nouvel abattoir, quels sont les changements dans la manière de travailler, quelles problématiques ont été en parties ou totalement résolues par cette nouvelle installation et lesquelles sont à venir?

Intervenants :

Olivier Lhermie, directeur de l'abattoir Gap

Bruno André, Président de l'abattoir de Gap et éleveur porcin

Présentation du contexte

L'abattoir date de 1986. A l'origine, il était plutôt conçu pour du bovin (3000 tonnes il y a 10 ans), mais aujourd'hui c'est la filière porcine qui fait le gros des volumes (3900 T dont 2800 T de porcs). Ayant fait l'objet de mises en demeure récurrentes, la SICABA a fait le choix de financer une étude de l'ADIV (Association pour le Développement de l'Institut de la Viande), pour réaliser un diagnostic sur la traçabilité, l'hygiène, les flux..., puis de présenter les résultats à la Mairie de Gap.

La Mairie, devant la faible différence de chiffrage entre une rénovation et une construction à neuf, a préféré créer un nouvel abattoir. Elle a trouvé un terrain non loin de l'abattoir – ancienne entreprise Lactalis, et a élaboré un cahier des charges. Chaque groupement d'entreprises a élaboré 3 plans.

Le SICABA avait déjà une Délégation de Service Public (DSP) depuis 1986 renouvelée plusieurs fois, la mairie était chargée de faire l'entretien, avec un conflit d'usage entre le versement de la redevance et les travaux d'entretien réalisés, ce qui explique le vieillissement de l'outil.

Bruno André encourage les futurs gestionnaires à faire les rénovations au fil de l'eau pour éviter d'importantes mises aux normes.

La nouvelle DSP, basée sur 4 500 tonnes, prévoit que tous les investissements seront à la charge de la SICABA, et ce sont les consommateurs qui vont payer.

Quelques marges de progrès existent, en travaillant sur l'autoconsommation de l'énergie, les coproduits, sur la maîtrise et la répercussion des coûts de production.

La SICABA a été seule à répondre, et a signé une DSP sur 11 ans, durée qui permettra d'amortir les investissements.

Diapo bénéfiques / risques

Il s'agit d'un outil moderne, attrayant pour les nouveaux clients. La SICABA a investi dans un retractor, elle vise une meilleure productivité.

La commune de Gap a porté le projet, pour un montant de 14 millions d'euros d'investissement. Ils ont eu de la chance de bénéficier du Plan abattoir qui leur a permis d'avoir un financement de l'Etat à hauteur de 2 millions d'euros et de la Région PACA.

La SICA Le Montagnard des Alpes, coopérative porcine, a délocalisé sa salle de découpe porcine sur ce nouveau site, bénéficiant de 400m² pour l'installer. Deux millions d'€ sont dédiés à la salle porc qui est privée.

Avec la réglementation DSP, la ville a peu travaillé avec l'exploitant, ce qui n'a pas permis de recueillir leurs besoins et attentes. Même si le résultat est bon, la SICABA aurait apprécié pouvoir être informée du dossier pour permettre d'avoir des locaux agréables et adaptés au personnel notamment pour les vestiaires. Le service de l'état a imposé beaucoup de choses en oubliant l'exploitant: il n'y a pas de vestiaire pour femme et qu'une seule douche (avant il y avait 4 douches). Le dialogue n'est pas toujours facile pour les abattoirs sous délégation publique.

Questions

Question sur la participation à l'investissement ? Oui, la SICABA participe, et a en particulier investi dans le retractor porcin, et sur un outils de triage porcin. De son côté, la SICA le Montagnard des Alpes investit pour équiper son nouvel atelier de découpe / transformation.

En revanche, la mairie n'a pas pris en compte la station de prétraitement des eaux usées.

2. Témoignage de l'abattoir de la Mûre : vente directe

Paul-Dominique Rebreyend est éleveur d'un troupeau de 90 vaches allaitantes de race Aubrac, gérant de Provi SAS et président de la SICORBIAA, société qui gère l'abattage et la découpe à la Mûre. Cet abattoir est ouvert 1j/sem pour abattre et 4j/sem pour découper avec une disponibilité de 15 ETP. Les débouchés sont exclusivement de la vente directe avec 90% gros bovins et veaux, 9% ovins/caprins et 1% porc.

Intervenant :

Paul-Dominique REBREYEND, éleveur et Président de l'abattoir de la Mûre

Présentation du contexte

L'abattoir a été construit en 1997, puis liquidé au bout de 8 mois et repris par une société lyonnaise qui n'avait pas vocation à rester sur site. En 1999, il y a eu un projet de reprise par 30 éleveurs de l'Isère avec une valorisation en circuit court et vente directe. Il a été question de construire une salle

de découpe attenante, identifier et mettre sur marché des produits haut de gamme et acquérir de l'autonomie au niveau abattage et découpe.

En février 2000, l'abattoir est repris en SARL et par Provi SA. Il y a la construction de la salle de découpe par la collectivité (syndicat mixte) qui sera cédée en crédit-bail (jusqu'en 2015, 500m² crédit bail et 500m² abattoir). Elle sera opérationnelle en 2001. Elle faisait 80t de carcasse en découpe en 2001 pour 130t en 2021. Elle passe en agrément local régional en agrément européen en 2009.

La gamme de produits proposés a été complétée avec la fabrication de saucisses et merguez ainsi qu'avec la viande hachée salée. La production connut en 2020 une augmentation des volumes de 20% pour s'effondrer ensuite en 2022-2023. C'est -35% entre 2020 et 2023 et -25% entre 2019 et 2023. L'activité progresse aujourd'hui de 2 à 3% par an.

Les volumes d'abattage s'élevaient à 440t découpé et 490t abattu en 2020, pour s'établir à 285t découpé et 350t abattu en 2023.

Forces et faiblesses

Même si l'activité continue, l'abattoir rencontre des soucis :

- la concurrence face aux salles de découpe privées qui proposent parfois des prix plus attractifs ;
- le coût de l'énergie, heureusement compensé par le photovoltaïque sur le toit (1/3 de la conso). Aujourd'hui, c'est 2,5 fois le prix payé d'avant 23-24. Des tarifs plus abordables doivent être négociés pour 2025 et 2026.

L'abattoir présente une situation financière saine. Les bonnes années et la gestion opérationnelle ont permis aux deux structures d'être solides financièrement. Ils n'ont jamais utilisé l'argent public au niveau du fonctionnement, ils ont consolidé avec leurs fonds propres, les bénéfices sont restés dans l'entreprise, il n'y a pas eu de distribution de dividendes et zéro emprunt en cours.

Cependant, la rentabilité de la société commerciale et de la société d'exploitation est limitée : pas de bénéfices dégagés au cours des 2 dernières années.

Parmi les atouts :

- l'orientation vente directe,
- le fait que l'abattoir réalise près de 50% de l'activité de découpe du département (hors découpe privée) et 35% du sud Isère.

L'atelier est spécialisé, à tort ou à raison, dans la découpe des "moutons à 5 pattes", à savoir des demandes exigeantes et adaptées aux clients, en type de colis que bien peu de salles de découpe veulent faire.

3. Témoignage de l'abattoir de Guillestre : projet de mégisserie

L'abattoir de Guillestre, petit abattoir ouvert 1 fois par semaine le mardi, fonctionne grâce à des tâcherons éleveurs formés pour l'abattage. Véronique Dubourg éleveuse caprins fromagers et

tâcheronne retraitée et Jade Huot bergère, éleveuse ovins fromagers en cours d'installation et tâcheronne ont présenté leur abattoir et surtout le projet de mégisserie en cours pour valoriser les peaux de petits ruminants.

Intervenantes :

Véronique DUBOURG, éleveuse et tâcheronne retraitée

Jade HUOT, bergère/éleveuse en cours d'installation et tâcheronne

Présentation du contexte

L'abattoir a été repris en 2016 par des éleveurs - après dépôt de bilan - pour se réapproprier le maillon de la chaîne, par le tâcheronnage. Cet "abattoir paysan" fonctionne en SCIC depuis 8 ans, malgré les problèmes déjà signalés, liés à l'énergie et au prix de l'équarrissage.

Les éleveurs insistent sur la notion de proximité des paysans et des consommateurs, dans le plus grand respect des animaux et de la viande qu'il procure. Les avantages de ce modèle sont l'absence de cadence.

Elles considèrent que les abattoirs sont complémentaires et non pas concurrentiels. Il y a plusieurs agricultures donc plusieurs outils adaptés. Il faut maintenir toute taille et toute forme d'élevage sur le territoire avec plusieurs modes de transformation.

La SCIC est un syndicat mixte appartenant à 4 Communautés de Communes (CC). Il faut souligner qu'avant la reprise, de gros travaux avaient été réalisés, pour 800 000 euros d'argent public. De plus, dans cet abattoir, il y avait une salle de découpe inutilisée. Elle a été équipée et mise en fonctionnement, et les éleveurs ont bénéficié d'une formation à la découpe et à l'hygiène. Les intervenantes précisent qu'il aurait été dommage que l'abattoir soit "mis à la poubelle", l'argent public investi est mis en service du territoire avec l'argent du territoire.

Fonctionnement de l'abattoir et projet de mégisserie

Tâcheronnage : une dizaine le mardi, les éleveurs sont volontaires pour réaliser une prestation de service à l'abattoir, ils ont été formés auparavant.

Le **prix payé à l'éleveur** pour l'abattage est un prix par bête divisé entre les tâcherons. Il n'y a pas de notion de cadence, et les éleveurs sont responsables du déchargement jusqu'au conditionnement. Ce mode de fonctionnement a permis de créer du lien entre les éleveurs, dans des professions où les éleveurs sont isolés, mais aussi de dégager un revenu complémentaire surtout en hiver. Pour les éleveurs, c'est aussi plaisant de s'approprier ce savoir-faire, et de constater le travail effectué et toutes les carcasses dans la chambre froide en fin de journée.

Malheureusement, les coproduits sont jetés comme les peaux d'ovin et de caprin, faute de solutions (débouchés, coûts trop élevés).

Dans ce contexte, les éleveurs ont lancé un **projet de mégisserie** (pour tanner les peaux de petits ruminants). Une étude a été faite, et les conclusions sont positives. L'objectif est d'étudier la faisabilité d'une SCIC. Il s'agirait de produire du cuir à Guillestre, pas plus cher qu'ailleurs. Les collectivités ont été enthousiasmées par le projet. 30 éleveurs ont répondu positivement à ce projet. Il s'agit d'une autre démarche que ce qui se passe dans les abattoirs industriels, avec la volonté

d'entretenir les petits élevages et d'autres au service du territoire. Ils mènent aussi une réflexion sur le sang. L'idée est de se réapproprier tout ce qu'apportent les animaux sur le territoire.

4. Témoignage Chambéry et Bourg d'Oisans

Prises de parole libres

Intervenant :

Alexis FERREIRA, Directeur de l'abattoir de Chambéry

L'abattoir de Chambéry traite 3000 tonnes par an en multi espèces, en DSP. Le propriétaire est le SMAC (Syndicat Mixte) – représenté à 75% par le Département et 25% par l'agglomération. Il est exploité par la société d'abattage de droit privé Savoie Abattage, composée de 2 associations d'éleveurs, CASMB, négociant en viande, bouchers...

L'atelier de découpe produit 250t et en transformation avec la fabrication de saucisses, terrines et pâtés il produit 25t.

L'abattoir a été reconstruit à neuf en 2014 pour 8 millions d'euros dont 1,2 million d'euros pris en charge par la société d'exploitation. Un projet d'agrandissement de l'outil est actuellement à l'étude pour 4M€ (stabulation, chambre froide, salle de découpe).

Les problématiques sont similaires à celles qui ont été évoquées précédemment. Ils réfléchissent, pour fidéliser les équipes, améliorer le confort de travail. Avancer en protection animale mais avant-tout respecter les hommes et les femmes qui travaillent dans l'abattoir.

Il y a une volonté d'améliorer le bien-être animal : couloirs d'amenée... L'objectif est de faire des choses adaptées et adaptables.

Le délégué nous a permis d'être autour de la table, les équipes de gestion mais aussi les opérateurs, pour que ce soit le projet des équipes des abattoirs.

Il y a beaucoup de petits ateliers de découpe concurrentiels autour de Chambéry. Leurs prestations n'ont pas les mêmes prix car la gestion n'est pas la même ni la prestation. Cela ajoute une complexité sur la valorisation de la prestation.

L'abattoir déplore que le sujet de **valorisation des co-produits**, abordé lors du dernier groupe inter abattoirs dans le cadre du projet Viand'Alp, n'ait pas donné lieu à un retour suite à cette réunion, notamment sur la problématique sang. Ils sont pris en otage par la société d'équarrissage sur ces questions-ci.

Bruno André, MRE : L'abattoir de Sisteron est chef de file pour travailler sur le sang – le sécher et le mettre dans les engrais, la société d'engrais partenaire du projet craint pour son image et souhaite avancer prudemment. Ceux qui ont connu l'ESB et la fièvre aphteuse comprendront ces réticences.

Intervenant :

Corentin THERMES, Gestionnaire de l'Abattoir de Bourg d'Oisans

Il est mis en régie intercommunal depuis 5 ans. Les volumes ont augmenté pour se stabiliser à 70t avec une grosse part de découpe (60t). La majorité des bêtes abattues sont des ovins. Ils se spécialisent sur du détail et des "moutons à 5 pattes". Presque tous les éleveurs sont en vente directe.

La situation de l'abattoir est délicate avec des bâtiments et un équipement vieillissant. Il y a besoin d'investissements. Un travail est à mettre en place sur la découpe et la transformation pour répondre aux besoins des éleveurs, bouchers, salaisoniers et négoce de la viande.

5. Temps d'échanges

Denis EYRAUD, SICA Le Montagnard des Alpes

La SICA Le Montagnard des Alpes possède un atelier de découpe spécialisé en porc. Il travaille auprès des bouchers, salaisoniers, charcutiers. L'atelier se trouvait avant en centre-ville de Gap, se sont déplacés ensuite dans les années 80, puis se déplacent à nouveau. Il a des clients sur Sisteron et deux antennes sur le Vaucluse et les Bouches-du-Rhône. Les produits proposés sont des produits haut-de-gamme à destination des collectivités et de la distribution.

Aujourd'hui ils sont 14 salariés avec un chiffre d'affaires de 6.5 millions d'euros. Ils investissent 80 à 100 000€ par an pour l'entretien. Les bilans sont équilibrés, ils ne doivent rien à personne.

Au niveau de la production, ils ont de la chance en filière porc car ils ne sont pas nombreux avec 25 000 porcs mais il y a une reprise pour chaque exploitation. Ils se battent pour que les éleveurs puissent gagner leur vie et maintenir leurs structures en zone de montagne.

La Restauration Hors Domicile (RHD) avec la restauration collective est une perspective économique. Toutefois il y a un écart entre la volonté politique et la réalité économique quand arrive le moment de parler du prix, qui pose toujours souci. Un atout est qu'en Région Sud, il y a un gros bassin de consommation. Pour y accéder, il va falloir maîtriser nos coûts en interne: frais de transport, internalisation du système de ramassage, camion, chauffeur, optimisation du bien-être animal, sanitaire, coût de la ramasse...

Ils aimeraient investir dans le photovoltaïque. La valorisation des co-produits est aujourd'hui jugée trop élevée.

Enfin, si l'on considère que ramener de la nourriture aux gens est considéré comme un service public, alors le Montagnard des Alpes a un rôle à jouer.

Denis Eyraud se félicite des échanges entre abattoirs qui découlent de ce projet, et propose que la prochaine réunion inter abattoirs ait lieu à Chambéry, abattoir similaire à celui de Gap.

Paul-Dominique REBREYEND, Abattoir de la Mûre

Équarrissage

Paul-Dominique Rebreyend souhaite qu'on réfléchisse à des pistes pour les déchets qu'on met à l'équarrissage. A la Mûre, le coût est passé de 8 000 euros il y a 8 ans quand il y avait un peu de concurrence entre équarrisseurs à 60 000 euros aujourd'hui pour 400 tonnes.

Il déplore que plus l'abattoir est petit, plus les équarrisseurs nous fixent des tarifs élevés.

Apolline BRICOUT, **MRE PACA** évoque les échanges avec OvinAlp et l'étude ADIV en cours sur la valorisation du sang, résultats en cours. Il reste beaucoup à faire en 2024 dans la mutualisation sur les différents sujets évoqués : conditions, coproduits, équarrissage, travail sur les charges... d'où l'importance de ces journées et celles inter-abattoirs.

Thème 2 : Structuration des filières

1. Présentation de l'étude de marché sur les débouchés

L'élevage alpin se structure autour de nombreuses démarches de valorisation des filières. Le programme Viand'Alp a pour but de les accompagner et de les mettre en réseau. Cette séquence vise à faire un tour de ces initiatives territoriales en commençant par une présentation de la Chambre d'agriculture des Hautes-Alpes faite par Pierre Moreau. Il a réalisé une enquête sur les débouchés de la viande dans le cadre de l'étude pour la création d'une salle de découpe à Gap.

Intervenant :

Pierre MOREAU, Chambre d'agriculture des Hautes-Alpes

Une étude de faisabilité est en cours par la Chambre d'agriculture des Hautes-Alpes pour faire une salle de découpe pour les éleveurs en vente directe. Toutefois cela n'est pas rentable, il faudrait l'élargir à la vente aux bouchers, aux établissements scolaires et à la restauration commerciale.

Diapo sur les débouchés concurrentiels

L'étude a permis d'explorer les approvisionnements de la région. Le constat est qu'il y a un marché avec du potentiel:

- Il y a des **artisans bouchers**, 55 entre Sisteron et Briançon, qui achètent de bonnes pièces de viande.
- En **restauration scolaire**, les pièces achetées sont moins nobles mais concernent de plus gros volumes comme le bourguignon. Toutefois cela n'est pas forcément vrai, par exemple dans les collèges des Hautes-Alpes, seulement 250 kg de bourguignon sont commandés par semaine.
- En **restauration commerciale**, le potentiel est intéressant avec l'achat de belles pièces et un volume de commande accessible, mais il y a d'autres problématiques.

En revanche, d'où provient la viande?

- Beaucoup de **bouchers** se fournissent chez Bigard.
- En **restauration scolaire**, il y a de la viande locale (massif alpin), le Département du 05 exporte mais il y a aussi de la viande du massif qui arrive, entraînant des flux contraires. On pourrait davantage chercher de viandes locales.
- Enfin en **restauration commerciale**, c'est compliqué, les principaux fournisseurs sont Promocash, Alpagel, Pomona etc. Ils sont difficiles à concurrencer, ils ont une offre de service qui leur permet de commander et livrer du jour au lendemain, ils ont un haut niveau de prestations services et une bonne logistique difficile à reproduire en local.

Dans les Hautes-Alpes, des acheteurs en viande sont obligés de s'approvisionner avec des structures qui font venir la viande d'ailleurs alors qu'ils souhaitent travailler le plus localement possible. Il y a une réflexion à avoir sur les approvisionnements, le prix, les pièces, que faire en juillet-août.

Pour la **salle de découpe multi-espèces**, le projet est en pause car la rentabilité n'est pas évidente à atteindre, il y a entre 1 et 2 millions d'euros d'investissement à faire. Se pose la question des moyens humains, initialement, ce projet devait être porté par les éleveurs mais ils sont déjà bien occupés.

Aujourd'hui, ils attendent que l'abattoir de Gap entre en fonction pour voir les suites à donner.

2. Comment structurer ses débouchés ?

Intervenant :

Denis EYRAUD, président de la SICA Le Montagnard des Alpes

La vocation de la *SICA le Montagnard des Alpes* est d'organiser la filière porc, la production, la ramasse, amener les porcs à l'abattoir de Gap (100%) puis livrer chez l'artisan boucher qui est le premier client.

Pendant des années, les anciens éleveurs livraient exclusivement de la carcasse. La tendance s'est inversée durant les 15 dernières années avec 70% de découpe et 30% en carcasse. Les carcasses se vendent de moins en moins, et les clients achètent de plus en plus de la pièce. Le rôle de la SICA est de faire de l'équilibre matière, ne pas avoir de stock invendu, en congélation – avec un risque de détérioration.

Ils font de la salaison pour le jambon et les épaules.

La boucherie traditionnelle est en renouvellement de génération (comme en élevage). Il y a une problématique de prix avec un fond de commerce très élevé lorsque cela se revend, c'est difficile pour les jeunes de valoriser l'outil qu'ils viennent de racheter. Il va falloir réfléchir à d'autres moyens de vendre, à d'autres marchés.

Le Montagnard est très lié à la rentabilité de l'abattoir, "nos destins sont liés".

Sur les Hautes-Alpes, il y a peu de bouchers-abatteurs (12/60), salle de découpe, piécé/sous-vide. Les bouchers, ont fait un transfert de main d'œuvre vers la SICA, en lui demandant de faire leur travail de découpe. Une idée serait d'avoir un camion pour ramener la viande de bœuf et ovine chez eux pour faciliter les échanges.

A l'avenir, la SICA va réfléchir à d'autres marchés de commercialisation, notamment par une démarche de qualité sur la viande de porc.

Bruno ANDRE, MRE PACA : les chiffres de la boucherie traditionnelle se tiennent avec 350t, mais on sent des boucheries en souffrance - du fait de la crise du pouvoir d'achat. Les secteurs de la viande fraîche en supermarché ont du mal aussi. Les boucheries qui travaillent bien, n'ont pas de problèmes, mais c'est un métier où il faut se lever tôt, et accepter de transformer le produit pour gagner de la valeur ajoutée. Ceux qui maîtrisent cela vendent bien.

Il faut transformer ses plats : par exemple, faire du piécé sous-vide. Est-ce qu'on doit franchir le pas de la grande distribution?

Cela pose la question de la mise en concurrence des bouchers avec la GMS et de la recherche de parts de marché à l'extérieur du département.

Denis EYRAUD, SICA Le Montagnard des Alpes : Avec la salle de découpe, il y a un transfert de main d'œuvre : la SICA fait la découpe primaire et le boucher la découpe finale. Cela leur permet d'avoir un gain du temps pour les bouchers qui prennent du prédécoupé. Les bouchers détaillants prennent de plus en plus de piécé, ils font du produit avec des produits déjà découpés par des bouchers. Ne touchent plus ce qu'on leur livre. 4 clients ont fait des médailles.

Pour vendre en GMS, il faut un signe officiel de qualité : un marqueur national type IGP, cela donne une entrée plus facile. Présent par le biais des salaisoniers, le Montagnard des Alpes ne la vendra pas dans les Hautes-Alpes, car il entrerait en concurrence avec le petit boucher.

Le chiffre d'affaires est plus important l'été que l'hiver, il y a eu un changement, il faut s'adapter au changement climatique.

3. Quelles opportunités offre la RHD pour la valorisation des produits de montagne? Le rôle structurant d'une plateforme de circuits courts afin d'introduire la viande en Restauration Hors Domicile (RHD)

Dans le cadre de Viand'Alp, des opérations dans des cantines scolaires du 04 et du 05 ont eu lieu cette année pour mettre au menu de l'agneau de la région. Ces actions ponctuelles pour mettre en avant la filière régionale ont été réalisées en partenariat avec différentes structures dont Echanges Paysans une plateforme de circuit court pour la restauration collective. Marc Lourdaux, modérateur commercial territorial ou autrement dit chargé de développement à échanges paysans a présenté les opportunités qu'offre la RHD pour la valorisation des produits de montagne ainsi que du rôle structurant d'une plateforme de circuits courts afin d'introduire la viande en RHD.

Intervenant :

Marc LOURDAUX, médiateur commercial à Echanges Paysans 04 et 05

Échanges Paysans est une plateforme spécialisée dans l'approvisionnement de la restauration collective avec des produits des Hautes-Alpes. Avec le développement de l'activité ces dernières années, cette SCIC possède une vision de plus en plus large des acteurs des filières viandes dans le marché particulier de la RHD.

L'activité viande d'Echanges Paysans était de 90 K€ avant Covid, et elle s'élève aujourd'hui à 200 K€. Elle est portée en particulier par la dynamique de l'opération d'approvisionnement des cantines scolaires en agneau (conduite dans le cadre de Viand'Alp) et par un magasin situé dans le Parc Naturel Régional du Luberon.

Discussions/Échanges

Amandine Vial, éleveuse en Isère, membre du Suaci Montagn'Alpes apporte un témoignage pour l'Isère, où la filière est structurée pour approvisionner la RHD, mais où il y a un décalage entre les paroles et les actes. Elle cite l'exemple d'une commande par leur traiteur pour les buffets d'une 1/2 carcasse de bœuf où finalement la métropole ne veut pas car cela a un trop gros impact carbone. La filière viande est moins bien structurée que celle des légumes.

Florence Reiner précise que la Chambre d'agriculture de l'Isère travaille depuis 10 ans avec la restauration scolaire et le Département, il y a une volonté politique de travailler ces marchés pour les rendre accessibles aux groupements de producteurs viande et à la plateforme *Mangez Bio Isère* qui livre les collèges et la restauration collective. On essaie de structurer des outils locaux pour répondre aux différents marchés.

Christophe Corbières, Département de l'Isère évoque le marché public pour la livraison des collèges en boeuf (groupements de producteurs) en s'appuyant sur la plateforme *Mangez Bio Isère* et le groupement Eleveurs de Saveurs Iséroise. L'objectif du Département est d'aller vers 100% de viande départementale dans les collèges. A terme, le développement du porc est à l'étude.

Il est cependant difficile de rédiger des marchés publics qui privilégient les éleveurs locaux, et il est important de pouvoir compter sur une filière structurée.

Paul Dominique Rebreyend, Abattoir de la Mûre souligne que les grands groupements de producteurs sont peu adaptés pour répondre à ce type de marché. La vente directe est **une assurance récolte**, qui ne dépend pas du cours du marché.

Il faut faire comprendre aux éleveurs qu'ils doivent avoir de la visibilité sur la valorisation de leurs produits, qui est tout aussi importante que de s'occuper du troupeau et des sols.

Cécile Richaud, Association César : Il y a une prise de conscience des éleveurs qu'il faut se structurer pour valoriser la production.

Marc Lourdaux, Echanges Paysans, demande s'il faut une plateforme spécifique pour les métiers de la viande. Dans tous les cas, nous sommes en attente de marchés publics régionaux pour la viande.

Marion Filiol, Chambre d'agriculture Savoie-Mont Blanc : Au niveau des **Savoie**, il y a une volonté de structurer la filière porcine, en créant un collectif, en installant des porcins. Les flux touristiques de la région amènent un gros bassin de consommation de viande porcine qui demanderait plus de production et plus d'offres pour répondre à la demande. Contrairement à la filière laitière, la filière viande est mal structurée. Il y a beaucoup de réformes laitières qui conduisent à des circuits longs, avec des maquignons et des coopératives, les animaux sortent du département.

Avec le Conseil départemental de Savoie, l'interpro, et la Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc, un PAT spécialisé sur la viande et une étude sur la filière viande transformée sont en cours. Il y a du potentiel, du "minerai" pour organiser quelque chose avec la RHD. Se pose la question du portage en amont.

Enfin, il y a beaucoup d'abattoirs qui font de la prestation mais ne commercialisent pas, cela pose la question de la commercialisation.

Christophe Corbières, Département de l'Isère explicite le fonctionnement des marchés publics sur la viande, en précisant tout d'abord que c'est le fonctionnement du restaurant qui coûte cher, avant l'achat de viande (2€ sur 8€ environ). Pour que cela fonctionne, ce doit être une politique globale agricole du Département. L'idée est de créer des circuits commerciaux vertueux de proximité plutôt que d'aider des agriculteurs en difficulté.

Comment rédiger le cahier des charges des marchés publics?

Il y a une démarche de connaissance de la production départementale en amont de la rédaction du marché public (modes de production, types de produits...). Mais il est interdit dans les marchés publics de favoriser explicitement une provenance locale. Le marché doit être accessible aux producteurs locaux. Il y a des discussions en amont sur le type de viande à fournir. Il faut aussi réfléchir à l'équilibre matière, les avants et la viande hachée aussi. Pour être dans Egalim, il y a un accompagnement des éleveurs de Saveurs Iséroises pour être labellisés HVE.

La SICA le Montagnard intervient pour préciser que le pôle viande est une filière qui pèse. Avec le nouvel abattoir des investissements ont dû être faits, jugés moins coûteux qu'une piscine qui fait des déficits chroniques. L'abattoir permet de créer de l'emploi et rend service à la population. Cela fait partie de la vocation des élus d'accompagner le secteur économique.

Pierre Moreau, CA 05 : Forme d'alliance entre une économie de proximité avec des acteurs publics qui pose la question de faire vivre le tout de façon cohérente et équitable pour tout le monde.

Bruno Carraguel, Fédération des Alpagnes de l'Isère (FAI) et **Marc Lourdaux**, Echanges Paysans, résumant les discussions en soulignant qu'il s'agit d'un échange vertueux entre un secteur économique et les pouvoirs publics.

4. [Comment caractériser un produit de nos montagnes pour mieux le valoriser ?
L'exemple de l'agneau d'alpage/tardon](#)

a) CERPAM : Retour des enquêtes d'éleveurs d'agneaux tardons

Le programme Viand'Alp consacre tout un axe sur la caractérisation et la faisabilité de valorisation d'agneaux pastoraux. Cette démarche, regroupant le CERPAM (Centre d'Etudes et de Réalisation Pastorales Alpes-Méditerranée), la FAI (Fédération des Alpagnes de l'Isère), la Maison de la Transhumance, la MRE et le Suaci Montagn'Alpes, a pour but de valoriser ce produit voire d'en structurer une filière sur le territoire alpin. De nombreuses difficultés ont été identifiées comme la diversité des appellations, des pratiques de production, ou encore la saisonnalité. Des actions ont été menées en 2023 afin de mieux comprendre comment il serait possible de valoriser l'agneau d'alpage/tardon ou tout du moins la pratique pastorale (le fait qu'il soit à l'herbe) sur le massif. Cette séquence a permis de revenir sur les enquêtes menées par le CERPAM sur les pratiques d'élevage, le voyage d'études en Suisse porté par la FAI avec un groupe mixte des Alpes du Nord et des Alpes du Sud.

La MRE a présenté le retour des tests organoleptiques organisés par la FAI et la MRE sur la viande d'agneau pastoral.

Intervenant :

Victor DOUCHAMPS, ingénieur pastoralisme au CERPAM

Dans le cadre de la réflexion pour la caractérisation des agneaux pastoraux/tardons des enquêtes ont été réalisées par le CERPAM. Cela pourrait permettre l'élaboration d'un cahier des charges comme pour l'agneau de Sisteron ou l'agneau de l'Adrets. Ce nouveau signe de qualité mettrait en avant un produit issu d'un parcours d'alpage, sa valeur pastorale. Il permettrait de répondre à une réelle demande du consommateur.

L'agneau d'alpage est associé à une image "nature", il est élevé sous la mère et entretient les paysages. L'objectif est de faire l'état des lieux des pratiques, de définir ce qu'est un agneau d'alpage/tardon.

Le CERPAM voit 6 thématiques :

- La caractérisation du produit
- Le type de production
- L'image du produit
- L'organisation de la filière
- Les débouchés auprès des consommateurs
- les critères du SIQO

Pour les enquêtes menées par le CERPAM et afin de caractériser les élevages, l'outil utilisé est *Stratpasto*.

Pour l'instant 4 enquêtes sont finalisées, le profil des éleveurs varie :

- de 280 à 820 mères avec 60 à 300 agneaux
- le milieu contribue à alimenter les lots de 30% à 49%
- l'âge est de 130 à 240 jours pour l'agneau à l'abattage
- le circuit de l'agneau à la vente est plus ou moins long
- Alternance bâtiment/estive

Pour l'alimentation avant et au retour de l'estive, les éleveurs utilisent du concentré ou du fourrage. Les $\frac{3}{4}$ alimentent les agneaux au retour de l'estive sinon leur poids est trop faible (de 30 à 35 kg VS 35 à 45 kg si alimentation).

Pour le mode de commercialisation, cela varie entre vente directe, abattoirs et maquignons.

Les prix moyens sont de 6.30€/kg carcasse en maquignon et 7.50 à 14.50€ en vente directe.

Les prochaines étapes du projet sont de

- réaliser de nouvelles enquêtes auprès d'éleveurs pour tirer des tendances afin de déterminer le temps en alpage, le recours aux concentrés, l'âge d'abattage
- définir les critères organoleptiques
- comprendre la raison des différents parcours - choix subis ou réfléchis.

b) Retour du voyage d'étude en Suisse pour la structuration d'une filière d'agneaux d'alpage

Bertrand éleveur à Viandes Agropastorales, représentant des Alpes du Nord et Claire, éleveuse herbassier, présidente de l'association HERBE, représentante des Alpes du Sud ont présenté leur association avant de revenir sur les points marquants du voyage en Suisse.

Pour recontextualiser, ce voyage en Suisse s'est fait sur une période de 3 jours durant lesquels la délégation française a pu avoir un panorama de la filière ovine suisse. Ils ont pu rencontrer chaque maillon de la filière avec une visite d'exploitation, une visite d'une boucherie-abattoir, une rencontre avec un grossiste/distributeur et la présentation de plusieurs systèmes de valorisation (label et marque).

Intervenants :

Bertrand COCOLON, éleveur ovins et membre de l'association Viandes Agropastorales

Claire GUYAT, éleveuse ovins et présidente de l'association HER.BE

Les éleveurs ont effectué un voyage d'étude en Suisse à la découverte de la production d'agneaux d'alpage sous démarche qualité *IP Suisse*. Ils ont rencontré des éleveurs qui commercialisent leur brebis 7€/kg et leurs agneaux 14 €/kg. Un cahier des charges définit le prix aux producteurs.

Bertrand Cocolon est producteur dans l'association viandes agropastorales. L'agneau d'alpage est valorisé seulement à l'automne, et le reste de l'année, c'est la démarche "l'agneau de nos fermes" qui prend le relais (agneaux de bergerie). On retrouve ce produit toute l'année en GMS. Les agneaux d'alpage représentent 10% des volumes (ce n'était pas le cas initialement), et ils sont valorisés autour de 8.20 €/kg. Les éleveurs font face à des facteurs de vulnérabilité : prédation, réchauffement climatique induisant des difficultés de ressource en eau d'abreuvement, effets de la PAC qui a conduit les éleveurs à moins mettre de jeunes animaux en alpage...

Claire Guyat représente l'association HERBE, d'éleveurs herbassiers de la Région Sud PACA, qui valorise des agneaux à l'herbe. Ces systèmes sont très économes en intrants, mais il y a des dépenses

en transport. Ils valorisent une diversité de surfaces en plaine (y compris la pâture des vignes), en colline et en montagne.

Elle note que la découpe en Suisse se fait plus en détail. Le consommateur paie la viande qu'il va manger, pas l'os. Les Suisses consomment d'abord suisse puis ouvrent seulement après aux autres marchés. Ils ont un système de qualité au niveau national, qui leur permet de vendre sous appellation suisse, qui les obligent à suivre un cahier des charges. Celui-ci permet de créer une base de qualité, puis viennent ensuite d'autres labels de plus en plus exigeants avec une augmentation du paiement au producteur qui va avec.

Il y a des aides les 4 premières années pour démarrer mais s'arrêtent afin que le système soit vite autonome. Les produits sont vendus sous la croix rouge Suisse. Il y a aussi un label assurance qualité viande qui donne accès à la vente en GMS et assure la qualité de provenance et de production. D'autres labels existent appartenant aux groupes Migros ou à des coopératives, fonctionnant par secteurs comme Ip-Suisse. Des aides (contribution en suisse) sont données pour les estives.

La démarche de valorisation de l'agneau d'alpage lancée par la Migros a été abandonnée car considérée comme pas assez rentable.

La conclusion des éleveurs serait de ne pas se focaliser sur l'agneau d'alpage qui ne correspond qu'à une courte période dans l'année mais plutôt valoriser l'agneau engraisé à l'herbe.

Bertrand Cocolon complète pour signaler que "l'agneau de nos fermes" fonctionne mieux que "l'agneau d'alpage" dans l'association. Il aimerait pouvoir élargir le choix des races afin d'avoir des ovins plus charcutiers.

Les herbassiers quant à eux, aimeraient valoriser leurs agneaux sous la mère et seulement à l'herbe.

c) Synthèse des tests organoleptiques de viande d'agneau pastoraux/standards

Intervenante :

Apolline BRICOUT, chargée de mission filières d'élevage à la MRE

Les tests organoleptiques ont permis de comparer la viande d'agneaux standards à celle d'agneaux pastoraux et voir si des différences existaient. Pour les agneaux pastoraux, la viande a été prise chez des éleveurs de l'association Viandes Agropastorales et chez un éleveur des Alpes du Sud produisant des agneaux d'alpage.

Le premier test, évalué par 11 juges formés, a permis de relever les différences organoleptiques entre les deux viandes. Les critères significativement différents sont la couleur plus foncée de la viande crue et cuite pour l'agneau pastoral ainsi que sa tendreté plus élevée.

Le deuxième test, évalué par 60 juges dits "naïfs" (sans expérience), a mis en évidence l'intérêt de la communication auprès du grand public pour expliquer "l'histoire" de la viande d'agneau pastoral. En effet, la viande d'agneau pastoral a été dégustée deux fois, une fois sans rien et une fois avec une explication sur son histoire puis notée. L'ensemble des notes pour tous les critères sont significativement plus élevées avec les explications. Il y a donc un vrai intérêt à communiquer!

Discussions/Échanges

Bruno Caraguel, FAI : La part des volumes pour les agneaux d'alpage est faible, elle s'est inversée par rapport à avant où c'était un plus. Les questions de la prédation et des aléas climatiques qui pèsent sur les ressources fourragères et en eau y sont pour quelque chose.

Il y a eu aussi un effet PAC et calcul des DPB. Les jeunes bêtes ne sont pas éligibles en alpage.

Deux interventions de la salle

- Il y a une forte pression en alpage dans certains départements, avec à peine de la place pour les brebis.
- Les coûts de production font que c'est plus intéressant d'engraisser à l'herbe qu'aux concentrés.

Claire Guyat : Les herbassiers pâturent l'hiver dans les vignes. Les vigneron passent moins le tracteur. C'est un échange de bons procédés : cela évite aux vignerons d'avoir de l'herbe et cela leur apporte de la fumure.

5. Le label IP-Suisse, une meilleure valorisation des produits suisses auprès du grand public?

Dans la construction d'une filière, il y a la question de la valorisation auprès du grand public. Comment ne pas perdre le consommateur au milieu de nombreuses marques ? Comment mettre en avant un produit de montagne ? Lors du voyage d'étude en Suisse, les participants ont pu rencontrer un représentant du label IP-Suisse qui a présenté leur démarche de labellisation.

Stéphane BUTIKOFER travaille chez IP-Suisse pour la mise en place du label chez les agriculteurs spécifiquement les programmes en production végétale, cultures maraîchères et viticulture ainsi qu'en production animale avec l'engraissement des poulets et en production laitière. Il est également cultivateur en grandes cultures et possède un atelier d'engraissement de volailles.

Intervenant :

Stéphane BUETIKOFER, salarié chez IP-Suisse

Label privé développé par des agriculteurs sur le canton de Berne, suite à la baisse des prix, pour garder un plus value. Il y a 10 000 exploitations agricoles, 18 000 membres... cf. PPT avec tous les chiffres clés.

IP-SUISSE a pour objet de promouvoir la biodiversité, avec des exigences fédérales, avec un tronc commun pour toutes les productions... Les contrôles sont réalisés par les agriculteurs, et il y a un niveau supérieur de contrôle par l'organisme PROCERT.

IP-Suisse s'appuie sur plusieurs points :

- biodiversité

- climat
- protection des ressources
- bien-être et santé des animaux
- social
- rentabilité

Les agneaux représentent 10% de la production nationale en IP Suisse (15 000 agneaux). 20% des exploitations détiennent $\frac{2}{3}$ des ovins en Suisse.

Discussions/Échanges

Mettre en miroir l'intérêt d'un label Viand Alp avec ce label IP-Suisse.

- Quel intérêt d'un tel label car il y a déjà des démarches qualité (Agneau de l'Adret...)?
- Cédric Conteau : Label suisse proche de MAEC ? comment s'articule les politiques de marché et les politiques de soutien ?
 - o Réponse : au niveau confédéral, chaque exploitant doit remplir des conditions pour des paiements ; des surfaces sans fumure – prairies extensives avec des dates de fauche, etc. Puis des programmes régionaux avec les réseaux écologiques, non obligatoires avec supplément de prime. Avec IP Suisse, c'est un échelon au-dessus de ce que demande la confédération. Pour chaque tranche de production
- Proportion sous IP Suisse : 18 000 sur 45 000 exploitations. Très reconnu. Le visuel avec la coccinelle est reconnu en supermarché.
- Standard – BIO – IP Suisse
- Contrôle de base, carnet des champs pour noter les pratiques... contrôle tous les 3 ou 4 ans – contrôlé par des agriculteurs, payés par l'Etat. Organisme de sur-contrôle.
- Cotisation annuelle demandée à chaque producteur (forfaitaire et variable).

Pourquoi un label de plus ?

La réflexion sur l'agneau pastoral était une question posée par les éleveurs : caractérisation de la filière, donner des outils à la profession pour voir ce qui se fait ou pas

- Démarche avec Agneau de l'Adret, les éleveurs l'ont eu cette réflexion.
- Cédric Conteau: on a poussé cette réflexion au niveau du massif, il y a des enjeux de communication sur la viande de montagne / aménagement du paysage... des valeurs communes ; individuellement pas forcément les moyens. Il invite davantage les partenaires de Viand'Alp à **ne pas ajouter** un label, mais à élaborer une stratégie de communication commune avec des valeurs communes.

6. Mieux maîtriser l'aval et ses débouchés : le conditionnement un enjeu clé pour valoriser la viande sous la marque Ishere

Afin de mieux maîtriser l'aval et ses débouchés, le conditionnement de la viande pourrait être un enjeu clé pour mieux la valoriser, notamment ici sous la marque Ishere. Des tests de conditionnement

ont été faits en partenariat avec le pôle agroalimentaire de l'Isère, le Département, et la Chambre d'agriculture de l'Isère, suivis par Florence REINER qui a présenté les retours.

Intervenante :

Florence REINER, Chambre d'agriculture de l'Isère

En 2018, la naissance du pôle agroalimentaire de l'Isère amène à repenser les relations des acteurs de la chaîne alimentaire. Il permet d'aborder le marché de la GMS, d'apporter de la valeur aux producteurs et une offre locale aux consommateurs de l'Isère et de positionner des produits locaux sans changer les habitudes de consommation.

Les avantages sont que l'Isère est un bassin de consommation important, face à un bassin de production riche et diversifié. C'est le contexte idéal.

Ils travaillent sur une filière de proximité : Production > transformation > distribution, il y a beaucoup d'étapes pour faire du champ à l'assiette.

Pour la filière viande bovine il y a deux problématiques principales : l'équilibre matière et l'étape entre l'éleveur et le consommateur.

Il y a deux collectifs d'éleveurs :

- Éleveurs de Saveurs Iséroises, né en 2014
- Provi SA où ils sont une 30aine à la Mûre.

Le groupe Éleveurs de Saveurs Iséroises (ESI) connaît depuis 2022 un ralentissement des ventes en carcasse et en ½ carcasse chez les bouchers et les GMS. Le segment de marché restauration collective se maintient mais il y a une baisse de 50% du chiffre d'affaires sur le reste.

Parallèlement, le pôle agroalimentaire a une demande en viande locale. Toutefois, cela demanderait de revoir le conditionnement car en GMS il faut de petits conditionnements, de la barquette en libre-service. D'où les tests sous-skin pour des pièces à griller (arrière) et en steak haché en libre-service.

Le prestataire de transformation sous-skin est à Romans. Les tests ont été faits sur de jeunes bovins avec des lots pour 11 magasins de 160 kg de viande en pièce à griller et 150 kg de steak haché.

Les résultats sont que :

- le conditionnement sous-skin est très cher
- les retours sont hétérogènes, il est difficile d'être identifié dans la GMS avec de la perte (20 à 30%)
- le prix et la présentation sont à revoir
- le coefficient important

→ Le test s'avère intéressant pour une offre en libre-service, trouver tout de même une autre forme

Le deuxième test avec Provi SA était un conditionnement sous-vide, avec un savoir-faire pour la découpe, avec pour résultats :

- des coefficients de 1.4 par magasin (33 à 35%)
- d'excellents retours sur la qualité de la viande de vache
- le sous-vide a été bien accepté

→ La conclusion est plutôt positive. Les résultats sont à mettre en contexte avec le début des manifestations agricoles qui ont pu avoir un effet positif sur l'achat de local.

Les conclusions des tests montrent que l'offre en libre-service peut être intéressante pour pénétrer le marché de la GMS (ou les commerces de proximité), il y a un potentiel de marché. Malgré les freins à surmonter, il y a une volonté de poursuivre pour PROVI SA et ESI..

Paul Dominique Rebreyend, Abattoir de la Mûre : revient sur les prix : 5€30 à l'éleveur et +5€.10 pour être transformés et déplore que la transformation coûte parfois plus cher que l'élevage et que les magasins prennent plus de marge, alors qu'ils ne font pas de découpe, juste de la mise en rayon.

7. Comment nos marques communiquent-elles? Quels enjeux ? Exemple de la filière bovine

Cécile RICHAUD est l'animatrice de l'ODG César, qui porte l'IGP Agneau de Sisteron, ainsi que les marques Patur'Alp et les Excellentes, qui sont des marques pour la valorisation de bovins de qualité dans les Alpes du Sud. Cécile RICHAUD a présenté les enjeux de communication dans les filières et notamment dans celle bovine et le lancement de la démarche de Label Rouge pour valoriser les Excellentes - résultats & perspectives.

Intervenant :

Cécile RICHAUD, animatrice à l'ODG César, IGP Agneau de Sisteron et la marque les Excellentes

Cette démarche s'est montée avec un groupe d'éleveurs, en 2020, car il fallait structurer la production.

Patur'Alp Premium, puis Les Excellentes lancée en 2022, démarche de contractualisation avec une plus-value de +0.40 €/kg. Aujourd'hui, la filière produit 2 animaux par semaine, avec un objectif fixé à 4 animaux/semaine. Il y a 37 éleveurs engagés.

Faut-il créer un label rouge?

Le projet de Label Rouge était prévu pour l'année prochaine, avec le choix de ne pas territorialiser contrairement à d'autres.

Ce n'était pas le cas pour la démarche précédente Patur'alp, basée sur la production des deux seuls départements : 04 et 05.

Le projet de Label Rouge ne demanderait pas de conditions de production spécifiques, seulement un minimum de 500 m d'altitude. Plusieurs races seraient éligibles : Charolaises, Salers, Blondes, Limousines, etc.. On y mettrait en avant le pâturage d'altitude.

Perspectives et conclusion

Apolline Bricout rappelle que le projet comporte 4 axes :

1. Abattoirs
2. Structuration de groupes d'éleveurs pour la valorisation
3. Agneau d'alpage
4. Communication et démarche montagne

Afin de clôturer ce programme de 3 ans, un séminaire final devrait avoir lieu fin 2024 / début 2025. Comme souligné par de nombreux participants, les invitations au-delà des acteurs des filières viande seront également lancées à l'attention des élus des collectivités et des parcs.

Floriane Di Franco complète le programme en indiquant qu'un événement pourrait être organisé à l'occasion du SIA 2025 à Paris.

Enfin, un recensement des actions conduites au cours des trois années est en cours et devrait donner lieu à la publication de fiches.

Cédric CONTEAU, Commissaire adjoint au développement du massif alpin :

L'Etat intervient pour financer l'agriculture du massif avec 2 casquettes

- Ministère de l'agriculture avec le financement du Plan de Soutien à l'Élevage de Montagne (PSEM)
- Commissariat de massif avec le financement du Fonds National d'Aménagement et de Développement du Territoire (FNADT)

Ce programme Viand'Alp, en cours depuis 2022, en est à sa deuxième génération (ndlr: programme 2019-2021, puis 2022-2024). Il a été initié dès 2019, en vue d'accompagner les acteurs du massif sur la question de la viande.

Nous avons auparavant travaillé sur la filière laitière.

Les financeurs sont satisfaits de l'accompagnement, considérant que le programme correspond aux orientations du comité de massif, autour de la valorisation des produits et de la transformation. Ils restent à l'écoute des résultats que nous pourrons montrer cette année.

Le premier constat est qu'il y a beaucoup de sujets abordés, et de projets en cours, ce qui est rassurant pour les financeurs.

Ce même jour, tous les comités de massif étaient auditionnés par des parlementaires sur le pastoralisme : sur les grands enjeux en montagne, il est très vite question de la valorisation des produits et des outils de transformation, des démarches de qualité, etc.

L'Etat engage une réflexion.

Le comité de massif est le parlement de la montagne dont le président Fabrice Pannekoucke, Vice-Président de la Région AURA, est très attentif à l'agriculture de montagne.

Cédric Conteau énonce que plus les partenaires sont organisés dans une formation interrégionale, plus les financeurs sont à l'écoute pour soutenir les démarches.

Après avoir mis en avant les démarches locales, il faudrait à l'avenir associer davantage les élus, dans une dynamique plus politique.

Pour capitaliser ce programme, il ne faut pas s'interdire de faire des propositions, notamment sur la communication sur la viande.

Pour mémoire, au moment de la réécriture de la loi montagne, cela a débouché sur la collecte du lait (avec les handicaps - notamment TVA réduite), le poids des gouvernances de massif, la communauté alpine et de montagne a vocation à faire des propositions et d'expérimenter. Cependant, il ne faut pas le faire que dans vos territoires, et viser une dynamique collective entre les territoires, ce qui nous permettra d'être encore plus à votre écoute pour continuer d'accompagner ce réseau Viand'Alp.

Brice Thollet, DRAAF PACA

Suite à la crise du monde agricole, des annonces ont été faites au Salon de l'Agriculture 2024, avec une clause de revoyure avec une stratégie filière par filière.

Les acteurs régionaux ont reçu une Invitation pour la constitution d'une instance régionale sur les abattoirs pour questionner l'offre d'abattage. Dans ce contexte, les travaux de Viand'Alp vont trouver un atterrissage très concret. Les interprofessions ont reçu une commande de l'Etat pour augmenter l'auto approvisionnement national, maximiser la valorisation des produits et rechercher des actions pour décarboner l'économie.

Beaucoup de choses ont été dites aujourd'hui, en espérant qu'elles trouvent une déclinaison.

Il remercie Cédric Conteau et les partenaires pour la très bonne coopération, pour lesquelles on commence à voir des projets au-delà du programme Viand Alp.

Il souhaite que l'on puisse trouver collectivement d'autres axes de mutualisation à l'échelle alpine.

Cédric Conteau rappelle que le projet fait l'objet d'un cofinancement par la Région Sud Provence Alpes Côte d'Azur. En effet, les Régions sont les chefs de file économiques et les instances de gestion des fonds européens Feader.

Natacha Klajman, Région AURA

Ce programme est générateur de partages d'expériences, et de capitalisation entre des expériences entre les territoires.

Les Régions portent plusieurs dispositifs d'accompagnement des filières. C'est le cas, en AURA, des Projets Alimentaires Territoriaux (PAT), et des dispositifs Feader. Les Départements interviennent aussi. La Région intervient sur les investissements, avec la possibilité de mobiliser des crédits européens.

L'entrée des PAT, sur l'alimentation territorialisée, est pertinente et offre la possibilité de mettre en valeur les produits auprès de collectivités acheteuses qui le méconnaissent bien souvent. Ces deux univers gagneraient à mieux se connaître.



En AURA, Fabrice Pannekoucke, vice-président à l'Agriculture a aussi des missions sur le Tourisme. C'est une belle opportunité de de travailler sur le volet tourisme qui s'appuie en particulier sur le travail des agriculteurs.

Enfin, comment ne pas parler du Programme National Laine, suite à un audit réalisé par le CGAAER, et qui s'appuie sur une feuille de route co-construite. Les Régions suivent cette feuille de route.

Pour conclure la journée, **Bruno ANDRE** remercie tous les participants, déclare que les échanges font chaud au cœur et permettent de s'enrichir au contact d'autres professionnels et acteurs de la filière, alors qu'on a la tête dans le guidon. Il énonce qu'il se sent soutenu par les partenaires, l'Etat, localement pour l'abattoir, les Régions, ainsi que par le Massif des Alpes.

Pour le Massif, il garde en tête l'idée d'un label à travailler dans le cadre du programme Viand'Alp. Il faudra pour cela continuer à travailler ensemble, échanger et plus spécifiquement continuer de se rencontrer avec les autres abattoirs.

Il remercie les équipes du Suaci Montagn'Alpes et de la MRE, ainsi que tous les partenaires et les financeurs, et invite les participants à venir visiter le nouvel abattoir de Gap dans les prochains mois.

En conclusion, **Amandine VIAL**, pour qui ce séminaire fut une grande première qui lui a permis de comprendre le fonctionnement de ce réseau Viand'Alp, remercie tous les présents. Il faut continuer de développer des labels, des marques, ... pour faire vivre l'élevage.

Elle remercie spécifiquement la Communauté de Communes qui nous accueillit chaleureusement dans ses locaux et les partenaires qui continuent de nous soutenir et nous accompagner.
