



le veau rosé
DES MONTAGNES DE LA DRÔME



Fédération
des Alpagnes
de l'Isère

CESAR
Association



Compte rendu du séminaire final Viand'Alp

Programme sur la Valorisation des Viandes de Montagne

6 février 2025 à Gap

Projet financé par :



Avec le soutien de



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

Liberté
Égalité
Fraternité

FONDS NATIONAL
D'AMÉNAGEMENT
ET DE DÉVELOPPEMENT
DU TERRITOIRE
Massif des Alpes

Résumé : un bilan enrichissant des 3 dernières années sur les filières viande du massif alpin



Photos du séminaire Viand'Alp à la CMA Formation de Gap

Le 6 février 2025, le séminaire final du projet *Viand'Alp 2022-2024* a réuni près de 70 participants dans les locaux de la CMA Formation à Gap (Hautes-Alpes) autour des enjeux et perspectives des filières viande du massif alpin. Cet événement a offert un moment d'échange et de réflexion sur les évolutions des abattoirs du territoire, les débouchés de la viande alpine en restauration collective, ainsi que les stratégies de valorisation à adopter pour les années à venir.

Le projet *Viand'Alp* a été financé par la Convention Interrégionale du Massif des Alpes (CIMA), et a permis de mettre en lumière des solutions concrètes pour renforcer les circuits courts et promouvoir la viande alpine de qualité. Ce projet coordonné par la Maison Régionale de l'Élevage PACA et le Suaci Montagn'Alpes, regroupe des Chambres d'Agriculture, des services pastoraux et d'autres organisations ou associations d'éleveurs (CERPAM, Association CESAR, Echanges Paysans, INTERBEV PACA-Corse).

Au cours de la journée, les acteurs du secteur – éleveurs, professionnels de la viande, collectivités, services de l'Etat, représentant des abattoirs, etc. – ont pu partager leurs expériences et échanger sur les questions majeures qui touchent la filière. Parmi les sujets clés abordés, la réflexion sur les abattoirs locaux a permis d'identifier les défis à relever pour maintenir une activité durable tout en répondant aux besoins de qualité et de proximité des consommateurs.

Le séminaire a également mis en lumière les perspectives de développement de la viande alpine dans le secteur de la restauration collective, un marché en pleine expansion qui représente un levier important pour la valorisation des produits locaux. Enfin, l'accent a été mis sur les Signes Officiels de la Qualité et de l'Origine (SIQO) et les marques territoriales comme des leviers essentiels pour garantir une meilleure visibilité et reconnaissance des viandes alpines sur le marché.

Ce séminaire ouvre la voie à des perspectives de travail locales, régionales, alpines voire avec d'autres massifs.

L'équipe de la CMA Formation de Gap avait organisé une visite des locaux pour présenter les métiers de la filière viande aux participants du séminaire, un temps fort apprécié des participants.

Les étudiants de la CMA Formation ont également été à l'honneur durant cet événement en préparant l'ensemble du buffet, mettant en valeur leur savoir-faire et contribuant à la mise en avant de la viande alpine à travers des recettes savoureuses et créatives.

Table des matières

10h : Visite de la CMA Formation.....	1
11h : Introduction et mot d'accueil.....	1
11h10 : Thème abattoirs.....	3
11h10-11h25 : Contexte des abattoirs sur le massif alpin et retour sur la journée inter-abattoirs de PACA.....	3
11h25-11h55 : Table ronde enjeux/perspectives pour les abattoirs sur le massif (et plus largement la filière viande).....	4
13h45 : Thème restauration collective.....	9
13h45 : Table ronde :Comment introduire les viandes alpines en restauration collective ? Freins et leviers.....	9
15h-16h : Thème mentions valorisantes.....	16
15h : AOP, IGP, Label Rouge et mention montagne, comment choisir la manière de valoriser sa viande en zone de montagne ?.....	16
16h-16h30 : Conclusions.....	20

Les propos retranscrits ne sont pas le prononcé exact.

10h : Visite de la CMA Formation

Mot d'accueil et remerciements par Bruno André

Intervenants : enseignants du CFA – formation boucherie/charcuterie



Photos de la visite de la CMA Formation à Gap

11h : Introduction et mot d'accueil

Mot d'accueil et remerciements par Bruno ANDRE (MRE) et Nathalie GRAVIER (Suaci Montagn'Alpes) - projection du poster Viand'Alp

Ils remercient la Chambre des Métiers et de l'Artisanat (CMA) Formation pour leur accueil et leur mission auprès des jeunes. Ils remercient également les financeurs de la CIMA, le massif avec l'ANCT, les DRAAF et les Régions PACA et AuRA, qui ont porté ce projet depuis 2018. Ils remercient les partenaires du programme : les Chambres d'agriculture du massif (Savoie Mont Blanc, Isère, Drôme, Hautes-Alpes), la Fédération des Alpagnes de l'Isère (FAI), le CERPAM, l'association CESAR et Echanges Paysans. Enfin, ils remercient les participants : les éleveurs, les représentants des abattoirs, les experts, les administrations départementales et régionales et du massif, les collectivités et les parcs et les entreprises et professionnels.

Ils présentent ensuite le programme Viand'Alp 2022-2024 en revenant d'abord à ses origines puis en présentant ses missions. Un premier programme 2019-2021 a été initié après une année d'émergence. Face aux enjeux de la filière viande régionale et au succès rencontré lors de la première édition, le programme a été renouvelé pour 2022-2024. Il vise à :

- Rechercher des solutions de valorisation pour limiter la dépendance aux débouchés extérieurs et pour aller jusqu'au bout de la chaîne de production en proposant au consommateur régional une viande de qualité. Cela est

d'autant plus vrai dans un contexte de relocalisation de la production et de l'alimentation et de loi Egalim;

- Redynamiser les abattoirs en les accompagnant de près et en créant de la mutualisation inter abattoir au sein du massif des Alpes;
- Conforter les démarches de différenciation à échelle locale;
- Créer un réseau professionnel, technique et d'entreprises autour de la filière viande du massif.

Via ces thématiques, le réseau Viand'Alp permet de tisser et consolider le lien amont-aval et de mutualiser les problématiques. Il répond à un réel besoin d'échanges au sein de la filière.

La rencontre d'aujourd'hui s'inscrit dans la continuité des 3 séminaires précédents organisés dans les Alpes du Nord, Grenoble en 2020 et Susville en 2024 et dans les Alpes du Sud, Sisteron en 2022 et Gap cette année. Elle est reconnue comme un lieu de rencontre entre acteurs de la filière viande du massif.

Ce séminaire, un peu particulier car il vient clôturer ce programme pluriannuel, a pour objectif de faire part aux participants des questionnements et avancées qui ont ponctué Viand'Alp au travers de tables rondes.

Il sera également temps de dresser des perspectives au-delà du programme pour poursuivre les travaux engagés, maintenir les liens créés et continuer à soutenir l'élevage de montagne.

Le séminaire Viand'Alp sera répartie en 4 parties, 3 tables rondes et une discussion sur les perspectives. Les sujets évoqués seront :

- Les enjeux et perspectives des abattoirs sur le massif avec un focus sur le contexte interrégional
- Les freins et leviers autour de l'introduction de viande alpine en restauration collective
- La structuration et les choix possibles des filières pour se démarquer et valoriser sa viande en zone de montagne que ce soit via des marques, des labels ou autres démarches
- Les perspectives pour continuer à faire vivre ce réseau Viand'Alp

Bruno ANDRE et Nathalie GRAVIER finissent l'introduction en précisant qu'ils restent à l'écoute des remarques de chacun pour alimenter les réflexions du réseau. Ils souhaitent à tous une bonne journée.

11h10 : Thème abattoirs

11h10-11h25 : Contexte des abattoirs sur le massif alpin et retour sur la journée inter-abattoirs de PACA

Intervenants :

- **Apolline LLORCA** - Chargée de mission à la MRE sur les filières d'élevage et coordinatrice du programme Viand'Alp
- **Bruno ANDRE** - éleveur de porcs, président de la section économique de la MRE, président de l'abattoir de Gap

Présentation du diaporama :

- Chiffres pour la Région PACA
- Chiffres pour la Région AuRA

Apolline LLORCA fait un retour sur les abattoirs de PACA, la grande majorité des abattoirs font de la prestation et sont tournés vers les circuits courts à moins de deux heures. En 2025, il y a eu la fermeture de l'abattoir de St-Bonnet-en-Champsaur. Plusieurs contextes d'abattoir en PACA : point d'étape autour de chaque abattoir (Gap, Sisteron, Digne, Tarascon, St-Saturnin, Guillestre...). Plusieurs contextes d'abattoir AURA : 40 abattoirs, sous statuts publics, la moitié avec un atelier de découpe. Difficultés financières : en 2023, 2 fermetures et une sous-utilisation générale des outils d'abattage. 2 autres abattoirs sont en cours de rénovation. Graphique d'évolution des tonnages, comparaison AuRA (surtout bovins, très peu ovins/caprins) et PACA (surtout ovins). La moitié des bovins du massif alpin sont abattus sur le massif. En ovins, en PACA $\frac{2}{3}$ sont abattus à Sisteron alors qu'en AURA 64% des ovins sortent de la région pour se faire abattre (manque d'outils).

Une carte alpine est présentée, celle-ci permet d'identifier des petits abattoirs qui permettent de ne pas isoler une zone (exemple de Puget-Thenier)

Les enjeux sont ensuite résumés, faisant suite à la journée interabattoirs de PACA :

- Quels enjeux pour les abattoirs ?
- Maintien et développement de l'activité avec maintien du cheptel
- Meilleure organisation et répartition des abattages
- Développer les activités annexes
- La formation et la main d'œuvre humaine
- Trouver des financements
- Maîtriser les coûts

Bruno André revient sur la journée inter-abattoir PACA qui a réuni la quasi totalité des abattoirs ainsi que la DRAAF en visio.

A cette occasion, le plan national stratégique pour les abattoirs a été évoqué par les participants, regrettant qu'il n'ait pas eu de suite. Ces journées inter-abattoirs sont appréciées des participants car elles permettent de partager les préoccupations, de prendre du recul et de trouver des solutions par effet miroir. Une prochaine journée inter-abattoirs se tiendra le 18 mars 2025 à l'abattoir de Chambéry (73).

11h25-11h55 : Table ronde enjeux/perspectives pour les abattoirs sur le massif (et plus largement la filière viande)

Intervenants :

- **Franck CAILLY** - Directeur de l'abattoir de Sisteron
- **Christophe CHAVAGNAC** - Directeur de l'entreprise Alpes Provence Agneaux (APA)
- **Olivier LHERMIE** - Directeur de l'abattoir de Gap
- **Eric ROCHAS** - Président de l'abattoir de Grenoble avec **Bénédicte MEYER** – Directrice de l'abattoir de Grenoble
- **Christophe CORBIERE**, Département de l'Isère

Introduction :

Autour de la table se trouvent les représentants d'abattoirs du massif (Sisteron et Grenoble), un professionnel (APA) et une collectivité (département de l'Isère). Chacun présente son travail et son entreprise, en lien avec la filière viande régionale.

Franck CAILLY démarre en présentant l'abattoir de Sisteron, il appartient à la commune et est exploité par une SA (société anonyme). Ils sont uniquement prestataires de service et ont pour spécificité l'abattage mono-espèce (ovins et caprins). En 2024, 437 000 animaux y ont été abattus.

Christophe CHAVAGNAC présente l'activité d'APA, ils travaillent essentiellement l'agneau et un peu de bœuf. Annuellement ils réalisent un tonnage de 12000 tonnes de viande. Ils sont l'un des principaux utilisateurs de l'abattoir de Sisteron. Ils sont également actionnaires de la SICABA à Gap.

A l'abattoir de Gap, 4 000 tonnes sont abattus annuellement avec une dominante pour les abattages de porcs (2 800 tonnes) puis les bovins. Ils ont 17 salariés.

Eric ROCHAS et Bénédicte MEYER décrivent l'abattoir de Grenoble qui abat 2300 tonnes annuellement en multi-espèces (bovins, porcins, ovins, autruches). Ils ont une activité de transformation en plus de l'abattage. Il s'agit d'une SAS détenue par le

Pôle Viande Coopératif composé de 130 adhérents parmi lesquels sont représentés éleveurs, bouchers, grossistes et collectivités.

Christophe CORBIERE confirme la volonté des élus à soutenir l'agriculture iséroise et ses outils.

Questions/réponses

- **Questions liées aux enjeux :**

Enjeux économiques pour le maintien des outils, leur modernisation, les mises aux normes environnementales et sanitaires (= ont un coût)

1^{ère} question : Sisteron – 1^{er} abattoir ovin de France (15% abattages nationaux), en quoi ces questions vous concernent aujourd'hui ? Comment gérez-vous cet enjeu économique ? Quels défis sont à relever ? lien aux collectivités/gouvernance et compétitivité

Franck CAILLY

→ problématique de la station de prétraitement, quelques chiffres, lien avec la collectivité/enjeux de gouvernance, compétitivité ...

Cf. diaporama.

Des conséquences sont à venir sur l'approvisionnement en ovins. Elles sont liées à la FCO pour la matière première mais également à la diminution de la consommation ovine, sur 1 an elle a baissé de 11,7%. Pour envisager des investissements, une activité qui stagne pose de réelles difficultés. De plus, la hausse des prix de l'équarrissage et des coûts de logistiques impactent les abattoirs. Mais aussi, les coûts de l'énergie, électricité et gaz, avec plus de 50% d'augmentations.

L'abattoir de Sisteron fait également face à une obligation de pré-traitement de ses effluents, il est demandé à l'abattoir d'avoir une station de prétraitement avant envoi à la station de la commune, aujourd'hui à saturation. Les investissements sont très complexes, ils seront portés par la collectivité et couverts par la redevance d'usage versée par le gestionnaire de l'abattoir. Les frais de fonctionnement devront être assumés - 10% du chiffre d'affaires de l'abattoir.

La problématique est qu'il s'agit d'un vieil outil, datant de 1984, il a aujourd'hui plus de 40 ans. La capacité d'investissement de la ville pour maintenir l'outil en l'état, le moderniser et le garder compétitif va être très limitée. La commune de Sisteron va

devoir investir dans les années à venir 5 millions d'euros pour la station de prétraitement.

Cette situation fragilise l'abattoir. S'il venait à disparaître, cela remettrait en cause toute la filière ovine régionale - car ce sont 40% des abattages ovins qui s'y font.

Enjeux autour des volumes et du maintien de l'élevage en Région, de l'organisation et de la répartition des abattages et des débouchés. Le rôle des opérateurs en amont et aval

2^e question : Alpes Provence Agneaux (APA), quel point de vue en tant qu'opérateur/entreprise sur la filière viande régionale ? Comment travaillez-vous avec les abattoirs et notamment avec l'abattoir de Sisteron/Gap votre rôle ? Quels défis autour de votre métier ?

Christophe CHAVAGNAC

→ point de vue sur la filière et le travail des abattoirs en tant qu'entreprise, rôle structurant d'APA sur les volumes et la qualité, défis sur les débouchés

Plus de 1000 éleveurs utilisent l'abattoir de Sisteron, via des collecteurs, une organisation avec des chevillards s'est développée.

60% des apports d'APA viennent de la coopérative Agneau Soleil qui travaille sur PACA, ils complètent avec l'Occitanie et le Massif Central.

80% de la viande est distribuée en PACA, le reste en AuRA.

La société Alpes Provence Agneaux se sent concernée par le témoignage de l'abattoir, les utilisateurs paient une taxe d'abattage à la société d'exploitation.

Le prix de l'agneau a augmenté de 15 à 20% avec l'inflation. En parallèle, la consommation a diminué et les coûts d'abattage augmentent. Si l'on continue à augmenter les coûts, le consommateur n'achètera plus de viande ovine. La problématique d'outils comme APA est d'écraser les charges de structure. Pour cela ils compensent avec d'autres espèces pour maintenir des volumes suffisants, le volume, c'est le diviseur de charges de structure. L'enjeu est de mettre un nombre suffisant / minimum de kilo pour projeter un investissement. En cas de non réalisation du tonnage prévisionnel, cela peut conduire à une compensation financière par l'abatteur à l'abattoir. Ils compensent également avec d'autres espèces comme le boeuf.

Il n'y a aucun fond public, il faut que tous les utilisateurs soient concernés par l'outil.

Avec la coopérative bovine, ils investissent dans des démarches comme Pâtur'Alpes et les Excellentes, leurs objectifs sont de s'ancrer localement, de maintenir les outils existants et d'assurer des volumes suffisants pour continuer à exploiter.

Enjeux politiques, implication des collectivités dans le maintien des abattoirs, stratégies territoriales, PAT

3^e question : Comment travaillez-vous ensemble, abattoir de Grenoble et département de l'Isère ? Quelles synergies ? Quels sont les principaux défis pour vous ? Comment la collectivité s'implique-t-elle dans le maintien des abattoirs sur son territoire ?

Eric ROCHAS, Bénédicte MEYER, Christophe CORBIERE

→ *Service rendu par les abattoirs publics, structuration des débouchés, fonctionnement...*

Eric ROCHAS

Le gestionnaire actuel a repris la Délégation de Service Public (DSP) en 2013, historiquement l'outil appartient au département de l'Isère et à la métropole grenobloise. A l'époque, tous les élus de l'agglomération et du Département avaient la même vision de maintenir l'élevage et soutenir les outils. Deux solutions étaient envisageables : trouver du tonnage ou faire le choix de faire un équilibre financier avec un tonnage de moins de 2000 tonnes en adaptant les moyens humains, financiers et techniques, ce qui a été choisi.

Le gestionnaire paie une redevance d'usage, avec pour objectif de tenir les investissements faits par le propriétaire. Il n'y a pas eu de gros apporteurs car il ne restait plus qu'un chevillard/ grossiste.

L'abattoir de Grenoble a demandé aux collectivités de les aider au financement d'une salle de découpe. Cela a permis de développer certains produits comme la saucisserie, la viande hachée, etc., et de trouver de nouveaux clients qui ont développé leurs gammes. Cet atelier a rendu possible l'accompagnement des filières : porcs, bovins, ovins et leur rayonnement sur le territoire : 22 points de vente ont ouvert sur le département.

Pour garantir le marché et son équilibre, une petite unité de steaks bouchers en surgelés a vu le jour.

L'abattoir est capable d'accompagner des associations locales et de leur offrir des prestations de surgelés. Avec plusieurs associations d'éleveurs (bovins et ovins) qui travaillent avec les collectivités, ils réussissent à approvisionner les cantines.

Christophe CORBIERE

Le Département de l'Isère soutient la filière viande et accompagne Éleveurs de Saveurs Iséroises. Ce soutien se traduit par l'achat de viande pour des cantines des collèges (37500 repas/jour), avec un marché public.

En termes de marché public, on ne peut pas faire de "localisme" - il y a des critères sur les modes de sélection de la viande, il faut respecter des conditions sur les délais de transports. Le marché sera renouvelé prochainement.

Bénédicte MEYER

L'abattoir c'est 600 clients. L'avantage d'une DSP avec une collectivité, c'est le remboursement, il se fait sur du plus long terme à partir du tonnage abattu. Mais contrairement à une entreprise privée, cela demande de faire des études, des choix, des marchés, etc. Les clients ne comprennent pas le manque de réactivité.

Avenir : Adaptation des filières autour d'un abattoir neuf

4^e question : Quelles perspectives pour un outil neuf comme celui de Gap en termes de positionnement et de développement ?

Olivier LHERMIE

A Gap, c'est un service public. Ils abattent 3900 tonnes sur l'année.

Avant le 15 novembre 2024, il s'est passé 6 années d'études, en attendant, l'outil vieillissait, et il a fallu abattre dans de bonnes conditions.

L'activité évolue favorablement, avec le porc et le bovin, deux espèces qui sont complémentaires. Avoir un abattoir neuf devrait ouvrir des opportunités, des clients du Montagnard des Alpes devraient se rapprocher de nos services.

Le volume c'est bien mais il faut maintenir la qualité de service. C'est compliqué d'avoir du personnel formé sur des tâches difficiles. Ils doivent mettre les moyens sur la maintenance pour maintenir l'outil le plus longtemps, chaque année il faut mettre de l'argent.

Il existe une pression des services de l'Etat (d'un abattoir de 1986 à 2024), sur le bien être animal et l'hygiène.

A l'abattoir d'Aurillac, le coût d'équarrissage, cela coûte 0€, contre 140 k€ / an à Gap.

Il n'y a pas de choix dans l'équarrisseur (pas de concurrence), et donc pas de pouvoir de négociation des prix.

12h-12h30 : Temps d'échanges

Bruno ANDRE : La plupart des abattoirs sont détenus par les collectivités. Ceci est à la fois une force et une faiblesse. Une faiblesse car cela peut-être très long pour réaliser les investissements nécessaires et le prestataire n'a pas toujours le choix du matériel. C'est une force car le portage financier est intéressant. Par contre quand c'est privé, c'est ce que dit l'abattoir de Sisteron, ils n'auront pas le portage financier surtout avec une ville de 7000 habitants.

Franck CAILLY : se pose la question du millefeuille territorial avec la questions d'investissements avec la Région et le Département. Son impact ne se délimite pas à des frontières administratives.

Bruno ANDRE : l'important est la maîtrise de l'énergie et les coûts de l'équarrissage

Bénédicte MEYER : pose la question de la responsabilité des dirigeants des structures

Luc ETELLIN, Président de l'abattoir de Maurienne : L214 a mis en place des vidéos à leur insu, et une plainte envers le président a été déposée. Cela peut impacter jusqu'à la détention d'animaux pour des éleveurs. Il s'agit d'un petit abattoir de 400 tonnes de viandes avec les mêmes problématiques que celles énoncées précédemment. Ils ont surtout des difficultés à recruter des salariés formés, d'autant plus en sachant qu'ils sont filmés H24. Le bien-être et le travail des salariés sont remis en cause, cela inquiète le président. Il ne sait pas quelle en sera la limite.

Véronique DUBOURG, abattoir de Guillestre : sur des problématiques de volumes, il existe un autre abattage, c'est l'abattage paysans qui est un modèle avec des éleveurs sur la chaine donc pas de problématique de main d'œuvre et des petits volumes avec moins de pollution. Ils ont une logique non pas de volume mais de territoire.

Des perspectives de travail à aborder :

- Problèmes des assurances, des co-produits, etc.

12h15-13h45 : Buffet servi par les apprentis de la CMA Formation de Gap



13h45 : Thème restauration collective

13h45 : Table ronde : Comment introduire les viandes alpines en restauration collective ? Freins et leviers

Intervenants :

- **Nina CROIZET** - Chargée de mission à la Chambre d'Agriculture de la Drôme
- **Cyprien JULLIAN** - Eleveur, Président association Veau Rosé
- **Morgane CAVARIO** - Eleveuse qui vend sous la marque Veau Rosé des montagnes de la Drôme, directrice de Troupeou, un atelier de découpe et de transformation
- **Marc LOURDAUX** - Modérateur commercial territorial à Echanges Paysans 04 et 05
- **Laurent CARDINALE** - Chargé de mission du PAT04 au département des Alpes-de-Haute-Provence
- **Sébastien BELLUE** - Responsable Agriculture à l'Agence de développement des Hautes-Alpes en charge du PAT05

Introduction :

Le programme Viand'Alp a accompagné des actions pour servir de l'agneau PACA dans la restauration scolaire. Les partenaires et acteurs du territoire sont de plus en plus investis dans des Programmes Alimentaires Territoriaux (PAT) et souhaitent reterritorialiser leur alimentation tout en promouvant des produits de qualité. La filière viande reste malgré tout une "zone d'ombre" pour les collectivités – les enjeux consistent à mettre en lumière les freins qui peuvent exister et s'inspirer de ceux qui

ont trouvé des solutions pour intégrer de la viande du massif dans la restauration collective.

Autour de cette table ronde sont représentés les acteurs de l'amont et de l'aval avec éleveurs, structure d'accompagnement, collectivités et professionnels.

Questions/Réponses :

1) Quelles difficultés un éleveur du massif peut rencontrer dans la commercialisation de sa viande à la restauration collective ? En quoi la marque du Veau Rosé des montagnes de la Drôme est un levier ?

Morgane CADARIO, Cyprien JULLIAN et Nina CROIZET

→ *Structuration de la filière, difficultés administratives/d'accès avec les marchés publics, équilibre matière*

Nina Croizet commence par citer les difficultés pouvant être rencontrées, elle cite 6 freins principaux :

- L'accès aux marchés publics (demande une force de travail administratif quand ce sont des petites structures),
- La logistique de proximité (temps passé élevé)
- Le manque de structuration des filières agricoles (la Drôme compte de nombreux petits acteurs isolés les uns et des autres)
- La standardisation des pièces commandées par la restauration collective publique
- Le prix (le prix d'achat ne permet pas de couvrir les coûts des élevages),
- La garantie de l'origine des produits

L'association du Veau Rosé des montagnes de la Drôme est présentée par Cyprien Jullian, éleveur et président de l'association et Morgane Cavarrio. Celle-ci a tout d'abord été créée pour valoriser les veaux nés et élevés sur le territoire, les éleveurs étaient nombreux sur une zone restreinte. Ensuite est venue l'idée de la restauration collective.

La structuration de cette filière a permis de répondre en partie à certaines problématiques de l'approvisionnement en restauration collective. Aujourd'hui ils servent essentiellement les collèges.

Des problématiques demeurent malgré tout :

- L'équilibre carcasse avec des pièces beaucoup demandées (uniquement du sauté de veau et de la blanquette pour les collèges). Il faut donc trouver des débouchés pour les autres pièces, qui sont vendues individuellement ;
- Les commandes sont parfois importantes, il faut du volume pour pouvoir répondre à la demande.

Le collectif est un réel atout pour répondre à ce marché.

Cela implique certaines contraintes comme le fait d'anticiper ces volumes à abattre et prévenir l'abattoir 6 mois à l'avance. Il faut également prendre en compte les vacances scolaires où il n'y a plus de vente.

De manière globale les retours sont très bons.

La viande de l'association réussit à entrer dans la loi Egalim grâce au label bio détenu par la moitié des fermes.

Ils sont satisfaits des prix et de la contractualisation mise en place. Le manque d'offres les aide selon eux à avoir un pouvoir de négociation plus fort. Ils arrivent également à entrer dans une gamme de prix accessible aux particuliers.

2) A l'inverse, quels sont les freins que les collectivités peuvent rencontrer ? Quels rôles les collectivités peuvent avoir dans la facilitation de l'introduction de viande dans la resto co ?

Laurent Cardinale (PAT04)

→ *Marchés publics, leur fonctionnement, stratégie territoriale, influence des collectivités, levier = la structuration des filières pour fournir un marché public, rôle des PAT*

Le Département des Alpes-de-Haute-Provence a un PAT niveau 1 et tend vers le niveau 2. Ils entretiennent un lien étroit avec les responsables de cantines et échangent avec les éleveurs pour adapter les marchés avec ce qu'il se produit.

L'aspect communication est important: site internet, flyer. Ce sont les outils nécessaires à la discussion.

A partir d'un certain volume seuil, les cantines doivent passer par un marché public. La complexité de la réglementation de ces marchés en fait un frein à l'approvisionnement local.

Une vigilance est également à avoir sur les budgets et les dépassements de seuils. Le prix est un critère à ne pas écarter dans les marchés. Cela ne joue pas en faveur

des petits producteurs qui ont généralement des prix plus élevés, ils peuvent être défavorisés dans leurs offres et réponses aux marchés.

Pour répondre à un appel d'offre, l'éleveur doit pouvoir proposer une quantité suffisante et stable par rapport à celle demandée.

Avant tout, et pour permettre aux éleveurs et acteurs locaux de rentrer dans le cadre des marchés publics, il faut échanger avec eux. En connaissant mieux leurs productions, leurs enjeux et besoins, il est plus facile de travailler un appel d'offre adapté auquel ils pourront répondre. Cela peut se faire dans le cadre des PAT.

Sébastien Bellue (PAT05)

→ *Connaissance de son territoire, organisation de rencontres entre gestionnaires de cantines et producteurs, dynamisme, volonté politique, structuration des filières*

Travail du département avec la Chambre d'Agriculture des Hautes-Alpes qui permet de piloter le PAT05.

Chaque collègue va faire sa propre commande.

La collectivité a mis en place un cycle de visites qui permet aux élus et gérants de cuisines (scolaires, ehpad, etc.) d'aller une fois par mois à la rencontre d'agriculteurs, de groupement d'agriculteurs et d'entreprises du département. Cela leur permet d'échanger et de faciliter les liens avec la production locale. Une séquence a eu lieu au Montagnard des Alpes, les différents chefs de cuisine ont pu voir ce qu'il s'y passe. Cette initiative se renouvelle depuis 2 ans, sans essoufflement.

Pour l'appréciation singulière de la loi EGALIM, un séminaire avec les services de la DRAAF et les collectivités est organisé chaque année.

Ils essaient de travailler avec des fromagers locaux même s'il existe très peu de labellisation sur ces produits en Région PACA.

Laurent Cardinale (PAT04)

Le local est une volonté politique, mais il ne rentre pas dans EGALIM.

- 3) Quelles autres solutions ? Deux types de plateforme qui cherchent à faciliter cet approvisionnement. Comment celles-ci participent à la facilitation de l'introduction de viande en resto co ? Quelles difficultés peuvent-elles rencontrer ? Quelles solutions apportent-elles ?**

Marc Lourdaux

Échanges Paysans travaillent avec des matières premières d'origine locale. Ils ont vendu en 2024 20 tonnes de produits.

Une opération "agneaux" a été lancée avec plusieurs acteurs à l'issue d'une rencontre paysanne dans le Champsaur. Avec le soutien du programme Viand'Alp, ils ont travaillé à l'introduction de cet agneau dans les cantines. La première opération a eu lieu en janvier 2024 : 500 kg d'agneaux locaux ont été valorisés dans les cantines du 04 et 05. L'opération est plutôt une réussite.

L'élément à maîtriser pour ce genre d'opération c'est l'équilibre matière.

Échanges Paysans travaille avec la filière porcine du Montagnard des Alpes, grâce à cet interlocuteur, l'équilibre matière est fait. Leurs ventes ont progressé de 22% entre 2023 et 2024, il y a une dynamique qui s'enclenche. Les acteurs de la filière viande ont la capacité de dégager des morceaux pour les cantines et de valoriser le reste ailleurs.

Nina Croizet

→ *Groupement d'achats, plateforme Agrilocal*

Le Club drômois de l'alimentation est une émanation des 3 chambres consulaires, avec une composition en collèges (producteurs, centre de formation...). Il a été inspiré du pôle alimentaire de l'Isère.

Plateforme dans la Drôme : AGRICOUR qui a l'ensemble des marchés pour les collèges. Une autre plateforme, AGRILocal, elle permet aux collèges d'acheter plus facilement en respectant les marchés publics, avec un cadre facilitateur et de répondre aux marchés en quelques clics (année de lancement en 2011, 38 département utilisateurs, essentiellement des collèges mais aussi des hôpitaux et prisons, 72% de produit AB).

En résumé les leviers évoqués sont :

- Agrilocal26, une plateforme en ligne permettant le respect de la commande publique et l'accès des TPE aux marchés publics
- Les plateformes de producteurs : exemple d'Échanges Paysans - maîtriser la logistique (régularité et savoir-faire)
- Le collectif, pierre angulaire de la structuration des filières
- La complémentarité des différents circuits de vente, indispensable au respect de l'équilibre matière

- Des solutions face au prix : les choix politiques et les sources d'économie (cuisson basse température, lutte contre le gaspillage alimentaire, repas végétarien)
- Des outils simples facilitant la certification de l'origine
- La mise en réseau via les PAT
- L'humain et les compétences des chefs cuisiniers

→ **Vrai levier = connaître son territoire**

14h30-15h : Temps d'échanges

Bruno André

Il soulève la complexité des marchés publics pour mettre du local dans les cantines scolaires. Pourquoi ne pas imposer les produits locaux dans les marchés publics ?

Laurent Cardinal (PAT04)

L'Europe est contre, c'est le marché européen. Toutefois actuellement en France, il y a des mouvements de lobbying, de collectivités et d'élus auprès de l'Europe qui portent une logique d'achat de 50% de local. Il attend les résultats.

Christophe Corbière

À l'exemple de ce qui est fait en Isère, l'avantage des marchés publics est qu'ils assurent dans le cahier des charges pendant une durée de 4 ans un volume aux éleveurs locaux.

Il existe un débat EGALIM/PAT, car le code des marchés publics n'engage pas le local alors que le PAT introduit le produit territorial. Il s'agit d'un dispositif sur lequel il faut s'appuyer. Il faut également travailler sur la juste rémunération des éleveurs. Une vigilance est à avoir, l'assouplissement des règles pour les marchés publics pourrait laisser la place aux grands groupes.

Pour réussir à travailler avec les acteurs du territoire, il est important de sourcer ce qui est disponible, de se connaître et d'identifier l'offre et la demande avec les outils intermédiaires existants (abattoirs et salles de découpe). Avant de rédiger un appel d'offre, les acteurs ne doivent pas hésiter à se rencontrer et se mettre d'accord sur le cahier des charges pour permettre des réponses locales.

Bruno André

Un autre souci a été relevé précédemment dans les échanges, c'est l'équilibre matière (ce qui n'est pas vendu). Il faudrait réfléchir à cette problématique dans la continuité de ce programme avec les lycées.

Marc Lourdaux

A l'échelle de la région, le plus compliqué ce sont les strates, le travail fait dans le 04 et le 05 ... Avec les lycées, il y aurait beaucoup de pertes.

Sébastien Bellue

Nous avons réussi à identifier la personne à la Région Sud qui peut appuyer ces démarches, il est systématiquement invité à nos visites et au Salon de l'agriculture à Paris.

Nina Croizet

En ce qui concerne le terme local, il ne peut pas être introduit dans l'appel d'offre mais il est possible de mettre des critères qui vont dans ce sens comme la fraîcheur et certaines obligations environnementales.

L'humain (la personnalité/les convictions) et la formation des cuisiniers, des bouchers sont cruciaux. Lors de la cuisson, la viande locale fond moins que la viande industrielle, un travail sur la cuisson et le gaspillage alimentaire permet d'activer le levier prix. Le repas végétarien est également une solution pour faire des économies.

Sébastien Bellue

Les collèges 05 se sont équipés de fours à basse température, il y a donc moins de pertes. Cela permet l'achat de viande de qualité.

Florence Reiner

Elle revient au sujet de la plateforme Agrilocal, lancée il y a une 10aine d'année, pour favoriser l'offre et la demande. Le Département et la Chambre d'Agriculture de la Drôme avaient misé sur la structuration de la filière pour répondre aux appels d'offres. Comment arrivez-vous à gérer la mise en concurrence avec les agriculteurs en vente directe ?

Nina Croizet

Agrilocal ce n'est pas des chiffres très élevés, il n'existe pas de concurrence. Cependant la plateforme permet à des collèges de travailler avec des voisins. 350 repas par jour en moyenne sont servis dans les collèges, cela permet aux agriculteurs à 15-20 min des collèges de trouver un débouché complémentaire sans être prépondérant. Cela a du sens pour eux et pour les collectivités qui permettent aux élèves de manger "bon et bien".

Marc Lourdaux

Sur la filière bovine dans les Hautes-Alpes et les Alpes du sud, depuis 1 an, il y a des choses qui s'enclenchent et se font au niveau de l'abattoir de Gap. Il faudrait mettre

les acteurs du bassin d'alimentation (04/05) autour de la table pour améliorer la situation.

15h-16h : Thème mentions valorisantes

15h : AOP, IGP, Label Rouge et mention montagne, comment choisir la manière de valoriser sa viande en zone de montagne ?

Intervenants :

- **Cécile RICHAUD** - Animatrice de l'ODG César
- **Bruno DOUNIES** - Directeur Association Porc de Montagne, exerce des missions pour l'Association Altitude - Mention Produits de Montagne - *en visio*
- **Eloi LEBERT** - Responsable secteur AURA, PACA et Corse, Marque Bleu Blanc Coeur
- **Bernard BONNEFOY** - Eleveur, Président AOP Fin Gras du Mezenc - *en visio*

3 questions auxquelles répondre :

- Comment la filière autour de cette mention valorisante s'est structurée ?
- Comment se démarquer grâce à ce label/marque/SIQUO ?
- Quelles problématiques et perspectives par rapport à cette valorisation ?

Cécile RICHAUD

Cécile Richaud présente la démarche dont la première demande à l'INAO pour l'IGP Agneau de Sisteron a été déposée en 1999.

L'ODG César anime les démarches IGP Agneau de Sisteron et l'émergence du Label Rouge pour les Excellentes (bovins). Ces deux labels permettent de faire un lien entre le produit et le terroir et mettent en avant la pertinence de la zone géographique. Par exemple, les agneaux peuvent se faire abattre dans certains abattoirs agréés, cela évite qu'ils fassent plus de 200km pour être abattus.

L'IGP Agneau de Sisteron représente 225 éleveurs soit 12% des éleveurs ovins de la Région Sud. Il existe deux organismes de producteurs : la coopérative Agneau Soleil et l'association Ciel d'Azur.

La notoriété du nom fait vendre, il a une image positive.

Aujourd'hui il existe plusieurs contraintes dont le prix du maigre. Les éleveurs ne voient plus l'intérêt d'engraisser des agneaux au vu du prix vendu non engraisé.

Le renouvellement des générations en est également une, qui n'avait pas été anticipée. Il y a bien sûr les charges de structures qui pèsent.

La conjoncture générale, avec la diminution de la consommation d'agneaux et de viandes en général, n'aide pas non plus la filière.

Les prix ne sont pas la seule raison de la baisse de la consommation, c'est aussi culturel, les jeunes ne sont pas habitués à consommer de l'agneau, ce n'est pas dans leur éducation.

Ils travaillent avec l'interprofession et les bouchers pour séduire les jeunes et les inciter à consommer de la viande, mais cela reste anecdotique.

Bruno DOUNIES

La mention Produits de montagne a pour but de valoriser les produits de montagne, toutes filières confondues. Depuis plusieurs années, ils ont initié une démarche de valorisation liée à la provenance.

Les aspects réglementaires liés à la mention sont créés en 2000 par un décret français qui impose des règles de productions assez légères, complètement différentes d'un label rouge ou d'une IGP. L'idée de fond était d'avoir une reconnaissance européenne, avec une mention de qualité facultative, qui s'est inscrite dans le règlement européen de 2012 et a été complétée en 2014. Les dispositions sont toujours légères: il faut respecter une production et une transformation en zone de montagne.

C'est une mention intéressante pour les secteurs géographiques où il n'y a aucun label. Elle a également un intérêt dans son application sur tous les produits, elle est reconnue pour sa simplicité d'usage.

Toutefois le manque de robustesse du cahier des charges ne lui permet pas d'être reconnue par la loi Egalim.

L'association Altitude a été créée en 2004 avec comme objectif de créer un logo commun et une dynamique locale. Ils ont réalisé une révision des statuts avec le statut de membres actifs pour impliquer les entreprises.

Eloi LEBERT

Cf. diaporama

La marque Bleu Blanc Coeur est une démarche collective qui a 25 ans. Elle certifie une teneur en Omega 3 dans les produits finis qui participe aux enjeux de santé publique. Pour cela, ils redéfinissent le régime des animaux au bénéfice de la santé humaine avec des performances nutritionnelles et environnementales.

La marque rassemble une grande communauté d'éleveurs et des métiers de bouche.

Bernard BONNEFOY

Le fin gras du Mézenc doit son goût à la production de foin aromatique de la région qui contient plus de 300 plantes différentes. La démarche est née des élus locaux, le territoire était en perte de dynamisme, cela a permis de créer un nouvel élan autour de l'agriculture et du tourisme. En demandant l'AOP, cela a viabilisé la démarche et a apporté une image touristique.

“L'agriculture est la base du tourisme car il porte le paysage. Le tourisme permet de la valoriser”.

Ils ont recherché beaucoup de valorisation sociale auprès du territoire et de la population. Les jeunes qui s'installent arrivent à transmettre une passion et un produit unique. Beaucoup d'événements autour de ces produits fédèrent une communauté. Aujourd'hui, il existe 140 points de vente avec beaucoup de bouchers.

La problématique actuelle qu'ils rencontrent est celle du marché du maigre. Il se vend très cher tout comme le conventionnel qui a augmenté. Ces marchés viennent perturber les prix de l'AOP, ils doivent malgré tout rester soudés et passionnés.

15h30-16h : Temps d'échanges

Guy Durand

Il revient sur le problème du renouvellement autour des crises sanitaires comme la FCO et par rapport à la prédation, qu'il ne faut pas oublier.

Franck Cailly

Il existe une grosse problématique autour des agneaux vendus en vif pour l'engraissement. Ils sont nombreux à quitter les territoires.

Cécile Richaud

Des éleveurs historiques se retirent du label car il est trop cher à sevrer.

Bruno André

Quand on a un projet cohérent et collectif c'est plus simple de renouveler les générations pour transmettre les bons outils parce qu'on lègue des filières qui fonctionnent économiquement.

Luc Etellin, abattoir de Maurienne

Aujourd'hui il y a des filières en place, il faut s'en saisir pour la durabilité de la profession plutôt que de privilégier la facilité à vendre au tout venant, en maigre.

Franck Cailly

Une autre problématique est le mode de calcul de la PAC, elle n'est pas du tout incitative à la production d'agneaux.

Cécile Richaud

Il y a une évolution des idées et des techniques de production dans les dynamiques de groupe, notamment avec le renouvellement des générations. Il existe une forme de dualité dans les envies de changements et d'adaptation entre les fondateurs à l'initiative du cahier des charges et les jeunes. Par exemple, certaines évolutions sont évoquées pour le cahier des charges de l'agneau de Sisteron. Celles-ci tendent vers la possibilité d'ouvrir l'engraissement à l'herbe et en alpage à contrario de ce qui écrit l'engraissement en bergerie avec des systèmes de climatisation. L'INAO demande de retravailler le cahier des charges en prenant en compte le changement climatique même si la finition de l'agneau peut être une réelle difficulté.

Floriane Di Franco

Elle remercie les intervenants de la séquence et spécifiquement Bruno Douniès et Bernard Bonnefoy, rencontrés au Sommet de l'élevage lors de la conférence organisée sur les viandes pastorales.

Viand'Alp c'est surtout se rencontrer et faire le lien avec d'autres massifs ou d'autres initiatives pour inspirer.

16h-16h30 : Conclusions

Delphine BONTHOUX (Commissariat de massif)

Pour conclure, la commissaire de massif prend la parole. Elle a pris connaissance des travaux depuis sa prise de poste il y a quelques mois et remercie les

20

organisateurs du séminaire et les participants qui se sont fortement mobilisés montrant l'intérêt porté à la démarche.

Elle félicite l'initiative de la visite du matin du CFA de Gap, l'initiative de repli est très intéressante (la visite initiale étant l'abattoir de Gap).

Elle souligne le travail réalisé dans le programme Viand Alp. Il a permis de rassembler les acteurs de la filière viande, filière prépondérante sur le massif. Cela permet une meilleure connaissance du territoire.

Il est important d'être aux côtés des éleveurs, de mutualiser les travaux et avancés de chacun, de structurer les filières. C'est un des messages forts de l'après-midi.

Elle a bien pris note des appels à poursuivre le programme. Toutefois, le contexte budgétaire est inédit pour l'Etat français et la déclinaison opérationnelle, dispositif par dispositif, n'est pas encore connue.

Pour l'accompagnement, ils restent à notre écoute. Ils sont malgré tout obligés de signaler le contexte spécifique. La continuité du programme pourra seulement se faire sur des axes de travail vraiment ciblés comme les questions liées aux abattoirs.

Brice THOLLET (DRAAF PACA, chargé de mission élevage + appui CIMA)

Il remercie pour la qualité du travail et les rendus du séminaire.

Il rappelle le message porté par l'ANCT, l'objectif de la CIMA est d'accompagner des projets à impact pour l'économie et le développement local en prenant en compte l'enveloppe limitée (pour l'ordre de grandeur c'est 2,6 millions sur 7 ans). En comparaison la PAC en PACA c'est 132 millions d'euros.

Les prochains projets portés devront avoir un effet levier.

Il est important d'avoir des éléments nouveaux, de nouvelles démarches. De nombreux collectifs ont émergé via Viand'Alp, le rôle du massif n'est pas de soutenir jusqu'à l'agriculteur, mais d'agir à l'échelle alpine (ex. cartographie, enjeux alpins, travail sur la mention montagne...).

Au niveau du Ministère de l'agriculture, les 2 diagnostics évoqués sont inscrits dans le plan de souveraineté élevages, portés par l'ancien ministère, soutenue par la nouvelle ministre. Pour poursuivre les travaux sur les abattoirs, ils sont dans l'attente d'un cadre qui soit donné par le nouveau gouvernement.

Bruno André

Il demande des soutiens économiques de la filière pour porter des réflexions entre la région AuRA et PACA sur le traitement des déchets, sur la méthanisation, etc. et permettre de stabiliser les coûts.

Il évoque également la question des assurances, où il n'y a aucune mise en concurrence. Pour assurer un abattoir, cela devient complexe.

Nathalie Gravier

Elle évoque les Jeux olympiques d'hiver de 2030 sur les Alpes. Un travail sera sûrement à conduire sur la promotion des produits agricoles du massif.

Elle remercie tout le monde et propose de se retrouver pour échanger de nouveau au Salon de l'agriculture, mercredi 26 février matin sur le stand du CORAM.
