



Avec le soutien de



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

# Séminaire final Viand'Alp

2022-2024

6 février 2025   Gap



# Viand'Alp 2024

Pour la valorisation de la viande de montagne

## Les valeurs communes

Projets de structuration de filières locales



De l'éleveur au consommateur



Production de viande de qualité



Construction de systèmes économiquement viables pour les éleveurs

“ Viand'Alp, un réseau pour faire grandir des projets sur le massif alpin ! ”

Mise en avant du territoire de montagne par des systèmes extensifs

Favorisation des modèles respectueux de l'environnement

Démarches locales accompagnées par Viand'Alp sur le massif alpin

Éleveurs de Saveurs Iséroises

Agneau d'alpage

Veau rosé des montagnes de la Drôme

Porc Le Montagnard des Alpes

Porc de Savoie

## Les réalisations alpines

- **Accompagner** des collectifs d'éleveurs dans la **structuration de filières** et la **valorisation** de leurs produits (émergence de **marques** et de **démarches**)
- **Développer les débouchés**, notamment en RHD, pour servir de la viande locale dans les cantines scolaires
- **Construire** un réseau d'abattoirs du massif
- **Fournir de la viande de qualité** (tests organoleptiques, cahiers des charges, essais sous-skin...)
- **Mettre en réseau et faire échanger** les structures amont/aval de la filière viande

Les Excellentes



suaci@smb.chambagri.fr - mre@mre-paca.fr





# Programme

- **11h** - Mot d'introduction et présentation du programme Viand'Alp
- **11h10** - Thème « abattoirs »
- **12h15** - Buffet préparé par les apprentis du CFA
- **13h45** - Thème « débouchés de la viande alpine »
- **15h** - Thème « mentions valorisantes »
- **16h** – Conclusion
- **16h30** – Fin

# Les abattoirs

Quels enjeux et perspectives pour les abattoirs ?  
Quel lien avec la filière viande régionale ?



Context  
e alpin



# Abattoirs de Provence-Alpes-Côte-d'Azur

10/10 des abattoirs régionaux sont prestataires, 9/10 sont détenus par une collectivité

Maillage et capacité des abattoirs satisfaisants mais la majorité ne sont pas à pleine capacité

72% des volumes d'animaux de boucherie sont abattus dans seulement 3 abattoirs : Sisteron, Gap, Tarascon

4 abattoirs occupent une position centrale au sein de marques commerciales ou de SIQO

La plupart des abattoirs sont à moins de 2h d'un abattoir tourné vers les circuits courts

En 2025, 9 abattoirs en fonctionnement en PACA – réouverture de l'abattoir de Seyne et fermeture de celui de St-Bonnet

**Source :**

- Rapport *Maillage territorial des abattoirs en PACA*, DRAAF PACA, 2024

# Contexte des abattoirs en Provence-Alpes-Côte-d'Azur

- **Gap** : Mise en route de l'abattoir
- **Sisteron** : Installation d'une station de prétraitement – investissements très importants
- **Digne** : réflexion sur un nouvel abattoir ou une réhabilitation de celui existant
  - Problématique commune : le portage financier de l'abattoir
- **Tarascon** : Projet de développement de la ligne ovine (*DRAAF, 2024*)
- **St-Saturnin** : Projet d'agrandissement et mises aux normes pour PPA
- **Guillestre** : Projet de mégisserie
- **Puget-Théniers** : incendie en fin d'année
- **Seynes-les-Alpes** : réouverture début janvier 25
- **St-Bonnet-en-Champsaur** : fermeture en janvier 2025



*Abattoir de Gap (Source : Dauphiné Libéré, 2024)*

## Quelques faits d'actualité

Le Dauphiné Libéré  
Mardi 4 février 2025

Votre région Politique & Territoires | 7

Seyne

# Repris par les éleveurs locaux, l'abattoir a rouvert ses portes

Fermé depuis 2022 faute de personnel, l'abattoir de Seyne a rouvert ses portes. Sa gestion a été reprise par les éleveurs eux-mêmes.

Il fait encore nuit le mercredi, lorsque les éleveurs se retrouvent à la zone artisanale du Pont-Rouge à quelques kilomètres du village. Le temps pour prendre un café, se changer, échanger quelques mots et regarder le planning, est court car la journée de travail est chargée. Ils peuvent être une dizaine, une fois par semaine, à prendre sur leur temps libre pour participer à la remise en route de l'abattoir local.

### Deux années de formalités

Pour en arriver là, il a fallu deux longues années de formalités administratives, de formation, d'attente de délibération et l'aide assidue du deuxième adjoint de la commune Dominique Baron. Ce dernier s'est inspiré de l'exemple de

l'abattoir de Guillestre, dont la gestion a été reprise par les éleveurs locaux après une fermeture, pour mobiliser des agriculteurs du pays de Seyne afin de remettre en marche cet outil. « Ils deviennent tour à tour tâcherons, ce qui permet d'ouvrir la chaîne de production plus régulièrement », décrit-il l'an passé lors de la visite du préfet Marc Chappuis.

### Une fermeture au printemps 2022

La structure, propriété de Provence Alpes agglomération (PAA), a été fermée au printemps 2022 faute de personnel. Essentiel pour le monde agricole du nord du département des Alpes-de-Haute-Provence, l'abattoir a une capacité de production de 140 tonnes par an. Avec la création d'une société coopérative d'intérêt collectif (SCIC), les éleveurs et les collectivités environnantes se sont positionnés pour la reprise de la gestion auprès de l'agglomération en juillet 2024 après la mise en place d'un ap-



« Les éleveurs tâcherons » comme les appelle le deuxième adjoint Dominique Baron se relaient chaque semaine pour faire fonctionner l'abattoir. Photo Le DL/Jean-Baptiste Guieu

pel d'offres. Bruno Accai, vice-président à PAA, annonçait la décision de confier l'abattoir à ce collectif local, seul candidat à s'être positionné.

Après quelques travaux, des journées de formation, la quinzaine d'éleveurs impliqués dans le projet a enfin pu mettre la main à la pâte. En début d'année 2025, l'infrastructure a rouvert ses portes. Ils sont accompagnés par un technicien des services vétérinaires mais aussi de Pierre-Emmanuel Robin, ancien directeur de l'abattoir de Die (Drôme). Il prodigue ainsi aux agriculteurs des conseils et les bons gestes pendant les huit premières semaines d'ouverture. Avec l'abattoir qui re-

prend des forces, « c'est la logique des choses, travailler des bêtes sur place qui sont nées et ont grandi dans la vallée de la Blanche, c'est être 100 % local et réduire notre empreinte carbone », décrit Jérôme Allibert, jeune éleveur seynois impliqué depuis les prémices du projet.

● J.-B.G.

Le Dauphiné Libéré  
Dimanche 2 février 2025

Actu locale Gapençais - Ch

Saint-Bonnet-en-Champsaur

## L'abattoir collectif Champsaur-Valgaudemar a fermé ses portes

L'abattoir collectif Champsaur-Valgaudemar a fermé ses portes le 1<sup>er</sup> janvier 2025. Huit ans après sa reprise par la société coopérative d'intérêt collectif, constituée d'agriculteurs. Rencontre avec Paul Davin qui était le président de la SCIC depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2017.

### Pourquoi est-ce que le conseil d'administration a décidé de fermer l'abattoir ?

« À la fin octobre, après le départ du technicien, nous nous sommes posé la question de rembaucher ou pas. Mais moins d'éleveurs utilisaient l'abattoir et le tonnage avait beaucoup baissé. Par ailleurs, nous devions envisager des travaux de mise aux normes, impliquant de gros investissements. C'est pourquoi, nous avons dans un premier temps, suspendu l'abattage des animaux. Nous avions déterminé que nous prendrions la décision de fermer ou pas à la fin de l'année. L'avenir de l'abattoir dépendait alors de la volonté des agriculteurs de le faire tourner. Mais aucun agriculteur ne s'est manifesté. En revanche la communauté de communes Champsaur-Valgaudemar nous a toujours soutenus. »

### Est-ce que la décision de fermer l'abattoir a été difficile à prendre ?

« Nous avons essayé jusqu'au bout de sauver cet outil de



Paul Davin était le président de la société coopérative d'intérêt collectif qui gérait l'abattoir de Saint-Bonnet-en-Champsaur. Archives photo Le DL/Éric Veauvy

proximité. Nous avons essayé de retrouver du tonnage mais en vain. Avec 80 tonnes fin 2023, nous sommes passés d'une situation à l'équilibre à une situation difficile. Les tarifs du gaz et de l'électricité ayant augmenté en plus du reste, nous avons pris cette décision avant d'avoir des problèmes financiers. Nous avons prévenu la préfecture qui a suspendu notre agrément sanitaire le 31 décembre. »

### Quelles sont les conséquences de cette fermeture ?

« Les services vétérinaires n'ayant pas validé l'abattage des ovins et des caprins dans l'abattoir de Gap, nous devons amener nos animaux à Sisteron ou à Guillestre. Soit environ 3 heures de route aller et retour. En

sachant que nous devons y retourner deux jours après pour récupérer les carcasses. Aussi, nous sommes en train de réfléchir à la mutualisation des frais en prenant un transporteur qui effectuerait le ramassage des agneaux. »

### Avez-vous un regret ?

« Nous n'étions plus que quatre ou cinq à faire tourner l'abattoir et j'imaginai un sur-saut. Aussi, je regrette que les jeunes agriculteurs ne se soient pas mobilisés. Même dans l'agriculture, il n'y a plus ni entraide ni solidarité. Pour quel avenir ? Il faut dire que la politique agricole commune a sa responsabilité. Nous avons beaucoup donné et c'est dommage que cela se termine ainsi. »

● Recueillis par Marie-Anne Bourgeois





# Contexte des abattoirs en Auvergne-Rhône-Alpes

- AuRA : 40 abattoirs de boucherie majoritairement multi-espèces (65%) et disposant d'un atelier de découpe (57.5%)
- 55% des abattoirs sont sous statut public et abattent 19% du tonnage régional
- 6 abattoirs en difficultés économiques – 2 abattoirs ont fermé en 2023
- Majorité des outils d'abattage sous exploités en région par rapport à la production régionale (*données 2022-2023*)
- Abattoirs de la région font l'objet d'une dynamique de rénovation et de modernisation forte

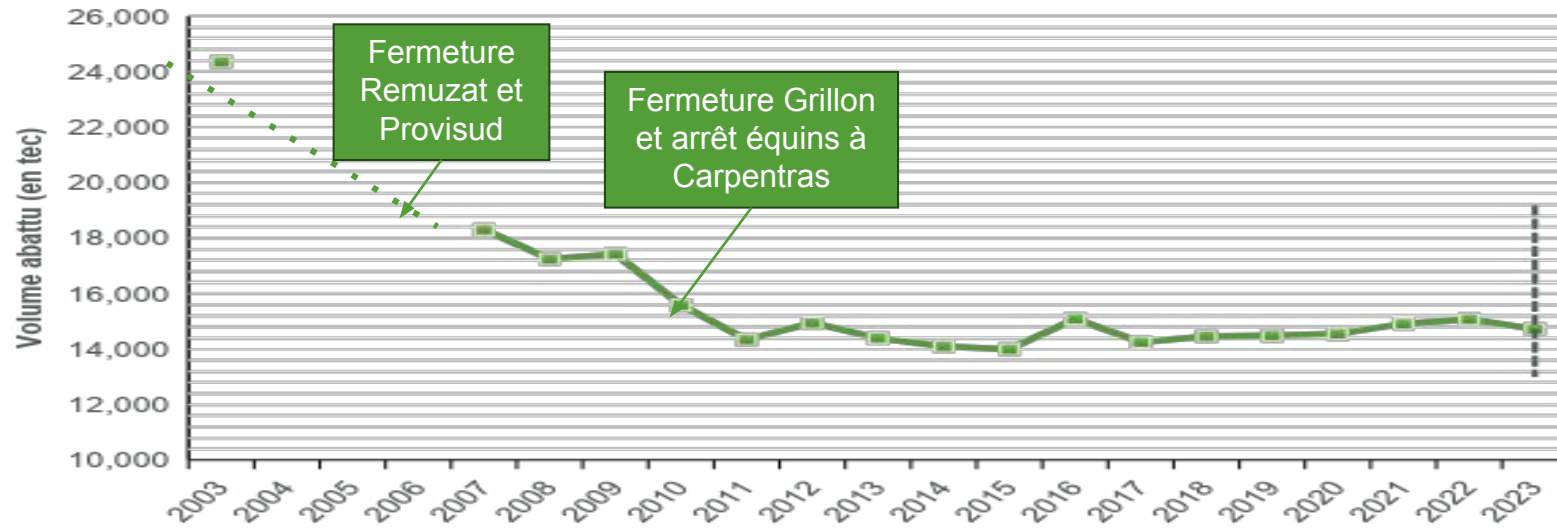
## Source :

- Rapport *Maillage territorial des abattoirs en AuRA*, DRAAF AuRA, 2024

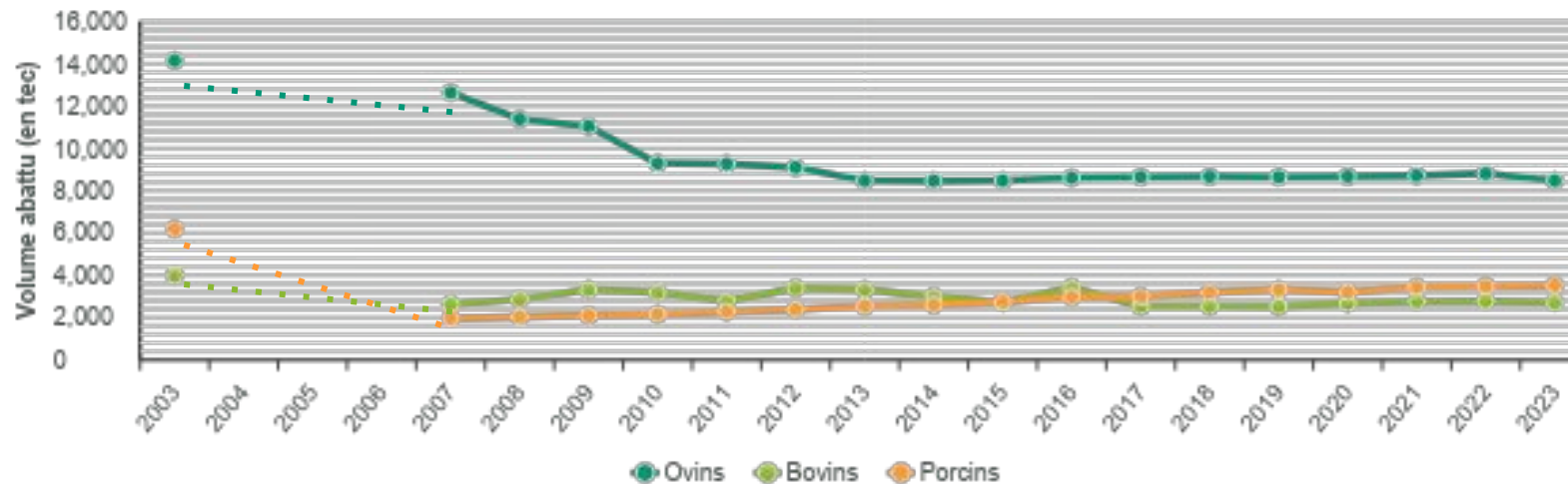
---

# Quelques chiffres pour la région PACA

## Evolution du volume d'abattage en région PACA de 2003 à 2023 (en tec)

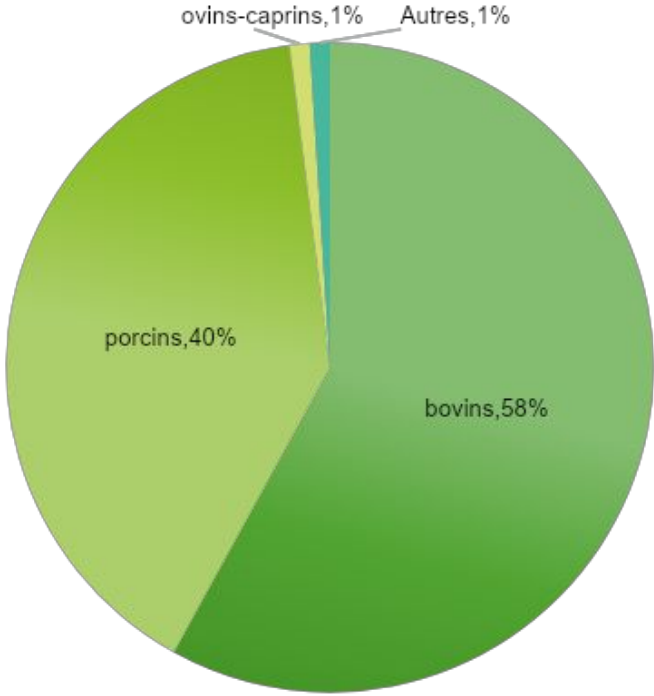


## Evolution du volume d'abattage par espèce en région PACA de 2003 à 2023 (en tec)

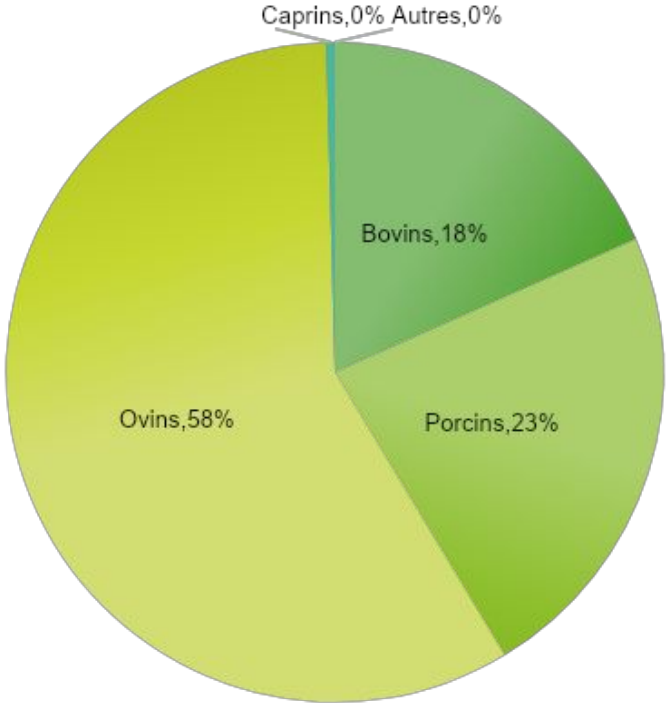


PACA : 15 100 tec abattues (MRE, 2022)  
AURA : 327 500 tec abattues (Agreste, 2022)

Répartition du volume abattu par espèce en région AURA (en %)



Répartition du volume abattu par espèce en région PACA (en %)



# L'élevage dans le massif alpin

- **71 382 bovins** élevés sur le massif =  $\frac{1}{2}$  **abattus** sur le massif en 2020
- **155 434 porcs** élevés sur le massif =  $\frac{1}{3}$  **abattus** sur le massif en 2018 (50% partent dans d'autres dép Rhône-Alpes)
- **412 000 ovins** élevés en PACA =  $\frac{2}{3}$  **abattus** en PACA en 2021
- **64% ovins** sortent de la Région AuRA pour se faire abattre

## Source :

- Rapport *Analyse des flux d'animaux sur le massif des Alpes*. (Avril 2021). MRE et SUACI'Montagn'Alpes. D'après les données BDNI et BD Porcs.
- *Comment fonctionne le marché de la viande ovine en région PACA ?*. (2021). Rapport de stage. Agathe Sergy
- Rapport *Maillage territorial des abattoirs en AuRA*. (2024). DRAAF AuRA.



---

## Offre/Demande sur le massif

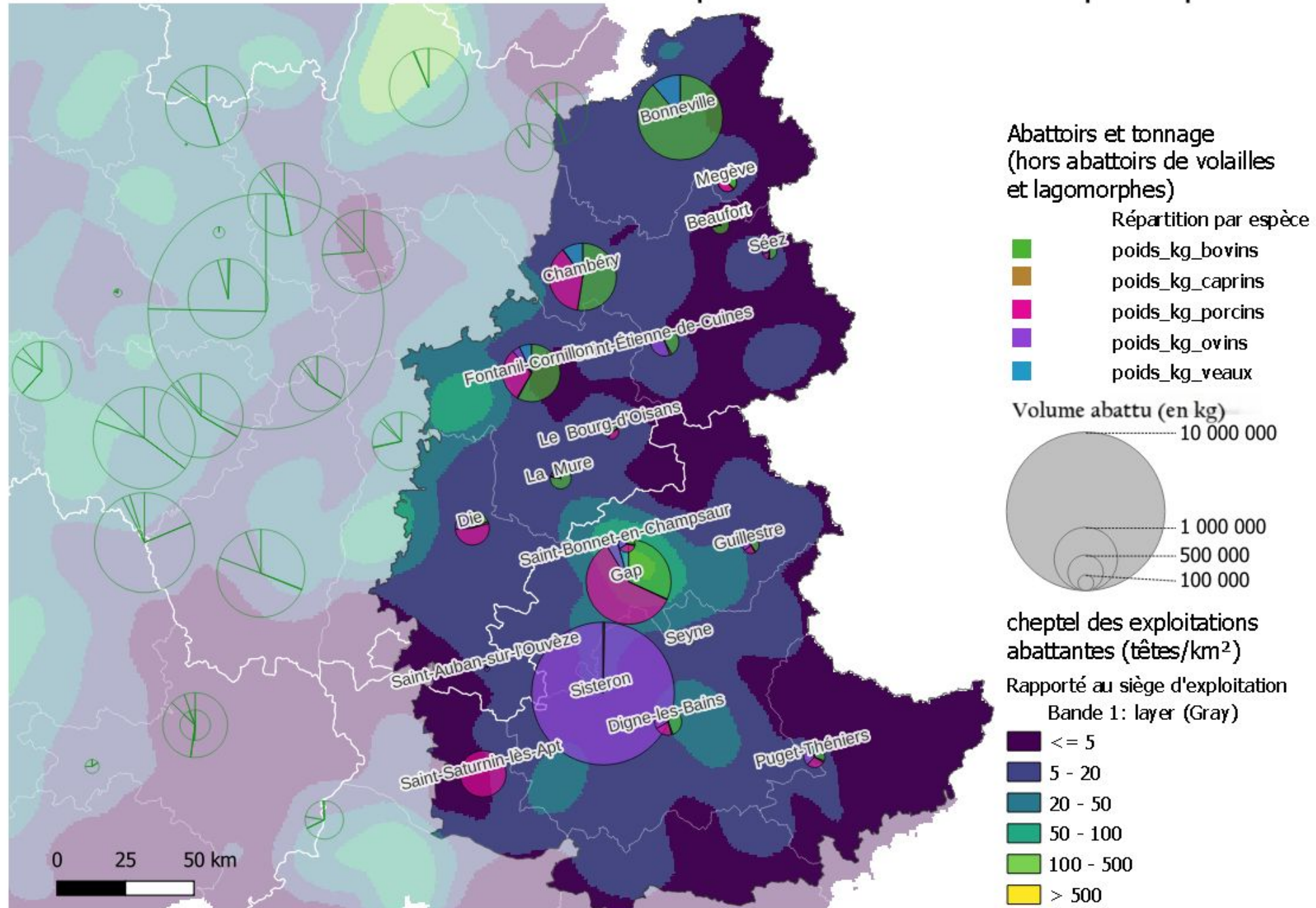
- **Ovins** : la production couvre 43% de la consommation en PACA (cf. *Rapport Agathe Sergy 2021, MRE*)

**Méthode** : (nb habitants massif alpins \* consommation/hab/an) / poids vif moyen = nb de têtes nécessaires pour répondre à la consommation sur le massif (a)

*Nombre de têtes abattues sur le massif/ (a) \*100 = %couverture de la production par rapport à la conso sur le massif alpin*

- **Bovins** : les bovins élevés et abattus sur le massif alpin couvrent environ 24% de la consommation locale
- **Porcins** : les porcins élevés et abattus sur le massif alpin couvrent environ 5% de la consommation locale

# Abattoirs de boucherie du massif des Alpes et volumes abattus par espèce



# Quels enjeux pour les abattoirs ?

- Journée inter-abattoirs PACA - décembre 2024
- Journée alpine à Chambéry en mars 2025

## Enjeux de maintien et développement de l'activité

- Maintien du cheptel et du nombre d'éleveurs pour maintenir les volumes voire les développer pour certains
- Organiser et mieux répartir l'abattage par rapport à la capacité et l'implantation des abattoirs
- Développer activités annexes (notamment pour les circuits courts)

## Enjeux ressources humaines

- Trouver de la main d'œuvre qualifiée
- Former techniquement le personnel
- Apprendre à mieux communiquer entre usagers (grossistes/éleveurs/abatteurs)

## Enjeux économiques

- Trouver des financements pour moderniser et mettre aux normes les outils
- Maîtriser les coûts (coproduits notamment)

**Un enjeu prédominant = la mobilisation de la filière/profession pour les abattoirs et construction d'une stratégie régionale pour leur maintien**



# Table ronde : enjeux et perspectives des abattoirs

- **Franck CAILLY** – Directeur de l’abattoir de Sisteron
- **Christophe CHAVAGNAC** – Directeur de l’entreprise Alpes Provence Agneau
- **Eric ROCHAS** – Président de l’abattoir de Grenoble
- **Bénédicte MEYER** – Directrice de l’abattoir de Grenoble
- **Christine BOSCH** – Cheffe de service agriculture au département de l’Isère
- **Olivier LHERMIE** – Directeur de l’abattoir de Gap

14h20 – 14h50 / 30 min

---





S.E.A.S.

Le 06/02/25



# L'ABATTOIR DE SISTERON



**Abattoir Municipal  
(propriété de la ville de Sisteron)**

**Exploitation via une DSP**

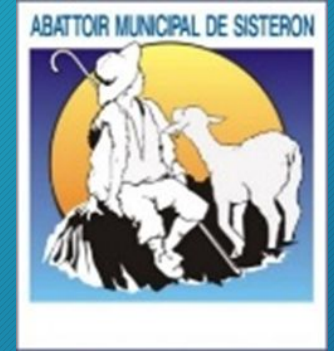
**Prestataire de service**

**Mono-espèces (ovins/caprins)**

**437 778 ovins/caprins abattus en 2024**

**1<sup>er</sup> abattoir ovins/caprins de France en nombre d'animaux abattus**





S.E.A.S.

Le 06/02/25



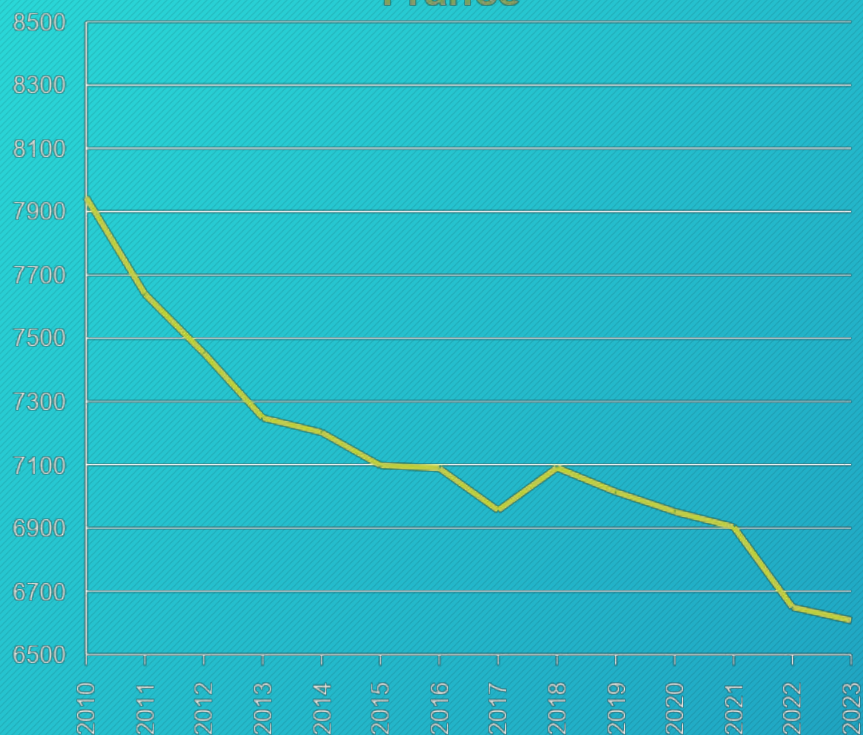
# ENJEUX ET PERSPECTIVES : des abattages en baisse...



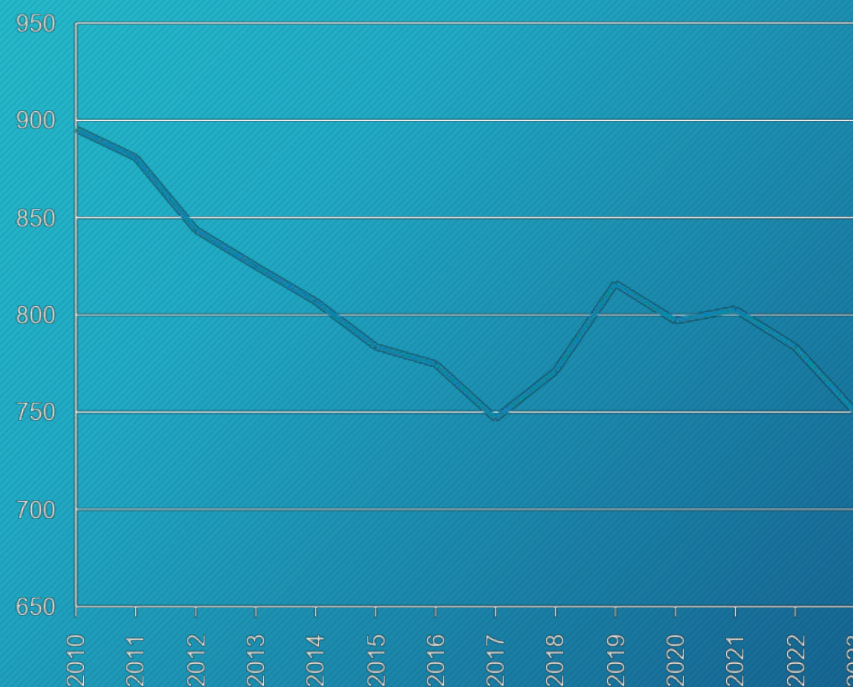
# ENJEUX ET PERSPECTIVES : une production en baisse...



## France



## Région Provence-Alpes-Côte-D'azur



Depuis 2010 :

- Baisse de 9% du cheptel ovin national
- Baisse de 9% du cheptel ovin régional
- Diminution du nombre de têtes en région PACA suit la tendance nationale

(Source : Agreste - Statistique agricole annuelle - SSP/ Ministère en charge de l'agriculture)

Ensemble des ovins : agnelles, brebis mères (dont laitières et réformes), autres (dont béliers)

# ENJEUX ET PERSPECTIVES : qui va se poursuivre ?



Impact de la FCO sur la production ovine en 2025 ?

# ENJEUX ET PERSPECTIVES : et une consommation atone...



## EVOLUTION CONSOMMATION VIANDE OVINE

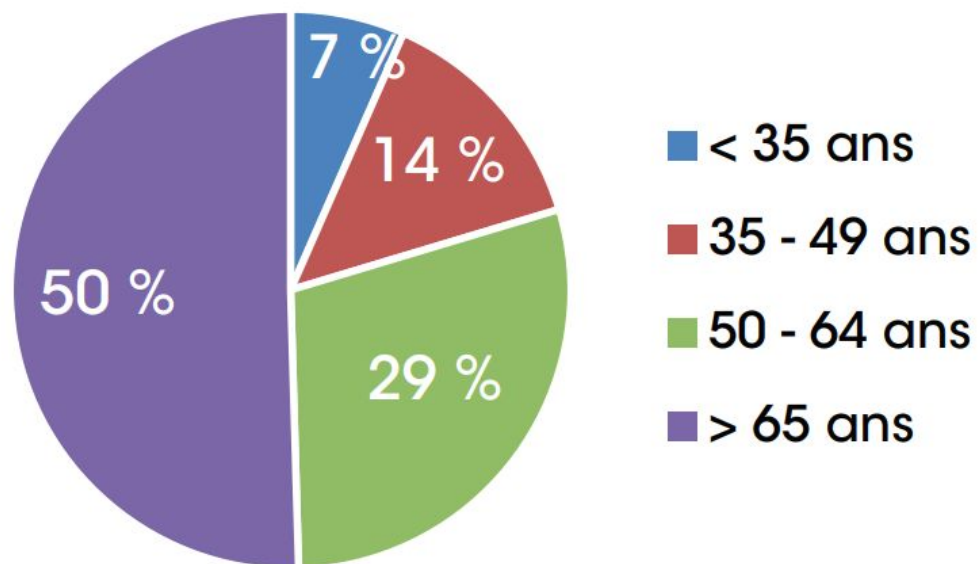
-11,7 % entre novembre 2023 / 2024

-10,5 % en cumul de janvier à novembre 2024 / 2023

# ENJEUX ET PERSPECTIVES : et une consommation atone...



Répartition en volume des achats  
des ménages par classe d'âge



ACHATS DE VIANDE D'AGNEAU PAR LES MÉNAGES FRANÇAIS EN 2023

Source : GEB-Institut de l'Élevage d'après FranceAgriMer, Panel Kantar



# ENJEUX ET PERSPECTIVES : des charges en augmentation



**des coûts d'équarrissage en très forte augmentation depuis fin 2023**

**une énergie toujours plus onéreuse :**

**gaz : +141,6 % entre 2023 et 2025**

**électricité : + 57 % entre 2024 et 2025**

# ENJEUX ET PERSPECTIVES : coût d'une station de prétraitement des effluents



**Investissement : 2 250 000€ - 30% subvention Agence de l'eau  
= 1 650 000€**

**Fonctionnement annuel : estimation entre 284 000 et 387 000 €  
(selon le choix technique qui sera choisi)**

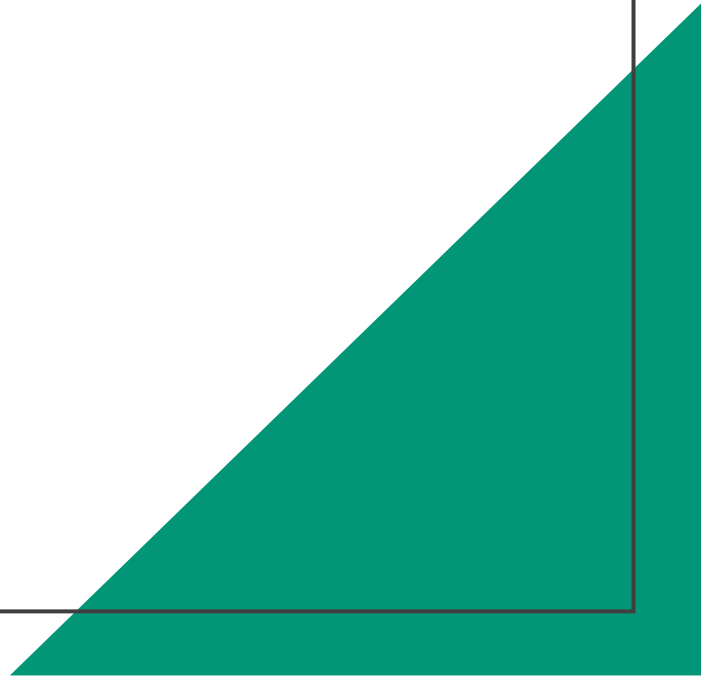
# Temps de questions et d'échanges

11h50 – 12h15 / 25 min

12h15 – 13h45 / 1h30

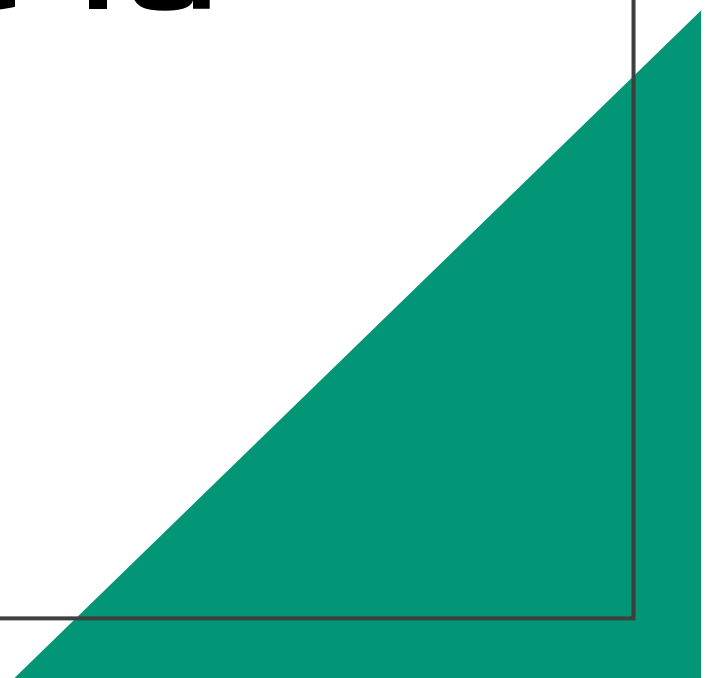
# Buffet

Préparé par les apprentis du CFA



# Les débouchés de la viande alpine

Freins et leviers : Comment introduire les viandes alpines en restauration collective ?





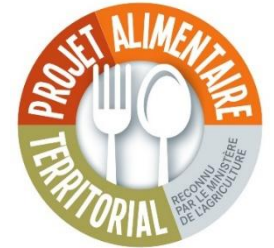
# Table ronde : Comment introduire les viandes alpines en restauration collective ?

- **Nina CROIZET** - Chargée de mission à la Chambre d'Agriculture de la Drôme
- **Morgane CADARIO** – éleveuse de la marque Veau Rosé des montagnes de la Drôme et directrice de Troupeou
- **Cyprien JULLIAN** - Président de l'Association Veau Rosé des montagnes de la Drôme
- **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
- **Thomas GALETTI** - Directeur des collèges, de la jeunesse et des sports au département des Alpes-de-Haute-Provence
- **Sébastien BELLUE** - Responsable Agriculture à l'Agence de développement des Hautes-Alpes en charge du PAT05

13h45 – 14h30 / 45 min

---

- Label PAT de niveau 1 « en émergence » obtenu en 2023
- Vers une labellisation de niveau 2 « PAT fonctionnel » pour 2026



Maintien d'une agriculture respectueuse des ressources et résiliente face au changement climatique

Renforcer les circuits courts de proximité & élaboration de solutions logistiques

Transition alimentaire et écologique de la restauration collective des collèges

Lutte contre la précarité alimentaire, accompagnement des publics fragiles vers une alimentation saine

## Unité de Production Culinaire (UPC)

Choix des menus en lien avec les collèges  
Achats des denrées (centrale d'achat)  
Préparation des plats principaux  
Livraisons  
**3200 repas / jour**

## Collèges livrés par l'UPC (9)

Réception des plats  
principaux (liaison froide)  
Réchauffe et cuisson minute  
Elaboration entrées et  
desserts



## Collèges autonomes (5)

Choix des menus  
Achats des denrées  
Cuisine sur place  
**700 repas / jour**

## Bilan UPC en 2024

- ✓ 34,20 % des achats conformes à la loi Egalim
- ✓ 24,67 % des achats en Bio
- ✓ 21,48 % des achats en circuits courts
- ✓ Viande de porc locale, 2 550 kg : côte de porc, sauté et rôti
- ✓ Viande de bœuf locale, 5 010 kg : bourguignon, haché, steak

## **Démarche RéGAL** « Réseau de Gouvernance Alimentaire Locale »

- Relocaliser les achats alimentaires en restauration scolaire
- Contribuer au maintien d'une agriculture locale et d'un tissu économique vivant
- Favoriser l'émergence d'un système alimentaire territorial plus durable





## Les marchés publics

- Procédure adaptée en fonction des seuils d'achats annuels
- ⇒ *Plus les dépenses sont importantes, plus la procédure est « complexe »*
- Interdiction d'une préférence géographique
- ⇒ *Pas de mention d'une provenance, du fournisseur ou de production de la denrée même dans le cas d'une prestation*
- Le critère prix qui ne peut être écarté, ou trop réduit

## ⇒ *Ne peut pas être en deçà de 20 / 25 %* Les besoins spécifiques des cantines

- Volumes demandés
- Disponibilité sur l'année scolaire
- Livraisons régulières et logistique
- Suivi administratif et sanitaire (traçabilité, agrément...)
- ...

Or, la **préférence géographique (« localisme »)** est interdite dans les achats publics (cf. article R2111-7 du code de la commande publique), **y compris dans des marchés de prestations de services**. La responsabilité administrative et pénale des collectivités et des agents peut être engagée (cf. délit de favoritisme - défini à l'article 432-14 du code pénal).

*Restauration collective en prestations de services, guide pratique pour des prestations intégrant des produits durables, Conseil National de la restauration collective.*

**Attention ! Pour mémoire : les spécifications techniques d'un marché public ne peuvent pas faire mention d'une provenance ou origine déterminée.** Aussi, si vous ciblez un produit IGP (exemple : Agneau IGP Sisteron), vous ne pouvez pas inscrire le lieu de l'IGP (Agneau IGP Sisteron). Vous pouvez demander :

- \* Agneau IGP ou équivalent (pas d'assurance qu'il soit de Sisteron)
- \* Agneau IGP ou équivalent, en précisant les principaux aspects qualitatifs et/ou durables qui caractérisent l'agneau attendu (conditions de production, couleur, aspect, texture,...) en indiquant qu'il appartiendra au candidat de justifier par tout référentiel probant du respect de ces aspects.

*« Restauration collective en régie directe, guide pratique pour un approvisionnement durable et de qualité », Conseil National de la restauration collective.*

### Adapter ses marchés

- Cibler les produits recherchés par leurs caractéristiques particulières spécifiques
- Allotir les marchés quand cela est pertinent : légumes, fruits...
- Ne pas faire du prix un critère central
- Développer de nouveaux critères : juste rémunération du producteur, gestion des emballages, fraîcheur, actions pédagogiques et sensibilisation des convives...

### Structurer des filières territoriales

~~Annuler des marchés~~ d'approvisionnement territoriales, faire réseau, développer l'interconnaissance ...

⇒ Stratégies ou Projets Alimentaires Territoriaux, RéGAL...



### **Exemple issu de la démarche RéGAL : le collectif d'Éleveurs Alpins (CELA),**

- 9 éleveurs bovins, appuyés par la Chambre d'agriculture des Alpes de Haute Provence et un cabinet conseil
  - Engagement concrétisé par la passation d'un marché public d'achats de bêtes sur pieds avec l'UPC
- ⇒ Liens avec les chefs de cuisine : calendriers de livraison, anticipation des commandes, nombre de bêtes, planif. des abattages...
- ⇒ CELA représente environ 70% à 80 % en poids carcasse des volumes en viande bovine servis par l'UPC
- ⇒ Chaque membre occupe une fonction au sein de l'organisation : relations avec les chefs de cuisine, facturation, préparation des commandes, gestion des transports, communication...



le  
**veau rosé**  
DES MONTAGNES DE LA DRÔME



NATURELLEMENT ÉLEVÉ,  
SIMPLEMENT DÉLICIEUX

[www.veaurosedrome.fr](http://www.veaurosedrome.fr)



# Veau Rosé des Montagnes de la Drôme

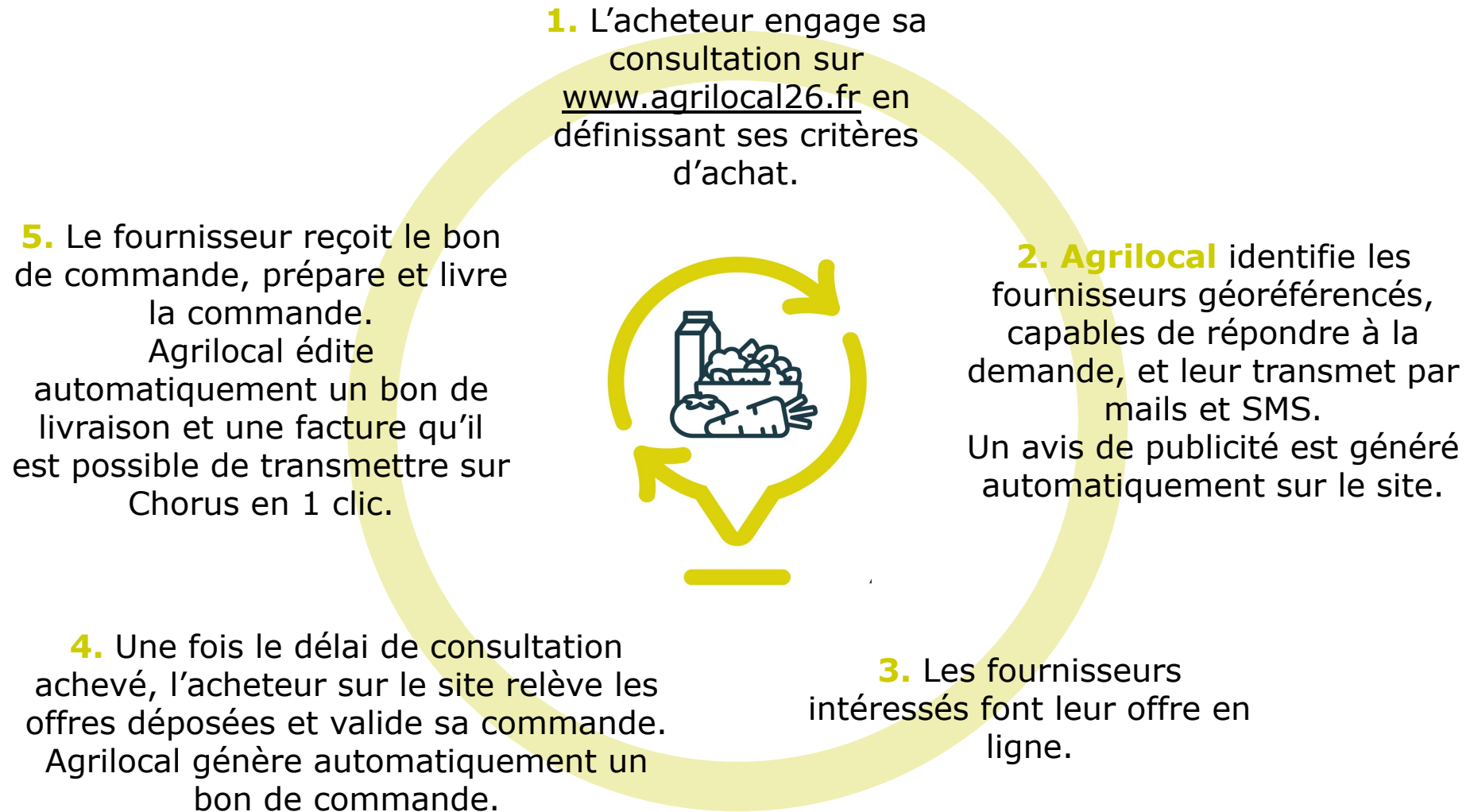
- Création de l'Association en décembre 2020
- Une zone géographique définie
- Un cahier des charges qui garantit un mode d'élevage respectueux des Hommes et du territoire et la qualité d'un produit
- 11 élevages agréés

Des valeurs partagées :

- Des veaux élevés en totale liberté avec leur mère
  - Une alimentation à volonté issue du territoire
  - Des troupeaux en extérieur au moins 75 % de l'année
  - Uniquement des races à viande françaises, traditionnelles et rustiques
  - Une filière maîtrisée par ses éleveurs et éleveuses
  - Des éleveurs.ses qui se forment chaque année pour donner le meilleur à leurs bêtes et à leur environnement
- 3 commissions de travail

# Agrilocal : c'est quoi ?

Un **site de rencontres** entre **petits fournisseurs locaux** (= entreprises agricoles et artisanales) et **acheteurs publics ayant une mission de restauration collective** (établissements scolaires, hôpitaux, maisons de retraite, etc.).





# Agrilocal : quelques repères

2011

C'est l'**année de lancement** d'Agrilocal en Drôme.

38

C'est le nombre de **départements utilisateurs** en France.

44

C'est le nombre de **acheteurs drômois** ayant passé au moins une commande depuis 2011.

139

C'est le nombre de **fournisseurs drômois** ayant fait au moins une livraison depuis 2011 (dont 82 agriculteurs).

330 000 €

C'est la **somme ré-injectée dans l'économie drômoise** grâce à Agrilocal26 en 2024 (+28% p/r à 2019).

72,5 %

C'est la **part de produits AB**.

# Quels freins et leviers pour l'introduction de viande dans la RHD ?

## Freins

1. Les marchés publics
2. La logistique de proximité
3. Le manque de structuration des filières (= nombreux petits acteurs isolés les uns et des autres)
4. La standardisation des pièces commandées par la restauration collective publique
5. Le prix
6. La garantie de l'origine des produits

## Leviers

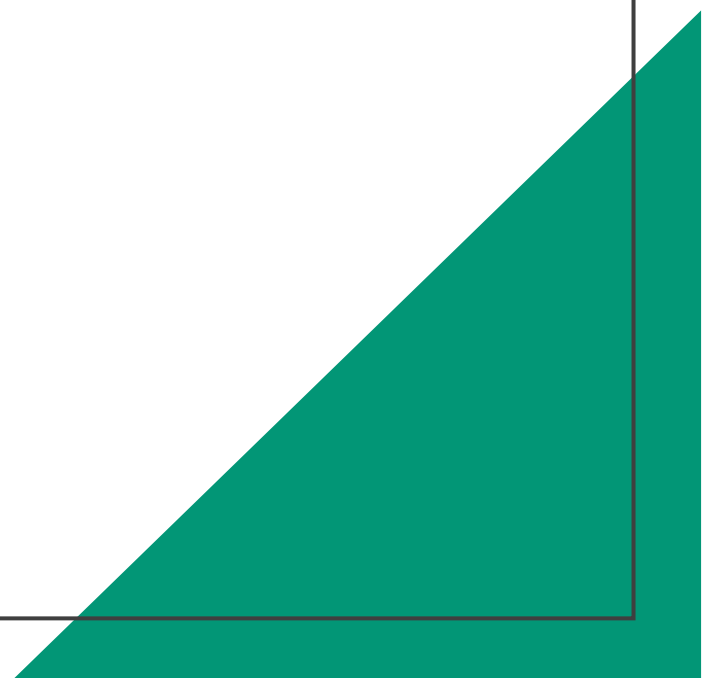
1. Agrilocal26, une plateforme en ligne permettant le respect de la commande publique et l'accès des TPE aux marchés publics
2. Les plateformes de producteurs : exemple d'Échanges Paysans
3. Le collectif, pierre angulaire de la structuration des filières
4. La complémentarité des différents circuits de vente, indispensable au respect de l'équilibre matière
5. Des solutions face au prix : les choix politiques et les sources d'économie
6. Des outils simples facilitant la certification de l'origine
7. La mise en réseau via les PAT
8. L'humain et les compétences

# Temps de questions et d'échanges

14h30 – 15h / 30 min

# Les mentions valorisantes

AOP, IGP, Label Rouge et mention montagne,  
comment choisir la manière de valoriser sa viande  
?







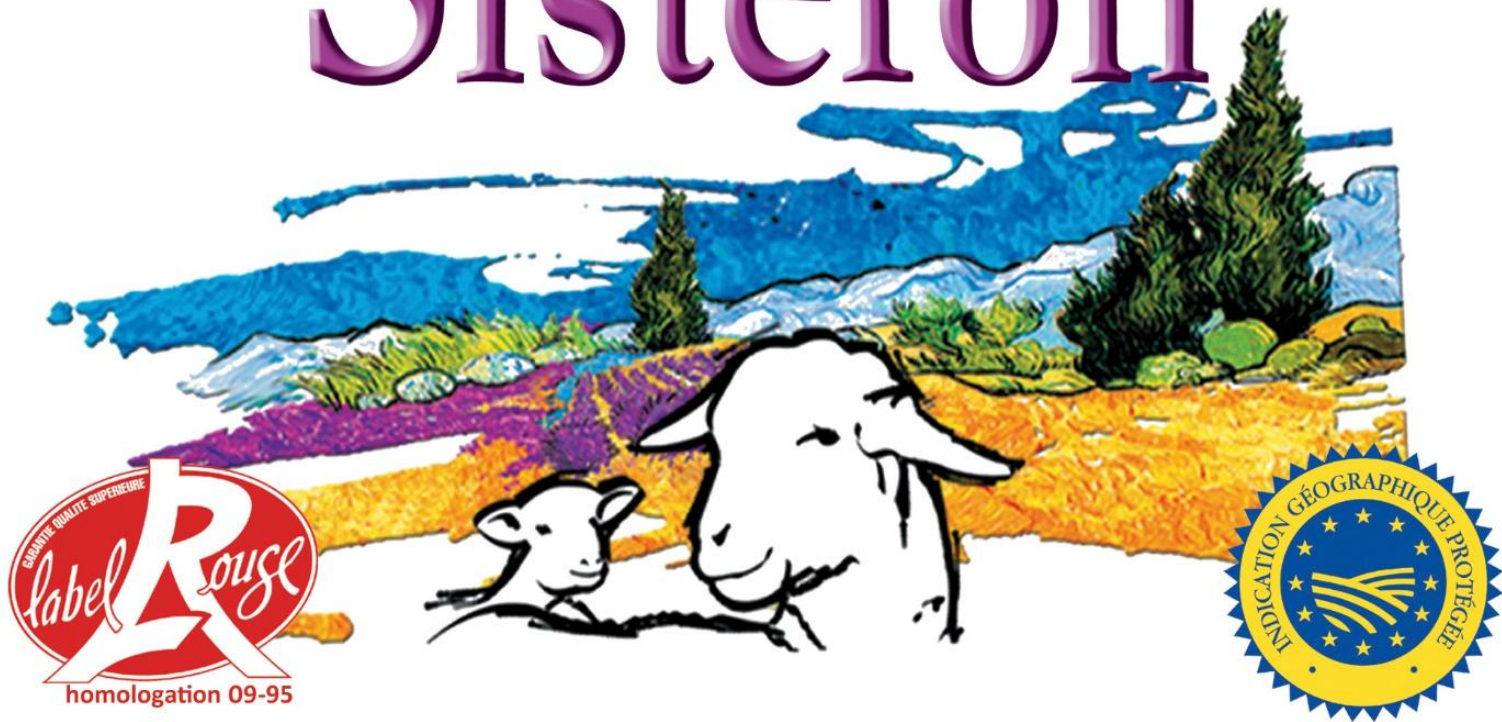
# Quelle valorisation pour la viande du massif?

- **Cécile RICHAUD** - Animatrice de l'ODG César
- **Bruno DOUNIES** - Association Altitude - Mention Produits de Montagne - *en visio*
- **Eloi LEBERT** - Responsable secteur AURA, PACA et Corse, Marque Bleu Blanc Cœur
- **Bernard BONNEFOY** – éleveur et président de l'AOP Fin Gras du Mezenc - *en visio*


15h – 15h35 / 35 min

---

# S. AGNEAU DE Sisteron



# Un peu d'histoire

- 1991 : création de l'Association CESAR (Cabinet d'Etudes pour les Structures Agro-Alimentaires Régionales)
  - 1991 à 1994 : Réflexions sur opportunité d'identifier un produit régional
  - 1995 Homologation du cahier des charges 09-95 « Agneau fermier CESAR »
  - 1999 : premier dépôt à l'INAO d'une demande de protection IGP
  - 2005 : Validation des deux cahiers des charges IGP et Label Rouge et protection par la France de l'appellation « Sisteron »
  - 2007 Validation par l'Union Européenne de la demande de protection IGP Agneau de Sisteron
- 

# Label Rouge et IGP



- Label Rouge : SIQO français qui garantit la qualité supérieure d'un produit en comparaison d'un produit standard. Cette supériorité est mise en avant grâce à des tests en laboratoire réalisés tous les deux ans.



- IGP (Indication Géographique Protégée) : SIQO Européen qui doit faire ressortir la légitimité de la demande sur ce nom, le lien fort entre le produit fini et le terroir sur lequel il est produit et la pertinence de la zone géographique délimitée.

# La filière aujourd'hui

- 225 éleveurs (12 % des éleveurs de la Région PACA)
- 1 abattoir et 4 abatteurs habilités
- 58790 agneaux présentés à la labélisation pour 44573 labélisés
- 32313 agneaux réellement vendus en Label
- 2 organisations de producteurs

ATOUPS	CONTRAINTES
La notoriété du nom Agneau de Sisteron	Renouvellement des générations
L'image positive autour de nos pratiques d'élevage	Le prix du maigre
Filière structurée	La forte saisonnalité du produit
	Charges de structures élevées
	Diminution de la consommation d'agneau en France



La mention «  
Produits de  
montagne »



# Aspects réglementaires



- **15 décembre 2000 : décret montagne**
  - Des règles de provenance et de localisation de la transformation en montagne
  - Peu de règles de production dans des Règlements techniques nationaux par filière
  - Un régime d'autorisation administrative
  - **Règlement (UE) n°1151/2012 :**
  - Mention de qualité facultative :(article 45) « produit de montagne »
  - « ...à la fois, les matières premières et les aliments pour animaux d'élevage proviennent essentiellement de zones de montagne; La transformation a lieu également dans les zones de montagne..... »
  - Actes délégués :(UE) n° 665/2014 du 11mars 2014 pour dérogations, en fonction des pays.
  - Que les produits de l'Annexe I du Traité
-

# Forces et faiblesses de la m



Forces	Faiblesses
Protection officielle du territoire montagnard	Absence de logo officiel et de politique de promotion public
Simplicité d'usage	Contenu manque de robustesse vs les SIQO Aucune politique possible de gestion des volumes
Applicable à tous les produits alimentaires	Pas reconnue dans EGAlim pour la restauration collective



# Association ALTITUDE



- **Création en 2004**
- **Objectif** : doter d'un logo commun les produits de montagne
- **Membres fondateurs** : FNSEA, CNIEL, FNP-APM, FNB – INTERBEV, SNESEMN
- **Les filières** : Lait, porc, viande rouge, eaux de source
- **Logo** : la marque enregistrée (simple) auprès de l'INPI sous le numéro 04 3315649 :  
marque semi-figurative « PRODUIT DE MONTAGNE » pour les classes 29, 32.
- **Droit d'usage** : adhésion à l'association

# Association ALTITUDE



## Projet 2023

- **Objectif :**

- relancer la mobilisation des acteurs des filières de montagne et l'usage du logo
- obtenir des PP une meilleure reconnaissance

- **Evolutions statutaires en proposition** : création du statut de membre actif pour impliquer les entreprises

- **Les filières** : ouverture à tout élargissement

- **Moyens** : à partir de 2025, mobilisation de crédits de promotion auprès de l'Etat et de l'Europe



# BLEU-BLANC-CŒUR, C'EST QUOI ?



## Démarche collective de qualité

### Gouvernance collective :

- acteurs économiques (910)
- société civile (32.000)
- les scientifiques

### Impacts mesurés et démontrés :

- Santé
- Climat
- Accessibilité

### Démarche de qualité positionnée

- Ratio qualité / prix
- Max d'impacts / coût



# NOTRE SANTÉ PASSE PAR L'ALIMENTATION - EX. OMÉGA 3



Oméga-3



Oméga-6

- Acides gras essentiels et **indispensables**
- Aucun organisme animal ne sait les fabriquer
- C'est notre **alimentation** qui doit nous les apporter

## BON A SAVOIR



### Notre cerveau

= 60% de lipides  
Dont 70% d'acides gras  
**Oméga 3** (EPA + DHA)

## Où les

Les Oméga 3 et oméga 6 sont produits par les végétaux grâce à la **photosynthèse** sous l'action du soleil

**Oméga 6** (graisses de réserves des graines)



maïs



Soja



Tournesol

**Oméga 3** (graisses de structure des végétaux et de quelques graines spécifiques)



Herbes



Liane



Luzerne



Colza

# DÉSÉQUILIBRE DANS NOS CHAMPS, DÉSÉQUILIBRE DANS NOS ASSIETTES : QUELQUES REPÈRES...



## OMEGA 6

Graisses de réserve  
des graines

- 55% des graisses du maïs
- 60% des graisses du soja
- 70% des graisses du tournesol

☐ Molécule Pro-inflammatoire

## OMEGA 3

Graisses de structure  
des végétaux

- 70% des graisses de l'herbe et des algues
- 60% des **graisses du lin**

☐ Molécule Anti-inflammatoire



OMEGA 6



OMEGA 3

Equilibre: ratio = 4  
Ratio réel = 15-20



# AUGMENTER LA DENSITÉ NUTRITIONNELLE DES ALIMENTS -> ENJEU DE SANTÉ PUBLIQUE



L'alimentation des animaux influe la composition nutritionnelle et environnementale de nos aliments

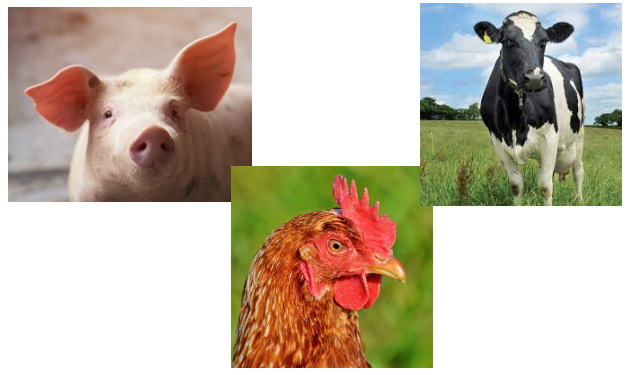
## Production végétale

Diversité, végétaux riches en Oméga 3, pas d'huile de palme, limitation du soja importé



## Alimentation animale

Equilibre et diversité alimentaire, valorisation des fourrages et graines oléo-protéagineuses...



## Nutrition humaine

Optimisation du profil lipidique des aliments, apports d'autres micronutriments



**Environnement :**  
Biodiversité, rotation et santé du sol, bilan carbone amélioré et lutte contre déforestation importée...

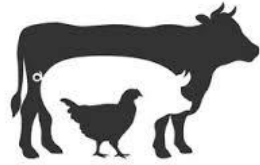
**Santé animale :**  
Performance de croissance, santé améliorée (fécondité, immunité...)  
**Environnement :**  
Baisse des impacts carbone / amélioration impact environnemental global

**Nutrition & climat :**  
Composition nutritionnelle améliorée (Oméga 6 / Oméga 3 ↘; graisses saturées / Oméga 3 ↘)  
**Plaisir :**  
↗ Tendreté, jutosité, saveur, goût

# UNE DÉMARCHE DE QUALITÉ, MESURÉE, TRACÉE SUR L'ENSEMBLE DE LA FILIÈRE



**30 accréditations** de filières BBC



**Plus de 5000** formules d'aliments du bétail déclarées



**2450 déclarations** de flux entrants et sortants à chaque maillon



**3540 analyses** de la qualité nutritionnelles des produits BBC



**500 exercices** de traçabilité



**100 audits** de fabricants d'aliments + **256 audits mandatés** à des organismes de contrôles externes

## Amélioration de processus:

- Digitalisation du processus d'accréditation
- Mise à disposition des documents améliorés
- Mise en place d'un service de retrait sur site des échantillons pour analyses
- Mise en place progressive de la transmission automatique des résultats par les laboratoires
- Projet en cours d'amélioration de la plateforme qualité



# PLUSIEURS ÉTUDES CLINIQUES PUBLIÉES DÉMONTRANT LES IMPACTS SANTÉ CHEZ L'HOMME



- **2000** : étude clinique (CERNh, Inra, Valorex, BBC)

*D'après Weill, P., Schmitt, B. and Legrand, P., 2002. Annals on Nutrition and metabolism*

Etude de biodisponibilité

=> amélioration **significative du profil lipidique sanguin** des volontaires

Groupe "témoin"	Groupe "essai"
Aliments issus d'animaux ayant consommés 5% de soja	Aliments issus d'animaux ayant consommés 5% de lin à la place du soja

75 volontaires sains

Régime iso-calorique de 2020 Kcal par jours comprenant œufs, beurre et viandes



- **2006** : étude clinique sur 44 volontaires diabétique de type 2 (Cernh, Inra, Valorex, BBC)  
=> Baisse significative de l'**insulinorésistance** dans le groupe Bleu-Blanc-Cœur

*D'après Schmitt, B., Ferry, C., Daniel, N., Weill, P., Kerhoas, N. and Legrand, P., 2006. Oléagineux, Corps gras, Lipides.*

- **2009** : étude clinique sur 137 volontaires obèses (Cernh, Inra, Valorex, BBC)

- *D'après Legrand, P., Schmitt, B., Mourot, J., Catheline, D., Chesneau, G., Mireaux, M., Kerhoas, N. and Weill, P., 2009. Lipids,*

Groupe "A"	Groupe "B"
Consommation d'aliments standards (produits laitiers, margarine, viandes, œufs, farines) + huile d'olive	Consommation d'aliments BBC (produits laitiers, beurre, viandes, œufs, farines) + huile d'olive
Rapport LA / ALA = 22	Rapport LA / ALA = 2

Régime suivi pendant 105 jours  
 4 Prises de sang à différents moments  
Pesées et mesures à différents moments

**Résultats :**

- Perte de poids après 90 jours dans les groupes A et B.
- En post régime (après 150 jours) : reprise de poids 4 fois plus importante dans le groupe A.





# UN MODE DE PRODUCTION QUI GÉNÈRE UNE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE



## Impact positif pour l'environnement

Déploiement d'un modèle agricole qui agit simultanément sur :

- Lutte contre le **réchauffement climatique**

- Stockage du carbone
- Emissions (CH4, NO3)



- Lutte contre la **déforestation importée** (soja, palme...)

- Promeut le **lien au sol**, les pratiques **agroécologiques** et **l'autonomie protéique**



Et pilote des **obligations de résultats** santé comme **driver des modes de production** et des conduites d'élevage



BLEU BLANC COEUR  
Pour la Terre, les animaux et les hommes

Les oeufs plein air de filière Bleu-Blanc-Coeur présentent un impact réduit de **-21% de CO2**

BLEU BLANC COEUR  
Pour la Terre, les animaux et les hommes

Le lait de vache de filière Bleu-Blanc-Coeur présente un impact réduit de **-20% de CO2**

BLEU BLANC COEUR  
Pour la Terre, les animaux et les hommes

Les porcs de filière Bleu-Blanc-Coeur présentent un impact réduit de **-7% de CO2**

BLEU BLANC COEUR  
Pour la Terre, les animaux et les hommes

Les poulets de filière Bleu-Blanc-Coeur présentent un impact réduit de **-27% de CO2**

# MESURER LES IMPACTS NUTRITIONNELS ET ENVIRONNEMENTAUX

Ce compteur est validé par le comité d'experts du Programme National de l'Alimentation (Ministères de l'Agriculture, de l'Environnement et de la Santé).

Grâce à l'engagement de tous les éleveurs engagés dans BBC :



+5%  
de surcoût de production maximum



  
Rémunération plus juste de nos agriculteurs



  
Plaisir, goût et saveur !



  
Animaux en meilleure santé



  
Produits de qualité accessibles à tous



Cours de cuisine avec Chef Laurent (en ligne)

Journée à la ferme (35)

Enregistrement d'un podcast pour le groupe UP (75)

Animation au salon Scientilivre (31)

Salon de l'Agriculture (75)

# La communauté Bleu-Blanc-Cœur : 32 000 membres dont plus de 300 Ambassadeurs.

## Le plus grand collectif du bien manger et du bien produire en France !

+ de 4 000 professionnels de santé et du bien-être, 2 000 Agriculteurs, 1 300 Métiers de bouches, 25 000 consommateurs.



Valérie Pons (Chef)



Josiane Sablé (éleveuse)



« Dans mon restaurant, j'utilise une multitude de produits Bleu-Blanc-Coeur, comme le lait, la crème, les oeufs, le veau, les pigeons... »

Frédéric Simonin  
Meilleur Ouvrier de France 2019,  
Chef étoilé du restaurant Simonin à Paris



« Bleu-Blanc-Coeur, c'est une démarche qui ne cherche pas de coupables, mais trouve des solutions. Pour le goût, c'est exceptionnel ! »

Thierry Marx  
Chef cuisinier étoilé à Paris (75)



« Le fait est que les produits Bleu-Blanc-Coeur sont avant tout bons. C'est indéniable. »

Guillaume Gomez  
MOF et Chef des cuisines de l'Élysée



# VALORISATION DANS EGALIM



Le guide explicite les modalités d'utilisation du Critère EEP et cite la démarche Bleu-Blanc-Coeur comme une démarche de référence.

Retrouvez le guide sur macantine ici :  
[https://ma-cantine-1.gitbook.io/ma-cantine-egalim/...](https://ma-cantine-1.gitbook.io/ma-cantine-egalim/)



*II .1.7.1 Les produits acquis selon des modalités prenant en compte les coûts imputés aux externalités environnementales liées au produit pendant son cycle de vie.*

Cette catégorie s'appuie sur **un critère de choix de l'offre**, et non pas sur un label, une mention valorisante, une certification ou tout autre signe de qualité.

Le décret n° 2019-351 du 23 avril 2019 relatif à la composition des repas servis dans les restaurants collectifs indique que « pour les personnes morales de droit public mentionnées à l'article L. 230-5-1, la pondération de ce critère parmi les critères de choix de l'offre économiquement la plus avantageuse est fixée par arrêté du ministre chargé de l'agriculture, sans pouvoir être inférieure à 10 % ni supérieure à 30 %. La note qui lui est attribuée représente au minimum quatre dixièmes de la note maximale »

Par ailleurs, l'article R. 2152-10 du code de la commande publique dispose que, pour l'évaluation de ce critère du coût du cycle de vie des produits, les acheteurs s'appuient sur des caractéristiques non-discriminatoires et vérifiables de manière objective et qui n'impliquent, pour les soumissionnaires, qu'un effort raisonnable dans la fourniture des données demandées. Ni la loi EGALIM, ni le code de la commande publique n'imposent de soumettre la méthodologie de calcul du coût des externalités environnementales liées aux produits à une validation de l'administration. Dès lors qu'ils respectent les exigences du code de la commande publique, les acheteurs ayant recours à ce mode de sélection sont libres de définir les modalités qui leur semblent les plus pertinentes sous leur responsabilité.

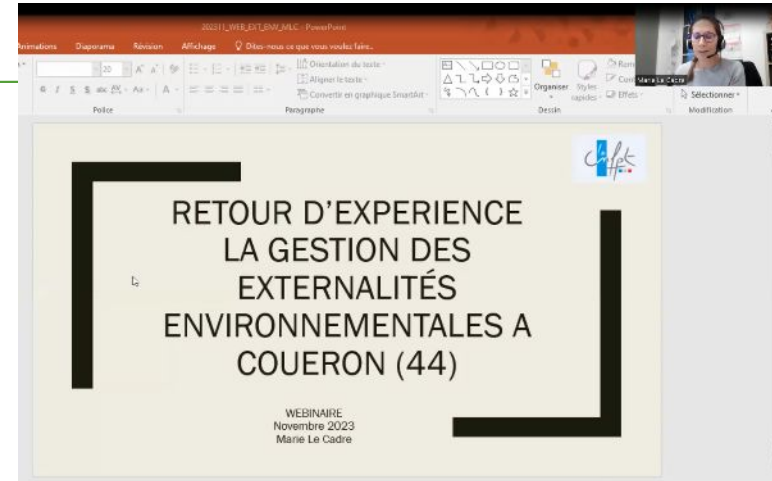
Certaines démarches collectives et/ou certains fournisseurs accompagnent déjà les acheteurs dans la mise en place d'une méthode. A défaut d'une autre démarche officiellement labellisée à ce stade, les acheteurs pourront notamment s'appuyer sur la démarche collective Bleu Blanc Cœur, étant entendu que le recours à ces modalités de sélection relève du libre choix et de la responsabilité de l'acheteur, dans le respect du code de la commande publique.



# UNE BOITE À OUTILS RHD



[Lien vers la boîte à outils](#)



## Dossiers

- Courriers officiels
- Exemple ville de ...
- Les documents p...
- Les tutos pour fo...
- Webinaire BBC d...

## Fichiers

- Guide achats regi...
- Libellés d'AO pou...
- Livret Bleu-Blanc...
- Recto Verso Egali...



# A VENIR

## Livre de Pierre WEILL

Éditions ACTE SUD

Sortie 8 Janvier 2025

Pierre Weill

# Une seule santé

**ENQUÊTE SUR LES SOLS  
OÙ NOS MALADIES PRENNENT RACINE**

**PAR LE FONDATEUR DE L'ASSOCIATION  
BLEU-BLANC-CŒUR**

*ACTES SUD*



# MERCI DE VOTRE ATTENTION



**ELOI LEBERT**

Responsable de secteur Auvergne Rhône-Alpes,  
Provence Alpes Côte d'Azur et Corse

MOB. (+33) 6 08 96 47 14

[Eloi.lebert@bleu-blanc-coeur.com](mailto:Eloi.lebert@bleu-blanc-coeur.com)

**POUR  
D'INFORMATIONS**

**PLUS**

[www.bleu-blanc-coeur.org](http://www.bleu-blanc-coeur.org)



YouTube





# L'AOP FIN GRAS DU MÉZENC



## UNE FILIÈRE DYNAMIQUE: *( chiffres 2024 )*

- 1142** Animaux commercialisés en AOP
- 194** Eleveurs
- 4** Abattoirs locaux
- 142** Bouchers
- 11** Grossistes
- 52** Restaurateurs



# L'AOP FIN GRAS DU MÉZENC



**HAUTE-LOIRE**



**ARDÈCHE**

**1** Massif  
**2** Départements  
**28** Communes

**FGM**

# Temps de questions et d'échanges

15h35 – 16h / 25 min



# Conclusions



# Merci pour votre attention !

## **Contacts**

Floriane Di Franco – Suaci Montagn'Alpes, [floriane.difranco@smb.chambagri.fr](mailto:floriane.difranco@smb.chambagri.fr)

Apolline Llorca – Maison Régionale de l'élevage, [a.llorca@mre-paca.fr](mailto:a.llorca@mre-paca.fr)