

# Grand Auch Cœur de Gascogne

Plan Alimentaire Territorial

Plan Climat Air Energie Territorial



Comment valoriser les produits issus de  
systèmes extensifs et herbagers ?

**ADASEA DU GERS** (Association de Développement d'Aménagement et de Services en  
Environnement et en Agriculture)

Maison de l'Agriculture – BP 70 161 32000 AUCH  
05.62.61.79.50 – [a032@adasea.net](mailto:a032@adasea.net)

Thème 3 : Montrer et accompagner les techniques culturales à faible impact environnemental (stockage du carbone, préservation des ressources, réduction des intrants), mais également permettre le développement et la promotion des filières agricoles.

# Sommaire

## Avant-Propos

1. Objectifs de l'étude.....	3
2. Déroulé de l'étude.....	7
2.1. Bibliographie & récolte des données déjà collectées sur la thématique.....	7
2.2. Identification des acteurs.....	7
2.3. Entretiens .....	8
3. Constats.....	9
3.1. La consommation de viande.....	9
3.2. L'élevage bovin dans le Gers .....	11
3.3. La ressource fourragère dans le Gers.....	12
4. Revue non exhaustive des outils gersois .....	23
5. Panorama d'actions innovantes.....	27
6. Conclusion .....	34
ANNEXES.....	35
ANNEXE 1 : Cartes des surfaces herbagères du GACG .....	35
Annexe 2 : Questionnaires d'entretien .....	366
Grille d'entretien 1 – Boucherie, GMS, restaurants .....	366
Grille d'entretien 1 – Abattoir, transformateur.....	367
Grille d'entretien 3 - éleveur.....	38
Bibliographie partielle .....	41

## **Avant-propos**

Le Grand Auch se dote d'un projet territorial de développement durable dont la finalité est la lutte contre le changement climatique et l'adaptation du territoire à ses effets.

L'ADASEA du Gers (Association de Développement d'Aménagement et de Services en Environnement et en Agriculture) a proposé une étude pour donner des éléments de réponse et des pistes de projets répondant aux deux objectifs principaux : l'adaptation au changement climatique et la réduction de ces émissions de gaz à effet de serre.

Le PCAET vise en effet à réduire la consommation d'énergie et à mobiliser le territoire pour limiter l'impact sur l'environnement et c'est tout l'objet de l'étude. En effet l'agriculture et l'alimentation font partie avec les transports et le résidentiel tertiaire des trois axes principaux représentant 75% des émissions de gaz à effet de serre. Les circuits courts, créateurs de valeur ajoutée et d'emploi pour le territoire et permettant de mettre l'accent sur les émissions dues aux transports, sont fortement encouragés.

Des actions ont déjà été menées au niveau territorial pour maîtriser la consommation d'énergie et tendre vers une production locale et ce projet s'inscrit donc dans une logique de continuité.

Les collectivités ont une place importante dans la transition, car elles disposent d'un certain nombre de compétences leur permettant d'agir. Leur rôle de connecteur entre tous les acteurs du territoire doit permettre une meilleure articulation des actions et une communication accrue pour plus de complémentarité et d'efficacité.

## **1. Objectifs de l'étude**

### **1.1. L'Association de Développement d'Aménagement et de Services en Environnement et en Agriculture (ADASEA32)**

L'ADASEA du Gers est une association agréée au titre de la protection de l'environnement, qui participe à la mise en œuvre des politiques publiques territoriales dans les domaines de l'agriculture, de l'aménagement et de l'environnement.

Depuis 50 ans, grâce à une connaissance approfondie des acteurs du monde rural, un travail de proximité avec les agriculteurs, des relations privilégiées avec les organisations professionnelles agricoles, elle accompagne les territoires dans une logique de développement durable.

L'ADASEA travaille à une gestion équilibrée des territoires ruraux qui :

- prenne en compte l'économie, le social, l'occupation de l'espace et l'environnement,
- réponde aux aspirations et besoins de la société et de la population,
- contribue au maintien d'un tissu rural dynamique.

Elle s'inscrit à la croisée des problématiques agriculture- environnement, pour œuvrer à une réelle prise en compte de l'environnement, pragmatique, efficace et dénuée de toute idéologie.

L'étude qui suit part d'un constat simple : valoriser les produits issus d'élevage extensif herbager, c'est maintenir cette activité et par ce biais conserver les milieux agro-pastoraux et la grande diversité de services et de biodiversité qu'ils renferment et c'est l'une des multiples préoccupations de l'ADASEA32.

### **1.2. Une problématique au cœur des enjeux du PCAET**

*L'élevage sur prairies, véritable levier pour atténuer le changement climatique*

Certains paysages du Gers sont remarquables par leur mosaïque de milieux où alternent les espaces cultivés, les espaces boisés et les espaces prairiaux. La communauté d'agglomération de Grand Auch Cœur de Gascogne illustre bien ce territoire typique de la Gascogne gersoise où l'empreinte de la polyculture-élevage est visible dans les coteaux.

L'activité d'élevage extensif a notamment permis de maintenir et de préserver des espaces herbagers et boisés qui seraient laissés en déprise ou en friche sans son action. Or ces espaces jouent un rôle reconnu dans l'atténuation du changement climatique par la fixation et le stockage de carbone, renforcé car ils intègrent un système bocager (haies, bosquets). Ils permettent aussi de préserver, d'épurer la ressource en eau et de limiter l'érosion des sols lors des forts événements pluvieux. Les services rendus par l'élevage extensif sont donc multiples, comme illustrés ci-dessous :

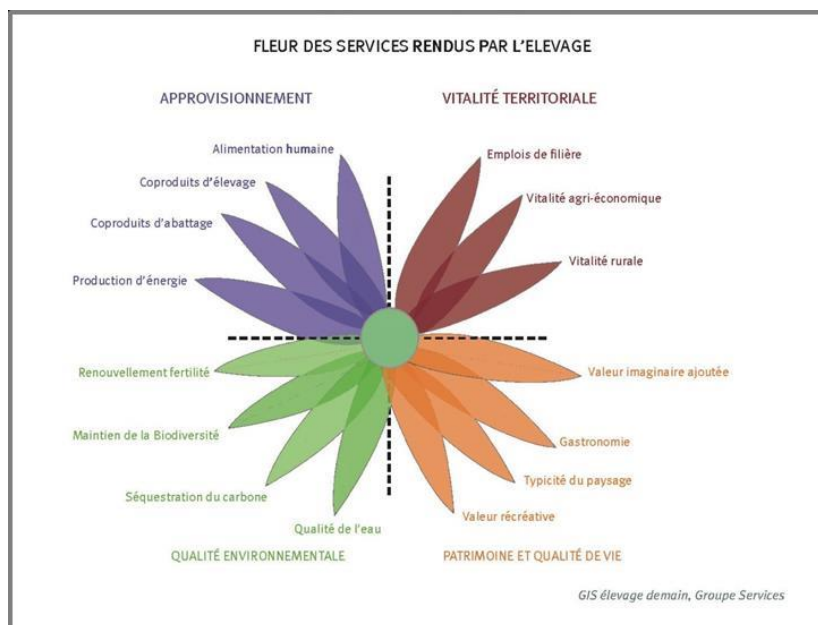
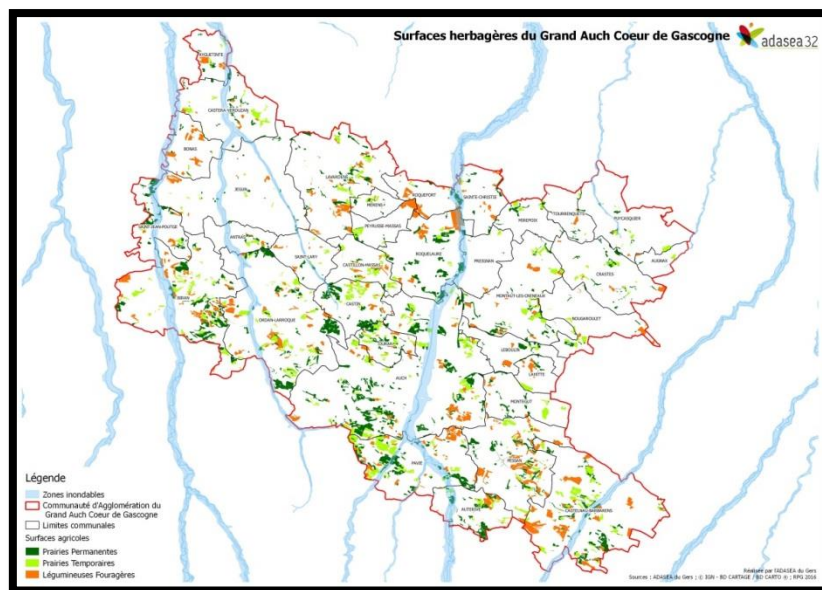


Figure 1 : Fleur des services rendus par l'élevage (Source : GIS élevage demain, Groupes services)

Ainsi, près de **4450 ha de surfaces herbacées** (Cf miniature ci-dessous & Annexe 1) sont présents sur le territoire du Grand Auch Cœur de Gascogne, qui sont entretenus et maintenus grâce à l'élevage d'herbivores et qui participent à la lutte contre le changement climatique.



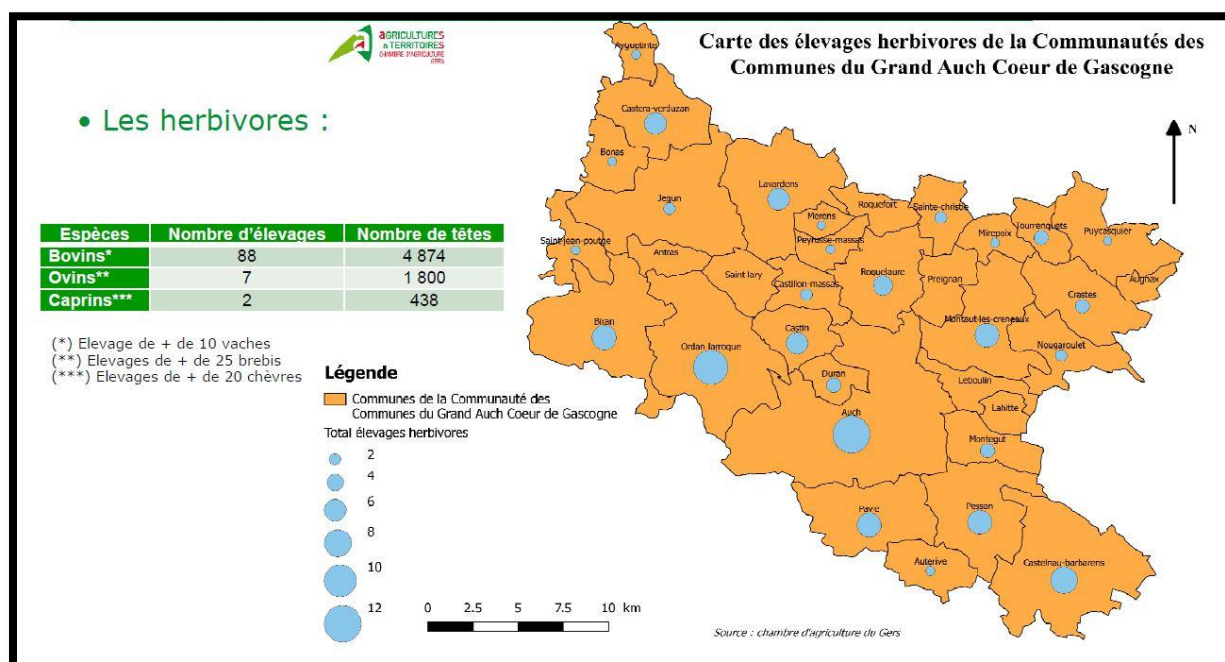
Carte 1 (Miniature): Surfaces herbagères du Grand Auch Cœur de Gascogne (Données RPG 2016) Réalisation : C. Baillou – ADASEA32

## 1.1. Quels avantages des circuits courts ?

Les intérêts de développer des filières courtes en faveur des élevages intégrant les ressources naturelles du territoire sont multiples. C'est pourquoi, le projet d'une filière courte pour la valorisation des produits de l'élevage principalement herbager fait écho aux objectifs économiques, sociaux et environnementaux notamment en ce qui concerne la réduction d'émission de GES de l'agriculture (26% des GES du territoire).

Alors même que d'autres financements publics sont en restriction et qu'il est difficile pour certains programmes d'allier environnement et agriculture, solliciter l'accompagnement du Grand Auch Cœur de Gascogne pour cette action pleinement ancrée dans le territoire dont les bénéficiaires seront visibles directement à l'échelle locale, apparaît comme une évidence.

## 1.2. Pourquoi la viande bovine ?

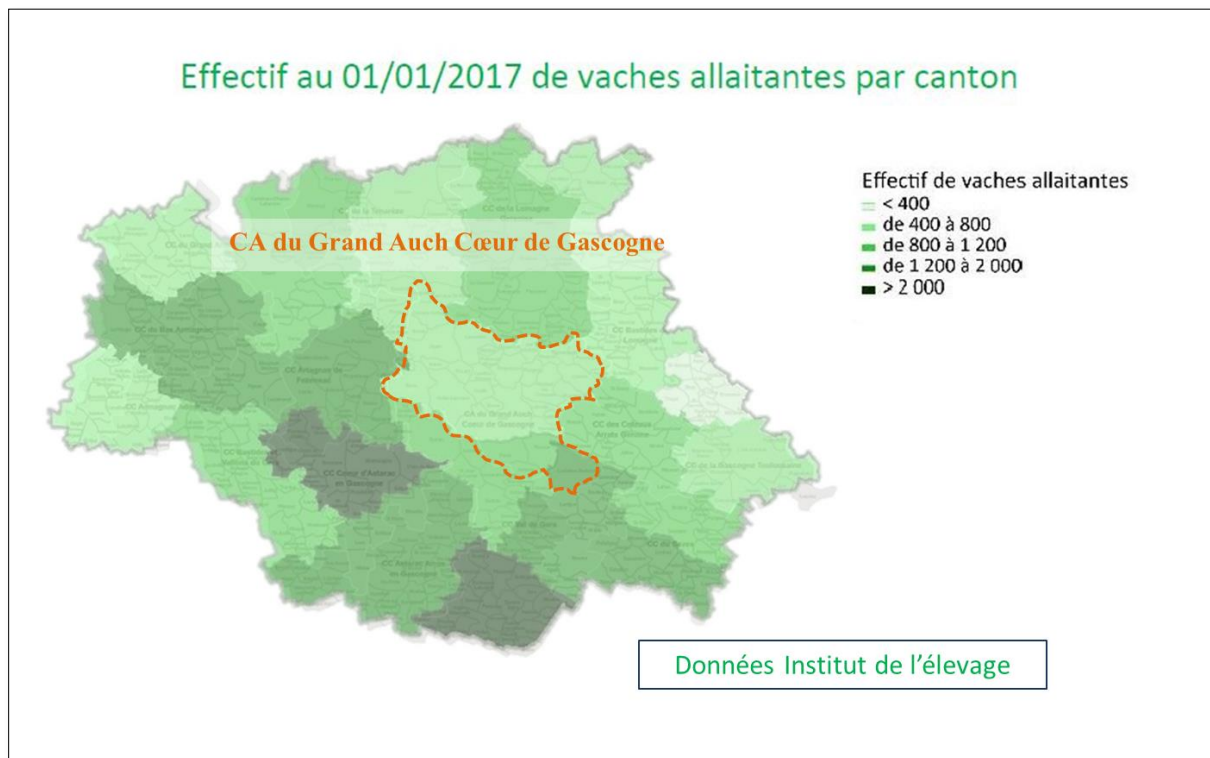


**Carte 2 : Répartition des élevages herbivores de la Communauté d'Agglomération du GACG (Source : Chambre d'Agriculture du Gers)**

La filière d'élevage est dans une crise structurelle et continue de délocaliser sa production avec depuis plusieurs années, un nombre d'éleveurs qui diminue sur le département. Aujourd'hui, ce sont **181 éleveurs** qui se partagent le territoire du Grand Auch Cœur de Gascogne.



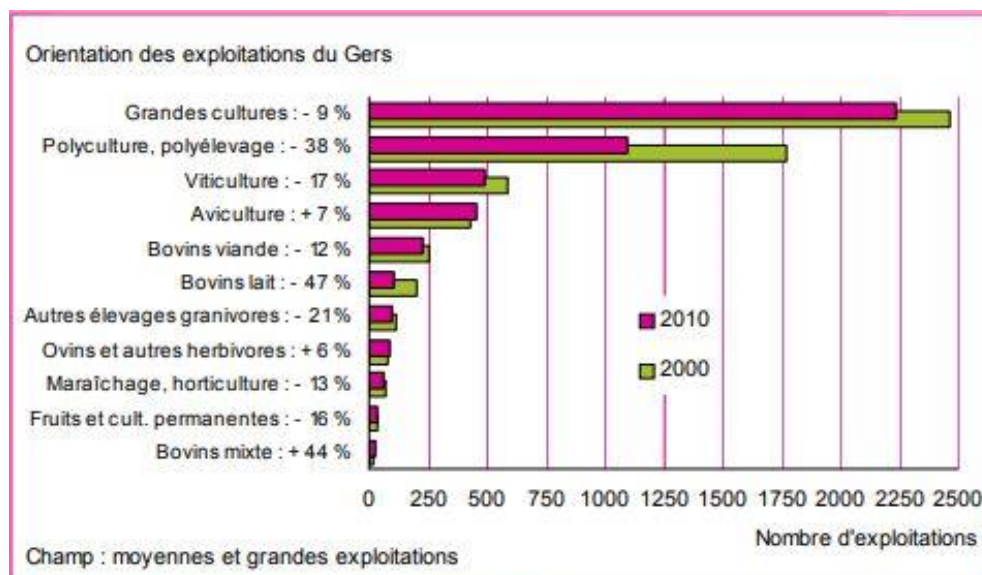
## Effectif au 01/01/2017 de vaches allaitantes par canton



Carte 3 : Effectifs de vaches allaitantes au 01/01/2017 sur le Gers et sur la CA du GACG (Source : données Institut de l'élevage).

La faible rentabilité économique et la pénibilité du travail expliquent en partie cette tendance accentuée par un faible soutien de l'élevage en zones défavorisées simples par rapport aux zones de montagne. L'annonce des modifications du périmètre des zones défavorisées enfonce le clou pour l'élevage gersois avec la sortie de nombreuses communes, s'accompagnant d'une diminution des aides à l'installation et de la perte de l'Indemnité Compensatrice de handicap naturel (ICHN).

La diminution du nombre d'éleveurs n'est pas récente comme en témoignent les recensements agricoles de 2000 et 2010 où l'élevage bovin perd en 10 ans 12% de ces exploitations (Cf. diagramme Agreste ci-dessous). Elle tend malgré tout à s'accélérer puisqu'entre 2010 et 2017, le cheptel gersois a perdu 22% de ses vaches et le nombre d'éleveurs a diminué de 28%.



Source : Agreste - Recensements agricoles 2000 et 2010

Historiquement, la production de viande du département a été orientée vers la production de broustards (jeunes bovins) exportés en Italie ou en Espagne où ils seront abattus puis consommés. Les éleveurs sont donc majoritairement « naisseurs ». Ainsi seuls 35% des effectifs sont vendus pour la boucherie<sup>1</sup> (chiffre en hausse en 2017) et seuls 26% sont mis en marché au niveau départemental<sup>2</sup>. Ce choix stratégique a peu à peu fait perdre la main aux éleveurs gersois sur la valorisation de leur production. Le territoire perd quant à lui une opportunité de consommer les produits de l'agriculture locale tandis que paradoxalement, le constat établi fait état de difficultés pour les éleveurs –engraisseeurs de commercialiser localement leurs animaux.

En résumé, relocaliser la consommation de viande permettrait de soutenir l'activité d'élevage tout en réduisant les transports de marchandises. Cette relocalisation permettrait d'appuyer le nécessaire maintien de l'abattoir d'Auch, qui a fait l'objet d'investissements de la part du Grand Auch Cœur de Gascogne. Relocaliser la consommation de viande bovine, c'est aussi pérenniser la filière et donc conserver et créer des emplois : éleveurs, emplois d'ouvriers en abattoir ou en ateliers de transformation, vétérinaires, coopératives, chargé de développement de la filière etc...

## 2. Déroulé de l'étude

Les premiers entretiens réalisés ont été ceux avec les GMS, les organisations de producteurs ou encore l'abattoir d'Auch. L'objectif initial était d'évaluer l'existant (étude de marché) et de mieux cerner les attentes de ces structures afin d'orienter en suivant l'étude vers des moyens concrets de mieux valoriser les produits issus d'élevages herbagers extensifs (création de marque ou de label, formation, structuration de filière etc...).

Or un premier constat s'impose rapidement : la viande bovine gersoise (toute qualité confondue) est loin d'être consommée localement ! Cela remet en question l'adéquation de l'étude initiale aux réalités du terrain puisqu'à la question « Comment valoriser les produits issus d'élevages extensifs et herbagers Gersois ? » les professionnels du secteur répondent massivement qu'il faudrait déjà commencer par valoriser la viande bovine gersoise tout court...

Nourrie de ce constat sans appel, l'étude s'étoffe d'une problématique plus ambitieuse et plus complexe, sans perdre de vue pour autant son but premier.

### 2.1. Bibliographie & récolte des données déjà collectées sur la thématique

La thématique de la consommation « locale » est au cœur des préoccupations de nombreux acteurs à l'échelle nationale et internationale et cela depuis plusieurs années comme en témoignent le « Guide de la Restauration Collective Responsable »<sup>3</sup> paru en 2009 (Cf Bibliographie). Le travail de recherche bibliographique permet ainsi de mieux appréhender l'historique des démarches de relocalisation de l'alimentation ainsi que les aspects purement réglementaire sur ce point. Cette phase est aussi l'occasion de collecter des initiatives fructueuses ou non ayant été mise en place dans d'autres départements et de faire d'éventuels parallèles avec la situation du Gers.

### 2.2. Identification des acteurs

L'état des lieux des productions de qualité existant sur le territoire du Grand Auch Cœur de Gascogne (GACG) est réalisé en compilant les initiatives locales, en collaboration avec différents acteurs associatifs ou publics, qui ont une connaissance de la filière gersoise et des structurations existantes.

A ce titre, Les Bios du Gers et la Chambre d'Agriculture 32 ont été sollicités notamment pour faire le lien avec leurs études sur l'approvisionnement en circuit court (et/ou bio) en Restauration Collective.

Cette identification passe par le croisement des acteurs du territoire : à la fois professionnels du secteur de l'élevage (conseillers Chambre d'Agriculture, Idele, OP, éleveurs), de la viande (Syndicat des Boucher ,

---

<sup>1</sup> Observatoire de la Production de viande bovine 2017 dans le Gers, IDELE

<sup>2</sup> Observatoire de la Production de viande bovine 2016 dans le Gers, IDELE

<sup>3</sup> Guide de la restauration collective responsable à l'attention des collectivités et des entreprises [en ligne] Réseaux CIVAM et FNH, 2009. Disponible sur : [http://www.fondation-nature-homme.org/sites/default/files/publications/guide\\_rcr\\_fnh2010.pdf](http://www.fondation-nature-homme.org/sites/default/files/publications/guide_rcr_fnh2010.pdf)

abattoir, transformateur), intermédiaires commerciaux et acheteurs (GMS, restauration, RHD) etc... Cet état des lieux non exhaustif doit permettre d'avoir une vision d'ensemble des acteurs de la filière et de considérer les potentialités du projet.

### 2.3. Entretiens

Suite à l'identification des acteurs clés de la filière viande bovine présents sur le territoire du Grand Auch et concernés par l'étude, un total de 39 entretiens a été réalisé. Il s'agit d'entretiens physiques, excepté dans certains cas où les structures ne souhaitaient répondre que par téléphone. Les personnes contactées se sont montrées coopératives dans l'ensemble cependant certaines structures n'ont pas souhaité répondre à l'enquête sans justification précise.

	TYPE DE STRUCTURE	RDV Physique / Téléphonique	Date de RDV	FONCTION
1	Elevage Bovin Viande	PHYSIQUE	25/07/2018	Eleveur
2	Elevage Bovin Viande	TELEPHONIQUE	06/08/2018	Eleveur
3	Elevage Bovin Viande	TELEPHONIQUE	30/07/2018	Eleveur
4	PEPIEUX ALLIANCE BOVINE	PHYSIQUE	08/08/2018	Eleveur membre de la SAS
5	Carrefour Auch	PHYSIQUE	15/06/2018	DIRECTEUR
6	Leclerc Auch	PHYSIQUE	26/06/2018	Responsable boucherie trad
7	Biocoop Augusta	TELEPHONIQUE	04/07/2018	Responsable du Magasin
8	Biocoop Les Jardins de Pavie	TELEPHONIQUE	04/07/2018	
9	PromoCash Auch	PHYSIQUE	30/07/2018	Responsable Boucherie
10	BRAKE FRANCE	TELEPHONIQUE	11/07/2018	Responsable des achats Sud Ouest
11	GERS BOEUF	PHYSIQUE	28/06/2018	Responsable achat et salariés
12	La Bavette de nos fermes	TELEPHONIQUE	20/06/2018	Commerciale
13	Boucherie 1	PHYSIQUE	26/06/2018	Boucher
14	Boucherie 2	PHYSIQUE	30/07/2018	Boucher
15	Restaurant de la Préfecture/DDT32	TELEPHONIQUE	07/06/2018	présidente du comité de gestion du restaurant
16	Cuisine centrale	PHYSIQUE	15/06/2018	Responsable des cuisines
17	Hopital d'Auch	PHYSIQUE	05/07/2018	Responsable des cuisines
18	ITEP P. Monello	TELEPHONIQUE	26/06/2018	Responsable des cuisines
19	Le Papillon	TELEPHONIQUE	22/06/2018	Chef cuisinier
20	Daroles	TELEPHONIQUE	05/07/2018	Chef cuisinier
21	Restaurant La Fenièrre	PHYSIQUE	31/07/2018	Chef cuisinier
22	Hotel de France	TELEPHONIQUE	06/07/2018	Chef cuisinier
23	Le XVIII	TELEPHONIQUE	08/06/2018	Chef cuisinier
24	Jeff envoie du Bois	TELEPHONIQUE	08/07/2018	Chef cuisinier
25	La Table d'Oste	PHYSIQUE	11/07/2018	Chef cuisinier
26	Carpe Diem	TELEPHONIQUE	27/07/2018	Chef cuisinier
27	Burger Gaston	TELEPHONIQUE	27/07/2018	Responsable du restaurant
28	ADEL32	PHYSIQUE	31/05/2018	Directrice
29	Chambre d'Agriculture du Gers	PHYSIQUE	18/06/2018	Conseiller fourrage
30	Chambre d'Agriculture du Gers	PHYSIQUE	18/06/2018	Conseiller élevage
31	INSTITUT DE L'ELEVAGE	PHYSIQUE	26/06/2018	Responsable Idele Gers
32	CCI - Tables du Gers	TELEPHONIQUE	04/07/2018	Responsable des Tables du Gers
33	Syndicat des Bouchers du Gers	PHYSIQUE	02/07/2018	Président
34	ABBATOIR D'AUCH- ARCADIE SO	PHYSIQUE	27/06/2018	Directeur de l'abattoir
35	Lycée Agricole de Mirande	PHYSIQUE	26/07/2018	Directeur de l'exploitation
36	DDCSPP 32	TELEPHONIQUE	24/07/2018	Chef de service en charge des agréments vente en CC
37	ADEAR APPR'AUCH	TELEPHONIQUE	29/05/2018	Animatrice en charge du projet APPR'AUCH
38	LES BIOS DU GERS	PHYSIQUE	07/09/2018	Animateur élevage
39	CAP Boucherie - Ecole des métiers du Gers	TELEPHONIQUE	10/09/2018	Responsable du Service Apprentissage

Figure 2 : Tableau récapitulatif des entretiens réalisés auprès des acteurs de la filière bovin viande

La diversité des types d'acteurs enquêtés a nécessairement conduit à l'élaboration de plusieurs grilles d'entretien spécifiques (Cf. Annexe 2) :

- La grille 1 GMS/Restaurant/Boucherie
- La grille 2 abattoir/transformatteur
- La grille 3 éleveur

Les entretiens avec ou sans grilles d'entretien ont pour objectifs de poser un diagnostic global et pour cela de répondre à plusieurs questions :

- Quel est l'état actuel de la consommation de viande bovine gersoise sur le territoire de l'étude ?

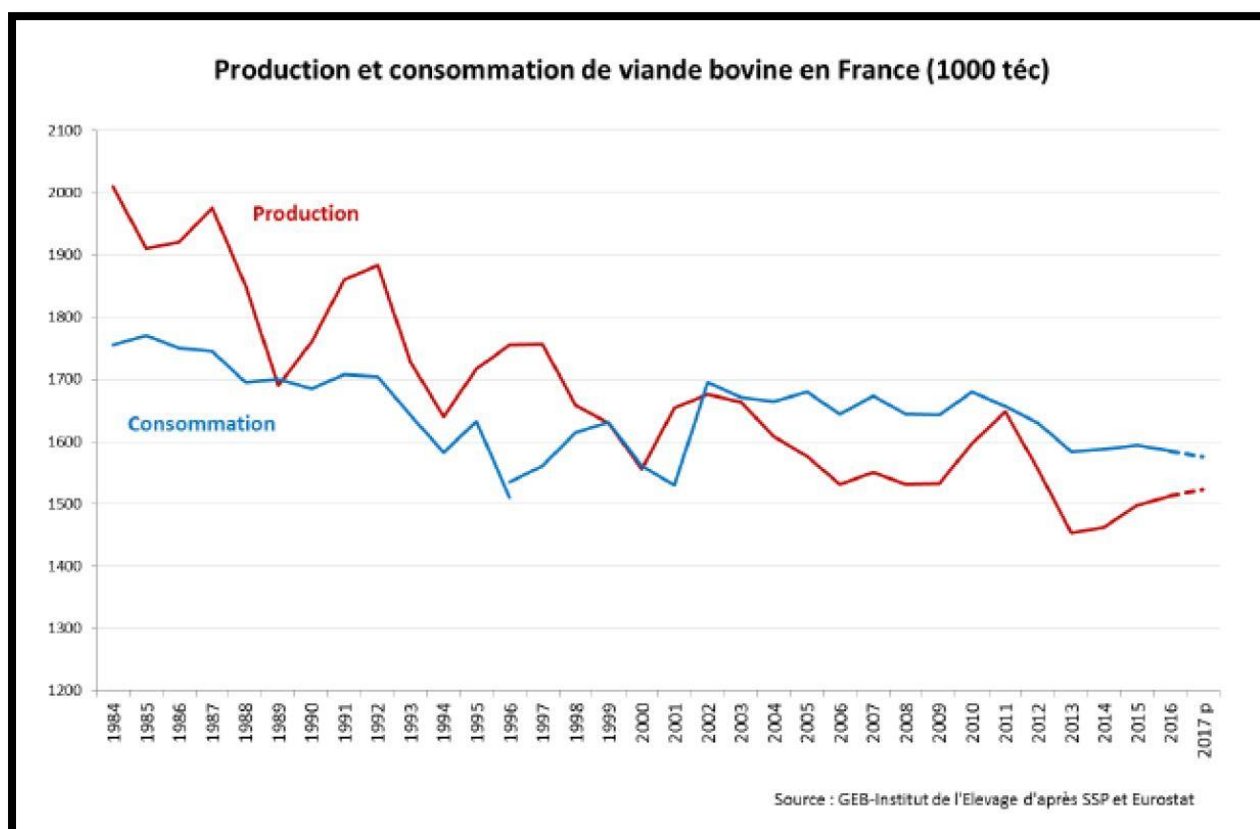


- Quelle demande émerge de la part des consommateurs/acheteurs de viande bovine dans le secteur concerné ? (Afin d'avoir les acteurs et leurs besoins comme point de départ).
- Quels outils existent déjà sur le territoire (plateformes, circuits de distribution, transformation, label etc...).
- Quelle évolution des systèmes de production de qualité sur le territoire et quelles pratiques caractérisent les élevages ? (Analyses des pratiques agricoles innovantes et/ou à valoriser).
- Les éleveurs voient-ils un intérêt dans la démarche de valorisation des produits issus d'élevage herbagers extensifs ? Cela semble-il les motiver ?

### 3. Constats

#### 3.1. La consommation de viande

D'après les distributeurs, GMS et responsables de restauration collective, la consommation de viande dans le Gers décroît, à l'image de la tendance nationale (Cf. Graphique ci-dessous). Plusieurs raisons à cela : le pouvoir d'achat affecté par la crise économique, des dépenses alimentaires secondaires en rapport avec d'autres dépenses croissantes, une sédentarisation et un vieillissement de la population avec un renouvellement des générations de consommateurs dont les habitudes de consommation changent. Les attaques qui se multiplient à l'encontre de la viande bovine (bien-être animal, santé, environnement etc...)

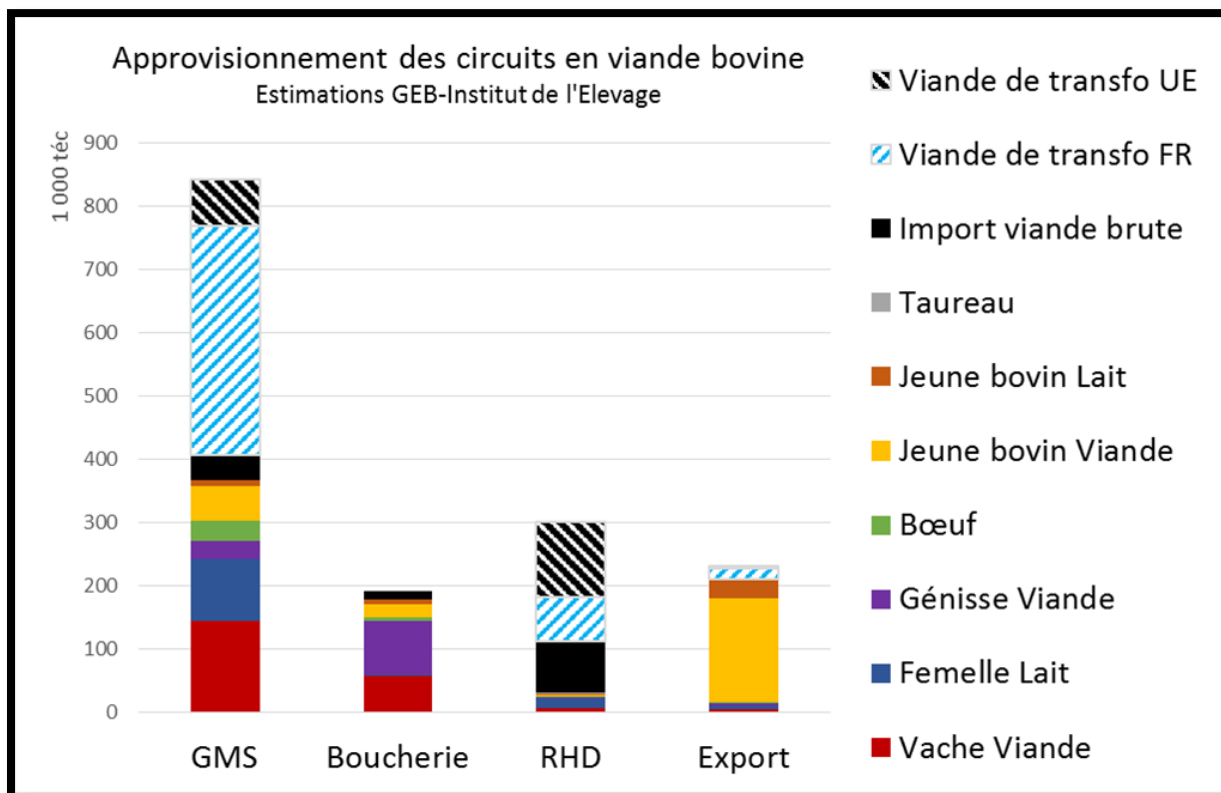


n'améliorent pas ce contexte morose.

La consommation française reste cependant supérieure à la production nationale. Par ailleurs, si de plus en plus d'éleveurs s'engagent dans des démarches de production de qualité, le Label Rouge par exemple, ne représente qu'environ 3% de l'offre en viande bovine en France (source Interbev).

La viande de vache allaitante est commercialisée essentiellement en grandes et moyennes surfaces (GMS) et en boucheries où les produits français démarqués y trouvent pleinement leur place. En revanche le cœur

de gamme standard est de plus en plus menacé par la montée du premier prix, composé de vaches laitières de réforme (importées ou non).



Par ailleurs, la restauration hors domicile (RHD) utilise peu de viande allaitante (la restauration valorise moins de 2% de la viande de vache allaitante abattue en France), et peu de viande française (34% seulement de viande française en 2014<sup>4</sup>). Les raisons sont principalement le prix, la taille de portion et la praticité. Le secteur RHD (à la fois commerciale et collective) représente pourtant un marché de taille en constante augmentation.

Les importations de l'UE en viande brute ou transformée en RHD sont conséquentes, tandis que les jeunes mâles partent à l'export (Cf graphique ci-dessous - Source Idele – 2015).

Il y a donc un réel enjeu pour préserver la place de la viande allaitante dans étals des distributeurs en la différenciant du premier prix, tout en travaillant sur l'adaptation d'une offre française pour le secteur de la RHD.



Les éleveurs entretenus sont localisés sur le territoire du Grand Auch Cœur de Gascogne et sont identifiés comme ayant des pratiques raisonnées, en extensif, avec un système qui repose sur les prairies naturelles et semées ils ont également en commun de vendre une partie de leur production en vente directe. Malgré ces

<sup>4</sup> Source : Etude Où va le boeuf - IDELE / INTERBEV en 2014

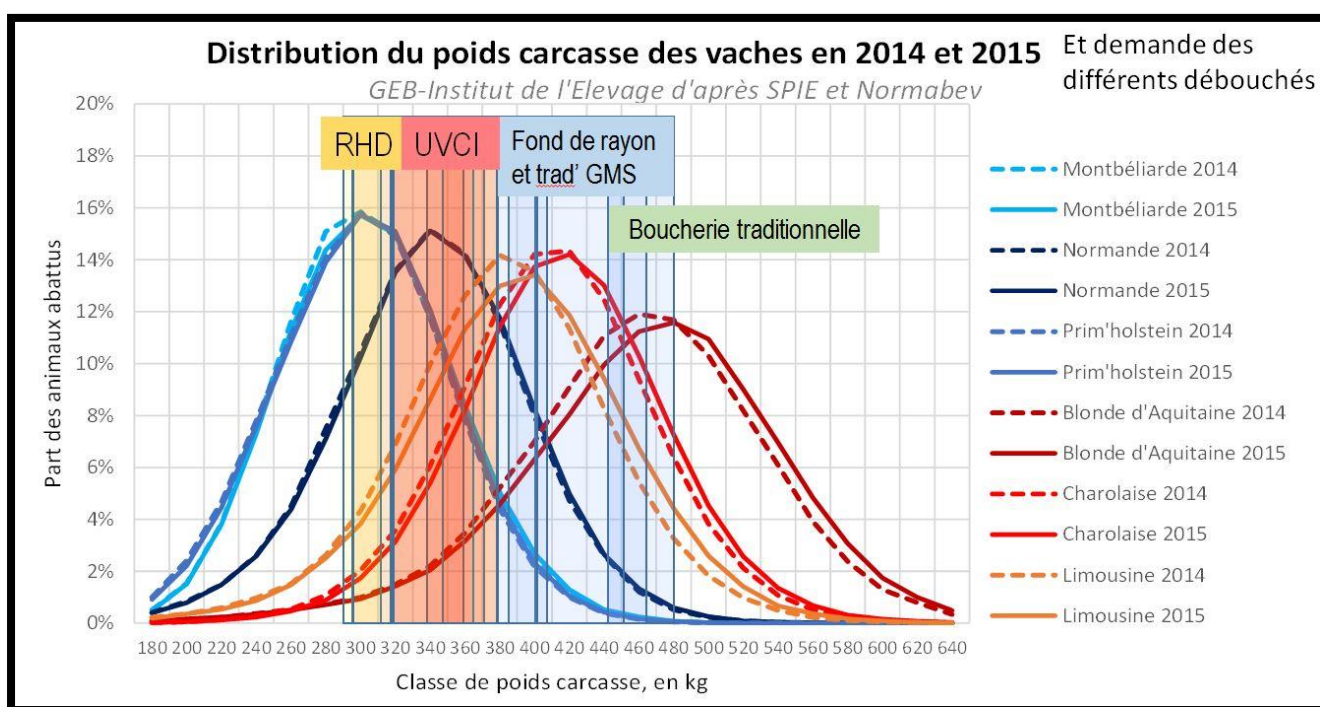
deux similitudes, ils présentent malgré des variations dans leurs pratiques (alimentation, assolement, débouchés etc...).

### 3.2. L'élevage bovin dans le Gers

La demande très dynamique en animaux maigres impacte l'engraissement en France où des régions d'engraissement historiques comme le Gers deviennent exportatrices net de brouillards. Dans le Gers, 61% des élevages sont des systèmes exclusivement naisseurs<sup>5</sup>. En Occitanie, les ventes d'animaux maigres représentent 61 % des mises en marché, en hausse annuelle de 4 %, réaffirmant l'orientation naisseur du bassin<sup>6</sup>. Ce positionnement a entre autres deux conséquences : une perte de la valeur ajoutée pour le territoire et un manque sous-jacent de technicité pour ce qui est de l'engraissement et de la finition des animaux.

L'IDELE estime par ailleurs que l'approvisionnement local permet de renforcer le taux de finition des producteurs de viande bovine de ces zones aux tendances naisseur strict, cela nécessite cependant une montée en compétence et de la formation pour les éleveurs.

La taille moyenne d'un troupeau gersois est de 38 vaches (soit une augmentation de 8% en 7 ans). La production moyenne d'un élevage allaitant est de 32 animaux mis en marché pour 38 vaches présentes. La race Blonde d'Aquitaine représente 80% des vaches allaitantes du Gers, tandis que la race Limousine arrive à peine à 5%. Outre la décapitalisation et la baisse de production<sup>7</sup>, l'une des principales problématiques du moment pour la filière BV est l'inadéquation offre-demande : la taille des morceaux des



animaux de race blonde d'aquitaine (sélectionnés depuis des années pour avoir une conformation massive) convient aux bouchers traditionnels mais pas à la RHD et à la GMS comme le montre le schéma ci-après.

<sup>5</sup> Informations de l'observatoire de la production de viande bovine 2017 dans le Gers (IDELE)

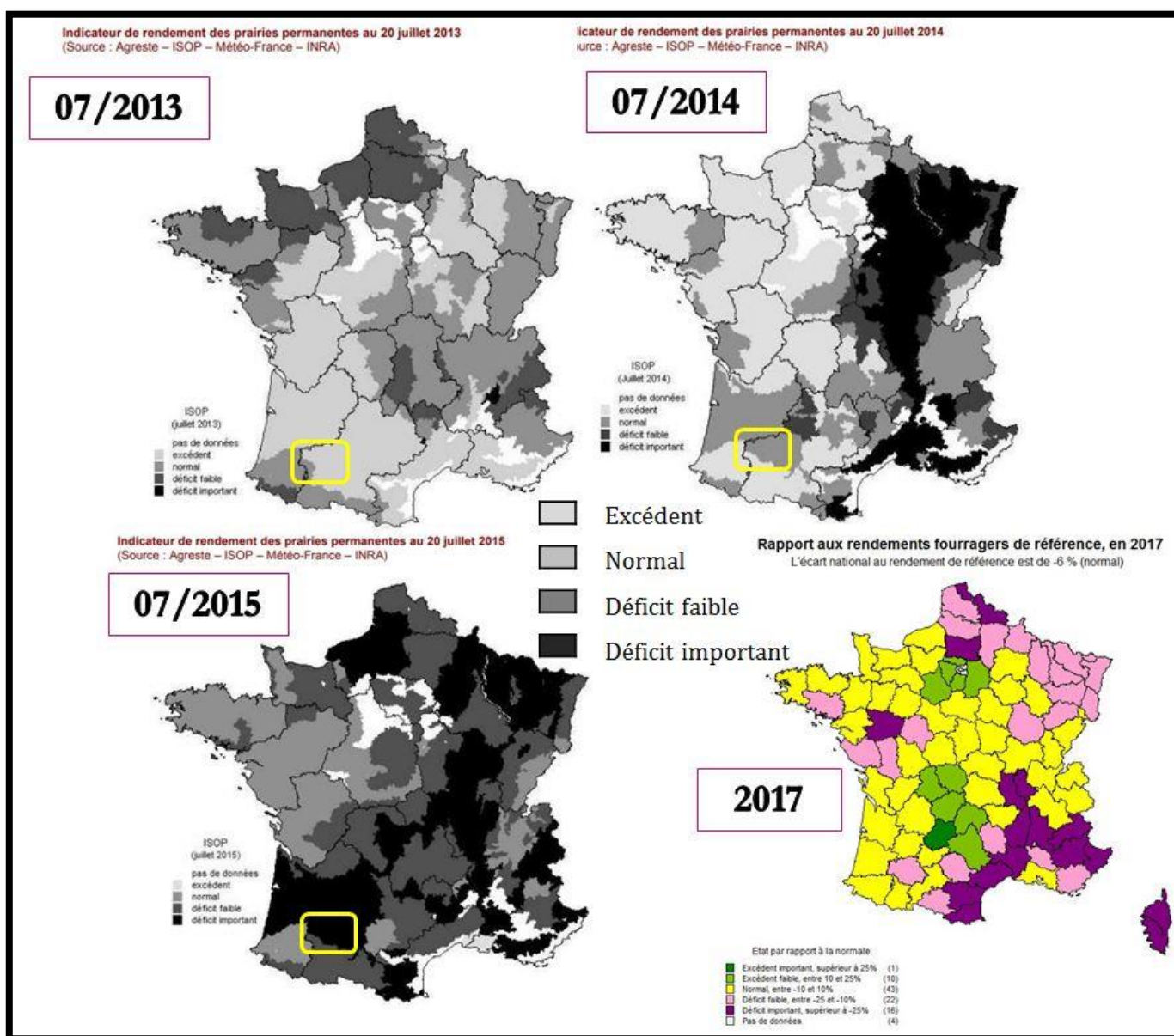
<sup>6</sup> Informations de l'observatoire de la production de viande bovine 2017 en Occitanie (IDELE)

<sup>7</sup> La période de capitalisation du cheptel allaitant se tarit : elle reposait essentiellement sur une logique d'agrandissement qui a trouvé ses limites.

Avec un bassin du Sud-Ouest traditionnellement naisseur, il y a depuis des années un gros travail sur la génétique pour produire des broutards avec d'excellents gain moyen quotidien (GMQ), qui finalement ne profitent pas aux éleveurs-naisseurs puisqu'ils partent à l'exportation. Par ailleurs le constat de la stagnation du prix du broutard depuis 20 ans est accablant, cela érode les revenus des éleveurs et pose la question de la valorisation des animaux.

### 3.3. La ressource fourragère dans le Gers

Historiquement, le Gers est un territoire où il y a peu d'herbe notamment l'été et l'abondance de maïs a largement influencé la sélection vers des animaux à petite panse avec des rations énergétiques pauvres en fibres. Les ressources en herbe varient chaque année avec une alternance irrégulière de « bonnes » et de « mauvaises » années, comme en témoignent les cartes ci-dessous (Données Agreste – Enquête Prairies Janvier 2018). Pour l'année 2017 par exemple, le rapport aux rendements de référence pour le Gers présente un déficit de -25 à -10 % qui, s'il est désigné comme « faible » dans la typologie Agreste, impacte malgré tous les éleveurs du département.



Malgré cette ressource herbagère fluctuante et moins évidente à valoriser que dans certains autres départements, les déclarations PAC 2018 pour le Gers font état d'un élevage bovin allaitant reposant indéniablement sur l'herbe. Les codes cultures herbes (PPH, PTR, PRL, BOP, SPH, SPL) représentent en



cumulé 37% de la surface déclarée par les éleveurs allaitants gersois sur une SAU totale de 103 796 ha déclarés par les 1099 éleveurs demandeurs de l'aide au bovin allaitant pour la campagne 2018 (sur une SAU totale pour le Gers de 447 000 ha environ).

A l'échelle du département, cela signifie que les surfaces en herbe représentent à peine 9% de la SAU du Gers, un chiffre en baisse, conséquence directe de la diminution et de la perte de rentabilité des systèmes d'élevage.

Classement en nombre d'hectare sur les 118 codes cultures déclarés en 2018 par les éleveurs allaitants du Gers	Code culture	Culture	Nombre d'Ha	Pourcentage de la superficie totale déclarée par les éleveurs allaitants (Total: 103 795,92 Ha)	Pourcentage cumulé de surfaces en herbe sur le Gers
n°1	PPH	Prairie permanente - herbe (ressources fourragères ligneuses absentes ou peu présentes)	16543,66	15,9%	15,94%
n°2	BTH	Blé tendre d'hiver	14078,92	13,6%	
n°3	PTR	Autre prairie temporaire de 5 ans ou moins	13369,4	12,9%	28,82%
n°6	PRL	Prairie en rotation longue (6 ans ou plus)	7178,38	6,92%	35,73%
n°26	BOP	Bois pâturé (prairie herbacée sous couvert d'arbres)	649,41	0,63%	36,36%
n°32	SPH	Surface pastorale - herbe prédominante et ressources fourragères ligneuses présentes	445,64	0,43%	36,79%
n°79	SPL	Surface pastorale - ressources fourragères ligneuses prédominantes	16,04	0,02%	37%
			<b>103 796 hectares déclarés en 2018</b>		

### *Déclarations PAC 2018 pour 1099 éleveurs détenteurs de bovins et demandeurs de la prime ABA (Source : DDTM 32)*

#### *Éleveurs enquêtés*

Chez ces éleveurs rencontrés, l'incertitude liée à l'herbe, qui représente la quasi-totalité de la ration est bel et bien présente. En cas de mauvaise année, avec des rendements faibles, les éleveurs adoptent différentes stratégies, ils achètent du foin sur pied, en bottes ou bien diminuent provisoirement la taille du cheptel. Le cheptel varie de 40 à 80 vaches. La race des troupeaux est majoritairement la Blonde d'Aquitaine mais un troupeau de vaches de Race Gasconne rentre dans l'analyse. L'une des exploitations est en bio.

#### *Assolement*

Chez les éleveurs enquêtés, l'objectif visé est l'autonomie alimentaire. En effet, s'affranchir des variations des cours des intrants est devenu au fil du temps un moyen de sécuriser sa gestion des coûts de production et donc des marges à la vente. Cet objectif n'est que partiellement atteint pour ces éleveurs, certains sont autosuffisants en céréales, d'autres en fourrages (sauf intempéries).

La SAU moyenne est de 100 ha et les prairies (semées & naturelles) représentent 80% à 100% de cette SAU. Les surfaces restantes sont allouées à la production de céréales pour l'autoconsommation afin de compléter la ration et de finir les animaux à l'engrais (blé, orge, maïs ...).

La gestion des prairies naturelles nécessite une forte technicité et de l'observation. L'un des éleveurs rencontré parvient grâce à une exploitation fine et optimale des parcelles à ne pas ressemer. Si une réelle volonté de « retour à l'herbe » semble émerger ces derniers temps dans les groupes d'éleveurs, cela doit impérativement s'accompagner de formation. Les éleveurs enquêtés sont en perpétuelle recherche d'amélioration et d'échanges de bonnes pratiques avec d'autres agriculteurs.

#### *Alimentation & finition des animaux*

Les animaux pâturent dans les parcelles autour de la stabulation. Le morcellement de certaines exploitations ne permet pas de faire pâture certaines parcelles qui sont trop lointaines ou difficile d'accès.



Les prairies sont fauchées pour réaliser du foin et de l'enrubannage. Les animaux sont en stabulation l'hiver et les adultes sortent aux beaux jours. Les veaux restent en stabulation. Pour l'engraissement des vaches grasses, la ration est composée d'enrubannage (luzerne et multi-espèces), et de céréales (maïs, orge..).

### Débouchés

Les éleveurs rencontrés travaillent à la fois avec des négociants en bovin pour de l'export ou non, avec l'ADEL32 (Vache de mon Voisin, Lou Bethet) certains avec des bouchers et enfin tous travaillent en direct avec la vente de colis aux particuliers.

Les éleveurs sont formels sur la rigueur que cela demande de vendre des animaux engraisés, qu'il s'agisse de veaux (Label Rouge & Lou Bethet) ou de vaches grasses. Par ailleurs pour travailler avec l'OP, il faut faire la démarche d'anticiper et de planifier les ventes des animaux et de prévenir l'ADEL32.

La coopération avec des bouchers est décrite par les éleveurs comme « complexe ». Le climat de confiance est difficile à instaurer et à maintenir. Parfois en cause le manque d'homogénéité de la qualité des animaux produits qui mécontente le boucher ou la difficile estimation sur pied des qualités bouchères d'un animal. *« Pour travailler avec un boucher, il faut être au top, très pointu en élevage, on n'a pas le droit à l'erreur... ».*

### Vente directe

Pour ces éleveurs la vente directe a commencé suite à des demandes d'amis, voisins, connaissances et elle représente une part plus ou moins importante de leur chiffre d'affaire. Tous l'admettent : c'est une charge de travail importante mais ce débouché est plus rémunérateur que la vente sur pied. Il apporte par ailleurs une forme de reconnaissance du travail fourni qui plaît et conforte ces éleveurs passionnés : *« Les retours des consommateurs sont très importants, qu'ils soient bons ou mauvais ! ».*

Les éleveurs font abattre à Auch, certains amènent eux même leurs animaux, d'autres font appel à un transporteur. Pour des trajets inférieurs à 65 km entre leur lieu de départ et leur lieu de destination, le CAPTAV (Certificat d'Aptitude Professionnelle pour le Transport d'Animaux Vivants) n'est pas obligatoire. La découpe se fait principalement par Gers Bœuf qui est seul sur ce créneau de la prestation de découpe et qui possède un agrément steak haché. Un éleveur préfère quant à lui faire faire la découpe à un boucher (CAP boucherie obligatoire pour être autorisé à découper). Pour le transport des colis, la DDCSPP signale qu'il y a une obligation de résultats mais pas de moyens. Cela permet de limiter les investissements en équipements de froid. Certains élevages diversifiés possédaient déjà des chambres froides dans le cadre d'autres activités.

Les colis proposés varient en poids, en contenu, en conditionnement et en modalité de retrait :

- 5 à 10 kg
- Uniquement des morceaux au choix
- Au moins 55% de steak haché et le reste au choix
- Des morceaux sous-vide ou pas
- De la blanquette en brochettes
- A venir chercher à la ferme ou livré à un point de distribution

Le débouché steak haché représente une réelle opportunité pour les éleveurs dont la formule colis commence à atteindre ses limites, en raison des changements de comportements des consommateurs (moins de cuisine et de plats mijotés, plus de morceaux à griller). Les steaks permettent d'écouler les morceaux peu attractifs toute l'année (sa consommation est peu soumise à l'effet « saison »).

La taille des fichiers clients varie et peut aller jusqu'à 250 clients. Il faut environ 10 à 15 clients pour un veau. La quantité d'animaux vendus en direct varie d'une exploitation à une autre et peut aller d'une dizaine de veaux par an (soit près du tiers des veaux vendus) à 1 vache grasse par mois. Certains se jettent dans le grand bain des réseaux sociaux ou participent à des marchés de producteurs pour étoffer leur

carnet d'adresse. Les éleveurs sont conscients de l'importance de communiquer sur leurs pratiques et de faire partager la réalité de leur profession pour mieux répondre aux attentes de consommateurs en réelle attente d'une relation de confiance basée sur le dialogue.



### Les freins identifiés des éleveurs.

<b>Hausse des charges</b>	Qu'il s'agisse des frais de transport des animaux, d'abattage ou de transformation, ces postes de dépense sont à la hausse. La situation de monopole pour certain opérateurs rend la marge de manœuvre des éleveurs de plus en plus étreinte.
<b>Charge de travail</b>	La vente de veaux à l'export est moins contraignante. L'engraissement des veaux nécessite plus de travail, il s'agit par ailleurs d'une prise de risque puisque l'animal reste bien plus longtemps sur l'exploitation. Il faut donc être certain que le débouché suive ensuite.
<b>Absence de valorisation du bio</b>	Les conversions se multiplient néanmoins la viande bio n'est peu ou pas valorisée dans le Gers.
<b>Clientèle</b>	En vente directe, la clientèle est difficile à trouver et à renouveler car celle-ci est relativement vieillissante (majorité de + de 50 ans et de retraités). Rechercher de nouveaux clients est très chronophage.
<b>Vente aux bouchers</b>	Il n'existe pas de grille établie contrairement à l'ADEL32 et en l'absence de réelles relations de confiance, longues à mettre en place, il subsiste un sentiment d'absence de sécurité et de garantie sur le prix.
<b>Difficulté pour engraisser les animaux</b>	Certains éleveurs admettent manquer de technicité. Engraisser un animal demande des investissements et il faut s'assurer la maîtrise des coûts de production pour conserver une marge à la vente.

*[Le constat de la baisse de la demande en VB de manière générale se ressent sur les élevages. La question de la perception du métier d'éleveur est aussi au cœur de des préoccupations de nombreux professionnels qui souhaitent communiquer sur leur métier-passion et afficher leurs bonnes pratiques].*



**Etat des lieux :** Le rayon boucherie traditionnelle (« Trad' ») est en perte de vitesse au profit du libre-service (LS). Les consommateurs se dirigent vers les viandes déjà découpées, en portions, sous-vide et sous atmosphère protectrice. Pour l'une des 2 grandes surfaces rencontrées, le Trad' ne représente que 18% du volume total de viande écoulé (toutes espèces confondue).

En moyenne les deux GMS ont besoin pour leur rayon Trad' d'un ½ Veau et d'une ½ vache toutes les semaines.

**Origine de la viande bovine (VB) :** Pour le Trad', les approvisionnements sont gérés par le chef-boucher qui décide alors de ses fournisseurs. Les deux structures rencontrées se fournissent chez Arcadie Su-Ouest, avec pour l'une l'exigence de proposer les marques de l'Association des Eleveurs du Gers (l'ADEL32), à savoir « La Vache de mon Voisin » (bovin né, élevé et abattu dans le Gers) et le veau « Lou Bethêt ». Pour la seconde, l'origine Sud-Ouest suffit.

Pour le LS, l'une des GMS souhaite que les barquettes soient conditionnées sous atmosphère protectrice UVCI (unités de vente consommateur industrielle) afin d'augmenter la durée de vie du produit tandis que la seconde GMS procède elle-même à la mise en barquette de la viande par ses bouchers (UVCN-unités de vente consommateur magasin). Hors, à ce jour, il n'existe pas de chaîne de conditionnement capable de réaliser les barquettes UVCI dans le Gers<sup>8</sup>. L'approvisionnement se fait donc avec une structure landaise BE.VI.MO (groupe Arcadie Sud-Ouest) et des animaux « Viande Bovine Française » (VBF).

**Race à viande ou race laitière :** Les prix généralement bas de la viande issue de races laitières, en font un produit à la fois d'appel (promotions) et d'entrée de gamme. Généralement les races à viande (Blonde d'Aquitaine, Limousine, Charolaise...) sont clairement identifiées et les races laitières ne comportent aucune mention mise à part l'origine.

**Côté consommateur**, les retours ne sont pas homogènes d'après les responsables des GMS rencontrés. Dans certains cas il semble qu'une origine VBF voir Sud-Ouest soit suffisante pour rassurer, tandis que paradoxalement, les marques de l'ADEL sont clairement identifiées et très appréciées. Il n'y aurait a priori que peu de demande pour du Bio en Trad'. Les consommateurs sont extrêmement sensibles aux scandales sanitaires et reportages à charge et les ventes s'en ressentent dès le jour suivant l'annonce ou la diffusion des émissions télévisées.

### Les freins identifiés d'un approvisionnement en hausse en viande bovine... du Gers !

<b>Le prix</b>	Les morceaux issus de races à viande, d'origine FR /Gers, et labellisés sont plus chers que des produits origine UE et hors UE issus du cheptel laitier.
<b>Le conditionnement</b>	L'absence d'une chaîne de conditionnement en UVCI dans le Gers ne permet pas de répondre à la demande des GMS pour lesquelles la part de LS est en hausse constante.
<b>Le manque de personnel qualifié en boucherie Trad'</b>	La relative désaffection des jeunes pour les métiers de bouche a rendu très difficile le remplacement des bouchers partant en retraite (ce qui favorise indirectement le LS, alternative au « Trad' » où trouver des salariés qualifiés devient compliqué.
<b>Des consommateurs peu regardant sur l'origine</b>	De manière globale, les professionnels des GMS rencontrés sont mitigés sur l'importance que semble attribuer les consommateurs sur l'origine de la viande bovine. Les marques de l'ADEL sont bien identifiées mais une origine Sud-Ouest voir VBF satisfait a priori les acheteurs en GMS.

<sup>8</sup> Les UVCI se sont développées massivement notamment en raison de l'innovation sur les emballages et les modes de conservation (allongement de la durée de vie du produit). Le conditionnement hebdo-pack® est le plus connu : créé par Charal en 1986, il portait le délai de conservation de la viande à 23 jours. Les crises sanitaires ont indirectement favorisé les UVCI avec un renforcement des normes d'hygiène pour la préparation et la distribution des aliments.



**Etat des lieux :** Les approvisionnements de viande bovine sont extrêmement variables en fonction des gammes des restaurants (plus ou moins haut de gamme) et des circonstances dans lesquelles sont servies les pièces de viande (à la carte, dans un menu du jour).

**Fournisseurs :** Sur le panel de restaurants rencontrés, les fournisseurs sont nombreux et variés. Un restaurateur s'approvisionne chez un boucher, une part considérable s'approvisionne également en dehors du département chez un grossiste aveyronnais qui livre dans le Gers plusieurs fois par semaine. Certains, plus nombreux font appel à la boucherie de l'abattoir d'Auch (Arcadie), et se rendent chez Promocash pour des viandes bovines origine Sud-Ouest, France, UE.

**Origine de la viande bovine (VB) :** Deux tendances sont observées à savoir d'un côté les restaurants qui recherchent des prix bas avant tout, avec des origines UE voir hors UE (Argentine) et des établissements qui valorisent l'origine Gers des viandes servies, avec un prix plus élevé (souvent à la carte) pour répondre à une clientèle qui est en attente de haut de gamme.

**Race à viande ou race laitière... :** Là encore c'est le prix qui définit pour partie le caractère allaitant ou laitier des produits acheté. Globalement lorsque l'origine et la race (à viande) ne sont pas valorisé (objectif de prix bas comme pour les menus du jour) le choix se porte vers des bovins reformés de l'élevage laitier originaire de l'UE (Belgique, Allemagne...).

**Côté consommateur,** les retours sont hétérogènes. En fonction du type d'établissement, les consommateurs sont plus ou moins sensibles à l'origine de la viande. Les restaurateurs font état de peu de demande en viande bovine bio.

### Les freins identifiés d'un approvisionnement en hausse en viande bovine... du Gers !

<b>Le prix</b>	Les morceaux issus du cheptel laitier origine UE et hors UE sont moins chers que des produits issus de races à viande, d'origine FR /Gers, et labellisés.
<b>La taille des pièces de viande</b>	La taille conséquente des morceaux issus de race Blonde d'Aquitaine n'est pas adaptée à tous les usages notamment pour les menus du jour.
<b>L'absence d'une centrale d'achat de produits locaux</b>	La boucherie de l'abattoir ne permet pas aux restaurateurs d'acheter de la viande du Gers (sauf si marque de l'ADEL) puisque des animaux arrivent de tout le Sud-Ouest sans distinction.
<b>Des consommateurs peu regardants sur l'origine</b>	Certains établissements en achetant du 100% local répondent à une attente très spécifique de certains clients et s'inscrivent dans une démarche globale valable pour la majorité des autres produits servis dans ce restaurant. En revanche beaucoup de restaurateurs répondent avant tout à une demande de prix bas pour des consommateurs pour lesquels l'origine du produit n'est pas une priorité.
<b>Qualité de la viande</b>	Des restaurateurs ont essayé de travailler en direct avec des éleveurs et n'ont pas été satisfait de la qualité de la viande (irrégulière). Egalement évoqué, le manque d'installation pour permettre des stades de maturation différents.





**Etat des lieux :** Les bouchers sont confrontés à une baisse de fréquentation et à un vieillissement de leur clientèle. Certains morceaux sont de plus en plus difficiles à commercialiser car les consommateurs ne veulent/savent plus les cuisiner. Cependant, la profession a sa carte à jouer en se démarquant par la qualité des produits, la traçabilité et le conseil aux clients.

**Fournisseurs :** Certains bouchers travaillent encore en direct avec des éleveurs et achètent les animaux « sur pied », il semble cependant que les relations boucher-éleveur soient complexes. Certains bouchers déplorent de l'aléa en termes de qualité de la viande. D'autres bouchers travaillent avec les abatteurs du Gers et du Lot et Garonne, ils commandent des carcasses en précisant leurs exigences et sont livrés toutes les semaines. Certains professionnels font le choix de travailler avec des grossistes (Aveyron) avec des livraisons hebdomadaires.

**Origine et race de la viande bovine (VB) :** Les différents bouchers rencontrés ont chacun leurs arguments et leurs préférences quant aux races bovines travaillées et servie dans leur magasin. Si la Blonde d'Aquitaine semble dominer, la Limousine n'est pas exclue. Les races locales et plus rustiques de type Gasconnes et Mirandaises se font rares et pour cause, d'après les bouchers les carcasses de ces deux races doivent être maturées bien plus longtemps, or il n'y a pas les équipements nécessaires dans le département.

**Côté consommateur,** les retours sont positifs. Ils apprécient en effet la qualité des produits et le conseil que le boucher est en mesure de leur apporter. La question du bien-être animal semble préoccuper de plus en plus les clients. Le bio ne semble pas séduire ces consommateurs. Quant à l'origine des produits, si les acheteurs apprécient une viande origine Gers, la bonne image des départements comme l'Aveyron fait qu'ils acceptent sans problème que leur boucher s'y fournisse. Il y a une attente de qualité avant tout.

### Les freins identifiés d'un approvisionnement en hausse en viande bovine... du Gers !

<b>La qualité de la viande</b>	Certains bouchers ayant fait l'expérience de travailler en direct avec les éleveurs n'ont pas été satisfaits de la finition des animaux et de l'irrégularité de la qualité de la viande. Egalement évoqué, le manque d'installation pour permettre des stades de maturation différents, notamment pour la viande des races plus rustiques.
<b>La baisse de fréquentation</b>	Les bouchers accusent une baisse de la fréquentation et de la consommation de leurs établissements, avec des conséquences sur les modes d'approvisionnement (cf. ci-dessous).
<b>Volume écoulé trop faible</b>	L'achat d'un animal sur pied sous entend de pouvoir écouler une carcasse dans un temps imparti ou de s'associer avec un autre boucher pour se partager les morceaux. Ces deux options sont parfois impossibles à envisager pour les professionnels rencontrés qui se tournent vers des grossistes.
<b>L'absence de demande pour certains morceaux</b>	Lors de l'achat en direct d'animaux entiers et de 1/2 carcasse, certains morceaux sont difficiles à écouler. Les steaks hachés représentent dans une certaine mesure un débouché pour ces pièces, mais la clientèle des boucheries ne semble pas être la plus consommatrice de ce produit.





**Entretiens :** Cuisine Centrale d'Auch, Centre Hospitalier Auscitain, Ecoles du Grand Auch Cœur de Gascogne (Données des Bio du Gers), Restaurant Inter-Administratif.

**Etat des lieux :** Si la volonté des responsables des cantines visités semble aller dans le sens d'achat de denrées locales et bio (18% de CC à la Cuisine centrale), le facteur limitant reste indéniablement le prix avec des budgets rarement revus à la hausse et des charges de travail accrues avec la multiplication des fournisseurs et la gestion des aléas inhérents à l'activité agricole.

**Fournisseurs :** Certains établissements sont en gestion concédée et les commandes de viande bovine sont donc passées via des plateformes nationales voir internationales. D'autres structures passent en direct avec l'abattoir pour des commandes de viande origine FR, Sud-Ouest ou plus rarement Gers. Enfin, de plus petites structures travaillent en direct avec des bouchers tandis que la Cuisine Centrale d'Auch travaille avec un éleveur ayant remporté l'appel d'offre pour le bœuf.

**Côté consommateur :** les acteurs de la restauration collective déplorent la désinformation ambiante des élèves et de leurs parents bien souvent autour de certaines pratiques comme le bio. Les parents d'élèves ont par ailleurs un comportement parfois ambivalent avec d'un côté le désir que leurs enfants mangent des produits de qualité et d'un autre côté le fait de se montrer réfractaire aux augmentations des prix du repas pour permettre l'arrivée de plus de bio et de local.

### Les freins identifiés d'un approvisionnement en hausse en viande bovine... du Gers !

<b>Le prix</b>	Les prix de la viande bovine FR sont plus élevés que celui des morceaux origine UE et souvent issus de réformes de vaches laitières ou de croisements. (Etude de GIRA Foodservice 2016 pour FAM).
<b>La liaison froide</b>	La liaison froide est un frein à l'utilisation de nombreux morceaux de viande. L'obligation de cuire puis refroidir puis cuire à nouveau à 65°C altère considérablement la qualité des produits comme les steaks hachés, pourtant très appréciés, permettant d'adapter les portions et la valorisation de morceaux bons marchés.
<b>Effectifs/ gaspillage</b>	Les effectifs pour la cuisine centrale sont connus de matin même ce qui complexifie la planification. Le gaspillage alimentaire généré en restaurant collectif se situe entre 150 et 200 g par repas et par convive (Source ADEME). Ainsi, pour un restaurant servant 1500 couverts par jour et en moyenne 180 jours par an, ce sont entre 45 et 60 tonnes de produits jetées par an, l'équivalent d'une perte économique de 90 000 à 110 000 euros par an !
<b>La gestion concédée</b>	Les cantines en gestion concédée se voient souvent imposer des fournisseurs et n'ont pas pleinement la main sur les approvisionnements.
<b>Le fonctionnement par appel d'offre</b>	Si le dernier code des marchés publics est plus favorable aux petits producteurs, intégrer la formulation « produits locaux » reste interdit. Sans attention particulière portée aux cahiers des charges de l'appel, les petits producteurs locaux et les gros fournisseurs nationaux sont mis en concurrence.



**Etat des lieux :** L'abattoir était municipal jusqu'en 1999 puis Arcadie est devenu propriétaire à 100% et suite à des difficultés économiques, le GACG a racheté les murs, le terrain et a financé les travaux de remise aux normes. L'abattoir d'Auch est désormais l'unique outil d'abattage présent sur le Gers. Arcadie est devenue simple usager. Le loyer versé permet de rembourser les 2,2 millions d'euros investis. Si cela redonne un souffle à l'élevage bovin du Gers, il n'en va pas de même pour tous les éleveurs puisque l'abattoir n'est plus multi-espèces.

Le capital de la société qui gère l'abattoir, l'ALLIANCE ABATTOIR D'AUCH (3A Gers) est partagé par plusieurs acteurs : Arcadie, Sodeco, Gers bœuf, Auch élevage, Pépieux Alliance bovine, la Chambre d'agriculture du Gers, l'ADEL 32 (168 éleveurs réunis au sein de la SEED -société d'élevage pour une économie dynamique), certaines coopératives ...

C'est la société Arcadie qui approvisionne à 90% l'abattoir avec des animaux venant des marchés aux bestiaux de Rabastens, d'Agen et du Sud-Ouest en général (car filiale du Groupe basque LUR BERRI). Jusqu'en 2012, le tonnage avoisinait les 12 000 T mais avec l'arrêt du multi-espèces depuis la reprise de l'activité, il y a une diminution du tonnage. Cependant, la fermeture de l'abattoir de Condom a amené un peu plus de volume sur l'unité d'Auch. Les volumes sont en nette progression, l'ADEL32 représente désormais 10% du tonnage annuel :

- 2014 : 4500 T/an
- 2017 : 6000-7000Tan (Capacité max annuelle : 10 000 Tonnes (normes ICPE)) 300 vaches/semaine et 80 veaux/semaine.

L'abattoir possède un atelier 1<sup>ere</sup> découpe et un atelier 2<sup>e</sup> découpe/transformation, il est donc en mesure de proposer du Prêt à Découper (PAD). 50% du volume part en carcasses, et 50% est désossé sur place et les muscles sont mis sous vide.

Les clients sont diversifiés :

- 50 % pour la grande distribution : Carrefour, Casino, Système U, Intermarché...
- 20 % pour les industriels,
- 10 % pour les bouchers détaillants,
- 10 % pour les grossistes,
- 10% aussi pour des collectivités.

### Freins et leviers pour le développement de l'abattoir :

<b>Structuration de la filière Gers</b>	Les fournisseurs locaux comme L'ADEL32, Gers Bœuf, les bouchers et éleveurs particuliers ne fournissent pas un tonnage significatif (environ 10%).
<b>Inadéquation demande/offre</b>	L'offre n'est pas toujours adaptée à la demande comme pour le veau qui aurait tendance à être plutôt rosé alors que les consommateurs aiment le veau blanc.
<b>Absence de stockage négatif</b>	L'absence de stockage négatif limite l'accès à de nouveaux marchés, la viande part en frais à Bayonne pour y être congelée. La congélation permet de faciliter la gestion des stocks en fonction des saisons et l'accès à de nouveaux marchés (UE-International).
<b>Valorisation de toute la carcasse</b>	L'absence de chaîne de steak haché oblige à envoyer les morceaux en Aveyron (grosse unité de transformation de steak haché). Pourtant les Steak hachés dont la demande explose, pourraient valoriser presque tous les morceaux d'une carcasse.
<b>Absence de Main d'œuvre qualifiée</b>	Peu de salariés sont formés au préalable car aucune formation n'existe pour les abattoirs. Le recrutement est compliqué.
<b>Attaques contre la viande</b>	Gros lobby des anti-viande avec des volumes globalement à la baisse et fluctuants, très dépendants de l'actualité : pas de réel climat de confiance avec les consommateurs.

# CONSTAT TRANSFORMATEURS

La société Gers Bœuf a été créée par la famille Sottom, bouchers de Lombez, aux vues des demandes grandissantes de la part des éleveurs pour de la découpe à façon afin de vendre en direct des colis. En 2005 un atelier de découpe voit le jour puis déménage en 2011 à l'AGROPARC 2 dans des locaux financés par la CCI. Gers Bœuf est donc locataire des murs et des équipements de froid. Elle possède à l'heure actuelle le monopole sur le Gers pour ce qui est de la prestation découpe et des steaks hachés.



Gers Bœuf emploie 9 salariés (3 bouchers, 1 responsable steak haché, 3 administratifs et 3 personnes au conditionnement).

La structure réalise :

- De la prestation pour les éleveurs
- De la prestation pour une entreprise qui fait du bio
- De la revente aux collectivités
- De la prestation steak haché pour Arcadie (30% des volumes de steaks produits)

Ses fournisseurs :

- Arcadie
- Pépieux Alliance Bovine
- Des Eleveurs Bio du Gers
- Les éleveurs indépendants en Circuits Courts

Ses débouchés sont :

- Relais Vert (bio) un grossiste qui commercialise dans toute la France (3 commandes/semaine)
- La RHD (écoles, collèges, collectivités) même si temps de paiement relativement longs
- Arcadie
- Eleveurs pour commercialisation en Circuit Court

L'approvisionnement est à 95% local:

- En conventionnel : origine Occitanie sans Label mais de races à viande uniquement et via Arcadie.
- En bio : uniquement des bovins issus d'élevages gersois grâce à l'appui d'un conseiller bio de la Chambre d'Agriculture.

Il y a peu de découpe de veau mise à part en prestation découpe pour les éleveurs pratiquant la vente directe.

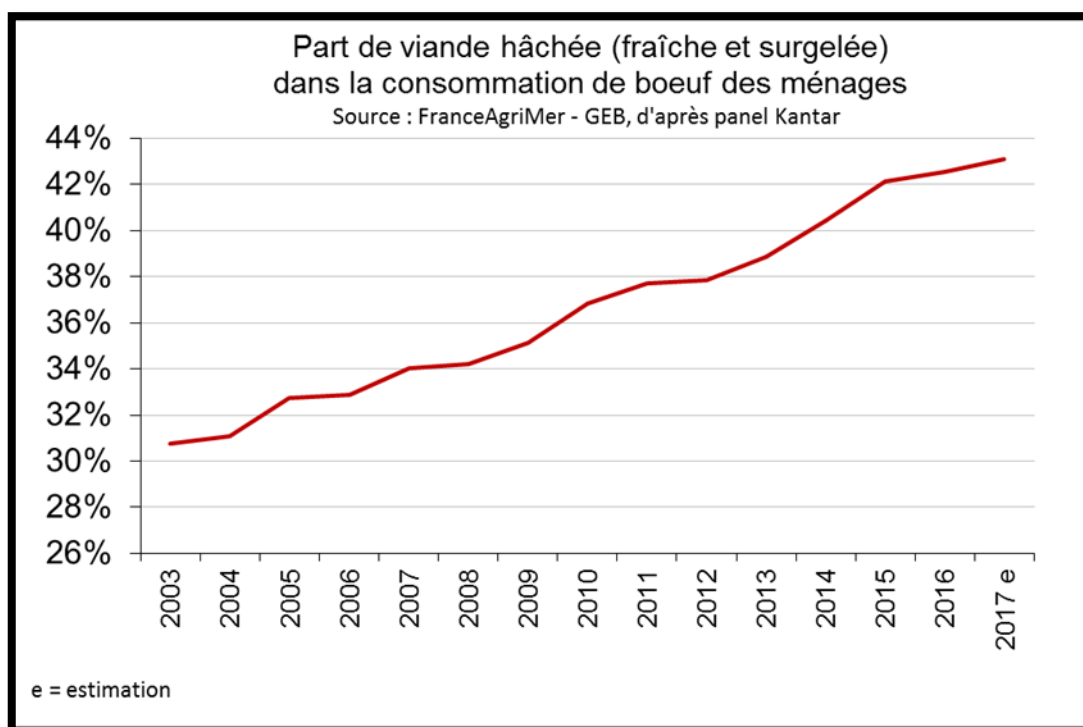
Les steaks sont une réelle opportunité pour la filière viande et la demande est exponentielle. Les consommateurs sont séduits par cette viande facile et rapide à cuisiner qui plait aux petits et grands. La DLC est de 7 jours sous vide et 10 jours en barquette sous atmosphère (CO<sub>2</sub>, Oxygène). Les contraintes sanitaires sont lourdes pour ce type de produit, par exemple, si un animal est mal éviscéré il est impossible de le passer en steak.

<b>Commandes irrégulières</b>	Les commandes irrégulières et les temps courts de préparation (entre la commande du midi et la livraison pour le lendemain), rendent pour le moment inenvisageable toute planification des approvisionnements en bovins du Gers exclusivement. A l'heure actuelle, pour une partie du volume, l'origine va dépendre des stocks d'Arcadie. S'il y a du bovin gersois il est préféré mais dans le cas contraire les animaux sont à minima de la Région.
<b>L'approvisionnement</b>	
<b>Absence de Main d'œuvre qualifiée</b>	Le recrutement est compliqué y compris pour les postes peu qualifiés (conditionnement etc...) le milieu de la viande est peu attractif. Le personnel formé est également difficile à trouver.
<b>Agrément steak haché</b>	Le steak haché est l'un des produits les plus sensibles en agro-alimentaire. L'agrément steak haché est extrêmement lourd à maintenir et un retrait de celui-ci mettrait en péril la pérennité de la structure et de ceux dont l'activité dépend.
<b>Prospection</b>	A l'heure actuelle, il n'est pas possible d'envisager d'engager une personne au service commercial et réaliser la prospection client.
<b>Manque de place</b>	Les locaux restreignent le développement de la structure et ne permettent pas de développer une nouvelle chaîne pour de la saucisserie, un magasin de vente directe ou plus de stockage pour laisser les viandes mûrir.

## Focus sur le steak haché

Ses atouts font que le steak haché est la clé de voute de l'industrie de la filière viande depuis 50 ans et que le marché de la viande hachée s'est considérablement développé avec plus de 250 000 tonnes de produits commercialisés par an.

Produit naturel et sans ajout, le steak haché permet une maîtrise du taux de matière grasse, avec une offre proposant des steaks hachés à 5, 10 ou 15% de matière grasse, et une parfaite maîtrise de sa consommation par un calibrage précis du produit. Produit polyvalent, par nature tendre, le steak haché représente l'essence même du produit « facile à vivre ». Produit de plaisir, c'est souvent lui qui initie les enfants au plaisir du bien-manger, et qui fournit aux cuisiniers le meilleur rapport entre la qualité et le temps de préparation. Produit populaire, parce qu'accessible par son prix et sa convivialité, le steak haché est une véritable passerelle entre la modernité et la tradition bouchère.





## 4. Revue non exhaustive des outils gersois

Plusieurs organismes assurent des services en faveur de l'élevage et de la filière. Il peut s'agir de l'appui administratif, de l'aspect social, juridique, comptable mais aussi du respect de la réglementation agricole ou de la mise en œuvre de politiques publiques comme les mesures agro-environnementales. Il s'agit des organismes socio-professionnels historiques : Chambre d'Agriculture, Maison de l'élevage, IDELE, DDT, ADASEA, DDCSPP, MSA... Nous traiterons ici de façon non exhaustive les initiatives qui viennent conforter ou initier des projets favorables à la levée des freins que peut rencontrer la filière. Il est à noter que certains acteurs contactés n'ont pas souhaité participer à l'étude.

### L'ASSOCIATION DES ELEVEURS DU GERS – ADEL 32

L'Association des éleveurs du Gers (ADEL 32) est une organisation de producteurs non commerciale qui a mis en place des cahiers des charges pour aider les consommateurs à identifier les produits du Gers mais également pour soutenir les éleveurs (à l'initiative de ce projet) dans la valorisation de leurs animaux.

L'ADEL assure la gestion des marques, les animations autour des produits en GMS et sur divers salons, s'assure du respect de la charte des bonnes pratiques d'élevage et des différents cahiers des charges et est également certifié organisme de formation. Cela lui permet par exemple de former les éleveurs engagés dans la production d'animaux vendus sous la marque **Lou Bethet** lors de formations de deux jours, sur le terrain. Lors de ces formations, l'ADEL fait intervenir des nutritionnistes qui épaulent les éleveurs dans l'élaboration de plans de cultures visant l'autonomie alimentaire des élevages.

L'ADEL a constitué en parallèle AUCH ELEVAGE afin d'assurer ensuite le rôle de commercial.

Tous les éleveurs qui adhèrent à l'ADEL32 doivent respecter la charte des bonnes pratiques d'élevage, puis à chaque marque correspond un cahier des charges. En moyenne les exploitations comptent 40 animaux, ce sont donc des élevages de petite taille (ex : 76 têtes/exploitation dans le Limousin en 2010-Source AGRESTE). Le gros avantage de la marque réside dans la flexibilité de son cahier des charges, contrairement aux IGP/AOP etc... Un exemple est la marque « La vache de mon voisin » qui pourrait voir rentrer la race Limousine dans son cahier des charges (en projet).

Les ventes de l'ADEL32 se développent bien et l'OP bénéficie de l'attrait des consommateurs pour le local.

« **La vache de mon Voisin** » est une marque de l'ADEL qui concerne des animaux de race Blonde d'Aquitaine nés, élevés et abattus dans le Gers. Cela représente 600 vaches par an.

Les marques « Bœuf de Gascogne » et de « Bœuf de D'Artagnan » représentent 300 animaux par an. Ces deux marques sont progressivement moins mises en avant au profit d'autres marques.

Vient ensuite le Veau « Lou Bethet », qui est un veau sous la mère Label Rouge et qui lui ne sort pas en extérieur. La marque Lou Bethet existe également en bio depuis peu de temps.

L'ADEL32 a développé également une gamme de plats cuisinés en conserve « Les gâteries du Gers parti ». L'objectif est de valoriser les morceaux parfois complexes à écouler, notamment les morceaux à cuire l'été tout en proposant une nouvelle gamme aux consommateurs.

#### 1) Fonctionnement

La responsable de l'ADEL, prend les commandes de l'ensemble des structures qui se fournissent à l'ADEL puis l'un des salariés réalise les achats auprès des adhérents.

L'ADEL32 fournit la restauration collective et l'équilibrage de commande est fait avec le fichier client d'ARCADIE, selon l'ADEL, cette structuration est indispensable pour répondre au mieux à la demande locale.

De nombreuses GMS sur le territoire semblent jouer le jeu du local d'après les carnets de commande de l'ADEL32.





Mais généralement, la décision de s'approvisionner en circuits courts est prise par le chef de rayon boucherie et la pénurie de bouchers provoque un important turn over dans les structures qui fragilisent les filières courtes (aleas trop important). Devant ce manque de main d'œuvre qualifiée, la demande en produits de type UVC (Unités de Vente Consommateur) explose à l'image des barquettes conditionnées sous atmosphère protectrice.

L'ADEL32 a de nombreuses sollicitations des GMS mais il n'existe pas de chaîne agréée dans le Gers. Il en va de même pour les laboratoires permettant de produire en grande quantité des steaks hachés.

## 2) Perspectives

La congélation de la viande peut être envisagée lorsque la demande sur certains morceaux est inférieure à l'offre, mais cela décote alors le produit de 50%. Il y a de gros besoin en communication sur les marques de l'association afin d'augmenter le potentiel de vente. L'ADEL s'intéresse également à la valorisation

Récemment le Lycée de Mirande a sollicité l'ADEL pour un projet de valorisation de la Race Mirandaise (60 éleveurs dont 5 qui finissent les animaux) Cf. encart ci-après.

### **LA MARQUE « TABLES DU GERS »**

Le label créé en 2010 à l'initiative de la CCI et avec le soutien de nombreux acteurs Gersois, concerne à la fois la restauration et les producteurs. C'est un label qui se veut exigeant et qui concerne environ 30 restaurants dans le Gers ainsi que 75 producteurs gersois partenaires regroupés dans un carnet d'adresses mis à disposition des restaurants labellisés.



Pour les restaurateurs, il faut remplir un minimum de pourcentage pour les 3 critères suivants :

- Cuisiner maison des légumes et fruits frais de saison
- Sélectionner des produits provenant de notre terroir et privilégier les circuits courts
- Informer les clients sur la provenance des produits

Au cœur des engagements des producteurs :

- Approvisionner les restaurants du label en produits d'origine GERS
- Effectuer les livraisons dans les délais et respects de conditions sanitaires
- Participer aux actions de communication et de promotion aux côtés des chefs
- Accueillir les chefs du label sur leur exploitation pour expliquer la production

Le travail de structuration des approvisionnements a été réalisé aux moyens d'un carnet d'adresses sorti en 2012 puis actualisé en 2016. Il y a eu une baisse du nombre de producteurs répertoriés dans le carnet d'adresse car pour certains d'entre eux le débouché de la restauration n'était pas assez conséquent.

La Marque Table du Gers promeut les produits locaux au travers de nombreux événements réunissant à la fois chefs, producteurs et grand public.

C'est le restaurant ou l'exploitation qui est labellisé, pas le produit.

### **PROMOTION ET VALORISATION DE LA MIRANDAISE PAR LA CREATION D'UNE MARQUE COMMERCIALE**

Porté par le lycée Agricole de Mirande, ce projet a pour but de sauvegarder la race Mirandaise, grâce à sa bonne valorisation. Pour cela il faut fédérer les agriculteurs du secteur dans une approche concertée (88 dont 66 dans le Gers qui possèdent au total 400 femelles en productions soient 800 animaux), améliorer la technicité des éleveurs à la fois pour l'élevage mais aussi pour la maturation de la viande (inexistante actuellement alors qu'impérative a priori). Le projet associe des éleveurs, les bouchers, des élèves et enseignants de l'enseignement agricole ainsi que des élèves et enseignants de l'Education Nationale. Il s'adresse in fine aux consommateurs.

La partie technique du projet s'articule en partenariat avec la chambre d'agriculture, la fédération interdépartementale des éleveurs de Mirandaises, l'association du Bœuf Nacré, l'Institut de l'élevage et les bouchers du Gers. L'objectif du projet est de satisfaire les exigences de chaque acteur de la filière bovine.

A terme, l'objectif serait la demande d'une IGP ou AOP (délais d'obtention de ces labels très conséquents). Au moment de l'entretien, le projet était en attente de financement par la Région et le département.

L'association s'est rapprochée du service de l'IDEL qui traite des races à petits effectifs, mais le compromis est difficile à trouver entre conservation et poursuite de la rentabilité économique.



### LE GIEE HERBE & ELEVAGE 32 – Association Herbe & Elevage 32

Instaurés par la loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt, les groupements d'intérêt économique et environnemental (GIEE) sont des collectifs d'agriculteurs et le cas échéant d'autres partenaires, qui s'engagent dans un projet durable de modification ou de consolidation de leurs pratiques agricoles, visant à la fois performance économique, environnementale et sociale.



Le GIEE Herbe et Elevage 32 créé par l'Association Herbe & Elevage 32 regroupe 17 éleveurs bio et non bio (bovins, caprins, ovins) qui ont tous la volonté de travailler avec d'avantage de pâturage mais qui reconnaissent manquer de technique. Ces éleveurs sont accompagnés par les Bios du Gers et l'INRA (UMR AGIR), permettant ainsi d'affiner l'outil Capflor®. L'objectif au-delà d'une amélioration de l'autonomie fourragère (gestion plus optimale des prairies, baisse des achats) et d'un travail sur des variétés plus adaptées au secteur et au changement climatique, est de diffuser largement les résultats concluants auprès du plus grand nombre d'éleveurs. Le GIEE travaillera sur 5 ans avec une phase de diagnostic puis la mise en place d'expérimentations, de formations, de journées d'échanges et enfin de communication et dissémination des résultats.

### LA SAS PEPIEUX ALLIANCE BOVINE & LA BAVETTE DE NOS FERMES

La SAS Pépieux Alliance Bovine (PAB) a été créée en 2012. La structure regroupe 11 éleveurs associés qui ont racheté une ancienne station de testage génétique qui cessait son activité. Le groupe d'éleveurs y a vu l'opportunité de finir l'engraissement des animaux (qui auparavant partaient en Italie) et donc de garder la valeur ajoutée sur le territoire. Les veaux, les génisses d'élevage ainsi que les réformes des 11 éleveurs sont regroupés sur le site pour y être engraisés et vendus, ce qui a permis aux éleveurs un gain de place considérable sur leurs exploitations respectives. Cela permet à PAB de proposer des lots conséquent d'animaux présentant une qualité de finition accrue et homogène avec aussi plus de régularité étant donné la taille du groupement.



Le groupe rencontre néanmoins des difficultés à commercialiser au prix qui leur paraît être « juste ».

Il y a également le projet DEFIS BLONDE en collaboration avec l'Alliance Bovine de Pépieux qui vise à mettre en place des outils d'aide à la décision concernant la finition des animaux. En effet, avec l'hétérogénéité des troupeaux, certains animaux n'ont pas de potentiel pour l'engraissement et malgré une finition calculée le résultat sera à la perte. Il y a donc un marché à développer pour ces animaux qui ne seront pas aussi bien conformés que les animaux finis (et qu'il faut « dégager » rapidement) et qui pourraient s'adresser à la RHD de même que les jeunes bovins engraisés (et non pas envoyés maigres en Italie).

En parallèle, la Bavette de nos Fermes est une association créée en 2015 qui valorise les animaux de Pépieux Alliance Bovine (PAB). La Bavette réalise des colis de viande pour les particuliers, des clients en local. Environ 1 vache par mois et un veau tous les 2 mois. 2 personnes gèrent en bénévolat les commandes (une fille et une épouse de deux éleveurs de PAB). Les animaux sont abattus à l'abattoir d'Auch et la découpe se fait avec Gers Bœuf.

Des bouchers se fournissent en animaux de PAB et la Bavette de nos fermes fait le lien commercial. Le temps alloué à la commercialisation est conséquent mais la plus-value encore trop faible ne permet pas encore de rémunérer un salarié.

### APPR'AUCH – ADEAR 32

L'ADEAR 32, la CCI du Gers et le Pays d'Auch se sont unis pour construire le projet APPR'AUCH de 2011 à 2015 dans le cadre du programme « Territoire et Gouvernance alimentaire » lancé par le Réseau Rural Midi-Pyrénées. APPR'AUCH s'attache à mettre en place des dynamiques collectives pour améliorer la viabilité économique des approvisionnements locaux. L'échelle du Pays d'Auch permettra de faire un travail de proximité avec



les acteurs sur les 116 communes qui le composent, dans un contexte d'offres et de demandes atomisées sur ce territoire.

APPR'AUCH a donné naissance à 2 groupes :

- BIOLOGERS (groupement de maraîchers bio)
- Les Fées du Potager (transfo de produits bio)

Côté produits carnés : Un groupement d'éleveurs ovins avait vu le jour mais a périclité. Un livret référençant les

éleveurs a tout de même été édité. Avec la Biocoop il y a eu une tentative de travail sur les coups de productions mais la difficulté pour élaborer un planning sur l'année n'a pas permis de pérenniser le partenariat. Pour les bovins, la grosse problématique identifiée concerne la valorisation de l'ensemble de la carcasse.

### **LE CAP BOUCHERIE – PAVIE (32)**

2018 verra la réouverture du CAP Boucher à l'école des métiers de Pavie après plus de 10 ans de fermeture. La chambre des métiers a pu compter sur le soutien de la profession (plus d'une dizaine de lettres d'intention à l'appui) qui était depuis plusieurs années en demande d'un retour de cette formation en apprentissage dans le Gers. Si les bouchers ont témoigné de leur grand intérêt, les GMS ne sont pas en reste. Les 8 à 9 apprentis de la première promotion 2018-2020 suivront l'enseignement technologique à l'école des métiers et la pratique se fera à l'abattoir (convention avec Arcadie pour travailler sur leurs carcasses).

Les responsables de la formation sont formels : il y a une réelle demande des entreprises pour des jeunes formés aux métiers de la viande, tout comme les places d'apprentis, les débouchés sont garantis étant donné le déficit de personnel qualifié.

### **LE GROUPEMENT HOSPITALIER DE TERRITOIRE**

Il y a depuis fin 2017 un Groupement Hospitalier de Territoire : le GHT qui regroupe 12 établissements hospitaliers. Ce mode de fonctionnement pourrait permettre des appels d'offre communs et des achats groupés (actuellement le Centre Hospitalier (CH) Auscitain se fournit chez Arcadie). Le GHT pourrait alors résoudre en partie la problématique de la viande bovine pour ce secteur de la restauration, à savoir qu'il faut un même morceau en très grandes quantités (le CH Auscitain –cuisine autogérée- fabrique quotidiennement 1550 repas).

Une planification concertée des menus permettrait une commande groupée avec répartition des avants et arrières des carcasses sur les divers établissements qui font partie du GHT. Ce GHT pourrait représenter une réelle opportunité du point de vue des approvisionnements en viande pour le département.

Cependant, se posent deux questions :

- Celle du prix d'achat de la viande (le budget du service de restauration du CH Auscitain est en baisse considérable),
- Celle de la capacité des éleveurs gersois à proposer régulièrement et en grande quantité un produit homogène.

40 agents travaillent au sein des 2600 m<sup>2</sup> du service restauration du CH Auscitain qui a été soumis à un audit, la délibération est en cours et cela pourrait faire passer le service restauration à la SODEXO.

Piste d'amélioration : constitution d'un groupement de production.

### **IDELE- L'institut de l'élevage**

Il s'agit d'un organisme de recherche-développement dont la vocation est d'améliorer la compétitivité des élevages herbivores et de leurs filières. Ses travaux apportent des solutions techniques aux éleveurs de bovins, ovins, caprins et équins et aux acteurs économiques des filières. L'un des enjeux est aussi de fournir des éléments de réponse aux questions sociétales.

Pour la responsable de l'Idèle dans le Gers, il faut accompagner les éleveurs vers une évolution des carcasses car malgré d'excellents rendements, elles sont souvent trop lourdes et non-adaptées à un certain type de demande.

L'IDELE initie un projet sur la finition et l'efficacité alimentaire des blondes d'Aquitaine en collaboration avec les éleveurs. Il y a aussi des essais pour « pré-finir à l'herbe » les animaux. La filière du veau sous la mère connaît une légère crise avec une baisse de consommation. L'IDELE travaille sur les coûts de production et les prix de la contractualisation avec des groupements d'éleveurs. Les animaux issus de systèmes laitiers sont moins chers mais il faut des circuits plus autonomes qui reposent sur les ressources du territoire.

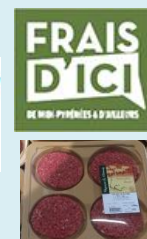
D'après l'Idèle, quelles seraient les pistes d'amélioration ?



- Des steaks de viande hachée sur place en restauration collective ?
- Du croisement de races rustiques
- Des outils de décision pour la gestion du pâturage
- Un indicateur de la bonne valorisation de la ressource en herbe (une méthode)

### Vivadour – Frais d'Ici

Le Groupe Coopératif Vivadour a ouvert un corner Frais d'ici, associé au magasin Gamm Vert d'Auch en septembre 2016. 360 mètres<sup>2</sup> de surface sur les 3800 m<sup>2</sup> du magasin proposent des produits frais et à minima régionaux. Plusieurs éleveurs clairement identifiés en magasin fournissent des animaux désormais abattu à Artix (64) depuis l'acquisition par le groupe de l'abattoir Vignasse & Donney possédant notamment l'agrément steak haché et la technologie « basse pression façon bouchère ».



## 5. Panorama d'actions innovantes

Cette dernière partie a pour objectif de recenser des exemples concrets d'actions mises en œuvre en France afin de répondre aux freins identifiés dans les constats développés en partie 3.

### • AIDER A LA FORMATION & AUX INVESTISSEMENTS EN OUTILS AMÉLIORANT LES PERFORMANCES TECHNIQUES & AGRO-ÉCOLOGIQUES

L'amélioration des performances techniques et agro-écologiques permet une utilisation efficiente des ressources et promeut des systèmes économes en intrants qui cherchent à valoriser les interactions entre les composantes d'une exploitation et à combiner au mieux offre fourragère et demande animale. L'objectif est d'aller vers des systèmes qui considèrent la biodiversité des animaux, des cultures, des prairies et espaces associés comme une ressource et un moyen d'accroître la résilience d'une exploitation, des systèmes où l'éleveur est à l'aise avec les pratiques mises en œuvre. Il peut s'agir d'adéquation entre les besoins des animaux (périodes de mise-bas) et les disponibilités fourragères, d'utilisation de ressources alimentaires, non en compétition avec l'alimentation humaine et d'alimentation et de pâturage de précision (produire autant voire plus avec moins), d'améliorer la performance sur les exploitations du territoire, à travers l'acquisition de l'autonomie alimentaire et la baisse générale des charges relatives aux intrants.

*Région Occitanie*

**ILS L'ONT FAIT**  
— PASS ELEVAGE —

En 2018, les aides de la Région Occitanie aux petits investissements en élevage concernent de nombreuses améliorations visant une performance accrue des exploitations. En bovin viande il est entre autre question de financements pour des aménagements liés à la mise en place d'un pâturage tournant, la conservation et la fabrication d'aliment (autonomie alimentaire), des postes de pesée (gain de technicité et meilleure efficacité énergétique) ou encore les équipements améliorant des conditions de travail pour les naisseurs-engraisseurs notamment). Pour y prétendre, les élevages bovins doivent être adhérents à la Charte des Bonnes Pratiques d'Élevage et respecter une tranche d'investissement. Dans cette démarche, les taux d'aides sont plus avantageux pour les éleveurs sous label ainsi que pour les éleveurs bio et des jeunes installés.

*Association Herbe & Elevage*

**ILS L'ONT FAIT**  
— GIEE HERBE & ELEVAGE —

Le GIEE Herbe et Elevage 32 créé par l'Association Herbe & Elevage 32 regroupe 17 éleveurs bio et non bio (bovins, caprins, ovins) qui ont tous la volonté de travailler avec d'avantage de pâturage mais qui reconnaissent manquer de technique. Ces éleveurs sont accompagnés par les Bios du Gers et l'INRA (UMR AGIR), permettant ainsi d'affiner l'outil Capflor®. L'objectif au-delà d'une amélioration de l'autonomie fourragère (gestion plus optimale des prairies, baisse des achats) et d'un travail sur des variétés plus adaptées au secteur et au changement climatique, est de diffuser largement les résultats concluants auprès du plus grand nombre d'éleveurs.



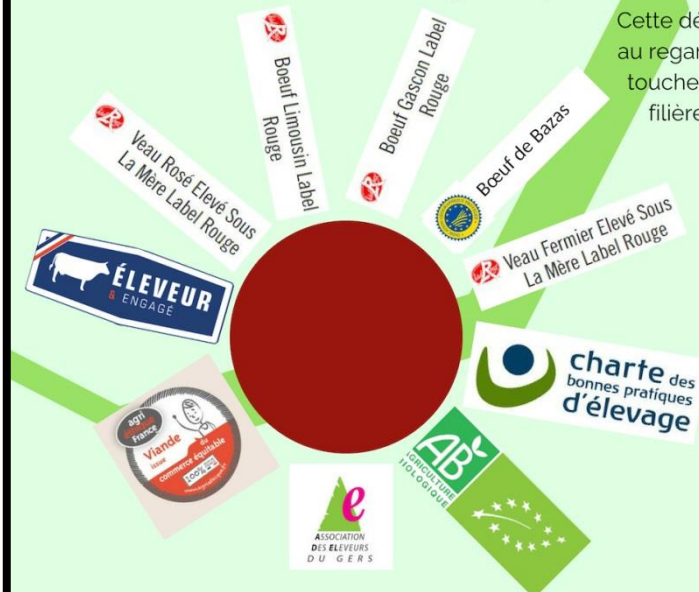
## • FAVORISER LES DÉMARCHES DE QUALITÉ AUPRÈS DES ÉLEVEURS & DES CONSOMMATEURS

Qu'il s'agisse de signes officiels de la qualité et de l'origine, de labels équitables, de marques, de chartes de bonnes pratiques, tout ces outils doivent être mis en place auprès des éleveurs et promu auprès des consommateurs. Certes, cette démarche implique de nouvelles contraintes (cahier des charges à respecter) mais cela permet une montée en gamme visible par les consommateurs.

Cette démarche est attendue par une frange grandissante de la société civile, au regard des nombreux questionnements environnementaux et éthiques qui touchent la consommation de viande. Il est nécessaire que les acteurs de la filière viande s'empare de cette problématique et soient en mesure de répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

## • TRANSPARENCE & COMMUNICATION POSITIVE

De nombreux consommateurs sont également en attente d'informations plus claires de la part des producteurs et des intermédiaires. Dans un même temps, l'élevage est durement attaqué pour des raisons environnementales et de bien être des animaux. La transparence et la communication doivent être une priorité car la majorité des acteurs de la filière fournissent un travail de qualité et que l'élevage traditionnel, sur prairie comme dans le Gers remplit un rôle capital pour le maintien de la biodiversité, le stockage du carbone, la limitation de l'érosion, la filtration de l'eau ou l'entretien des paysages...



## • SOUTENIR, VALORISER LES RACES LOCALES ... ET RUSTIQUES !

Si l'on considère que l'élevage nourrit l'homme en valorisant des végétaux que ce dernier ne peut pas consommer, c'est d'autant plus fondamental lorsqu'il s'agit de milieux inadaptés aux cultures (légumineuses, céréales, maraichage etc...). Des réflexions sur les races rustiques a priori mieux adaptées pour valoriser les milieux difficiles des coteaux (prairies et pelouses sèches, landes) sont donc à engager. La rusticité peut se définir comme la capacité à s'adapter aux contraintes d'un milieu (climatiques, alimentaires, pathologiques...) et à « faire l'accordéon » entre les saisons (perdre du poids en hiver pour le regagner rapidement en conditions favorables). C'est donc une sélection des animaux sur des critères tels que : la capacité à se nourrir d'une végétation naturelle souvent considérée comme indésirable, et variée en espèces et dans le temps ; la capacité à se déplacer sur des terrains difficiles et à supporter des conditions météorologiques extrêmes ; une bonne résistance aux pathologies notamment au parasitisme ; un instinct maternel développé associé à une mise bas facile, les rendant plus adaptées à une gestion extensive. Pour les éleveurs de ces races locales, la rusticité des animaux leur confère une résilience accrue face aux changements climatiques et aux aléas que ces changements provoquent (raréfaction des ressources fourragères). A cette volonté de diminuer les GES de l'élevage, s'ajoute l'objectif de conservation des races locales et un réel enjeu de conservation de la biodiversité génétique mais également de la diversité culturelle et territoriale.

Cependant, dans le cas de la viande notamment, les animaux sont parfois moins adaptés aux circuits longs qui demandent des carcasses standardisées et ces races rustiques sont mises en concurrence avec des races plus productives et leur valorisation, leur conservation et donc leur maintien sont ardues.

*Syndicat des éleveurs de Froment du Léon*  
**ILS L'ONT FAIT**  
 "TELLEMENT CRÈME &  
 VACHEMENT BEURRE"

Le syndicat des éleveurs a travaillé à la création d'une marque, déposée à l'INPI afin de distinguer les produits issus de la Froment du Léon, vache à petits effectifs et véritable "beurrière". Les spécificités du beurre de Froment du Léon sont multiples (lait cru, léger goût acide, richesse en bêta-carotène avec une couleur jaune presque orange). Les éleveurs souhaitant utiliser cette marque doivent respecter un cahier des charges garantissant l'origine du lait utilisé. Au travers la valorisation d'un produit c'est le maintien de la Froment du Léon qui est assuré.





## • SOUTENIR UNE COMMUNICATION FORTE AUTOUR D'UNE VIANDE LOCALE ET ISSUE DE SYSTÈME HERBAGER

La création d'une marque facilement identifiable par le consommateur et répondant à un cahier des charges rigoureux peut permettre d'orienter vers l'achat de viande locale. Cependant la multiplication des labels peut également avoir un effet négatif en complexifiant l'acte d'achat et en perdant le consommateur. La création d'une marque est indissociable d'actions de communication régulières et inscrites dans la durée pour faire connaître la marque et la développer. A priori, il n'existe pas, à ce jour dans le Gers, de marque intégrant à la fois le local et des exigences de maintien des prairies.



Les groupes d'éleveurs produisant des animaux sous la marque "le Bœuf d'herbe", insistent sur la traçabilité, la préférence pour des races rustiques, nourries et engraisées à l'herbe (pâturage, foin, enrubannage) avec une finition herbe + lin/pois/avoine. La marque se décline en bio et intègre des notions d'extensivité (chargement par hectare). Les éleveurs revendiquent le rôle écologique des prairies naturelles mais aussi le bien-être animal d'animaux herbivores avant tout. L'aspect local n'est pas considéré dans cette marque puisque la vente se fait par colis sur internet, dans la France entière.



Des marques de l'ADEL 32 existent déjà, et certaines depuis plus de 10 ans. La plupart valorisent le 100% Gers avec des animaux nés, élevés et abattus sur le département et intègrent des exigences sur les modes de productions et d'élevage des animaux. En revanche il n'y a pas d'obligation en terme de chargement à l'hectare (notion d'élevage extensif), de pratiques agro-écologiques ou de maintien des prairies et des surfaces herbagères. Par ailleurs, dans le cas de "La Vache de mon Voisin" le cahier des charges restreint à la race Blonde d'Aquitaine excluant des races plus locales et rustiques.

## • AIDER LES ÉLEVEURS POUR LA CERTIFICATION (LABEL, MARQUE, BIO ETC...)

Les SIQO (Signes officiels d'Identification de la Qualité et de l'Origine) émanent d'une démarche collective et volontaire des producteurs ou d'un groupement de producteurs, les conditions de production sont strictes et validées par l'État avec des contrôles réguliers réalisés par des organismes indépendants agréés par l'État. Ces SIQO garantissent l'origine (AOC et AOP ; IGP), la qualité supérieure (Label rouge), une recette traditionnelle (STG) ou le respect de mode de production (Agriculture biologique). Aujourd'hui le Label Rouge représente environ 3% de l'offre en viande bovine alors que les viandes (toutes espèces confondues) sous Label Rouge, associées ou non à l'IGP, représentent 90 % des viandes commercialisées sous SIQO. Si les volumes de viande bovine produits sous SIQO sont en augmentation, il faut continuer de promouvoir les labels, qui ont pour objectif de garantir un niveau de qualité minimum (sanitaire, gustatif, origine), des modes de productions plus exigeants sur l'impact environnemental et sur le bien-être animal, qui permettent une meilleure rémunération au producteur et bien sûr qui aident le consommateur à faire un choix éclairé sur ces achats. Les marques, plus "simples" à mettre en place tentent également de remplir ce rôle de "guide" vers plus de qualité. Le fait qu'un produit soit identifié (marque et label) peut aussi lui permettre d'être favorisé lors des appels d'offres de la restauration collective.

Pour pouvoir vendre des animaux sous label, il faut annuellement recevoir la visite d'un organisme certificateur ou adhérer au groupement de producteurs qui portent la marque voulue. Dans un contexte économique tendu, ces surcoûts représentent parfois un frein pour les éleveurs.



Le Conseil départemental 63 prend en charge le coût des contrôles par les organismes certificateurs jusqu'à 80 %, avec un plafond de 500 € par an et par exploitation sur 5 ans.



## • AIDER A LA MUTUALISATION DES OUTILS LOGISTIQUES POUR LES ÉLEVEURS

Les approvisionnements en produits issus de Circuits Courts rencontrent souvent un problème de logistique, qui rend soit impossible la livraison soit fait perdre tout intérêt à la démarche en raison du surcoût qu'il occasionne. C'est le cas notamment des livraisons de produits en petites quantités à de multiples endroits pour la restauration (commerciale et scolaire) ou la distribution. La mutualisation des approvisionnements peut-être un axe de réflexion de façon à assurer une meilleure rentabilité et pérennité des systèmes locaux. Il peut s'agir d'organiser les tournées pour gagner du temps et des kilomètres, de créer des plateformes de collecte et de distribution faisant le lien avec les acheteurs pour reterritorialiser le système alimentaire.



Régat D'Oc est une plateforme associative de livraison de produits locaux pour la restauration collective, localisée dans la vallée du Haut Languedoc. Elle rassemble 20 fournisseurs réguliers, 40 occasionnels et 35 points de livraisons hebdomadaires. Sur la base d'une gamme complète : viandes, fruits et légumes, produits laitiers, œufs, etc., elle dégagne un CA mensuel de 7000€ et emploi 2 ETP : 1 commercial livreur-logisticien, 1 secrétaire et 1 livreur à mi-temps.



Terroir sur la Route est né en 2008 de l'association de plusieurs producteurs pour mutualiser les coûts de transport de leurs produits et par là-même faire un geste pour l'environnement. Ils imaginent donc un camion qui, dans une même tournée, récupère les produits chez les agriculteurs ou sur des points « relais » et livre (autres magasins de producteurs, boutiques, épiceries, restaurants scolaires...). Le camion frigo est celui de la CUMA et l'embauche d'un salarié est soutenue par le Conseil Régional et le Conseil Général.

## • SÉCURISER LES OUTILS D'ABATTAGE.

Les abattoirs publics sont en quête d'une gouvernance élargie, il est nécessaire en effet de pérenniser les filières et partager les responsabilités pour plus de sécurité. La Commission interrégionale des abattoirs Sud-Ouest a recensé 65 % d'abattoirs publics (33 équipements sur 51) fin 2014 sur la zone Aquitaine, Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon. Impliquer les utilisateurs financièrement dans la gouvernance de l'abattoir et cela sur le long terme doit permettre d'atténuer les risques, cependant attirer des partenaires sur des activités peu rentables s'avère difficile.

Aujourd'hui, dans une conjoncture économique difficile, les usagers n'hésitent plus à aller vers « le plus offrant ». Ce comportement accroît l'instabilité à laquelle doit faire face l'entreprise d'abattage. C'est un frein à l'anticipation pour des investissements de modernisation. Cependant en se diversifiant via la création de plate-formes de stockage et/ou d'ateliers de découpe (en intégrant les problématiques territoriales spécifiques), les abattoirs, outils indispensables à l'activité d'élevage, sont en mesure de répondre aux attentes locales des producteurs, bouchers, artisans locaux et particuliers. Plusieurs points peuvent entrer dans la stratégie de l'abattoir :

- Sécuriser les volumes (et lisser les fluctuations des volumes),
- Diversifier les usagers (souvent très forte dépendance à un usager principal),
- Encourager les démarches de valorisation des productions locales via les éleveurs et bouchers abatteurs, fortement dépendants du maintien de l'outil d'abattage pour assurer la pérennité de leurs propres activités,
- Investir pour répondre aux demandes des marchés de la GMS ou des industriels, tant au niveau national qu'à l'export.

### Abattoirs de proximité : une problématique et des enjeux importants

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• lien fort avec les circuits courts et les productions locales;</li> <li>• maintien d'un tissu économique actif au sein des territoires;</li> <li>• maîtrise des risques et stabilité face aux crises des filières viandes;</li> <li>• ouvert à tous les usagers.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• équilibre économique fragile fortement dépendant du mode de gouvernance (et du soutien public dans de nombreux cas);</li> <li>• manque d'engagement des usagers;</li> <li>• coûts relativement élevés liés à la taille et au manque de spécialisation (généralement multi-espèces).</li> <li>• Manque de personnel qualifié</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>• développement des circuits de proximité;</li> <li>• valorisation des signes de qualité;</li> <li>• mutualisation en réseau de l'abattage public.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• baisse de la production toutes filières;</li> <li>• sous-utilisation de certaines chaînes d'abattage;</li> <li>• concurrence exacerbée entre les sites et les usagers.</li> </ul>



A l'abattoir de Gap, une modernisation des outils nécessitait de nouveaux investissements. La municipalité a accepté de financer les travaux si une coopérative venait créer en parallèle une salle de découpe pour mieux structurer et pérenniser la filière. La Coopérative "Le Montagnard des Alpes" a donc réalisé un atelier de découpe/transformation de 500 m<sup>2</sup> pour les porcins.



## • STRUCTURER LA FILIÈRE GRÂCE À LA COOPÉRATION D'ACTEURS

De nombreuses expériences d'associations de multiples acteurs pour structurer des filières (bio, local) ont porté leurs fruits. En effet, la coopération des producteurs, organismes agricoles, transformateurs, intermédiaires et consommateurs permet grâce aux échanges et de travailler ensemble.

*Producteurs - CD 38 - Adabio*

**ILS L'ONT FAIT**

SCIC MANGEZ BIO ISÈRE

Manger Bio Isère (MBI) est créée en 2005 pour faciliter l'approvisionnement bio local. Association de producteurs à ses origines, la SCIC accorde un rôle prépondérant aux producteurs (orientations stratégiques de leur outil). Les salariés, des clients et autres partenaires de la bio, également sociétaires, les accompagnent lors des Assemblées Générales et enrichissent le débat. Enfin, un conseil coopératif composé de producteurs, de clients, de partenaires et de salariés assurent au quotidien le suivi de la mise en œuvre des décisions prises en AG. Le volet éducatif tient toute sa place dans ce programme où l'objectif est d'associer le plus de personnes possibles au projet pédagogique du collège : infirmières, professeurs de SVT, gestionnaires, autres personnes volontaires. MBI travaille étroitement avec ses sociétaires tout au long de l'année pour garantir une offre adaptée aux besoins des professionnels. Le but est de rapprocher l'offre locale au plus près des attentes des clients : connaissance de l'offre locale, l'exigence de qualité, une logistique professionnelle adaptée aux problématiques des circuits courts avec une organisation en flux tendus pour un maximum de fraîcheur et une optimisation du transport. Une équipe commerciale accompagne les clients qui peuvent commander en ligne 24/24h. Mangez Bio Isère accompagne aussi les clients dans la sensibilisation et la valorisation de la démarche d'approvisionnement auprès des convives. MBI sert la restauration scolaire, d'entreprise, commerciale, en magasins spécialisée, en crèche et en EPHAD.

*Conseil Départemental 22*

**ILS L'ONT FAIT**

ASSOCIATION APPÉTIT

L'association Appétit ASSOCIATION POUR LA PROMOTION DES PRODUITS ÉQUITABLES DU TERRITOIRE DANS L'INTÉRÊT DE TOUS a pour but le développement d'une économie locale autour des produits locaux de qualité. Ce travail est issu d'un programme européen, RAFAEL, initié par le Conseil Général des Côtes d'Armor et regroupe le GAB d'Armor, le CEDAPA, le Biopôle et la FRCIVAM Bretagne. Ce programme a pour but de développer la consommation des produits « authentiques » c'est à dire un aliment produit et vendu à l'échelle locale, fortement lié aux richesses naturelles, culturelles et historiques des territoires et issu de modes de production durables (agriculture durable ou biologique). Les agriculteurs, à travers la charte spécifique "Appétit", ont souhaité valoriser leur système de production économe et autonome, basé sur un système herbager, et maîtriser la valeur ajoutée de leurs produits. Cette charte apporte la visibilité de leur travail pour les consommateurs. Le groupe a réalisé un catalogue pour proposer ses produits aux restaurations collectives du département. Près de 4 000 repas intégrant des produits Appétit ont été servis en un an.

## • MUTUALISER LA DEMANDE ... POUR STRUCTURER L'OFFRE !

L'approvisionnement de grosses structures pose la question de la capacité des éleveurs à répondre à la demande. En effet, pour répondre à une commande conséquente lorsqu'un seul type de morceau est demandé, il faut plusieurs animaux homogènes et le reste des carcasses doit faire objet d'une valorisation pour permettre des prix accessibles. Par ailleurs, de petites quantités peuvent être adaptées à des échanges directs entre un restaurant et un producteur, mais elles ne permettent pas aux filières de s'organiser. Le regroupement de la demande peut ainsi offrir un débouché conséquent entraînant une filière. La demande en quantité des collectivités ou des groupements d'achat est un moyen d'orienter et de stimuler des filières par les volumes. Face à cela, l'offre peut également s'organiser.

*civam 09*  
**ILS L'ONT FAIT**  
LA SOURCE

6 éleveurs bios de l'Ariège se sont regroupés en 2003 afin de proposer une gamme de viande sous-vide (boeuf, veau, agneau, brebis, porc). Avec l'aide du Civam Bio 09, ces producteurs ont créé l'association à but non lucratif La Source, pour centraliser les commandes et les répartir entre les différents éleveurs. La Source s'est ensuite développée pour répondre à la demande croissante des collectivités, devenant en 2005 une association fiscalisée, regroupant 12 éleveurs. La Source approvisionne régulièrement 6 cantines scolaires de l'Ariège, 4,6 tonnes de viande biologique ont été livrées en 2008, ce qui représente un chiffre d'affaires de 56 600 €. La Source constitue non pas une plateforme physique mais un intermédiaire administratif qui centralise et gère les commandes des cuisiniers, les répartit entre éleveurs et organise le programme des livraisons. Cela permet à la fois un gain de temps grâce à un interlocuteur unique et une seule facture pour l'ensemble des fournisseurs et une mise en relation directe avec l'éleveur qui assure lui-même les livraisons. Le surcoût est minime avec des frais de gestion à hauteur de 4% du prix des viandes.

*Conseil Départemental 47*  
**ILS L'ONT FAIT**  
DU 47 DANS NOS ASSIETTES

Le CD47 dans la continuité de son plan "Du 47 dans nos assiettes" a constitué un Groupement d'achat à destination des collèges concernant la fourniture de denrées alimentaires. Cette création répond notamment au fait que la vente de produits frais constitue un débouché intéressant pour les producteurs locaux, permettant ainsi de relocaliser les achats et de conserver la plus value sur le territoire Lot et Garonnais. En 2018, déjà, 100 % des produits frais sont d'origine locale ! Pour 2018 en ce qui concerne la viande de boeuf, ce sont quasiment 35 000 T pour un montant de 314 143,56€ qui ont et vont être acheté aux éleveurs du 47.





## • RECENSER LES FOURNISSEURS ET LES PRODUITS POUR LES PROFESSIONNELS

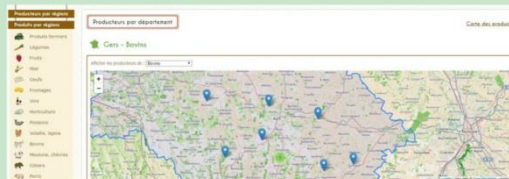
Afin de rendre l'offre locale plus accessible aux professionnels de la restauration, un Guide départemental peut être rédigé puis régulièrement actualisé. Ce guide ou catalogue est chargé de répertorier les éleveurs **motivés par la vente directe**, ceux ayant la **volonté de travailler avec la RHD et en direct avec les bouchers**. Au même titre, ce catalogue peut valoriser les structures qui servent de la viande locale issus d'élevages herbagers (restaurants, boucheries, GMS).



En Nouvelle Aquitaine, une plateforme interactive permet de mettre en lien Chef cuisiniers, gestionnaires, directeurs de restaurants collectifs et des agriculteurs, professionnels des filières agricoles et agroalimentaire. Le portail s'adresse aussi aux convives et parents d'élèves, puisque de **nombreux outils sont disponibles** pour mieux comprendre le fonctionnement de la restauration collective. Il ne s'agit **pas d'une plateforme d'achat** mais bien d'un interface ressource entre les acteurs et consommateurs de la restauration collective.



La plateforme "Acheter à la source" a vu le jour à l'initiative d'une poignée de consommateurs. Elle s'adresse **aux particuliers** désireux d'acheter des produits en direct des producteurs repartis sur l'ensemble du territoire. Ce sont les producteurs qui s'inscrivent. Hormis l'aspect vente directe, **aucun autre critère n'est exigé** (label, bio etc...).



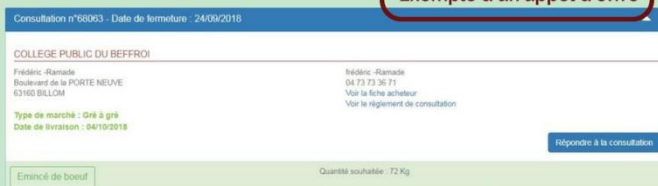
## • FINANCER UNE PLATEFORME DE COMMANDE EN LIGNE POUR FACILITER L'ACHAT DE LOCAL EN RHD

Une stratégie d'achat à l'échelle d'une collectivité passe aussi par le **développement d'outils** visant à faciliter la mise en relation et donc les commandes entre les établissements et les fournisseurs d'un territoire. Certaines plateformes numériques permettent à des acheteurs de passer directement commande auprès de fournisseurs enregistrés, pour l'instant de gré à gré (Agrilocal).

Elles ont l'avantage de mettre en lien des producteurs/fournisseurs et des acheteurs sur des bassins de production/consommation. Ces plateformes numériques **fonctionnent lorsqu'il existe des ressources humaines pour assurer la maintenance des plateformes**, identifier les fournisseurs et les acheteurs, former les parties prenantes, organiser des rencontres entre les producteurs et les acheteurs publics.



Exemple d'un appel d'offre



Convaincu du rôle économique essentiel que **représente** l'activité agricole sur son territoire, le Conseil départemental du Puy-de-Dôme grâce à Agrilocal63 se donne les moyens de favoriser les achats de proximité et de développer les productions agricoles locales. La commande publique est simplifiée, la plateforme est gratuite pour ses utilisateurs. C'est un vrai projet collectif et novateur qui mobilise les acteurs du territoire et qui permet de dynamiser tout un secteur économique et social du département.

Les trois premières années d'activité de la plateforme on comptabilisé près de 500 000 € de commandes !  
C'est tout autant de richesse qui reste sur le territoire.

Visite à la ferme des acheteurs publics



• [HTTP://WWW.AGRILocal.FR/LE-RESEAU-AGRILocal/](http://www.agrilocal.fr/le-reseau-agrilocal/)



## • SENSIBILISER & FORMER LES RESPONSABLES DES ETABLISSEMENTS EN GESTION CONCEDEE

La majorité des entreprises françaises et des écoles primaires publiques font aujourd'hui appel à une entreprise de service de restauration collective, or dans le cadre des marchés publics, les critères plus spécifiques sont à inscrire dans les clauses administratives ou techniques, selon leur nature. Ils peuvent faire l'objet d'options environnementales ou de conditions d'exécution sur lesquelles baser les critères de sélection du prestataire. Mais intégrer la dimension locale reste complexe car la préférence locale est interdite. Néanmoins, certains critères permettent de favoriser les approvisionnements locaux. Il est par exemple possible de souhaiter un délai court entre cueillette et livraison pour assurer la fraîcheur des produits et ainsi diminuer au mieux les distances de transport. Il existe aussi des possibilités de faire référence aux critères environnementaux que doivent respecter les produits ou leur fabrication et transport (label, ecolabel, protection de l'environnement...).

## • ERADICHER LE GASPILLAGE POUR ACHETER MOINS MAIS MIEUX



La Direction régionale Grand Est de l'ADEME et la Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DRAAF) Grand Est proposent une boîte à outils « Stop au gâchis » pour les collèges et les lycées.

L'objectif : avoir tout en main pour mettre en œuvre facilement et efficacement des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire dans un établissement d'enseignement secondaire. La cible : directeur, gestionnaire et chef de cuisine. La boîte à outils contient des fiches méthodologiques, des exemples d'actions, des modèles d'enquêtes, des tableaux d'analyse, un kit de communication...



Sur 120 000 repas servis par an, 28 000 sont Bio. La conception et réalisation des menus, en gestion municipale, se fait avec 23 % de BIO et des approvisionnements de proximité. Le système SABINE qui donne la possibilité à l'enfant de « badger » le matin pour réserver son repas permet à la municipalité d'adapter les quantités cuisinées au jour le jour et donne aux familles beaucoup de souplesse. Au delà du bio et du local, un gros travail est fait sur l'appréciation par les enfants des quantités de nourriture dans leurs assiettes pour éviter les gaspillages, permettant ainsi des économies considérables ré-investies dans le qualitatif des produits.



## • AIDER FINANCIEREMENT AUX ACHATS DE VIANDE LOCALE POUR LES REPAS DANS LES CANTINES SCOLAIRES (COLLEGES/ÉCOLES)

L'un des freins identifiés des gestionnaires de la RHD est indéniablement le prix globalement plus élevé de la viande locale (ou/et bio) en comparaison avec morceaux issus de cheptel laitier, et/ou non origine FR. Une aide ponctuelle spécifique à l'achat de viande locale (identifiable grâce à une marque/label) permettrait de lever ce frein d'ordre économique.



Les bénéficiaires sont les collèges publics et privés et restaurants communaux du département.

- les repas doivent être constitués à 100 % d'aliments issus de l'agriculture biologique (label),
- les ingrédients principaux de deux composantes du repas (entrée, plat principal, garniture, produits laitiers, dessert) devront être d'origine locale (Puy-de-Dôme ou limitrophe).

• Les deux composantes locales du repas devront être commandées par l'intermédiaire de l'outil agrilocal63.fr (voir fiche plateforme). Le Conseil départemental prend en charge une partie du coût des repas composés à 100 % avec des produits issus de l'agriculture biologique, à hauteur de 0,80 € par repas pour les collégiens et 0,70 € par repas pour les élèves d'écoles primaires.



Le collège à Condrieu (69) a voté en conseil d'administration une augmentation du coût matière première (de 1,36 à 1,86 euros soit plus de 10 %) pour des repas de meilleure qualité. Il s'agit d'une décision forte qui traduit un engagement politique certain et qui s'accompagne d'une réflexion et d'une réorganisation des services de restauration pour contenir les coûts globaux.

## 6. Conclusion

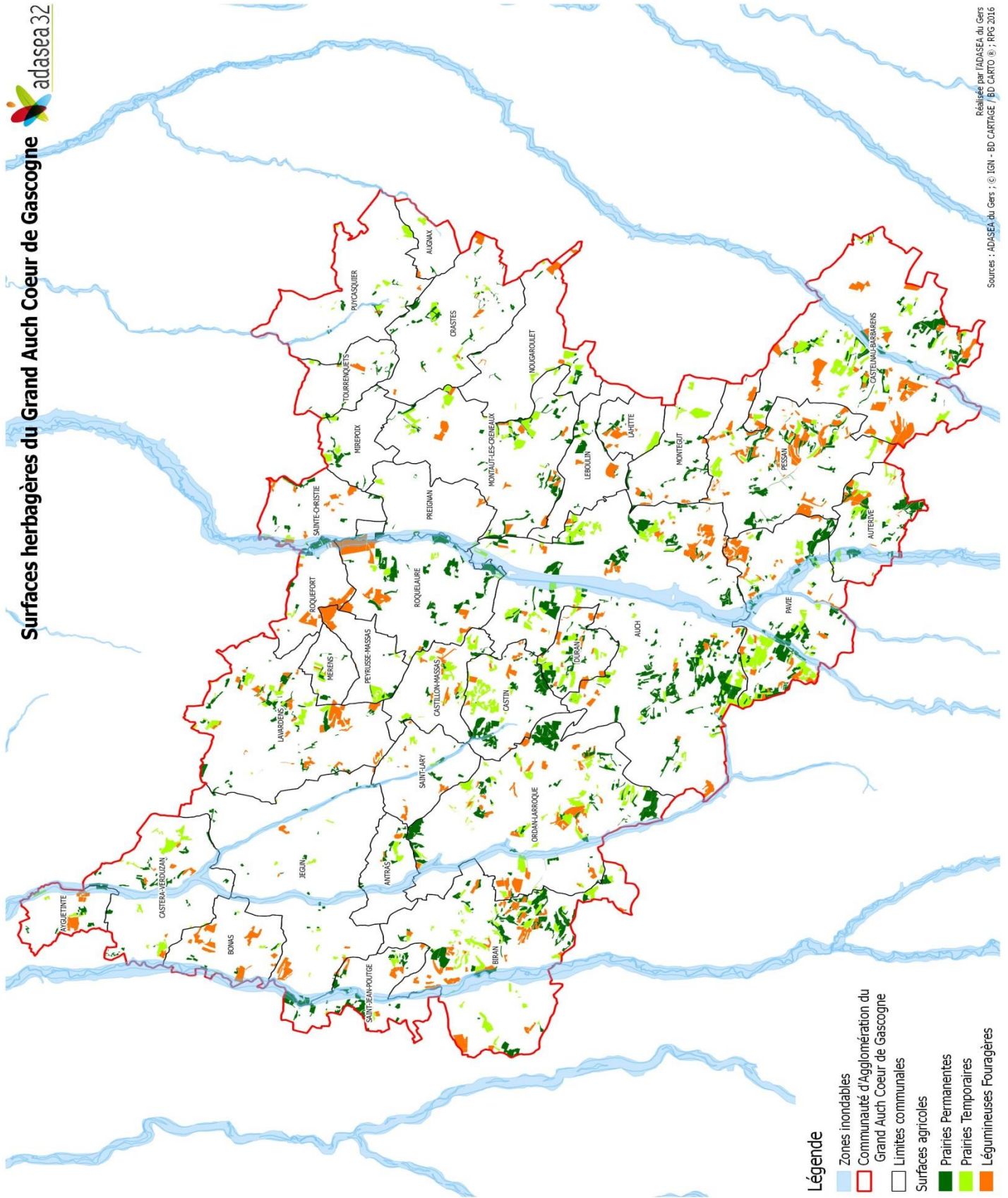
La filière bovin viande sur le territoire du Grand Auch est complexe et subit des mutations rapides. Cependant elle fait face à des problèmes que l'on pourrait désigner de « courants » pour ce secteur et qui sont observés à l'échelle du Gers et dans d'autres départements. C'est ce que le panorama d'actions concrètes tente de mettre en avant : il existe des solutions réalistes face aux freins rencontrés aux différents stades de la filière bovin viande, allant du producteur aux acheteurs en passant par les transformateurs. Structurer en amont l'offre et en aval la demande est l'un des enjeux de la filière bovine. La filière doit également évoluer pour mieux répondre à la demande et aux attentes de la société, tant sur l'exigence de qualité, de transparence que sur l'aspect environnemental et sur le bien-être animal.

Plusieurs pistes sont lancées dans cette étude parmi lesquelles communiquer sur les produits de qualité et les externalités positives de l'élevage valorisant les ressources herbagères, accompagner l'ensemble des professionnels de la filière vers plus de technicité, mutualiser les moyens de commercialisation, mutualiser la demande en produits locaux et faire un choix politique fort en donnant les moyens aux acteurs de la restauration collective de mettre de la viande locale dans les assiettes. Car re-territorialiser l'alimentation et faire le choix du local, ce n'est pas seulement diminuer les émissions dues aux transports, c'est également soutenir et pérenniser économiquement un élevage herbager mettant en œuvre des pratiques de gestion agro-écologiques plus résilientes, c'est sauvegarder et promouvoir les écosystèmes de prairies, véritables atouts du territoire dans la lutte contre le changement climatique.



# Annexes

## ANNEXE 1





## Annexe 2 : Questionnaires d'entretien

### Grille d'entretien 1 – Boucherie, GMS, restaurants

#### Informations générales :

Nom : .....

Il y a-t-il un rayon boucherie (découpe) :                      Oui                      Non

Si absence de boucherie à la découpe, quels sont les produits proposés :  
.....

Nombre d'employés	
Qualification des salariés	
Qui établit les commandes (ou décide des menus)	

Volume écoulé par semaine	
Combien de clients par jour ? (ou repas/jour)	

#### Equipements

Avec quels équipements découpez-vous la viande ?	
Manquez-vous de matériel pour optimiser le fonctionnement de votre atelier (en lien avec la découpe ou la cuisson des viandes).	
Si oui le(s)quel(s) ? :	
Elaboration de plats cuisinés ?	
Avec quels équipements cuisinez-vous la viande ?	
De quel matériel disposez-vous pour stocker vos denrées ?	
Quelles sont vos marges de manœuvres pour réduire vos coûts de fonctionnements ?	

#### Approvisionnement

Comment vous approvisionnez-vous en viande ?	
Votre rayon d'approvisionnement (km)	
Êtes-vous approvisionné en viande du Gers ?	
Si oui, quand avez-vous commencé à en acheter ?	
En produits bio ? Si oui, origine ?	
Quelle est votre connaissance des marques & label du Gers sur les viandes ? Connaissez-vous les opérateurs de la filière locale de viande ? Si oui Lesquels ?	
Avez-vous déjà tenté l'approvisionnement en viande locale voir en direct avec un éleveur ?	
Points positifs :	
Points négatifs :	

	Viande Locale	Viande autre
De quels morceaux avez-vous besoin ?		
« Qu'attendez-vous de votre viande ? »		
Avez-vous des objectifs d'utilisation de viande locale ? % et échéance		
Si oui qu'est-ce qui motive cette démarche ?		
Vos clients semblent-ils sensibles à l'origine de la viande ?		

Selon vous quels sont les principaux freins à la consommation de viande locale ?		
Quels seraient vos besoins pour favoriser l'approvisionnement en viande locale dans votre magasin ?		
Avez-vous des demandes spécifiques auxquelles vous ne parvenez pas à répondre ?		
Label Relations Fournisseurs & Achats Responsables ?		

## Grille d'entretien 2 – Abattoir et transformateurs

### Informations générales :

Nom : .....

Fonctionnement de l'abattoir / de l'atelier de transformation:

.....  
.....

Nombre d'employés

Qualification des salariés

### Approvisionnements :

	Vache viande label (%)	Vache viande sans label (%)	Vache reforme lait (%)	Veaux label (%)	Veaux sans label (%)	Bio (%)
GERS						
SUD OUEST						
FRANCE						
UE						

Quels débouchés ?

Principaux acheteurs ? (RHD, GMS, restauration) ; En % ?

En % qu'est ce qui reste dans le Gers ? Occitanie ? Autre ?

Manquez-vous de matériel pour optimiser le fonctionnement de votre atelier (en lien avec la découpe, le conditionnement ou la cuisson des viandes).

Si oui le(s)quel(s) ? :

De quel matériel disposez-vous pour stocker vos denrées ?

Comment vous approvisionnez-vous en animaux/viande?

Votre rayon d'approvisionnement (km)

Via quel opérateur se font les appro en bétail /viande du Gers ?

En animaux/viande issus d'élevage bio ?

Quelle tendance viande Gers VS viande autre à l'heure actuelle ?

Comment l'expliquer ?

Points positifs appro bovin/viande du Gers:

Points négatifs appro bovin/viande du Gers:

Avez-vous des objectifs d'achat de viande locale ? % et échéance

Si oui qu'est-ce qui motive cette démarche ?	
Vos clients semblent-ils sensibles à l'origine de la viande ?	
Selon vous quels sont les principaux freins à la consommation de viande locale ?	
Quels seraient vos besoins pour favoriser l'approvisionnement d'animaux/viande du Gers ?	
Avez-vous des demandes spécifiques auxquelles vous ne parvenez pas à répondre ?	

## Grille d'entretien 3 - éleveur

### Présentation de l'enquêteur

Nom, prénom, domaine d'activité : .....

Pourquoi je suis là aujourd'hui, pour qui je travaille, quelles sont les missions de ma structure, pourquoi est-ce utile pour lui, comment va se dérouler l'entretien.

### Présentation de l'éleveur :

Homme /Femme :

Age :

Année d'installation :

CF/HCF (NIMA) :

Parcours professionnel :

### Présentation exploitation

Statut juridique :

SAU :

Productions :

Nature de l'atelier viande : broutards, VSM,

taurillons, bœufs, veaux de boucherie ?

Autres ateliers ? Principaux ou secondaires ?

Valorisation de la production ? AOP, label, bio,

vente directe

Nombre d'animaux

Race ? Quels points positifs pour cette race ?

Quelles faiblesses ?

Assolement

% d'autosuffisance

Nature des achats extérieurs

### Pratiques et filières de commercialisation

Quels sont les modes de commercialisation de vos produits ?

OP commerciale	OP non commerciale	vente directe	négociants

Mode de commercialisation	% de produits écoulés	% du chiffre d'affaire	Temps passé

---

Quels intérêts voyez-vous dans chacun de vos modes de commercialisation ?

Certains produits sont-ils spécifiques à certains débouchés ?

Avez-vous la main sur la fixation de vos prix ? Comment les fixez-vous ?

Avez-vous déjà tenté de faire des circuits courts ? Comment cela se déroule ? ou bien s'est déroulé ?

Si vous commercialisez en circuit court, quelles sont vos motivations ?

Quel est votre point de vue sur les motivations qui poussent les agriculteurs à choisir ce type de circuits de commercialisation ?

Quels ont été vos freins ? Il y en a-t-il encore ?

Avez-vous de contacts avec les bouchers du secteur ? Si oui comment cela a commencé ? Et comment se passent les relations ? Si non, pourquoi ?

## Pratiques

L'exploitation est-elle engagée dans l'une des démarches suivantes ?

Certification environnementale des exploitations agricoles	Fermes DEPHY	GIEE 0. Non 1. Oui
MAEC 0. Non 1. Oui, entièrement 2. Oui, partiellement Autre : _____	Groupe des 30000 du plan Ecophyto 0. Non 1. Oui	Autre démarche de nature agro-écologique 0. Non / 1. Oui, entièrement 2. Oui, partiellement

---

Appartenance à une zone vulnérable : Aucune parcelle/ Toutes parcelles/Une partie des parcelles de l'exploitation.

[Si parcelles en mode biologique] De quelle année date votre conversion ?

Hormis les éventuels engagements liés au mode de production biologique, êtes-vous ?

- Sans engagement
- Engagé dans le respect d'une mesure agri-environnementale rémunérée (MAE ou MAEC)
- Engagé dans un cahier des charges de réduction des phytosanitaires hors MAEC

## GESTION DES PRAIRIES PERMANENTES

Prairies permanentes (implantées avant l'automne 2013) : ..... ha

- 1. Semées depuis 5 à 10 ans => ..... ha
- 2. Semées depuis plus de 10 ans => ..... ha
- 3. Naturelles => ..... ha

---

Depuis l'implantation, y a-t-il eu des resemis ?

---



## GESTION DES PRAIRIES TEMPORAIRES

Superficie totale sur l'exploitation: |\_|\_|\_|\_|\_|, |\_|\_|\_|\_|\_| ha

Type de prairie :

- 1. Graminée pure monospécifique (type RGI)
- 2. Graminées en mélange ou association (sans légumineuses)
- 3. Mélange ou association graminées/légumineuses pour pâture
- 4. Mélange ou association graminées/légumineuses pour fauche
- 5. Mélange ou association graminées/légumineuses pour usage mixte fauche et pâture
- 6. Autres

Indiquez sa composition

Graminées	Légumineuses
Ray-grass d'Italie	Trèfle blanc/violet/hybride
Ray-grass anglais	Lotier (corniculé)
Ray-grass hybride	Sainfoin
Dactyle (pelotoné)	Minette
Fétuque élevée	Autre(s) légumineuse(s)
Autre(s) graminée(s) de longue durée (fétuque des prés, fléole des prés, pâturin des prés)	Luzerne autre que minette

MODE D'EXPLOITATION : Foin / Ensilage / Pâture / Affouragement en vert/ Enrubannage

TYPE DE BOTTES	TYPE D'ENSILAGE	TYPE D'ENRUBANNAGE
Par rapport au rendement moyen des 5 dernières années des prairies sur l'exploitation, le rendement de cette campagne est-il ?	1. Normal	
	2. Faible	
	3. Fort	
[Si la prairie a été exploitée et rendement à la hausse ou baisse] A combien évaluez-vous la hausse/baisse en pourcentage ?		
Utilisez-vous un logiciel d'enregistrement des pratiques ? 1. Oui 0. Non		
[Si utilisation d'un logiciel] Lequel ?		
Accompagnement technique ? Participation à des formations ? Engagement professionnel ?		
Quelles sont les sources d'incertitude liées à votre activité ?		
Perspectives à court/moyen/long terme (associé ? reprise?)		

### Conduite de l'alimentation

Quelles sont les compositions des rations pour les différents lots d'animaux en fonction de leur stade de développement et des objectifs visés.

Catégorie d'animaux	Ration

Quelles difficultés posent l'alimentation à l'heure actuelle ?	
Comme pourraient-elles être évitées ?	
Comment les prairies s'insèrent dans les rations ?	

# Bibliographie

- Guide de la restauration collective responsable à l'attention des collectivités et des entreprises [en ligne] Réseaux CIVAM et FNH, 2009. Disponible sur : [http://www.fondation-nature-homme.org/sites/default/files/publications/guide\\_rcr\\_fnh2010.pdf](http://www.fondation-nature-homme.org/sites/default/files/publications/guide_rcr_fnh2010.pdf)
- Disponible sur : [http://www.lelabo-ess.org/IMG/pdf/compte-rendu\\_prospectivess\\_agrialim\\_durables-temps1\\_web.pdf](http://www.lelabo-ess.org/IMG/pdf/compte-rendu_prospectivess_agrialim_durables-temps1_web.pdf)
- « 10-optimiser-la-gestion-des-prairies-reference-ademe-8131.pdf ». <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/10-optimiser-la-gestion-des-prairies-reference-ademe-8131.pdf>.
- « 1510-brochure-plateforme-restauration-collective-v4.pdf ». . <http://agriculture.gouv.fr/sites/minagri/files/1510-brochure-plateforme-restauration-collective-v4.pdf>.
- « 2016-2020 : une stratégie globale pour le bien-être des animaux en France | Alim'agri ». . <http://agriculture.gouv.fr/2016-2020-une-strategie-globale-pour-le-bien-etre-des-animaux-en-france>.
- « 2017\_JR\_bovins\_viande\_06\_adequation\_offre\_demande\_et\_consommation\_francaise\_AMPROU.pdf ». . <https://pays-de-la-loire.chambres-agriculture.fr>
- admin\_capgemini. « Transition écologique et alimentation ». Mairie de Grande-Synthe (blog). . <http://www.ville-grande-synthe.fr/ville-durable/etudes-et-innovations/transition-ecologique-et-alimentation/>.
- « AFIPAR - Association de formation et d'Information des Paysans et des Ruraux - Réseau Circuits Courts Poitou-Charentes ». . <http://reseauuccpc.org/engagements-du-reseau/membres-fondateurs/article/afipar>.
- « Agri-Éthique, figure de proue d'un commerce équitable made-in France en plein essor | Campagnes & Environnement ». . <http://campagnesetenvironnement.fr/agri-ethique-figure-de-proue-dun-commerce-equitable-made-in-france-en-plein-essor/>.
- « Annuaire Bio Gersois ». . [http://www.gers.fr/applications/annu\\_bio/index.php](http://www.gers.fr/applications/annu_bio/index.php).
- « Approvisionnement - Territoire, Alimentation durable & Diagnostic ». . <http://alim-durable-diagnostic.org/Approvisionnement>.
- « arrete\_label\_bas\_carbone.pdf ». . [http://www.consultations-publiques.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/arrete\\_label\\_bas\\_carbone.pdf](http://www.consultations-publiques.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/arrete_label_bas_carbone.pdf).
- « Bien-être animal Les 65 propositions parlementaires pour améliorer les conditions d'abattage ». Web-agri. . <http://www.web-agri.fr/actualite-agricole/politique-syndicalisme/article>
- « broch\_201412\_reseaurural\_action5.pdf ». . [http://www.civam-hautsdefrance.fr/wp-content/uploads/2014/12/broch\\_201412\\_reseaurural\\_action5.pdf](http://www.civam-hautsdefrance.fr/wp-content/uploads/2014/12/broch_201412_reseaurural_action5.pdf).
- « CIA\_-\_strategie\_interregionale\_abattoirs\_cle0dc417.pdf ». . [http://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/CIA\\_-\\_strategie\\_interregionale\\_abattoirs\\_cle0dc417.pdf](http://draaf.occitanie.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/CIA_-_strategie_interregionale_abattoirs_cle0dc417.pdf).
- « Circuits courts : la lente évolution des producteurs ». France Culture, 20 juillet 2017.
- « Circuits courts : Un nouvel annuaire de producteurs débarque d'Alsace ». <http://www.lafranceagricole.fr/>
- [http://www.interbevoccitanie.fr/\\_medias/documents/classements\\_et\\_categories\\_des\\_bovins\\_a\\_1\\_abattoir02.pdf](http://www.interbevoccitanie.fr/_medias/documents/classements_et_categories_des_bovins_a_1_abattoir02.pdf).
- « compte-rendu\_prospectivess\_agrialim\_durables-temps1\_web.pdf ». . [http://www.lelabo-ess.org/IMG/pdf/compte-rendu\\_prospectivess\\_agrialim\\_durables-temps1\\_web.pdf](http://www.lelabo-ess.org/IMG/pdf/compte-rendu_prospectivess_agrialim_durables-temps1_web.pdf).
- « Construire ensemble des circuits alimentaires de proximité | Citoyens & Territoires Grand Est ». . <http://citoyenterritoires.fr/ressource/construire-ensemble-des-circuits-alimentaires-de-proximite%C3%A9>.
- « Dégustation de viande de «vache mirandaise» ». ladepeche.fr. . <https://www.ladepeche.fr/article/2018/06/20/2821034-degustation-de-viande-de-vache-mirandaise.html>.
- « Détails Formation découpe viande bovine ». Vivea (blog). . <https://www.vivea.fr/details-formation/>.
- « #EGalim : Ancrage territorial de l'alimentation : zoom sur le Gard | Alim'agri ». . <http://agriculture.gouv.fr/egalim-ancrage-territorial-de-l'alimentation-zoom-sur-le-gard>.
- « Eleveur et Engagé ». Eleveur et engagé. . <https://eleveur-et-engage.fr/>.
- « Favoriser\_une\_restaurer\_collective\_de\_proximite\_et\_de\_qualite\_cle885e52.pdf ». . [http://driaaf.ile-de-france.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Favoriser\\_une\\_restaurer\\_collective\\_de\\_proximite\\_et\\_de\\_qualite\\_cle885e52.pdf](http://driaaf.ile-de-france.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Favoriser_une_restaurer_collective_de_proximite_et_de_qualite_cle885e52.pdf).
- « fiche-IC-restauration-collective.pdf ». . <http://www.agriculturepaysanne.org/files/fiche-IC-restauration-collective.pdf>.
- « FICHE-METIER-2018-CAP-BOUCHER-OK-2.pdf ». . <http://www.edm-gers.fr/wp-content/uploads/2017/11/FICHE-METIER-2018-CAP-BOUCHER-OK-2.pdf>.
- « fiche\_opération\_SPE01\_20150115.pdf ». . [http://www.agriculture-durable.org/wp-content/uploads/2015/05/fiche\\_op%C3%A9ration\\_SPE01\\_20150115.pdf](http://www.agriculture-durable.org/wp-content/uploads/2015/05/fiche_op%C3%A9ration_SPE01_20150115.pdf).
- « Fragilisés, les abattoirs publics sont en quête d'une gouvernance élargie ». <http://www.lagazettedescommunes.com>
- « Gers Boeuf - Auch - Nos viandes GERS BOEUF ». . <http://www.gersboeuf.fr/gers-boeuf-nos-viandes>.
- « Guide «Favoriser l'approvisionnement local et de qualité en restauration collective» | Alim'agri ». . <http://agriculture.gouv.fr/guide-favoriser-l'approvisionnement-local-et-de-qualite-en-restauration-collective>.
- « Mangez Bio Isère ». Mangez Bio Isère, 1 septembre 2017. <http://www.mangezbioisere.fr/>

- INRA. « L’Herbipôle du Centre ARA », 18 septembre 2015. <http://www.ara.inra.fr/%2FToutes-les-actualites%2FHerbipole>.
- « Je m’installe paysan - Développement des circuits de proximité ». . <http://www.jeminstallepaysan.org/circuitsprox>.
- « Journées 3R Où va le bœuf ? Quel produit pour quel marché ? » <http://www.web-agri.fr/actualite-agricole/economie-social/article/ou-va-le-b-uf-quel-produit-pour-quel-marche-1142-85262.html>.
- « Label Relations fournisseur responsables ». . <http://www.rfar.fr/label-relations-fournisseurs-achats-responsables/>.
- « Vidéos: Séminaire « Quelles politiques publiques pour une restauration collective locale et durable ? » <https://lascaux.hypotheses.org/1028>.
- « Le réseau Agrilocal | RSE Agrilocal ». . <http://www.agrilocal.fr/le-reseau-agrilocal/>.
- « Les Tables du Gers, restaurants et producteurs labellisés dans le Gers ». . <https://www.lestablesdugers.fr/>.
- « Levier n°5 bis Pour une plus grande autonomie fourragère ». Web-agri. . <http://www.web-agri.fr/partenaire/autonomie-alimentaire/article/autonomie-fourragere-2908-137244.html>.
- « Localim : la boîte à outils des acheteurs publics de restauration collective | Alim’agri ». . <http://agriculture.gouv.fr/localim-la-boite-outils-des-acheteurs-publics-de-restauration-collective>.
- « Mémoire, Caractériser l’insertion de Démarches Collectives En Circuit Court, C.Maffezzoli ». Issuu. . [https://issuu.com/chaireunescoadm/docs/c.maffezzoli\\_-\\_isam\\_2013](https://issuu.com/chaireunescoadm/docs/c.maffezzoli_-_isam_2013).
- Mollier, Pascale. « L’élevage de ruminants reste nécessaire », 21 février 2017. <http://www.inra.fr>
- « Mon Restau Responsable - Fondation Nicolas Hulot ». . <http://www.restauration-collective-responsable.org/>.
- « PâturageSens | La haute performance animal à l’herbe ». . <http://paturesens.com/>.
- Pays-de-la-Loire, DRAAF. « Observatoire régional 2016 de l’approvisionnement de proximité en restauration collective : premier bilan », 18 octobre 2016. <http://draaf.pays-de-la-loire.agriculture.gouv.fr/Observatoire-regional-2016-de-l>.
- « Agreste ». . [http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf\\_D3211A01-2.pdf](http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf_D3211A01-2.pdf).
- « PNNS | Manger Bouger ». . <http://www.mangerbouger.fr/PNNS>.
- « Producteurs gers (32) ». . <https://www.acheteralsource.com/vente-directe-producteur/midi-pyrenees/gers-32-1>.
- « Qu’est ce qu’Idoki ? - Producteurs et produits fermiers pays basque qualité Idoki ». . <https://www.producteurs-fermiers-pays-basque.fr/>
- [http://agriculture.gouv.fr/sites/minagri/files/races\\_menacees\\_rapport\\_methodologique.pdf](http://agriculture.gouv.fr/sites/minagri/files/races_menacees_rapport_methodologique.pdf).
- « rapport\_abattoirs.pdf ». . [http://gestion.terre-net.fr/ulf/TNM\\_Biblio/fiche\\_122325/rapport\\_abattoirs.pdf](http://gestion.terre-net.fr/ulf/TNM_Biblio/fiche_122325/rapport_abattoirs.pdf).
- « reglementation\_sanitaire\_approvisionnement\_restaurant\_collective\_F8\_cle834f3f.pdf ». . [http://draaf.auvergne-rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/reglementation\\_sanitaire\\_approvisionnement\\_restaurant\\_collective\\_F8\\_cle834f3f.pdf](http://draaf.auvergne-rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/reglementation_sanitaire_approvisionnement_restaurant_collective_F8_cle834f3f.pdf).
- « Restauration collective et politique d’approvisionnement | PNA ». . [http://www.observatoire-restoco-durable.org/?q=fiche\\_thematique/restauration-collective-et-politique-dapprovisionnement](http://www.observatoire-restoco-durable.org/?q=fiche_thematique/restauration-collective-et-politique-dapprovisionnement).
- « Restauration collective et politique environnementale | PNA ». . [http://www.observatoire-restoco-durable.org/?q=fiche\\_thematique/restauration-collective-et-politique-environnementale](http://www.observatoire-restoco-durable.org/?q=fiche_thematique/restauration-collective-et-politique-environnementale).
- « Retour sur le séminaire “La restauration collective, un levier pour la (re)territorialisation de l’alimentation ? » . <http://www.reseaurural.fr/centre-de-ressources/actualites/retour-sur-le-seminaire-la-restauration-collective-un-levier-pour>.
- Ritzenthaler, Albert. « Les circuits de distribution des produits alimentaires », s. d., 186.
- « Sociétés de restauration collective en gestion concédée, en restauration commerciale et approvisionnements de proximité | Alim’agri ». . <http://agriculture.gouv.fr/societes-de-restauration-collective-en-gestion-concedee-en-restauration-commerciale-et>.
- « Solagro\_afterres2050-v2-web.pdf ». . [http://afterres2050.solagro.org/wp-content/uploads/2015/11/Solagro\\_afterres2050-v2-web.pdf](http://afterres2050.solagro.org/wp-content/uploads/2015/11/Solagro_afterres2050-v2-web.pdf).
- « Projet de décret et d’arrêté portant création d’un label Bas-Carbone », 2 juillet 2018. <http://www.consultations-publiques.developpement-durable.gouv.fr/projet-de-decret-et-d-arrete-portant-creation-d-un-a1843.html>.
- « “TERRES D’ICI”, LA MARQUE DES AGRICULTEURS DE L’Y GRENOBLOIS | Sillon 38 – Le journal du monde rural – (38) Isère ». . <http://www.sillon38.com>
- « Territoire, Alimentation durable & Diagnostic ». . <http://alim-durable-diagnostic.org/spip.php?page=sommaire>.
- « UMT Pasto ». . <http://idele.fr/reseaux-et-partenariats/unites-mixtes-technologiques/umt-pasto.html>.
- « Utopies | L’autonomie alimentaire des villes » <http://www.utopies.com/fr/publications/autonomie-alimentaire-des-villes>.
- « valorisation\_des\_races\_en\_conservation.pdf ». [http://fr.france-genetique-elevage.org/IMG/pdf/valorisation\\_des\\_races\\_en\\_conservation.pdf](http://fr.france-genetique-elevage.org/IMG/pdf/valorisation_des_races_en_conservation.pdf).
- « Viande bovine - Producteurs et produits fermiers pays basque qualité Idoki ». . <https://www.producteurs-fermiers-pays-basque.fr/fr/nos-productions/viande-bovine/>.
- Welch, Jean-Marie. « Rustique pour quoi faire ? », s. d., 4. ———. « Une végétation riche et diversifiée », s. d., 4.