



**HAL**  
open science

## **Varape : des outils pour accompagner les démarches collectives de valorisation des produits des races à petits effectifs**

C. Couzy, L. Markey, Anne Lauvie, Annick Audiot, F. Thuault, D. Olliver, G. Chiron

### **► To cite this version:**

C. Couzy, L. Markey, Anne Lauvie, Annick Audiot, F. Thuault, et al.. Varape : des outils pour accompagner les démarches collectives de valorisation des produits des races à petits effectifs. *Innovations Agronomiques*, 2017, 55, pp.29-40. 10.15454/1.5137751023185098E12 . hal-01603187

**HAL Id: hal-01603187**

**<https://hal.science/hal-01603187>**

Submitted on 26 May 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

## **VARAPE : des outils pour accompagner les démarches collectives de valorisation des produits des races à petits effectifs**

**Couzy C.<sup>1</sup>, Markey L.<sup>2</sup>, Lauvie A.<sup>3</sup>, Audiot A.<sup>4</sup>, Thuault F.<sup>5</sup>, Olliver D.<sup>6</sup>, Chiron G.<sup>7</sup>**

<sup>1</sup> Institut de l'Élevage, Agrapole, 23 rue Baldassini, 69364 Lyon Cedex 07

<sup>2</sup> Institut de l'Élevage, BP 42118, 31321 Castanet Tolosan

<sup>3</sup> INRA UR LRDE, Quartier Grossetti, 20250 Corte

<sup>4</sup> INRA SAD, Domaine Expérimental, 545 Route du Bois Maché, 17450 Saint Laurent de-la-Prée

<sup>5</sup> Association de la Chèvre des Pyrénées, 32 avenue du Général de Gaulle, 09000 Foix

<sup>6</sup> TRAME, 16 rue de la Rochefoucauld, 75009 Paris

<sup>7</sup> ITAVI, Agrapole, 23 rue Baldassini, 69364 Lyon Cedex 07

Correspondance : lucie.markey@idele.fr

### **Résumé**

Quand le souci de la pure sauvegarde d'une race à petits effectifs est écarté, apparaît celui de la commercialisation des produits, qui sont souvent loin des standards et toujours en faibles volumes. L'analyse de 29 démarches a confirmé et étoffé la connaissance des opportunités ou des verrous liés à la valorisation des races à petits effectifs (RPE). Elle a montré que les collectifs d'éleveurs peuvent tirer parti des caractéristiques de leurs races en transformant en atouts ce qui, au départ, pouvait paraître comme des contraintes. Mais certaines restent plus difficiles à dépasser. L'analyse des expériences a également nourri le guide « Varape » (VALorisation des RAces à Petits Effectifs) et d'autres productions, en identifiant les bonnes questions à se poser, et les conditions de réussite des différentes stratégies (création d'une marque, AOP...). Ces outils sont à destination des groupes d'éleveurs désirant mettre en place une filière collective de valorisation d'une race à petits effectifs. Ils permettent de faire un état des lieux sur la situation de la race (effectifs d'animaux et d'éleveurs, répartition géographique...), sur ses produits (existants ou à développer) et sur le fonctionnement du groupe (partenaires existants et appuis disponibles, fonctionnement interne), afin d'aider le collectif qui porte le projet de valorisation à se fixer des objectifs et un plan d'actions réalistes. De plus, ils offrent des ressources diverses (par exemple sur les signes officiels de qualité, les circuits courts, les analyses d'expériences...), pour nourrir les réflexions.

**Mots clés** : races à petits effectifs, valorisation, collectif d'éleveurs

### **Abstract : Varape: Tools to support collective approaches for promotion of rare breeds' products**

After a rare breed is out of danger of extinction, the question of its products' added value arises. But these products are often far from standards and always rare. The analysis of 29 projects confirmed and reinforced the knowledge about opportunities or difficulties related to rare breeds value-creation. It brought to light that breeders groups can take advantage of their breeds' characteristics by transforming their constraints into attracting features. But some points are hard to overcome. The analysis of experiences led to the creation of the "Varape" - for "Valorization of the Rare Breeds" - guide and other productions, by identifying the questions the breeders groups have to investigate, and the conditions of success of different strategies (brand, PDO, joint marketing...). These tools are intended for breeders groups who plan to create a collective network for adding value to products of a rare breed. They allow making an assessment of the breed's situation (number of animals and breeders, geographic

distribution...), of its products (existing or to be developed) and of the group's functioning (existing partners and available supports, internal working...), in order to help the group that carries the valorisation project to set aims and a realistic action plan. The guide also proposes a variety of resources (about official quality labels, short distribution channels...) as a resource for thought.

**Keywords:** rare breeds, promotion, breeders group

## Introduction

Les races à petits effectifs ont des spécificités qui les ont écartées des systèmes productifs, essentiellement après la seconde guerre mondiale, avec la concentration des moyens de sélection sur quelques races (Audiot, 1995).

Ces races ont pour la plupart atteint un stade critique dans les années 70, avant d'être sauvegardées grâce à des programmes de conservation qui leur ont permis de se redévelopper et d'échapper à l'extinction. Aujourd'hui, elles ont souvent dépassé le stade de conservation pure : l'ensemble des souches ayant été préservées, et les effectifs s'étant stabilisés, les éleveurs peuvent avoir plus de choix dans leurs femelles de renouvellement. Pour que ces races continuent à se développer, il est nécessaire pour les éleveurs professionnels - de plus en plus nombreux - de trouver des débouchés permettant une valorisation économique de ces animaux *a priori* moins productifs, puisque non sélectionnés. D'autant plus que, si les soutiens institutionnels ou des collectivités locales ont été très forts au début des programmes de sauvegarde, il est indéniable que les éleveurs et associations de race doivent aujourd'hui tendre vers l'autonomie financière pour résister à l'incertitude des aides et subventions. Dans ce sens, le développement actuel des circuits courts est une opportunité à saisir. Ils sont particulièrement adaptés à la structure des races à petits effectifs, car ils sont compatibles avec de faibles volumes de production et mettent en avant l'ancrage régional de ces races, par conséquent plus tournées vers des consommateurs locaux, *a priori* plus sensibles à la sauvegarde de leur patrimoine agricole régional.

Ainsi, à la faveur d'une augmentation des effectifs d'animaux reproducteurs, d'une diminution des soutiens institutionnels et d'un contexte porteur, les éleveurs de races à petits effectifs (RPE) qui souhaitent développer la commercialisation de leurs produits sont de plus en plus nombreux. Un objectif parfois radicalement nouveau qui les laisse, ainsi que leurs animateurs, un peu démunis. L'intérêt de telles démarches de valorisation pour le maintien de la biodiversité domestique a été souligné aussi bien en France, qu'ailleurs dans le monde (Mathias et al., 2010 ; FAO, 2011). Toutefois, les connaissances pour donner aux éleveurs qui s'engagent dans cette voie, des clés leur permettant de dépasser les difficultés liées aux spécificités des RPE restent à étoffer. A quel moment et à quelles conditions les démarches collectives deviennent-elles une voie pour promouvoir, développer voire protéger les produits ? C'est à cette question que le projet CASDAR Varape (2012-2014), animé par l'Institut de l'Élevage en partenariat avec l'IFIP, l'ITAVI pour leurs filières respectives ainsi que l'INRA, Trame, 2 lycées agricoles et 13 associations de races a tenté de répondre. Ce projet s'est appuyé sur l'analyse d'expériences en cours pour fournir des repères, guider la réflexion et faciliter l'évolution commerciale des élevages des races parties prenantes. Le guide d'accompagnement des démarches collectives de valorisation des produits des races à petits effectifs (guide Varape) élaboré au terme du projet se nourrit des enseignements tirés de ces démarches.

## 1. Une étude de démarches nombreuses et variées au travers d'entretiens

Le travail piloté par une « cellule méthode » a été organisé autour de l'analyse de 16 démarches actives de valorisation collective de produits et de 13 démarches non encore actives et portées par des

associations de races partenaires du projet. Il s'agit au final de 29 démarches assez différentes à la fois en termes de type de produit (Tableau 1) et de démarcation.

Dans cette liste, figurent des expériences qui ne sont pas liées à des RPE mais qui sont intéressantes par le faible volume de leur produit (AOP Fin gras du Mézenc), par leur ancienne appartenance aux RPE (vache Rouge des prés et son produit l'AOP Maine Anjou), par leur démarcation (IGP en cours d'obtention pour l'agneau des Pyrénées). Les races étudiées ont des effectifs toujours limités, mais très variables (par exemple pour les bovins, de 100 femelles en Froment du Léon à 4716 vaches Vosgiennes répertoriées en 2010<sup>1</sup>). Parallèlement, le nombre d'éleveurs dits professionnels<sup>2</sup> varie fortement (de 4 éleveurs de poules de Barbezieux à environ 40 de vaches Bretonnes Pie Noir).

Orientation	Race ou <i>démarche</i>
Lait	<b>Vaches</b> Salers laitière, Froment du Léon, Rouge Flamande, <b>chèvres</b> Provençale, Rove, Poitevine
Lait et viande	<b>Vaches</b> Vosgienne, Bretonne Pie Noir, Ferrandaise, Maraichine, <b>mouton</b> Thônes et Marthod, <b>chèvre</b> des Pyrénées
Viande et laine	<b>Mouton</b> Landes de Bretagne
Viande / charcuterie	<b>Bovins</b> : Rouge des Prés, Mirandaise, <i>Fin gras du Mézenc</i> / <b>Ovins</b> : Barégeois, Boulonnais, Solognot, Shetland, <i>agneau des Pyrénées</i> / <b>Porcs</b> : Basque, Cul Noir du Limousin, <i>Nustrale</i> / <b>Poules</b> : Coucou de Rennes, Gasconne, Barbezieux, Noire du Berry, Grise du Vercors

**Tableau 1** : Orientation produit des 29 démarches analysées

Ces initiatives ont été analysées à partir d'entretiens avec les principaux acteurs de chaque démarche (3 à 7 personnes clés). Seules 3 démarches ont été analysées uniquement sur une base bibliographique. Les entretiens portaient sur le recueil de données factuelles d'une part et sur le point de vue, l'analyse des personnes interrogées d'autre part. Il s'agissait de caractériser la race, les éleveurs, les produits et leurs modes de valorisation. Une attention particulière a été portée aux étapes clés, aux relations entre gestion raciale et commercialisation des produits, au collectif qui porte la valorisation et à la nature de ce qui est mis en commun (promotion des produits de la race par un logo, transformation et/ ou valorisation en commun, construction d'une marque ou obtention d'un signe de qualité). L'analyse de l'intérêt et des limites de chacune de ces formes de valorisation collective, rapportée au contexte qui la sous-tend, constitue un axe fort du projet Varape.

## 2. Des spécificités des RPE pas toujours valorisables, et associées à une gestion différenciée

### 2.1 Des contraintes transformées en atouts...

Les RPE produisent des animaux **hors des standards**, en **petites quantités**, ce qui les rend peu attractives pour les circuits classiques. Les coûts de transformation sont généralement plus élevés car des savoir-faire particuliers sont nécessaires (pour la découpe des carcasses des ruminants ou le plumage à sec des volailles par exemple) et les charges fixes pèsent souvent plus lourd au regard du nombre d'animaux voire du poids des carcasses. Ainsi les carcasses de vaches Rouges des Prés

<sup>1</sup> Source : extraction BDNI mentionnée sur <http://www.racesdefrance.fr/bovins?id=113>, consultation le 27/08/2014

<sup>2</sup> La distinction entre amateurs et professionnels étant floue, et les éleveurs eux-mêmes récusant parfois cette distinction.

étaient mal payées aux éleveurs par les abatteurs distributeurs avant la création d'une micro-filière spécifique par les éleveurs de la race. De la même façon, le mouton de Barèges-Gavarnie, longtemps boudé par les bouchers, est maintenant un produit qu'ils recherchent, suite au travail du collectif (création d'une AOC, notoriété grandissante...). Ajoutons aussi que les faibles volumes de production, lorsqu'ils sont liés à une zone d'élevage restreinte, deviennent paradoxalement plus visibles et plus faciles à mettre en valeur grâce à leur lien patrimonial avec un territoire précis, et à la simplification des chaînes de distribution (utilisation d'un seul abattoir, contacts facilités avec les collectivités territoriales...). Par ailleurs, l'**hétérogénéité** des produits, d'un animal à l'autre et entre élevages, est souvent un frein à une démarche collective. Si certaines stratégies visent à diminuer cette diversité, d'autres reposent sur une diversification des marchés afin de trouver les clients pour chaque produit. Dans le cas de la filière « poule Gasconne », un tri strict des animaux est effectué pour fournir des restaurateurs côtés et la restauration collective et les particuliers permettent d'écouler les animaux plus légers. Pour la chèvre des Pyrénées, la valorisation de viande de chevreaux en bocaux a permis de gommer l'hétérogénéité des produits, en incluant les animaux de plusieurs éleveurs dans une même session de transformation. Cette caractéristique lorsqu'elle est expliquée aux consommateurs est généralement acceptée.

La **saisonnalité** des produits a aussi longtemps été vue comme un handicap pour les circuits longs. Présentée comme un argument du respect du cycle physiologique de l'animal (lait de chèvre) ou des conditions de production traditionnelles, elle est aujourd'hui assumée, voire revendiquée par une partie des filières concernées. L'exemple le plus frappant est celui de la filière Fin Gras du Mézenc qui s'est construite sur un produit haut de gamme vendu uniquement de février à juin. Et, pour écouler les animaux « hors saison », l'association Fin Gras du Mézenc a également déposé une marque « bœuf terroir du Mézenc ». Une autre spécificité des RPE est la **croissance lente** des animaux qui, exigeant des durées d'élevage plus longues, entraîne des coûts d'alimentation plus élevés, voire des risques de pertes (volailles). Mais, en contrepartie, elle confère aux produits une qualité particulière. Pour compenser ces coûts de production par un débouché suffisamment rémunérateur, plusieurs filières se sont positionnées sur des niches de luxe. Le porc Basque a fait le choix d'un produit haut de gamme. Vendu en épicerie fine, il est exporté au Japon et au Canada. La poule Gasconne est vendue à Rungis et à des grands chefs ; et une stratégie de diversification de la gamme a vu le jour avec des volailles festives telles la poularde et le chapon. D'autres races investissent également les marchés de proximité (poule Coucou de Rennes). Enfin, la **rusticité** de la majorité des RPE permet des modes de production plus simples en limitant les contraintes de mise-bas, les coûts vétérinaires... Si cette rusticité et l'adaptation des animaux à des systèmes d'élevages spécifiques sont aujourd'hui peu caractérisées (Hubert, 2010), elles sont fortement mises en avant par les éleveurs qui soulignent l'adaptation des animaux à des milieux difficiles.

## 2.2 ... grâce à une dynamique humaine ad hoc

Si le contexte est à chaque fois singulier, et ne peut être tenu pour négligeable, le poids des « hommes » dans une mise en valeur réussie des RPE est prépondérant.

Même s'ils ne sont pas nombreux, les éleveurs des RPE ont souvent un fort attachement à leur race et l'envie de la faire reconnaître. Par ailleurs, l'existence de **leaders** et de **collectifs** forts est un atout considérable. Ils permettent d'innover pour dépasser les difficultés rencontrées. Dans certains cas, le partenariat avec un **entrepreneur de l'aval** permet d'apporter les compétences qui complètent utilement celles des éleveurs (porc Basque, poule Gasconne, Salers laitière...). La présence de **relais institutionnels**, qui guident, encouragent, et encadrent ces démarches n'est pas neutre non plus. Le soutien financier des collectivités et l'appui technique des conservatoires régionaux et/ou des chambres d'agriculture sont souvent considérés comme essentiels par ces collectifs restreints qui ont peu de moyens.

Nombre de RPE ont aussi la spécificité de compter des **éleveurs amateurs** aux côtés de ceux qui se sont professionnalisés. Tantôt vécue comme une richesse, comme dans le cas du mouton Boulonnais où les amateurs conservent l'ensemble des souches de brebis quand les éleveurs les plus productifs choisissent de n'en utiliser que certaines, cette diversité peut être aussi source de conflits, notamment lors du choix des reproducteurs à diffuser dans les élevages. En effet, les éleveurs amateurs ont le plus souvent des critères de choix esthétiques, tandis que les éleveurs professionnels donnent la priorité aux animaux présentant de bonnes qualités d'élevage ou de production.

Au final, la commercialisation est d'autant plus aisée que le collectif peut s'appuyer sur « **une belle histoire** » au service de la typicité des produits. Elle combine les spécificités de la race, le mode d'élevage, la tradition, les paysages même, et le goût voire les usages, les recettes (cuisson lente de la Poule Noire du Berry...) et permet l'adhésion des éleveurs, des partenaires et consommateurs finaux (tests organoleptiques pour montrer la valeur gustative des produits).

A l'inverse, dans certains cas comme pour la chèvre Commune Provençale, la dynamique collective se limite à la gestion de la race.

### 2.3 Des verrous plus difficiles à dépasser...

Un certain nombre de caractéristiques des RPE semblent cependant difficiles à dépasser. Au premier rang, se situe le **petit nombre d'éleveurs** impliqués dans la commercialisation et porteurs de démarches collectives. Compte-tenu de l'âge avancé de la génération des éleveurs qui ont assuré la sauvegarde de la race, les départs à la retraite, au sein de petits collectifs, peuvent déstabiliser fortement les dispositifs mis en place.

Parallèlement, l'**installation** tant espérée peut s'avérer difficile. L'accès au foncier est rarement aisé et la validation des projets pour les aides à l'installation peut obliger les éleveurs à débiter avec un troupeau mixte en intégrant une race productive avant de passer progressivement à la RPE pure, ou à augmenter la taille du troupeau par rapport à ce qu'ils auraient jugé nécessaire. De plus, la **rareté des animaux** rend difficile l'achat de reproducteurs par les nouveaux arrivés. Certains dispositifs solidaires permettent de répondre à cette problématique : parrainage ou mise en pension d'animaux par des éleveurs existants, conventions passées avec des associations de race propriétaires de reproducteurs, relai des informations entre éleveurs... Notons aussi que la masse de travail à fournir pour un jeune éleveur qui veut se lancer en vente directe est souvent importante, même s'il n'a pas beaucoup d'animaux. Contrairement à ce que l'on peut observer pour d'autres filières, les difficultés proviennent plutôt de la **rareté des produits**, dus aux petits nombres d'animaux « actifs ». Cela entraîne des frustrations des consommateurs et des restaurateurs qui, n'arrivant pas à obtenir les produits espérés à un moment donné, risquent de s'en détourner. Certes, la difficile régulation de l'offre et de la demande n'est pas spécifique aux RPE, mais elle pèse parfois sur la crédibilité des dispositifs commerciaux mis en place. De fait, la **concurrence** entre commercialisation et vente peut être forte, surtout pour les races destinées à la production de viande : dans un contexte économique porteur, les éleveurs peuvent être tentés de vendre des femelles pour fournir de la viande aux consommateurs, alors que ces femelles auraient dû devenir des reproductrices et participer à l'augmentation des effectifs à long terme. D'autre part, la **mixité** des aptitudes de nombreuses races (viande et lait, chair et œufs) est à la fois un potentiel de ces races mais aussi une complexité supplémentaire à gérer pour les éleveurs. Si la plupart des RPE ne sont pas à proprement parler en sélection, les choix des orientations de sélection peuvent s'avérer plus complexes pour celles qui s'y engagent : dans le cas des races mixtes, la sélection doit-elle porter sur la production de lait ou de viande ? Comment concilier un schéma de sélection, par définition restrictif sur les animaux reproducteurs gardés, avec la nécessité de garder et brasser tous les individus disponibles pour maintenir la variabilité génétique, déjà fragilisée par les petits effectifs ? De façon générale, l'**absence de références techniques et économiques** est un facteur limitant les entreprises solides de valorisation et de développement de ces races. Une autre limite, spécifique à la

filiale volaille, concerne le coût de la **sélection et de la production de poussins**, étapes obligatoires et au coût très élevé, qui est aujourd'hui pris en charge par les collectivités.

#### 2.4 ... et parfois l'illusion de l'AOP « miracle »

On a pu observer que 50% des démarches analysées visent ou ont visé l'obtention d'une AOP. Cette démarcation **prestigieuse** est vue par nombre d'associations de race comme une opportunité de créer selon les cas, une notoriété, une protection, d'attirer de nouveaux éleveurs, de développer des marchés... et de satisfaire les institutions de soutien.

Or (i) les AOP sont associées à de nombreuses races locales et elles impactent leur gestion génétique (Lambert et al., 2006), (ii) les démarches d'obtention d'une AOP sont longues, difficiles et pas toujours couronnées de succès et (iii) par ailleurs, elles ne créent pas spontanément de débouché, de renom... un important travail de structuration commerciale, d'organisation est nécessaire pour cela. La diversité des produits issus des RPE montre aussi qu'il est important de bien adapter la démarche à la **réalité de la race** (produit, volumes, débouchés...). En effet, si certaines races ont des produits bien identifiés (Brousse du Rove, Gwell de Bretonne Pie Noire, chapon et poularde pour la poule Gasconne, jambon sec et viande fraîche pour le porc Basque...), d'autres ont des produits divers (multiples fromages de chèvres Poitevines, autres produits laitiers ou viande de Bretonne Pie Noir...) ou pas encore totalement caractérisés (lait de vache Ferrandaise...). De fait, le propos des outils de Varape est d'aider les collectifs gérant ces races à faire le point sur leurs forces et faiblesses, de préciser leur objectif de valorisation et ensuite, de s'orienter ou non vers une démarche collective de commercialisation, de démarcation (AOP, IGP, marque collective, marque parc, marque régionale, Label Rouge, STG, CCP...), en **connaissance de cause**.

### 3. La création d'outils pour structurer et étayer les projets

Pour ce faire et pour formaliser la connaissance issue du projet Varape, la cellule méthode s'est également appuyée sur des éclairages d'experts (signes de différenciation possibles, questions d'animation d'un collectif...). Les outils produits, à destination des animateurs et éleveurs des races, ont été enrichis du regard critique des acteurs des 13 collectifs du projet (éleveurs et animateurs), réunis à intervalles de 6 mois et représentant 5 filières de production. Puis un test grandeur nature organisé par plusieurs des associations partenaires a permis de les consolider et de les finaliser. Au final, un guide et six outils pratiques ont été produits.

#### 3.1 *Le guide VARAPE, baptisé par un éleveur « la via-ferrata des projets collectifs »*

La production centrale du projet VARAPE est un guide qui donne des pistes, aide à faire le point sur les étapes sur lesquelles le travail est déjà avancé ou celles pour lesquelles il faut creuser la réflexion. Il permet également aux utilisateurs de se poser les bonnes questions pour aboutir à un plan d'actions. Il n'a pas vocation à orienter un projet vers une seule solution ou un modèle mais à accompagner chaque réflexion.

Il s'adresse à tout collectif (association de race, structure de commercialisation...) ou groupe non formalisé (par exemple groupe d'éleveur ayant un objectif commun) impliqué dans un projet de valorisation, qu'il soit en cours de réflexion ou de création. Il peut être judicieusement utilisé, en parallèle, par différents collectifs d'une même race, à différents moments de la vie du projet.

Cet outil d'accompagnement a été conçu à partir de questions régulièrement formulées par les gestionnaires de races à petits effectifs (associations de races, collectifs de valorisation...).

### Quels marchés sont accessibles aux RPE ?

Les circuits courts sont développés dans quasiment toutes les RPE, en particulier via la vente directe ou des partenariats plus organisés, avec des restaurateurs, des détaillants locaux... Néanmoins, la valorisation en circuits longs existe également (MIN de Rungis pour volailles festives...).

### Et si on faisait une AOP ?

L'AOP est un signe de qualité auquel est associée une forte notoriété... néanmoins il est complexe à obtenir voire inaccessible à bon nombre de races à petits effectifs, notamment pour des questions de volumes de production. D'autre part, il ne se substitue pas à la nécessité de créer ou développer le/les marché(s). Il peut être judicieux de commencer par créer une marque collective et de bien analyser les besoins de la filière derrière cet objectif « idéal ».

### Quels éléments mettre dans notre cahier des charges ?

Un cahier des charges très restrictif risque d'exclure beaucoup d'éleveurs et de limiter l'adhésion de candidats potentiels. Il faut trouver le bon équilibre pour s'assurer qu'il rassemble plutôt qu'il n'exclue tout en garantissant la qualité du produit.

### Les consommateurs sont-ils sensibles à l'aspect « race » ?

Les consommateurs en circuits courts cherchent des produits qui ont bon goût et qui les rassurent sur le mode de production ou l'origine. L'aspect racial n'est pas spontanément recherché mais il peut participer utilement à la « belle histoire » du produit.

### Avec qui réfléchir à la valorisation des produits ?

Un collectif qui intègre tous les maillons de la microfilère en création (éleveurs, transformateurs, commerçants/artisans...) permet de construire un projet solide, durable... car il associe les différentes compétences et métiers nécessaires.

**Illustration 1** : Les premières questions des collectifs de races...

Le guide se présente sous la forme d'une **grille d'autodiagnostic** sur 5 thématiques :

1. La race et les éleveurs
2. Les produits, leur définition et le niveau de satisfaction des éleveurs
3. Le type de valorisation commerciale
4. La création et le fonctionnement du groupe
5. L'analyse atouts/contraintes/opportunités/menaces et la définition d'un plan d'action

Une fois que le collectif a fait son état des lieux sur ces 5 thématiques, il est amené à **définir le projet de valorisation**, c'est-à-dire (ré)établir ses objectifs communs et les prioriser, ce qui aide à mettre en place son **plan d'actions**.

## 3.2 Les autres productions d'outils et de connaissances du projet

### 3.2.1 Etat des lieux et bilan des 13 races

En parallèle de l'analyse des 16 démarches pionnières, les 13 collectifs partenaires du projet VARAPE ont pu profiter d'un regard extérieur (3 stagiaires), qui leur a permis d'échanger et de faire un point. Cet état des lieux a été effectué en 2012 puis remis à jour en 2014. Il a balayé les thèmes suivants : historique et standard de la race, systèmes de production, organisation et fonctionnement de la structure qui gère la race et enfin les produits phares et les questions qui se posent pour améliorer leur valorisation.

Ces 13 états des lieux reflètent une large diversité de situations pour un collectif de race et les questions qui se posent. Par exemple : Comment avoir des poussins toute l'année pour alimenter une



filière (poules Noire du Berry, Grise du Vercors) ? Comment valoriser la viande pour les races utilisées en priorité pour le lait (brebis Thônes et Marthod, chèvre des Pyrénées, chèvre Poitevine, vache Rouge Flamande) ? À l'inverse, quels produits et quels débouchés trouver pour valoriser le lait de races mixtes voire allaitantes (vaches Ferrandaise, Maraîchine) ?

### 3.2.2 Outil des « verrous/solutions »

Les 16 démarches existantes ont été source d'inspiration et de réflexion. Elles ont donné lieu d'une part, à des synthèses descriptives sur la race (ou la démarche), les éleveurs, les produits, la commercialisation collective et un bilan des satisfactions et des points saillants actuels ainsi que des questions qui se posent. D'autre part, l'ensemble des synthèses issues des analyses d'expériences ont été regroupées pour former un recueil d'expériences. Tout groupe désirent se lancer dans une filière peut y trouver des contacts utiles et des pistes pour surmonter les difficultés qu'il rencontre ou répondre aux questions qu'il se pose.

Une analyse transversale a ensuite donné naissance à l'outil des « verrous/solutions », qui permet de repérer les situations de blocage vécues et permettre aux collectifs de les dépasser. Chaque verrou renvoie à la fiche détaillée de l'exemple correspondant.

Par exemple : En réponse au verrou « hétérogénéité des carcasses », les éleveurs de Mouton Boulonnais (marque "Agneau Boulonnais, Agneau des Terroirs du Nord") travaillent avec un réseau de bouchers qui ont chacun leurs préférences (carcasses lourdes ou légères). L'éleveur responsable de la planification connaît bien les élevages et oriente les agneaux vers l'un ou l'autre des bouchers.

Objectif	Objectif (détail)	Type de Verrous	Verrous (détail)	Race	Illustration et solutions éventuelles
Conservier et gérer une race à petit effectif comme support de production	Gérer une race à faible effectif et Garantir l'origine raciale des produits	Génétiq	Gestion de la variabilité génétique	Ovin	Mouton Shetland : situation insulaire
			Gestion de la sélection génétique	Avicole	Barbézieux : déplacement des parquets de reproducteurs en Charente : baisse du cout de la gestion et augmentation de la qualité des poussins
				Avicole	Coucou de Rennes : coût de Béchanne trop élevé, déplacement de la gestion génétique à un autre couvoir Diminution du nb de critères de sélection, difficulté de la gestion génétique
			Contrainte races anciennes	Avicole	Poule Gasconne : animaux sensibles au stress : diminution de la densité, formation des éleveurs Bandes plus petites --> prix de production plus élevé
			Gestion de la population	Caprin	Chèvre provençale : fragilité de la race au niveau génétique : effectifs faibles, éleveurs peu nombreux
	Porcin	Porc Nustale (peu de portées déclarées, % truies non inscrites : quel devenir pour l'AOC)			
	Gestion de l'itinéraire technique	Technique	Gestion du stress accru des races anciennes	Avicole	Poule Gasconne : élevage en sexes séparés et castration des mâles Barbézieux : diminution de la taille des lots
			Gestion de la population : Avoir des poussins toute l'année	Avicole	Poule grise du Vercors : création d'un troupeau relai par un amateur Métier d'accoureur spécifique et technique : qualité des poussins Poule Noire du Berry : prestation d'un troupeau relai par un professionnel Coût supplémentaire du poussin important
		Humain	Peu d'automatisation, charge de travail supplémentaire	Avicole	Exemple de filière volailles fermières : investir dans une automatisation à petite échelle sur les postes les plus contraignants
					Toutes les races : développement d'un second atelier en parallèle (volailles fermières par exemple)

**Tableau 2 :** Exemple de verrous ayant trouvé une solution (vert), généré d'autres difficultés (orange) ou n'ayant pas été résolue (rouge)

### 3.2.3 Attentes des consommateurs

Pour répondre aux nombreuses questions que se posaient les éleveurs, une première enquête auprès des consommateurs a été menée en 2012, sous la forme d'un mini-questionnaire relayé par les éleveurs à leurs clients directs. L'analyse a donné quelques pistes de réponse, précisées par une seconde étude en 2013.

Celle-ci concernait les **motivations d'achat des consommateurs fréquentant les circuits courts** et achetant des produits issus de 5 races à petits effectifs (Bretonne Pie Noir, Froment du Léon, Rouge Flamande, Ferrandaise et chèvre des Pyrénées). Les enquêtes auprès des consommateurs ont été complétées par le point de vue des éleveurs et des différents intermédiaires.

Les motivations d'achat des consommateurs sont en priorité le goût, la qualité, l'origine des produits ainsi que la relation, le contact avec le producteur/l'intermédiaire voire la recherche de produits issus de

l'agriculture biologique (Tableau 3). La race n'entre pas dans les motivations spontanées mais semble être une information intéressante pour des consommateurs désireux de renouer un lien avec les produits qu'ils consomment. Une communication sur les pratiques d'élevages, sur les savoir-faire de l'éleveur et sur les caractéristiques et l'histoire du produit s'avère bien plus efficace que sur la race uniquement.

### 3.2.4 Cas-concrets technico-économiques

Parallèlement aux attentes des consommateurs, des questions nombreuses ont émergé (et restent encore très présentes) sur l'équilibre économiques des élevages. Comme les structures et leurs fonctionnements sont extrêmement divers, il est difficile d'obtenir des références technico-économiques extrapolables à l'ensemble des élevages d'une race à faibles effectifs, à partir de quelques cas. La diversité des systèmes d'élevages, et la place de la race dans l'exploitation... rendent même impossibles les calculs de moyennes ou la description d'un système-type par race.

C'est pourquoi nous avons opté pour des cas concrets qui présentent l'organisation et les résultats d'élevages réels sur une année donnée. Les repères techniques et économiques obtenus sur des exploitations existantes pourront servir d'appui aux nouveaux éleveurs voulant s'installer avec une race à petits effectifs. Dans un premier temps, 3 élevages par race (mouton Landes de Bretagne, vache Maraîchine, chèvre Poitevine, mouton Thônes et Marthod) ont été analysés. Chaque élevage est décrit dans un document de 6 pages, commençant par une description de son contexte (structure, organisation, points forts et points faibles) permettant de mieux comprendre les résultats économiques qui en découlent.

	Bretagne Pie Noir	Froment du Léon	Chèvre des Pyrénées	Rouge Flamande	Ferrandaïse
Produits au goût apprécié, de bonne qualité	+++++	+++++	+++	+++	++++
Les produits ont un goût unique, différents de ceux que l'on trouve habituellement dans le commerce	++++	+++	0	0	+
Relation avec le producteur/l'intermédiaire	+++	++	+	+	+++
L'origine des produits	+	++	++++	+	++
Les produits sont issus de l'agriculture biologique	++	++	+	0	+

Tableau 3 : Extrait de la synthèse d'enquêtes consommateurs pour 5 races partenaires.

### 3.2.5 Signes de différenciation et de démarcation

Enfin, un outil simple de présentation des différents types de démarcations existantes et de la façon dont la notion de race est prise en compte dans chacune d'entre elles a été réalisé.

Il révèle que les 4 Signes de l'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) sont plus adaptés aux races à petits effectifs que la Certification de Conformité Produits (CCP). La **marque collective** est très abordable et génère peu de contraintes. Elle peut être une fin en soi ou servir de tremplin pour avancer

vers d'autres démarcations telles que l'AOP, à condition que le nom et le cahier des charges aillent dans le sens des exigences de l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO).

Elle permet en effet de développer une communication collective tout en travaillant sur la commercialisation et la qualité des produits. L'AOP apporte aux éleveurs une reconnaissance de leur travail mais c'est un parcours long, difficile et très onéreux malgré les soutiens alloués par les collectivités pour ce label.

La notoriété du produit devant être démontrée avant l'obtention d'une AOP, ce n'est pas tant la recherche de notoriété qui doit motiver le montage d'un dossier que la recherche de protection du produit, et éventuellement de la race à travers ce produit.

La compilation dans un même tableau des caractéristiques de chaque signe de différenciation (facilité d'obtention, moyens à mobiliser...) est un outil proposé aux groupes d'éleveurs s'interrogeant sur le signe à choisir. Aucun signe n'est spécifique aux races à petits effectifs ou locales : chaque groupe porteur d'un projet de valorisation doit analyser quelle différenciation (si différenciation il doit y avoir) correspond le mieux à sa race, à son contexte, à son produit...

### **3.2.6 Focus sur la gestion d'un collectif**

Mais un projet technique est toujours géré par des hommes et des femmes... et l'importance du fonctionnement au sein d'un collectif a souvent été très vite soulevée au cours du projet VARAPE. Comment réunir et faire travailler ensemble des éleveurs n'ayant pas toujours les mêmes objectifs ou les mêmes disponibilités et souvent répartis sur plusieurs départements ? Comment éviter qu'une filière, même ancienne ou connue de tous, soit remise en question par un changement ou la perte de leaders ? Ou par des divergences entre différents groupes d'éleveurs voire au sein même du collectif ? Comment créer ensemble les conditions d'une meilleure valorisation des produits de chacun ?...

Le projet VARAPE a mis en avant plusieurs pistes de réflexion ou outils à destination des groupes, qu'ils soient en cours de création ou déjà actifs :

- 3 Une attention toute particulière portée aux questions liées au collectif, dans le diagnostic de la grille VARAPE : comment sont répartis les rôles ? Qui prend les décisions ? Quelle animation du groupe ?
- 4 Des éléments sur la gestion d'un collectif diffus : la place d'un animateur polyvalent est prépondérante mais il ne doit pas être le seul à mener la barque...
- 5 Une découverte de l'outil « schéma des frontières » : dessine-moi ton collectif, je te dirai quelles sont les priorités d'actions à mener ! Un exercice à découvrir, accompagné par Trame, et à faire avec plusieurs membres d'un même collectif pour confronter la vision que chacun a d'un même groupe.

La recette miracle n'existe pas, mais des conseils, des points de vigilance, des techniques d'animation peuvent être apportés.

## **4 En guise de synthèse : 8 clés pour réussir un projet collectif de valorisation d'une race à petits effectifs**

Les enseignements issus des trois années du projet VARAPE s'articulent, au final, autour de huit points :

- **Construire un collectif vivant, ouvert.** La question de la valorisation collective des produits nécessite que tous les acteurs concernés travaillent ensemble : éleveurs (professionnels et amateurs), transformateurs, commerçants, artisans... Quitte à en inclure au fur et à mesure.

- **Disposer d'une animation au long cours.** L'animation et l'accompagnement du collectif sont un point essentiel pour la réussite des projets. L'animation est, en outre, nécessaire dans la durée.
- **Partager un état des lieux et des objectifs.** La première étape du collectif est celle d'un état des lieux partagé qui permet d'identifier les forces, les faiblesses au regard de la valorisation et de définir des objectifs réalistes.
- **Raconter la « belle histoire ».** Le collectif gagne à se mettre d'accord sur les caractéristiques du produit, pour mettre en valeur ses différents aspects : race, conditions d'élevage, terroir voire recette... et ainsi savoir raconter la « belle histoire » aux consommateurs. Mais il s'agit bien ici de la raconter, non de l'inventer de toute pièce !
- **Développer la production et les marchés.** La recherche de nouveaux marchés est une question qui vient rapidement. Néanmoins, elle doit constamment s'équilibrer avec l'augmentation des volumes produits, qui nécessite et sécurise l'installation de nouveaux éleveurs.
- **Rechercher le signe de différenciation ad hoc.** La recherche d'une différenciation adaptée (marque collective, AOP...) qui serve d'identité commune voire de protection s'avère incontournable quand les produits et les marchés sont en place.
- **Bâtir des indicateurs pertinents.** Il est important de suivre les résultats économiques de chaque maillon de la filière, pour s'assurer que chacun s'y retrouve. Des indicateurs techniques adaptés à chaque situation sont également nécessaires pour améliorer le produit et rester vigilant sur le maintien de la diversité génétique...
- **Entretenir les liens.** Enfin, le collectif peut utilement veiller à conserver des liens actifs avec ses partenaires institutionnels, à faire parler de lui, pour susciter l'intérêt voire créer des vocations

## Conclusion

A la question de savoir à quel moment et à quelles conditions les démarches collectives sont une voie pour promouvoir, développer voire protéger les produits des RPE, le projet Varape propose plusieurs réponses. Le « guide Varape », outil d'accompagnement à la réflexion que nous proposons à des groupes d'éleveurs désirant mettre en place un projet de valorisation d'une race à petits effectifs, est une production clé du projet. En les amenant à se poser les bonnes questions, il leur permettra de mieux se repérer dans le champ des possibles. En effet, les collectifs gestionnaires de races qui ont une réflexion collective sur la valorisation semblent, malgré les difficultés, mieux armés que les autres pour affronter l'avenir car ils cherchent activement à se projeter et à installer de nouveaux éleveurs. Néanmoins la cristallisation des attentions sur l'AOP est révélatrice d'attentes multiples vis-à-vis d'une démarcation, parfois « idéalisée », qu'il est intéressant d'explicitier une à une pour bien identifier les objectifs prioritaires avec réalisme, et de les travailler par étape.

Après 3 années d'échanges d'expériences et de découvertes, les partenaires du projet VARAPE ont souhaité que la dynamique qui s'était créée perdure. Le groupe reste donc soudé et s'ouvre à toutes les autres races à petits effectifs, pour garder l'habitude de se retrouver deux jours par an lors de journées de visites et d'échanges, avec chaque année un territoire différent à explorer.

L'expérience des journées organisées au cours du projet a montré que les personnes recevant le plus de bénéfices de ce groupe pourraient être les animateurs des races/filières et les éleveurs. La participation d'un tandem éleveur(s) + animateur s'est révélée à chaque occasion très enrichissante pour eux. Bien sûr, toutes les personnes intéressées par le thème de la valorisation des races à petits effectifs sont aussi les bienvenues dans le groupe.

Pour favoriser les échanges d'expériences entre gestionnaires de races ou animateurs de filières, les échanges continuent (plutôt au téléphone). Un site internet actif [www.varape.idele.fr](http://www.varape.idele.fr) permet d'offrir une

première vitrine avant d'inclure les nouveaux dans le groupe et de mettre à leur disposition les contenus produits.

### Références bibliographiques

Audiot A., 1995. Races d'hier pour l'élevage de demain. INRA Eds, 229 p.

Audiot A., Bouche R., Brives H., Casabianca F., Gaillard C., Roche B., Trift N., Steyaert P., 2005. Populations animales locales et produits de qualité : comment valoriser transformer la ressource génétique ? Les Actes du BRG, 5, 577-592.

Audiot A., Rosset O., 2005. Les races locales entre conservation et valorisation. In : Guintard C., Mazzoli-Guintard C. (Eds), Elevage d'hier, élevage de demain. PUR, pp. 161-189.

FAO 2011. Donner de la valeur ajoutée à la diversité du bétail. League for pastoral people and endogenous livestock development, LIFE, UICN, FAO.

Hubert B. (Ed.), 2010. La rusticité: l'animal, la race, le système d'élevage? Pastum et cadère éditeur

Lauvie A., Audiot A., Couix N., Casabianca F., Brives H., Verrier E., 2011. Diversity of rare breed management programs: Between conservation and development. Livestock Science 140, 161-170.

Lambert-Derkimba A., Casabianca F., Verrier E., 2006. L'inscription du type génétique dans les règlements techniques des produits animaux sous AOC conséquences pour les races animales. Prod.Anim. 19, 357-370.

Mathias E., Mundy P., Koehler-Rollefson I., 2010. Marketing products from local livestock breeds: an analysis of eight cases. Animal Genetic Resources 47, 59-71.

Verrier E. et al., 2005. Conservation and value of local livestock breeds: usefulness of niche products and/or adaptation to specific environments. AGRI 36, 21-31.

Cet article est publié sous la licence Creative Commons (CC BY-NC-ND 3.0)



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/fr/>

Pour la citation et la reproduction de cet article, mentionner obligatoirement le titre de l'article, le nom de tous les auteurs, la mention de sa publication dans la revue « Innovations Agronomiques », la date de sa publication, et son URL)