

Comment valoriser et différencier la viande biologique du massif des Pyrénées ?

Synthèse d'une étude menée de février à novembre 2021 par Bio Occitanie, le Biocivam de l'Aude, Bio Ariège-Garonne, le GAB 65 et l'INRAE et financée par le Commissariat de Massif des Pyrénées.



LE MASSIF DES PYRENEES EN QUELQUES CHIFFRES ¹



L'AGRICULTURE DANS LE MASSIF ²



LA BIO DANS LE MASSIF ²



L'ELEVAGE BIO DU MASSIF ³ :



PROBLEMATIQUE :

ET
Une production de viande bio **importante** dans le massif

MAIS
Une **demande forte** des consommateurs pour de la viande bio locale : 9 français sur 10 consomment des produits bio, la viande représente 42% de ces produits bio ⁴

Une **faible valorisation** de la viande bio sur le massif pyrénéen

- Déclassement des animaux bio
- Export de jeunes bovins
- Manque de différenciation de la viande bio par rapport à la viande de montagne
- Difficulté de structuration des filières

TROUVER DES SOLUTIONS BASÉES SUR L'EXISTANT

- Volonté des GAB, Biocivam* et du Commissariat de Massif des Pyrénées d'identifier les actions à mettre en place pour valoriser la viande bio des Pyrénées
- Réalisation d'un état des lieux des filières viandes bio
- 2 filières : bovine et ovine
- 4 départements : Aude, Ariège, Haute-Garonne, Hautes-Pyrénées
- Une méthode de diagnostic territorial innovante (développée par l'INRAE)

*Les Groupements d'Agriculture Biologique (GAB) et CIVAM Bio (Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural) œuvrent pour le développement d'une agriculture biologique territorialisée et équitable sur leur département. Ils se regroupent désormais au sein du réseau « Elevage Bio des Pyrénées » qui, en complément de leur fédération régionale Bio Occitanie, permettra d'amplifier leurs actions en valorisant les spécificités du Massif des Pyrénées.

1 : Interbio Occitanie, 2021 ; Fichot et Douillet, 2010 ; Seiller, 2010 2 : Interbio Occitanie, 2021 ; Agence bio, 2020 - 3 : Interbio Occitanie, 2021 ; Mauger, 2021 - 4 : Agence bio, 2021

LA METHODE RELOC'

Une méthode de diagnostic territorial innovante, multidimensionnelle, décloisonnée et participative

ETAPES

Comprendre le contexte de territoire et des filières

- Recherches bibliographiques
- Réalisation de 68 enquêtes semi-directives

Identifier les positions stratégiques (groupes acteurs ayant des pratiques similaires)

- Identification de 8 domaines de pratiques
- Définition de 5 positions stratégiques

Identifier les relations entre acteurs

- Elaboration d'un réseau d'acteurs, basé sur 4 « types » de relation

Co-construire les pistes de développement avec les acteurs locaux

- Organisation de 3 restitutions départementales

83 ENQUETES SEMI-DIRECTIVES REALISÉES

Choix des acteurs à rencontrer :

- La phase d'enquête n'a pas pour objectif d'être exhaustive
- Rencontrer des acteurs de **chaque maillon de la filière** dans **chacun des départements**.

- Rencontrer des acteurs **extérieurs à la filière** (journalistes, associations...) et des personnes ayant une **vision large** (interdépartementale, régionale) des filières/territoires.

Analyse des entretiens en fonction des pratiques des acteurs : Les entretiens ont été analysés **selon 8 domaines de pratiques** jugés structurant dans les stratégies des acteurs envers la viande bio : le circuit d'approvisionnement, de commercialisation, la destination des produits, le mode de valorisation, la stratégie de communication, l'importance accordée au classement de la carcasse, la race et l'autonomie alimentaire.

5 PROFILS D'ACTEURS ayant des pratiques similaires ont été identifiés, formant 5 **positions stratégiques**. Certains acteurs ont été positionnés dans plusieurs catégories et leur positionnement peut varier dans le temps.

Catégorie des structures enquêtées	Nombre
Structures d'accompagnement de l'agriculture	17
Institutions publiques	16
Collectifs d'éleveurs et initiatives locales	13
Éleveurs	8
Distributeurs	7
Coopératives de bétails	4
Entreprises privées	3
Journalistes	3
Outils d'abattage et de découpe	3
Marques départementales	2
Structures de recherche	2
Organisme de défense et de gestion	1
Parc naturel régional	1

LES 5 GRANDES MANIERES DE FAIRE DE LA VIANDE BIO DANS LES PYRÉNÉES

Ce n'est pas parce qu'on ne fait pas le même métier que l'on n'a pas la même vision et les mêmes pratiques envers la viande bio

Position	Description	Pratiques principales	Acteurs	
Défendre les valeurs de la bio locale (n=30)	Proposer un produit viande bio d'excellence (n=9)	Standardiser la viande bio pour répondre aux attentes du marché (n=8)	Soutenir le local en priorité et la bio si opportunité (n=32)	Valoriser le territoire par ses produits locaux de qualité (n=21)
Structures 100 % bio qui prônent le développement de filières viandes bio locales.	Structures 100% bio qui mettent en avant la viande bio de qualité bouchère supérieure et locale.	Structures mixtes, mettant en avant d'autres SIQO en plus de la bio et qui recherchent des produits standardisés locaux afin de répondre aux attentes du marché.	Structures mixtes impliquées dans le développement de l'agriculture locale et de sa mise en valeur.	Structures mettant en avant l'image locale de produits de qualité par des cahiers des charges autres que la bio.
Bio Local	Bio Local	Mixte, autres SIQO	Mixte Local	Local
Engraissement moyen Recherche autonomie alimentaire Races rustiques	Engraissement optimum Qualité bouchère supérieure Autonomie alimentaire atteinte Races bouchères	Qualité bouchère supérieure Production homogène (reproduction, classement)	Soutien agriculture locale et de ses pratiques multiples	Mise en avant pratiques spécifiques territoire
S'affranchir CL Consommation locale	Valoriser la qualité (localement si possible)	Approvisionnement local Commercialisation CL non locale	Approvisionnement et commercialisation locale favorisés	Approvisionnement local Commercialisation locale si possible ; Image locale
6 éleveurs bio 11 initiatives locales 4 magasins spécialisés 1 magasin aliment 8 structures accompagnement.	2 éleveurs bio 1 initiative locale 2 magasins spécialisés 2 boucheries bio ; 1 coopérative 1 structure accompagnement	1 boucherie bio 1 boucherie 1 coopérative 1 structure RHD 4 structures accompagnement	3 initiatives locales 1 coopérative 3 structures RHD 23 structures accompagnement. 2 outils de transfo.	1 éleveur ; 1 boucher 3 initiatives locales 1 structure RHD 10 structures accompagnement. 1 GMS 3 marques territoriales

Les 5 positions stratégiques regroupent des structures différentes et se différencient selon la place du local et de la bio dans leurs pratiques. Par exemple, dans la position « Proposer un produit viande bio d'excellence », les éleveurs, initiatives, magasins, boucheries et coopératives ont les mêmes pratiques et la même vision de la viande bio : mettre en avant une viande bio locale de qualité bouchère supérieure.

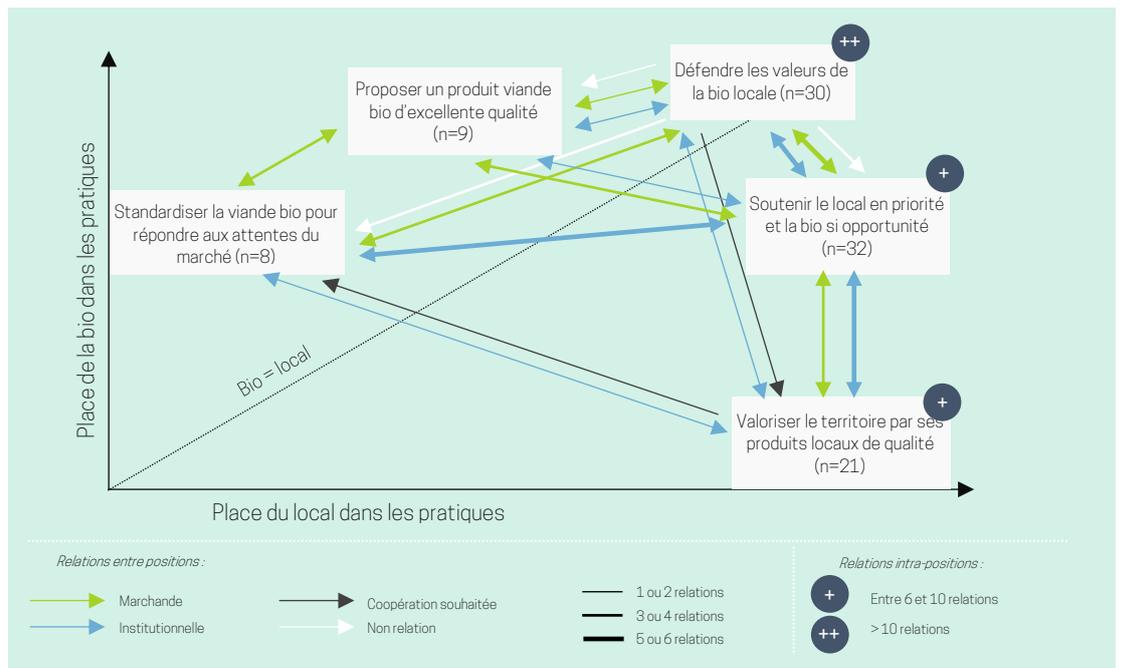
LE RESEAU D'ACTEURS

OBJECTIF :

Identifier des relations sur lesquelles s'appuyer lors de la mise en place des pistes de développement et les relations à renforcer.

COMMENT ?

À partir des dires d'acteurs, les relations entre acteurs et entre positions stratégiques ont été identifiées.



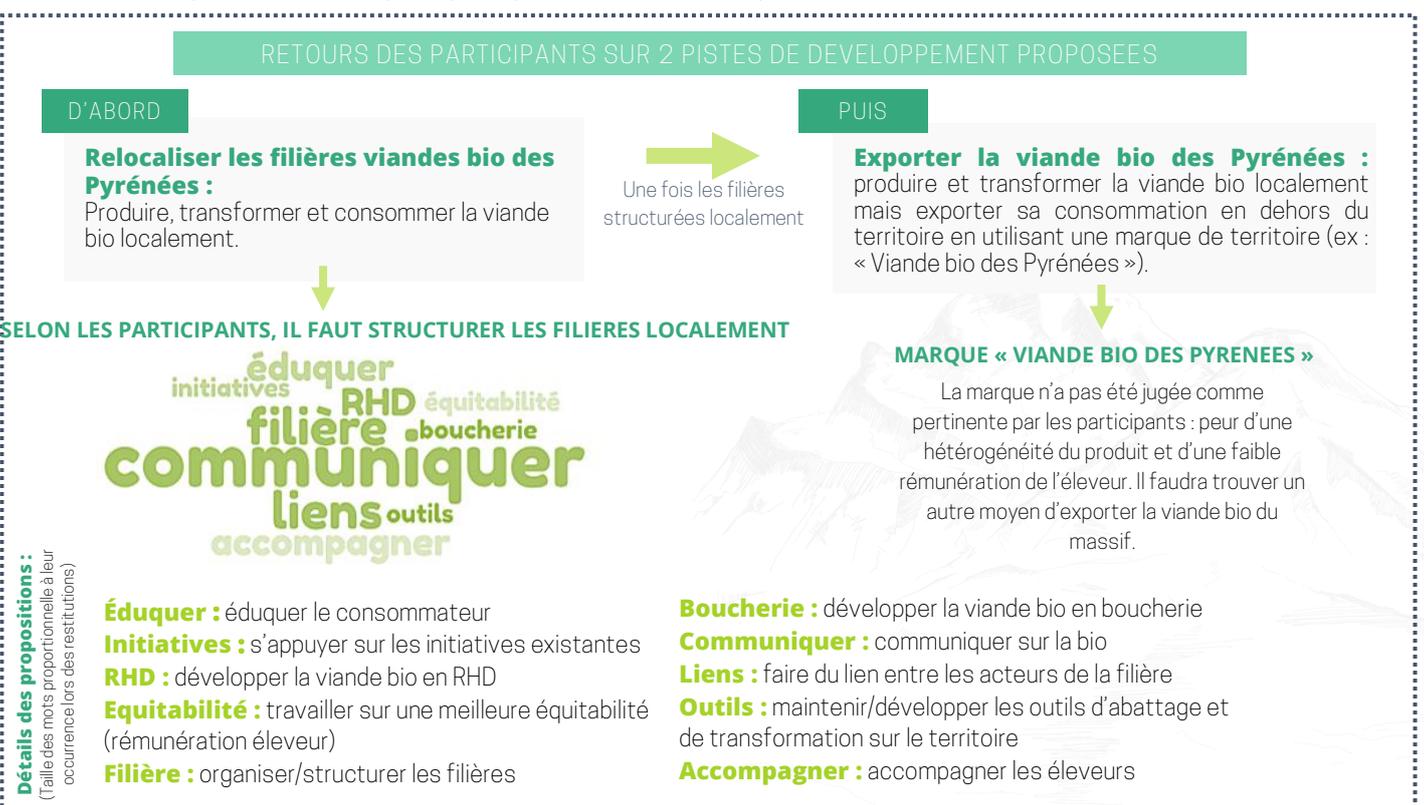
OBSERVATIONS :

- **Fortes relations** entre les positions liées à la bio : « Défendre les valeurs de la bio locale », « Proposer un produit viande bio d'excellence » et « Standardiser la viande bio pour répondre aux attentes du marché ».
- **Peu de relations commerciales** entre les positions « Proposer un produit viande bio d'excellence » et « Défendre les valeurs de la bio locale » qui défendent toutes les deux les valeurs de la bio locale.
- De **fortes relations à l'intérieur** de la position « Défendre les valeurs de la bio locale » (spécifiées par le ++ sur le schéma).
- « Soutenir le local en priorité et la bio si opportunité » : une **position à l'intermédiaire** entre les positions fortement liées à la bio et celles liées au local (« Valoriser le territoire par ses produits locaux de qualité »). Cette position est la seule possédant des relations marchandes et institutionnelles avec les positions bio et la position locale.

TROIS RENCONTRES DEPARTEMENTALES

Pour valider le diagnostic et échanger autour des pistes de développement pour valoriser la viande bio des Pyrénées

— 3 restitutions départementales, 14 participants par restitution, bonne représentation filière



Les pistes de développement retenues pour valoriser et différencier la viande bio des Pyrénées



Développer l'offre de viande bio en boucherie

- Informer les bouchers des modalités de conversion en bio.
- Sensibiliser les bouchers sur la réglementation bio et sur la viande bio (qualité, externalités positives).
- Travail sur l'engraissement et la finition avec les éleveurs pour avoir des produits finis correspondant aux attentes des bouchers.



Développer l'offre de viande bio en restauration collective

- Structuration des éleveurs pour l'approvisionnement.
- Accompagnement des structures de restauration à l'intégration de viande bio dans les menus et la gestion de l'équilibre matière.



Communiquer/sensibiliser sur la viande bio des Pyrénées

- Sur la plus-value de la bio (environnement, bien-être animal, autonomie des élevages).
- Sur la saisonnalité de la viande bio.



Des actions à mener à l'échelle du Massif des Pyrénées et à décliner dans les départements.



Créer un réseau élevage bio du massif incluant toutes les institutions impliquées dans le développement des Pyrénées et de la viande bio.

Conclusions du projet

OBJECTIFS ATTEINTS

- Enjeux de la viande bio identifiés (valorisation, différenciation, structuration).
- Pistes de développement dessinées avec les acteurs locaux.

LIMITES DU PROJET

- Temps limité.
- Consommateurs et collectivités non interrogés.
- Etat des lieux qualitatif et non quantitatif.
- Réseaux d'acteurs à préciser.

QUELLES SUITES ?

- Création de groupes de travail pour la mise en place des pistes d'actions par les GAB et des CIVAM Bio des Pyrénées.
- Travail en collaboration avec les structures institutionnelles du Massif.

LA PLUS-VALUE DE L'ETUDE : une approche innovante et originale

- Prise en compte des relations entre acteurs, typologies décloisonnées des métiers, implication des acteurs du territoire.
- Travail à l'échelle du massif : des problématiques communes, un travail à mener ensemble.
- Des pistes de développement réfléchies et construites sur la base de typologies d'acteurs et de relations entre acteurs.
- Un projet territorial et de filière qui n'implique pas uniquement les acteurs de la bio.

DES QUESTIONS ? UN RETOUR ? ENVIE DE PARTICIPER AUX GROUPES DE TRAVAIL ?



BIO OCCITANIE

BIO OCCITANIE

Sandrine Fournié
sandrine.fournie@bio-occitanie.org



Bio Aude

BIO CIVAM 11

Andréa Cassagnes
biocivam.elevage@orange.fr



Gab 65

GAB 65

Julien Cantegreil
julien.cantegreil.gab65@gmail.com



Bio Ariège-Garonne

BIO ARIÈGE-GARONNE

Corinne Amblard
corinne.amblard@bio-occitanie.org

www.bio-occitanie.org

Merci à tous les acteurs ayant participé à la réalisation de cette étude ainsi qu'aux participants des restitutions départementales.

