

PROCESSUS DE QUALIFICATION DU PRODUIT ‘VIANDE BOVINE’ VEILLANT A VALORISER LES MULTIPLES FONCTIONS DE L’ELEVAGE

¹D. Stilmant, ²P. Stassart et ¹D. Jamar

¹Section Systèmes agricoles (CRA-W) – Rue du Serpont, 100, B-6800 Libramont

²Société, Economie, Environnement, Développement (ULg) - Arlon

1. Introduction

Le modèle d'élevage conventionnel, dont le but premier, soutenu par les pouvoirs publics, est de produire une alimentation standard au moindre coût, a, durant les deux dernières décennies, montré plusieurs limites. Parmi ces dernières nous pouvons souligner :

1.1. Côté production

- une pression environnementale importante (excès d'azote et pollution des nappes par les nitrates, excès de phosphore et eutrophisation, artificialisation des couverts avec perte de biodiversité, ...) suite à l'intensification des systèmes, principalement sur les terres les plus accessibles ;
- une déprise et un embroussaillage des terres non mécanisables et/ou trop petites avec une diminution de leur accessibilité (loisir), une fermeture des paysages et, dans certaines régions, un accroissement des risques d'incendie ;
- des pertes importantes en terme de diversité au niveau du patrimoine agricole, notamment en terme de races avec le développement de races spécialisées et très productives (Holstein, Blanc Bleu Belge, Texel...) au détriment de races mixtes et/ou plus rustiques ;

1.2. Côté consommation

- différentes crises sanitaires liées à des pratiques douteuses que ce soit en amont des systèmes d'élevage (dioxine, ESB, ...) ou au sein de ces derniers (hormones).
- Un relâchement, une coupure de la relation au consommateur au niveau du goût des produits

Depuis maintenant plus d'une décennie, la société prend progressivement conscience de l'importance des fonctions connexes à la fonction de production alimentaire, remplies par l'élevage de ruminants (entretien de la fertilité des agro-écosystèmes, entretien du territoire et des paysages, maintien de la biodiversité, sauvegarde du patrimoine en terme de races, ...). Fonctions qu'elle soutient au travers du Plan de Développement Rural et plus particulièrement du programme des Mesures Agri-Environnementales.

Cette prise de conscience a entraîné l'émergence de projets et de systèmes d'élevage dont les fonctions qui découlent de l'acte de production ont pris autant sinon plus d'importance que la production elle-même. Dans ce cadre on peut notamment citer :

- la mise en place de troupeaux bovins ou ovins pour gérer, au travers d'un pâturage extensif, des milieux ouverts ayant une haute valeur biologique ;
- le développement de l'agriculture biologique avec, à l'origine, une volonté d'améliorer la qualité et l'activité des sols ;
- le développement de systèmes visant à conserver ou à promouvoir une race telle que la race bovine 'la Blanc Bleue Mixte' ou la race ovine 'le Roux Ardennais'.

Si le soutien, au travers de subventions temporaires (projets LIFE) ou sur des temps plus longs (Mesures agri-environnementales, primes à l'agriculture biologique), permet à ces

initiatives de se construire et d'être viables, qu'en sera t'il une fois que ces soutiens cesseront ? La valorisation des produits de l'élevage permettra t'elle d'assurer un revenu suffisant aux exploitants ? Valorisation, mais dans quel circuit ?

En effet, l'obligation de moyen lié à ces différents systèmes d'élevages alternatifs va entraîner la production d'une série de biens, de qualités immatérielles, en terme de produit, telles que du paysage, de la biodiversité, des sols plus 'vivants', Le consommateur est-il prêt à payer plus pour l'achat de telles qualités ? D'après Chatellier et al. (2003), la valorisation d'un mode de production reconnu comme étant plus respectueux de l'environnement, du bien-être animal, ... sera facilitée si le produit qui en est issu a une supériorité gustative non ambiguë en comparaison avec la viande bovine produite dans des conditions plus intensives. En Belgique, en particulier, c'est la référence au standard générique « maigre et tendre » du Blanc Bleu Belge qui domine, et ce tant au niveau des éleveurs que des transformateurs et des distributeurs (Stassart et Jamar, 2005) qui ont une image d'un consommateur monolithique qui recherche, avant tout, ce maigre et ce tendre. Dès lors les atouts développés dans des systèmes d'élevage alternatifs (environnement, bien être animal, race, ...) sont souvent très mal valorisés ou mal communiqués aux consommateurs (Zanoli, 2004 , Mormont et al., 2003).

Dans le cadre de ce travail nous rapportons différentes expériences visant à mettre en avant leur impact positif sur l'environnement, d'une manière explicite ou implicite, que ce soit en France, en Belgique ou au Luxembourg. Nous avons tout particulièrement étudié la manière dont ces filières se sont construites et dont leur production est qualifiée et valorisée.

2. Le développement d'une AOC pour sauver une race : la Maine-Anjou (France)

2.1. Le cadre

L'idée, en 1995, était de sauver la race dont les effectifs sont en déclin. Le projet est donc porté par l'UPRA Maine-Anjou. La question est dès lors : comment faire une place au soleil pour cette race mixte ? La voie royale, en France, c'est d'adhérer au label rouge. Cependant la démarche 'bœuf fermier du Maine' qui s'inscrit dans cette logique ne permet de valoriser que 5 mâles sur 30 alors que toute l'exploitation doit respecter les contraintes imposées par le label.

A ce moment l'INAO a contacté l'UPRA en signalant qu'il cherchait des produits typiques même s'ils ne passent pas bien au niveau du marché... un des points de l'AOC étant d'éduquer le mangeur au produit !

Il n'a pas fallu 5 minutes pour que l'UPRA et les éleveurs présents ne se lance dans l'aventure : le concept de l'AOC et de son lien au terroir leur semblait très parlant, c'est une démarche de différenciation du produit !

2.2. La dynamique

Afin de démontrer la pertinence de cette AOC il a fallu caractériser le terroir de production : savoir faire de l'éleveur, contexte pédo-climatique, typicité de la race, différenciation organoleptique ... Et ce afin de délimiter objectivement la zone de production et de définir le cahier des charges.

Les approches réalisées ont mis en évidence une race capable de s'adapter aux conditions pédo-climatiques de sa zone de répartition. Conditions caractérisées par une sécheresse estivale accusée (productivité du maïs = 8 T de MS/ha en moyenne) et des sols très séchant (sol filtrant et peu profond), et dès lors des disponibilités fourragères très variables tant en quantité qu'en qualité, au cours de la saison de pâturage. Les animaux de la race, rebaptisée 'Rouge des Prés' depuis l'obtention de l'AOC Maine-Anjou, ont donc une évolution en accordéon avec des périodes de disette suivies de phases de croissance compensatrice. Les

éleveurs ayant développé le savoir faire nécessaire à la conduite des troupeaux sous ces contraintes.

Donc l'ensemble des études préalables à l'obtention de l'AOC mettent bien en évidence un système pastoral qui fait le lien au terroir et constitue le fondement de l'AOC : Terroir – Homme (savoir faire) - Produit.

2.3. La naissance et la définition du produit

La définition du cahier des charges n'a impliqué que des éleveurs dont 220 sont inscrits à la démarche, ce qui couvre 10000 vaches rouges des prés sur les 50000 recensées. La contrainte forte, qui limite l'adhésion des éleveurs, réside dans l'imposition d'une charge maximale de 1,8 UGB / ha et ce afin de conserver un lien au terroir.

La mise à l'herbe doit être précoce, au 15 mars, et les animaux doivent pâturer au moins du 15 mars au 15 juin. Cette contrainte se veut en phase avec la délimitation de la zone AOC accusant une forte sécheresse estivale.

Afin de pouvoir être proposés à l'AOC les animaux doivent être déclarés au niveau de leur naissance et issus d'un père reconnu mais pas nécessairement inscrit en Maine Anjou.

Une fois proposé pour une finition sous AOC, les animaux (femelles de 4 à 8 ans ou bœufs de 30 à 48 mois) doivent respecter un programme d'alimentation bien défini durant au moins 60 jours. Durant cette période, les animaux ne pourront pas recevoir d'ensilage (ensilage = artificialisation, dé-territorialisation du système de production... on peut produire de l'ensilage n'importe où...et donc exporter le système de production n'importe où, du foin c'est plus délicat !) mais bien du foin ou de l'herbe (si fini en prairie) + 0,7 à 1,7 % du poids vif ; ce qui représente quand même 4 à 10 kg de MS pour un animal de 700 kg qui n'ingère que 15 kg de MS/jour ; sous forme d'un concentré composé de pulpe – céréale – lin.

Mais ce n'est pas parce qu'un animal a suivi toute cette démarche qu'il obtiendra obligatoirement l'AOC. En effet, la qualification n'est acquise qu'en fin de chaîne d'abattage, lorsque les quartiers avants et arrières ont été séparés au niveau de la 5^{ème} côte, qu'un animal obtient ou pas l'AOC... Cette dernière étant principalement axée sur la différenciation du produit, il faut que la note de gras soit de 3-4 en fin de chaîne, sur les ½ carcasses, mais également de 3-4 au niveau de la 5^{ème} côte (persillée mais pas trop persillée... refus lié à un niveau de gras de 5 !). Les carcasses fournies ont une conformation R=. Les Culards ne sont pas admis.

Le produit ainsi obtenu a été caractérisé du point de vue organoleptique et clairement différencié des autres produits proposés.

2.4. La commercialisation et la promotion du produit

La commercialisation de l'AOC se fait principalement au niveau des Auchans régionaux, l'abattoir livre le produit conditionné, prêts à vendre. L'enseigne utilise ce produit pour segmenter son offre. Ce sont ainsi 30 vaches qui sont commercialisées chaque semaine sous AOC ainsi que quelques bœufs depuis pâques 2005. Les éleveurs tirent une plus value qui est de l'ordre de 0,3 €/kg de carcasse suite à une commercialisation sous AOC.

Du point de vue de la promotion, il n'y a pas de dégustation organisée dans les points de vente, mais une promotion par les éleveurs (l'idéal étant un binôme homme – femme pour parler production et valorisation du produit). Ces promotions se font régulièrement... plus d'une trentaine par an, par les éleveurs de l'AOC qui ont suivi une formation à la dégustation, qualification de leur produit. Il y a une nécessité de bien définir le produit si l'on veut convaincre le consommateur, si l'on veut qu'il soit appréciable !

Au niveau surcoût pour le consommateur : le différentiel de prix ne doit jamais excéder 10 à 15 % du prix conventionnel.

3. Argumenter ses bonnes pratiques – La filière ‘Bœuf Fermier’ de Cactus (Luxembourg)

3.1. Le cadre

La définition d'un label de viande rouge, selon les critères de durabilité, a eu son début dans le cadre des débats sur la réforme McSharry de la PAC, en 1991. Elle est issue d'une réflexion menée par les responsables de la Fédération des Herdbooks Luxembourgeois (FHL). Réflexion qui visait à définir les critères de durabilité de ce mode de production et de l'agriculture en général. Les critères retenus sont :

1. la minimisation des pertes en nutriments ;
2. la maximisation des gains en énergie fixée par la photosynthèse ;
3. le maintien sinon l'amélioration de la fertilité des sols.

Elle a dès lors décidé de mettre en place une dynamique visant à améliorer le caractère durable des exploitations de son réseau en quantifiant les flux d'éléments, d'énergie, d'humus, au sein de ces dernières et ce d'une manière récurrente afin de pouvoir mettre des évolutions en évidence.

3.2. La dynamique

Les rapports commerciaux entre la FHL et la chaîne des supermarchés 'Cactus' ont conduit, en 1996, à la rédaction d'un cahier des charges pour la production de viande bovine qui intègre les objectifs en matière de durabilité environnementale, de traçabilité, de santé animale, de conditions d'abattage, de distribution et de mise en vente ainsi que de communication (publicité) envers les consommateurs. Tel qu'annoncé dans le cahier des charges l'objectif fondamental est de fournir au producteur et au consommateur de cette viande bovine un maximum de garanties, à savoir :

- minimisation des impacts de cette production sur la nature et l'environnement (dans les limites des possibilités données par la PAC !);
- élimination des risques connus et potentiels pour la santé humaine ;
- pérennisation de cette production sur le terroir luxembourgeois (autonomie).

La FHL y est chargée de l'animation, du contrôle et de la certification interne des critères de production et standards de qualité au niveau de la ferme. Pour ce faire, les techniciens et les conseillers de la FHL visitent régulièrement les fermes et encadrent les exploitants dans leur travail.

Les supermarchés Cactus portent, quant à eux, la responsabilité de l'application du cahier de charges depuis le départ des animaux de la ferme, pour l'abattage, jusqu'à la commercialisation du produit fini. Dans ce cadre ils sont responsables pour les conditions de transport des animaux, pour les conditions d'abattage (Boucherie Centrale), pour la traçabilité et l'étiquetage, pour les contrôles sur la viande (métaux lourds, hormones, antibiotiques et autres substances à risques) ainsi que pour la distribution et la mise en vente.

3.3. La naissance et la définition du produit

Malgré que la « minimisation des impacts de cette production sur la nature et l'environnement » est le premier objectif annoncé, on a l'impression que l'on est face à une dynamique où le produit prend le pas sur l'environnement, la contrainte environnementale résidant dans une acceptation de réaliser un éco-bilan annuel de l'exploitation et d'explorer des voies d'évolution. La définition du produit se faisant principalement sur des critères de traçabilité (origine des animaux et des aliments, auto-production), de bien-être animal (conditions de stabulation (espace, atmosphère), de transport, ...), du type et de l'âge des animaux abattus.

Le produit valorisé par la filière est du jeune taurillon limousin, charolais ou angus de moins de 22 mois, ayant des poids de carcasse compris entre 350 et 450 kg et un état d'engraissement compris entre 1 et 4... Les taureaux de type culard de race Blanc Bleu Belge sont exclus de la filière.

3.4. La commercialisation et la promotion du produit

Le produit proposé par la filière occupe une place centrale dans le linéaire des supermarchés Cactus, il est le seul produit viande bovine Luxembourgeois. L'étiquetage de Cactus insiste sur deux points : l'identification de l'éleveur (naissieur et engraisseur), ce qui fut probablement une première européenne qui rompt avec le principe de dissociation des ateliers d'engraissement, ainsi que le lieu d'élevage (village). Le travail réalisé en amont par la FHL permet de garantir une traçabilité étroite des aliments de la ferme à la découpe dans le linéaire.

Il faut également signaler que, dès le départ, Cactus s'est engagé à ne pas communiquer sur la production sans l'aval de la FHL, ce qui doit permettre aux producteurs de garder la maîtrise de l'image sur la production. Ainsi la promotion est axée sur (1) des rencontres entre tous les acteurs de la chaîne (producteurs, conseillers, consommateurs, etc.) et (2) le savoir faire du responsable achat qui a participé à plusieurs émissions culinaires. Par contre, bien que le cahier des charges annonce que « la promotion de cette viande de qualité supérieure sert à informer les consommateurs des processus de production, des difficultés économiques et sociales et des contraintes de la nature avec lesquelles les éleveurs sont confrontés journellement », on sent que Cactus éprouve plus de difficulté à traduire, vers le consommateur, son engagement en faveur de l'environnement. Ce facteur, 1^{er} objectif annoncé, n'étant pas mis en avant dans les 1^{er} feuillets de promotion et n'arrivent qu'en 5^{ème} position par la suite !

4. Produits de l'agriculture biologique – La filière 'Bio' dans la grande distribution (Belgique)

4.1. Le cadre

Un rapport publié par EUROSTAT, en juillet 2005, démontre que l'importance de l'agriculture biologique ne cesse de croître au niveau de l'Union Européenne (UE) (Rohner-Thielen 2005). Ainsi, en 2002, dans l'Europe des 15, c'étaient 4 % de la SAU qui étaient cultivés en respectant ce cahier des charges, l'accroissement de cette proportion était de l'ordre de 21 % par an entre 1998 et 2002 (29 % au sein de la Région Wallonne (Anonyme 2005)). Cependant, des situations forts contrastées existent entre les différents pays de l'Union voir entre les régions d'un même pays. En Belgique, les proportions de la SAU contrôlées en 2003 étaient de 0,5 et 2,7 % respectivement en Flandre et en Wallonie (Anonyme 2005).

L'engouement pour ce mode de production, dont le but premier était d'améliorer la richesse et la stabilité des sols en restaurant le taux de matière organique et en évitant tout intrant synthétique, et non la préservation de l'environnement en général, est à relier au soutien par les primes agri-environnementales. Ainsi une typologie des reconversions à ce mode de conduite, prenant en compte les projets d'éleveurs (facteurs endogènes) et les signaux extérieurs (facteurs exogènes : marchés, attentes de la sociétés, ...), souligne une diversité de situations (tableau 1) avec une adhésion plus ou moins forte à l'idéologie initiale propre à ce mode de production, et dès lors une pression environnementale plus ou moins marquée. Pression qui semble d'autant plus marquée que les producteurs cherchent à répondre aux attentes du marché : ces producteurs 'poussent' leurs systèmes et les maintiennent dans les limites permises par le cahier des charges (retournement de prairies de longue durée, riche en

légumineuses, achat de fertilisant organiques, ...). C'est sur ces systèmes, qui, bien que ne représentant qu'un quart des exploitations converties à l'agriculture biologique, alimentent une grande partie du marché, que nous nous focaliserons par la suite. On peut souligner que pour 54 % des exploitations (reconversion environnementale et reconversion de l'ensemble du système de production) on peut s'attendre à une nette diminution de la pression environnementale exercée en comparaison aux systèmes conventionnels.

Tableau 1 : Types de reconversions des élevages allaitants en fonction des dynamiques internes de l'élevage et des signaux externes de l'environnement socio-économique. Pourcentage d'exploitations et chargements moyens rencontrés dans ces groupes.

Projet de l'éleveur Itinéraire professionnel ↓	Signaux externes				Mode de reconversion au bio ↓
	Crises de la viande bovine conventionnelle	Programmes de soutien (primes bio, MAE)	Développement du marché des produits bio	Evolution de la demande sociale et de la consommation	
Activité agricole en déclin	+++	+++	+		1° Opportunité financière 21% 1,3 UGB/ha
Elevage = accessoire et/ou extensif	+	+++	+	++	2° Reconversion environnementale 45% 1,1 UGB/ha
Elevage = Valorisation du produit	+++	+++	+++	+	3° Reconversion par le marché. 25% 1,9 UGB/ha
Recherche d'une nouvelle cohérence	++	++	++	+++	4° Reconversion du modèle de production 9% 1.1 UGB/ha

4.2. La dynamique

La dynamique peut être décomposée en quatre phases :

1. Recherche d'un débouché pour les vaches de réforme ;
2. Rencontre avec une enseigne engagée sur le bio ;
3. Explosion de la demande suite aux crises. Bio = valeur refuge (nécessité, pour la filière, de réaliser un effort quantitatif) ;
4. Retour à un marché plus stable (nécessité, pour la filière, de réaliser un effort qualitatif).

A la fin des années nonante quelques éleveurs bio laitiers cherchent un débouché pour leurs vaches de réformes. Il rencontre alors une enseigne qui, depuis dix ans, s'est engagée à développer une gamme bio. Les crises alimentaires, qui portent en particulier sur les productions animales, les amènent à rechercher dans le monde bio belge des partenaires pour

construire une filière. C'est dans cette perspective qu'une coopérative de quatre éleveurs (Groupement de Viande d'Origine Belge GVBOB) s'est fondée et s'engage à fournir l'enseigne à partir du marché belge. L'initiative va, à la fois, bénéficier de la triple crise (dioxine, farines animales et fièvre aphteuse) et de la conversion d'une série d'éleveurs, suite au renouvellement du système de soutien à l'agriculture biologique en 1997, pour se développer. Une fois ces crises passées ; crises durant lesquelles il a fallu, principalement, assurer un volume de production ; la demande a commencé à s'éroder petit à petit avant de se stabiliser. Dans ce contexte, tout nouveau développement de la filière nécessite de passer par une meilleure qualification, caractérisation du produit qui devra pouvoir se différencier du produit conventionnel.

4.3. La naissance et la définition du produit

L'accord entre l'enseigne et les éleveurs n'est possible, à terme, que parce que l'enseigne, qui veut externaliser le travail de découpe, va y intégrer le travail d'un transformateur (AMB), abattoir qui réalisera le travail de découpe et d'emballage sous atmosphère contrôlée. La convention que passe l'enseigne avec GVBOB et AMB s'appuie sur deux principes :

- une grille de prix fixe et transparente, que GVBOB a su négocier et qui ne varie que sur base de (1) la classification SEUROP, (2) le type de bête (taurillon, génisse, vache de réforme) et (3) la destination du produit (découpe ou haché)
- un principe d'achat « colis », qui permet de valoriser à la découpe l'ensemble des carcasses.

La demande que l'enseigne adresse aux éleveurs est cependant fort proche de la demande réalisée dans le circuit conventionnel, en race Blanc Bleu Belge, à savoir la production de taurillons de moins de 24 mois de manière à avoir un produit maigre et tendre... mais hélas peu différencier !

4.4. La commercialisation et la promotion du produit

La promotion du produit va connaître trois phases. Dans un premier temps, le bio est promu comme valeur refuge face aux crises qui secouent le secteur conventionnel. Dans un second temps, l'enseigne va indiquer sur l'étiquetage l'identité de l'éleveur qui sera également engraisseur. Enfin dans un troisième temps c'est la race et ce qu'elle suppose en terme de bien-être animal et de goût qui va être indiquée. Les externalités propres au mode de production 'bio' n'étaient pas, jusqu'il y a peu, mises en avant dans les actions de promotion.

5. Préserver des habitats sensibles - L'éleveur et l'oiseau (France)

5.1. Le cadre

Le projet est né sur un milieu écologique très sensible et de première importance tant du point de vue hydrologique que biologique. En effet nous nous trouvons dans les basses vallées Angevines qui intègrent 23000 ha de zones inondables servant de tampon pour réguler le cours de la Maine et de la Loire avant le goulot d'étranglement que représente la ville d'Angers. Cet écosystème de prairies inondables est caractérisé par une productivité 'élevée', et ce en comparaison avec les terres hautes avant l'avènement des fertilisants, et par une forte biodiversité. L'orientation Nord-Sud de ces basses vallées Angevines en fait également un lieu d'arrêt privilégié pour les oiseaux au cours de leur migration. Ce type de zone leur permet de se refaire une 'santé' avant d'arriver sur leur lieu de reproduction et améliore dès lors cette dernière. Cependant, durant la 2^{ème} moitié du 20^{ème} siècle, notamment suite à la construction de digues, ces zones inondables ont fortement régressé, ce qui entraîne une dé-régularisation des cours d'eau et aggrave d'autant le phénomène des crues. Vu leur richesse écologique, ces espaces bénéficient d'un statut spécial de protection.

Du point de vue agronomique nous nous trouvons face à des systèmes mixtes 'lait – viande' avec assez peu de cultures. Traditionnellement, outre le lait produit sur les zones non inondables, les éleveurs des basses vallées Angevines produisent des broutards engraisés par des éleveurs situés sur des zones plus propices aux cultures. Ce type d'exploitation va cependant fortement évoluer sous l'influence de 2 facteurs importants, et ce dès la fin des années 70. Le premier réside dans la possibilité, pour les exploitants, de prendre leur pension à 60 ans et de remettre leur exploitation, alors que le second correspond à l'avènement des quotas laitiers et à l'octroi d'une prime à la cessation des activités laitières. Ces 2 facteurs vont accélérer la disparition des petites exploitations dont les terres non inondables, et donc facilement mécanisables, trouvent facilement repreneur contrairement aux terres inondables, ce qui entraîne une déprise de ces parcelles laissées en friche. Or il faut leur trouver une utilité car ce sont, assez paradoxalement, les parcelles les plus taxées ! En effet, la taxe sur le foncier non-bâti, qui est prélevée en France, n'a plus été revue depuis plusieurs décennies. Epoque à laquelle les engrais étaient encore peu utilisés et donc à laquelle les terres enrichies par les limons lors des crues avaient une valeur et une productivité supérieure. Les voies de valorisation qui se développent sont (1) la mise en place de peuplements de peupliers ; les surfaces passent de 15 à 800 ha en 10 ans ; et (2) la chasse aux oiseaux d'eau.

5.2. La dynamique

1. Problématique environnementale : pâturage inondé = milieu à haut potentiel en termes de biodiversité, comment les (co-)gérer suite à leur déprise ?
2. Crise territoriale : écologistes et éleveurs face aux propriétaires qui, eux, désirent reboiser
3. Redéfinition de l'identité des éleveurs, quel produit au départ de ces surfaces revalorisées grâce aux MAE ?
4. Recherche d'un débouché

En réaction, et ce afin de préserver la biodiversité de ces sites, les écologistes envisagent, sans concertation avec les autres acteurs de terrain, le montage d'un projet de mise en réserve de 4500 ha sur la zone ; réserve qui serait très fermée aux agriculteurs (plus de chasse, plus d'exploitation, ...). Une telle proposition ne pouvait conduire qu'à un affrontement des partis en présence et était vouée à l'échec.

En 1990, les différents utilisateurs du territoire finissent, non sans mal, par se mettre autour de la table afin de définir un plan de gestion concerté de ces milieux. De ces réunions il ressort que ces zones inondables ne peuvent, afin de maintenir leur potentiel écologique, agronomique et paysager, qu'être maintenues en prairie. Il y a dès lors un consensus sur la délimitation de 3 zones au sein de ce territoire : une zone qui peut-être boisée, une zone qui ne pourra pas être boisée (plus de 50 % de la zone) et une zone où un accord devra être demandé avant boisement.

C'est en 1993 que, suite à l'avènement des Mesures Agri-Environnementales (MAE), ces surfaces vont être re-valorisées et re-valorisables aux yeux des exploitants agricoles qui contribuent ainsi à un acte citoyen avec la sauvegarde du mode d'élevage local, du paysage et de la biodiversité ! C'est également à cette époque que se met en place un projet life 'rôle des genêts' avec le rachat de terres et l'étude des populations de cet oiseau très sensible au mode de gestion des prairies (= espèce parapluie : si elle est présente alors de nombreuses espèces sensibles le sont également).

Les MAE consistent en une interdiction de fertiliser les prairies inondables qui peuvent être pâturées (50 €/ha) ou fauchées, toujours du centre vers l'extérieur, de manière tardive (120 €/ha) à très tardive (165 €/ha). Sur les 4500 ha de haut intérêt, 2600 ha sont contractualisés avec une majorité de « fauche au 10 Juillet ».

5.3. La naissance et la définition du produit

L'idée de valoriser les produits issus de ces surfaces dans un circuit parallèle a émergé vers la moitié des années 90 avec une mise en place de la dynamique à la fin de cette décennie. C'est à cette époque que furent organisées une quinzaine de réunions par petits groupes d'éleveurs sur tout le territoire afin de définir leur intérêt pour une telle démarche ainsi que pour définir le système qu'ils verraient derrière un tel produit ! Les consommateurs, dont 70 % se disent prêts à acheter des produits de qualité différenciés... mais qui confondent différenciation et marque, ne sont pas inclus dans la définition du 'produit'.

En 2001, l'Association des Eleveurs des Vallées Angevines est mise en place avec, pour objectif, le développement d'une marque qui permettrait, notamment, de valoriser les animaux de qualité moyenne (U-), qui sont moins bien valorisés dans le circuit conventionnel. Une telle orientation freine l'adhésion des bouchers qui, bien qu'intéressés, préfèrent les bêtes les mieux conformées (E- ; U+ : Blonde d'Aquitaine).

L'Association se tourne dès lors vers la grande distribution qui, 2^{ème} crise de l'ESB oblige, exige une certification, coûteuse, du produit. Cette démarche de certification étant très lourde, l'Association a décidé d'adhérer et de respecter le cahier des charges d'une marque interprofessionnelle nationale existante, à savoir le Bœuf Verte Prairie. C'est à ce cahier des charges qu'ont été ajoutées une série d'exigences locales :

- ⇒ *Des élevages extensifs qui valorisent les surfaces inondables* : au moins 10 ha sous MAE (SAU moyenne = 80 ha) ; au moins 2/3 de la SF (Superficie fourragère) en herbe, herbe qui doit couvrir au moins 50 % des surfaces inondables ; maximum 2 UGB PAC/ha de SF ; animaux (femelles de 30 mois à 10 ans - bœufs de 30 à 48 mois (castration avant 10 mois) de races à viande présents depuis au moins 18 mois sur l'exploitation.
- ⇒ *Une alimentation saine basée sur l'herbe* : concentrés (céréales, protéagineux (soja excepté), pulpes de betteraves, lin, ...) limités au tiers de la ration au printemps et à la moitié de la ration durant le reste de l'année ; pas de cultures transgéniques ; pas d'ensilage durant la phase de finition du début avril au début novembre.
- ⇒ *Conduite d'élevage... axée sur le bien être et ouverte au public* : système de contention adapté = éviter le stress lors des manipulations et du transport ; un maximum de pâturage avec la présence de coins d'ombre ; un hivernage au plein air est accepté à condition que le chargement soit suffisamment faible que pour éviter une détérioration du couvert ; présentation des exploitations aux citoyens sur simple demande.

Cette démarche est fortement soutenue par les communautés locales, au travers de la Chambre d'Agriculture et de l'Association Départementale pour l'Amélioration des Structures des Exploitations Agricoles, qui veulent surtout soutenir l'idée de tirer une plus value des produits issus de ce savoir-faire local et revaloriser ainsi le métier des éleveurs sur la zone ! Ces derniers, jusqu'alors considérés comme les oubliés du développement, ont vu leurs systèmes, basés sur les fourrages auto-produits, et leur manière de faire, revalorisés suite à la crise de l'ESB. Le soutien des communautés locales s'est concrétisé par l'acceptation de cofinancer le programme des MAE sur la zone.

5.4. La commercialisation et la promotion du produit

Après l'obtention de la certification et l'adhésion d'un Super U à la démarche, il a été possible de démarrer la commercialisation des premiers animaux en 2003, avec, actuellement, la valorisation d'un animal (vache de réforme ou génisse) par semaine. Actuellement, le cahier des charges limite la commercialisation à un maximum d'un animal par hectare contractualisé. La plus value est, en moyenne, de 0,2 € par kilo de carcasse. Quinze éleveurs adhèrent à l'Association, dix fournissent actuellement des animaux à la filière.

La filière est encadrée par un marchand de bétail de la zone qui a la confiance des différents acteurs, qui a un savoir faire en terme d'engraissement et qui a une bonne connaissance des attentes du boucher du Super U. C'est ce marchand qui choisit les animaux à engraisser et à abattre, et qui gère le calendrier afin de réguler les flux.

Une des originalités du Super U ayant adhéré à la démarche, qui est également une condition pour la valorisation de l'entièreté des carcasses, est le maintien d'un rayon 'découpe traditionnel' avec un peu de découpe en barquette. Les carcasses sont maturées 12 jours sous vides avant d'être valorisées. Par contre il y a un manque de clarté au niveau de la promotion. En effet, vu la nécessité de valoriser l'entièreté des carcasses alors que la consommation est orientée à plus de 55 % vers les morceaux de premier choix ; tendreté oblige ; le produit sous la marque 'l'éleveur et l'oiseau' représente 30 % du volume viande bovine vendu... or c'est lui qui apparaît au premier plan au niveau de la promotion (affiche avec origine (élevage) et type de l'animal actuellement en découpe ; sigle sur le pourtour du comptoir et sur l'ensemble des barquettes concernées). Au niveau de la promotion du produit, les éleveurs, ayant préalablement participé à une formation 'Communication Qualité Formation par la Dégustation' afin de pouvoir s'exprimer sur le produit, ont également réalisés quelques 'animation – dégustation de carpaccio' en magasin avec une exposition de la ligue de la protection des oiseaux à l'entrée du magasin, les 2 manifestation étant découpées dans l'espace, ce qui brouillait également le message !

6. Restaurer et entretenir des milieux de haute valeur biologique – « Le paysage a du goût » (France)

6.1. Le cadre

Dans les Vosges, comme ailleurs, les surfaces les moins accessibles et les moins mécanisables ont tendance à être abandonnées et à suivre leur conversion naturelle vers la forêt précédée par un embroussaillage de plus en plus important.

Cette évolution entraîne, comme illustré dans l'exemple précédent, des pertes importantes tant en terme de paysage que de biodiversité.

6.2. La dynamique

Afin de contrer ce phénomène, le Parc Naturel régional des Vosges du Nord a décidé, en 1991, suite à une concertation avec les différents utilisateurs de ces espaces (naturalistes, propriétaires, associations touristiques, ...), d'introduire des Highland Cattle pour réaliser une gestion écologique des friches et ce plus spécialement dans les secteurs situés à proximité des zones habitées. Ces animaux, rustiques, vivent l'entièreté de l'année à l'extérieur dans des milieux difficiles souvent très humides. On peut souligner ici que différentes études montrent qu'un tel travail pourrait également être réalisé par des races 'améliorées' à condition d'y avoir été habitué.

La mission de ces animaux est de réguler les friches tout en exerçant sur elles un impact et une pression de pâturage minimale. Dès lors, comme le souligne les gestionnaires du parc, le projet est totalement hors du champ d'une logique privée et de la recherche du profit. C'est plutôt une logique qui vise à maximiser l'intérêt public.

Actuellement, ce sont plus de 200 ha qui sont ainsi entretenus par plus de 190 bovins répartis sur plus de 30 sites au sein de 15 communes.

6.3. La naissance et la définition du produit

Un tel mode de gestion nécessite dès lors de maintenir de faibles charges. Que faire des animaux surnuméraires qui ont, par ailleurs, une faible valeur d'élevage ? Etant entendu que la valorisation de ces animaux ne vise nullement à réaliser des bénéfices mais bien à réguler le système pastoral. Pourquoi ne pas les valoriser à travers un événement culinaire ?

Ce dernier s'est concrétisé en 1997 dans le cadre de l'action « le paysage à du goût » qui, depuis, se répète chaque année de la mi-octobre à la mi-novembre. La douzaine de restaurateurs et les quelques (3 en 2003) bouchers participant valorisent des bœufs de 4 ans.

6.4. La commercialisation et la promotion du produit

Cette action, qui a débuté il y a près de 10 ans, permet d'impliquer les entreprises touristiques, les restaurateurs et les consommateurs à des actions de gestion de l'espace. Les restaurateurs mettant, par la même occasion, leur savoir-faire en avant.

Afin d'impliquer plus avant les consommateurs dans cette gestion de l'espace, les promoteurs du projet ont mis sur pied une « redevance paysage » payé par le mangeur d'une pièce de viande. Cette redevance, qui a pour contrepartie une garantie de qualité et d'indication de provenance, implique un processus d'adhésion du consommateur en phase avec ses questionnements éthiques.

Ce projet a également permis d'expérimenter une démarche de promotion touristique basée sur l'événementiel.

7. Clé de comparaison de ces différentes alternatives

7.1. Les enjeux environnementaux

Après avoir décrit ces différentes initiatives nous allons tenter de comparer la manière dont le produit est articulé, qualifié par rapport aux externalités environnementales (tableau 2).

Tableau 2 : Articulation, qualification du produit par rapport aux externalités environnementales

Filière	Réduction des Intrants	Prise en compte de la biodiversité	Mise en avant des différences immatérielles	Différenciation intrinsèque du produit par rapport à la filière classique	Challenge annoncé
<u>L'AOC Maine-Anjou</u>	Pas explicite mais chargement < 1 vache/ha	Pas explicite mais système plus basé sur le foin	Explicite dans la définition de l'AOC race liée à un terroir et à un savoir faire	Forte, fer de lance de la promotion	Développer le marcher en étendant la filière femelle aux boeufs
<u>Cactus</u>	Bonnes pratiques	A venir	Difficile à expliquer aux consommateurs	Néant	Prise en compte de la biodiversité
<u>Bio</u>	Pas d'intrant de synthèse	Pas dans les mesures mais les études mettent en évidence un impact positif	Implicite mais non débattue	Faible	Exploration, avec la filière, des possibilités de différencier le produit
<u>L'Eleveur et l'Oiseau</u>	Pas d'intrant sur les surfaces en MAE	Forte	Oui mais message brouillé	A explorer : * filière femelle * moindre conformation * part des fourrages	Développer le marché Lier le produit et ses qualités intrinsèques et immatérielles
<u>Le Paysage a du goût !</u>	Pas d'intrant	Forte	Forte : « Le Paysage a du goût »	Très forte	

7.2. Les enjeux sociologiques

Dans ce cadre nous essayons de définir (tableau 3) comment ces différents projets cherchant à intégrer ‘élevage’ et ‘environnement’ :

- influent sur l’identité, l’idée que les éleveurs se font de leur métier ;
- s’articulent avec la distribution ;
- se représentent le consommateur ;
- permettent de prendre en compte d’autres demandes que celle de l’environnement.

Tableau 3 : Articulation de la dynamique par rapport à différents enjeux sociologiques

Filière	Porteurs d’enjeux qui se rencontrent	Identité de l’éleveur	Articulation avec la distribution	Représentation du consommateur	Agrégation de demandes hétérogènes
<u>L’AOC</u> <u>Maine-Anjou</u>	Herdbook Eleveurs (sauver une race) / GD & consommateur (goût)	Grand plus : valorise son savoir-faire et ses choix en terme de race	La Grande Distribution valorise la démarche	Occasionnel - Explorateur	Race et Goût Terroir (Environnement)
<u>Cactus</u>	Herdbook (objectiver la durabilité) & Eleveurs / GD & consommateurs (sécurité, santé)	Un plus	La Grande Distribution porte la démarche	Exclusif	Sécurité Environnement (Terroir)
<u>Bio</u>	Eleveurs (valoriser son produit - cahier des charges) / GD (origine, sécurité, standard) / consommateurs (un produit différent ?)	Fonction du mode conversion Ceux qui se sont convertis par le marché sont en tension /e/ 2 référentiels !	La Grande Distribution a initiée et porte la démarche	Exclusif tentative de shift vers occasionnel	Certification bio Identité éleveur belge - Race et Eleveur engrais.
<u>L’Eleveur et l’Oiseau</u>	Ecologistes (milieu de ↑ valeur) / Eleveurs (savoir faire) / citoyen (régulation hydrique, paysage)	Grand plus : « les oubliés du développement voient leur manière de faire récompensée !	La distribution accepte ce produit local car il répond aux normes nationales et donne une articulation locale	Occasionnel mais promotion articulée pour les Exclusifs	Environnement lié au territoire, un savoir faire (Goût)
<u>Le Paysage a du goût !</u>	Gestionnaires du territoire (paysage de ↑ valeur) / citoyen (sauver un patrimoine) / restaurateurs – tourisme (événement)	Pas un projet d’éleveurs	Les restaurateurs et bouchers impliqués soutiennent la démarche	Occasionnel (éthique)	Environnement Goût

8. En guise de conclusions

Ces différentes expériences illustrent bien l’importance relative qui peut être donnée aux différentes fonctions de l’élevage ainsi que les différentes manières de les articuler au sein de projet qui sont des projets de filière mais qui mobilisent, qui valorisent le savoir faire et les attentes de certains éleveurs. On remarque cependant que, bien qu’omniprésent dans le projet des éleveurs et des gestionnaires du territoire impliqués, l’environnement est souvent absent ou insuffisamment mis en avant dans la promotion du produit (exception faite du projet ‘le paysage a du goût’).

De même ; alors que le fait de prendre plus en compte les fonctions autres que la fonction de production dans son projet de filière nécessite souvent de recourir à d’autres races que des races ayant subi une trop forte sélection en vue d’améliorer leur productivité telles que la Holstein, la Blanc Bleue Belge, le Texel, dans des systèmes où la production mais également la conformation étaient les critères clés; le produit final semble, exception faite de

l'expérience 'AOC Maine Anjou' trop peu qualifié en terme de goût. Or, comme souligné dans l'introduction, la valorisation d'un mode de production reconnu comme étant plus respectueux de l'environnement, du bien-être animal, ... sera facilitée si le produit qui en est issu a une supériorité gustative non ambiguë en comparaison avec la viande bovine produite dans des conditions plus intensives (Chatellier et al. (2003).

9. Remerciements

Cette approche a été permise suite à la réalisation de recherches financées par les SSTC dans le cadre du projet 'Comment l'agriculture biologique contribue t'elle au mode de production et de consommation durable ?' (Plan d'Appui au Développement Durable) et par l'Europe et la Région Wallonne dans le cadre du projet GEMINER – Gestion des Milieux Naturels et de l'Espace Rural (programme Interreg III 'Wallonie-Lorraine-Luxembourg').

10. Références

Anonyme. 2005. Evolution de l'économie agricole et horticole de la Région Wallonne en 2003. V. Thomas (ed.). Direction Générale de l'Agriculture, 159 p.

Chatellier, V., H. Guyomard et K. Le Bris. 2003. La consommation de viande bovine dans le monde et dans l'Union européenne : évolutions récentes et perspectives. INRA Prod. Anim., 16 (5) : 381-391.

Mormont, M., P. Stassart, D. Jamar, D. Stilmant, J. Aertsens et G. Van Huylenbroeck. 2003. Comment l'agriculture biologique contribue-t-elle aux modes de production et de consommation durable ? Rapport intermédiaires, Arlon.

Rohner-Thielen, E. 2005. Organic farming in Europe. Eurostat publisher, Statistics in focus, Agriculture and fisheries, 31/2005, 8 p (epp.eurostat.cec.eu.int/cache/ITY_OFFPUB/KS-NN-05-031/EN/KS-NN-05-031-EN.PDF).

Stassart, P., et D. Jamar. 2005. (sous presse) Construire des référentiels durables , le cas de l'élevage bio en Belgique, Nature Sciences et Société, N° spécial alimentation.

Zanoli, R. 2004. Consumer attitude, behaviour and strategic approaches in the european Organic Food market. Bruxelles, Report for the Comission of the European Communities: 119.