

PROJET DE DEVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL

Terres
en villes

ONVAR

EVALUER ET RENOUVELLER LES MODALITES D'IMPLICATION
DES COLLECTIFS D'AGRICULTEURS ET DU DEVELOPPEMENT
AGRICOLE DANS LES PROJETS ALIMENTAIRES TERRITORIAUX
CO-CONSTRUITS PROMOUVANT L'AGROECOLOGIE

Septembre 2017

Chantier

3

Économie agricole et gouvernance alimentaire
des agglomérations

« Le Bœuf des Vallées Angevines » : un territoire, un produit, une marque

Fiche n°3

Ces fiches expérience s'inscrivent dans le projet de développement agricole de Terres en villes, pour lequel le Réseau a été reconnu Organisme National à Vocation Agricole et Rurale (ONVAR) en 2015. Financé par le CasDar, ce projet s'adresse directement aux agriculteurs et aux agents de développement agricole.

Traitant de la mobilisation du monde agricole dans les Projets Alimentaires Territoriaux, il est intégré au projet du Réseau Rural Français MCDR (Mobilisation Collective pour le Développement Rural), le RnPAT (Réseau national pour un Projet Alimentaire Territorial co-construit et partagé), dont Terres en villes est chef de file et co-pilote avec l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture.

Les fiches
expérience
Terres en villes

Il vise à évaluer et renouveler les modalités d'implication des collectifs d'agriculteurs et du développement agricole dans les Projets Alimentaires Territoriaux d'agglomération co-construits et promouvant l'agro-écologie. Lieu ressources des projets et politiques agricoles et alimentaires des agglomérations et métropoles françaises, Terres en villes souhaite à terme produire des outils méthodologiques pour réussir la mobilisation du monde agricole dans les Projets Alimentaires Territoriaux.

Ces fiches sont les premiers livrables de ce projet. Elles mettent en lumière des initiatives agricoles et alimentaires innovantes en matière de gouvernance, d'expertises mobilisées et de conseils aux agriculteurs, analysées au regard de l'implication des agriculteurs et du développement agricole. Elles ont été réalisées à partir d'une étude documentaire et d'enquêtes auprès de personnes ressources.

« Le Bœuf des Vallées Angevines » : un territoire, un produit, une marque

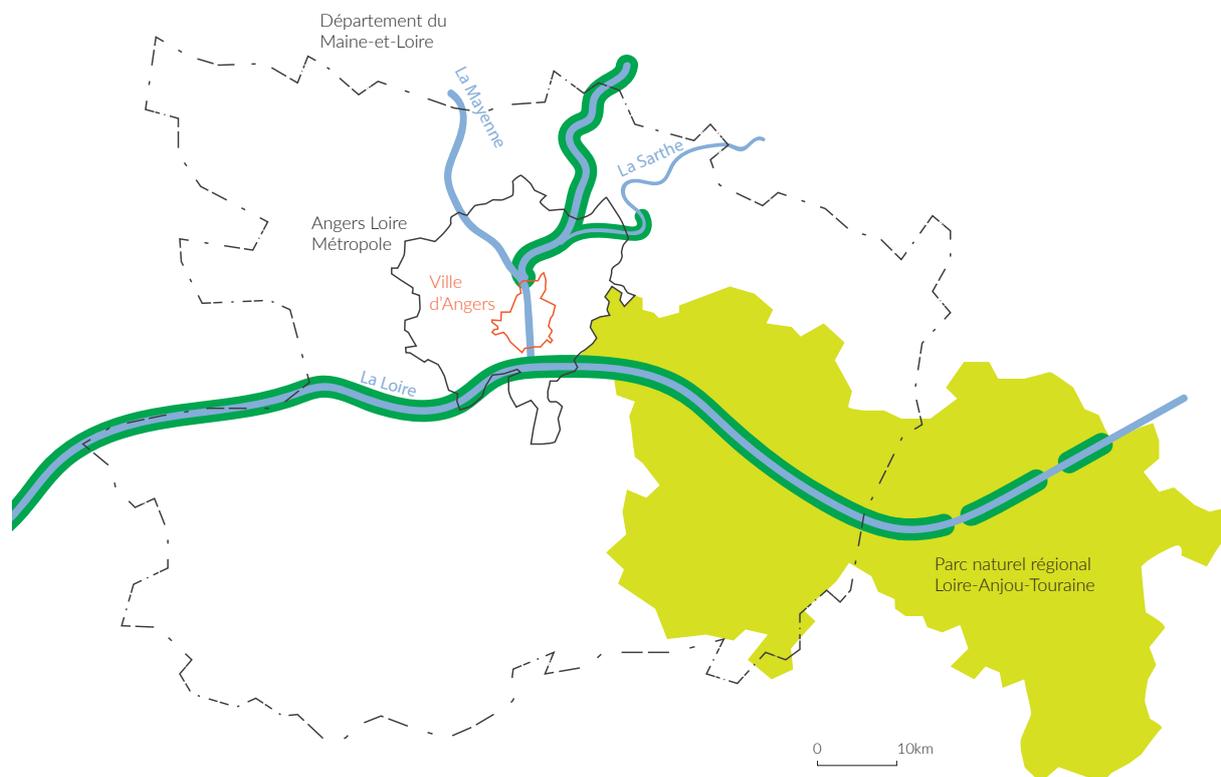
Résumé

Les zones humides des Vallées Angevines présentent une biodiversité exceptionnelle qu'il convient de préserver, comme le Râle des genêts, un oiseau menacé. Naturalistes et éleveurs se sont retrouvés autour de cet enjeu afin de pérenniser une agriculture respectueuse de l'environnement et d'instaurer une conduite d'élevage adaptée à ce territoire si particulier. La création d'une association d'éleveurs dans les Vallées Angevines, donnant lieu au lancement de la marque « L'Éleveur et l'Oiseau » (devenue par la suite « Le Bœuf des Vallées Angevines »), s'inscrit ainsi dans la volonté des éleveurs de mettre en avant ces pratiques et de valoriser localement ce produit directement lié au territoire.

Catégories d'expérience

- Action alimentaire
- Agriculture urbaine et sociétale
- Agrotourisme
- Aide à l'installation ou à la diversification
- Commercialisation
- Développement de la production biologique
- Filière territorialisée
- Marque territoriale
- Projet public de zone agricole périurbaine nourricière
- Sensibilisation des consommateurs et promotion des produits locaux

Localisation



Le territoire

Description

Baigné par de nombreux cours d'eau (la Maine, la Mayenne, la Loire, la Sarthe et le Loir), le département de Maine-et-Loire offre un paysage de zones humides remarquable. Cette richesse hydrographique a donné naissance aux Vallées Angevines, constituées de deux sites naturels : les Basses Vallées Angevines au Nord d'Angers et la Vallée de la Loire au Sud de la ville.

Régulièrement inondées, ces zones humides présentent une biodiversité exceptionnelle qu'il convient de préserver. Parmi les espèces à protéger sur ce territoire, on retrouve le Râle des genêts, l'un des oiseaux les plus menacés en Europe. Faisant son nid dans les prairies naturelles des zones inondables au printemps, il en a fait son territoire de prédilection. Sur le département, 550 mâles chanteurs sur les 1200 en France sont présents.

Les Basses Vallées Angevines, étendues sur 9 200 ha et 33 communes, sont reconnues mondialement comme l'une des plus belles régions naturelles humides. A ce titre, elles ont été classées Zone Naturelle d'Intérêt Ecologique Floristique et Faunistique (ZNIEFF) en 1984. Puis, en 2004, elles ont intégré le réseau Natura 2000.

Contexte socio-économique

Ce site est un lieu de production agricole. Les surfaces agricoles sont pour partie des prairies inondables fauchées, exploitées pour l'élevage bovin allaitant. La diversité de la flore permet un équilibre alimentaire favorable à la bonne santé des bovins. Ce sont d'ailleurs les pratiques et le savoir-faire des éleveurs qui maintiennent ce paysage si particulier et empêchent le développement de friches.

Enfin, ces sites sont aussi des espaces récréatifs aux portes de la ville. Les Basses Vallées Angevines offrent par exemple des sentiers de grande randonnée, la boucle principale présentant 100 km de circuit auxquels se greffent 250 km de boucles communales. Les voies d'eau offrent également de nombreuses possibilités de pratiques de loisirs (pêche, canoë...).



L'expérience

Historique

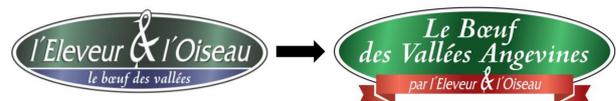
En 1990, dans un contexte de crise agricole, le paysage des Vallées Angevines et la présence du Rôle des genêts se trouvaient menacés par une potentielle disparition de l'élevage bovin sur le territoire. L'ensemble des acteurs locaux se sont donc mobilisés : agriculteurs, organisations professionnelles agricoles, naturalistes, chasseurs, pêcheurs, et collectivités territoriales. Réunis au sein d'un comité de pilotage, ils ont élaboré un programme agri-environnemental pour la préservation du Rôle des genêts, sous forme de contrats destinés aux exploitants agricoles. Un cahier des charges incluant des pratiques agricoles favorables à l'oiseau a ainsi été élaboré. Dans le cadre du programme incitatif « viande bovine en systèmes herbagers extensifs » proposé par l'ANDA (Association Nationale pour le Développement Agricole), pour soutenir et accompagner l'émergence de projets locaux de valorisation de la viande, un premier diagnostic a été réalisé au niveau départemental en 1998. La deuxième étape a été la réalisation d'une enquête auprès du public et des magasins quant aux débouchés du marché, pour évaluer l'impact d'une marque sur le marché et l'appréciation du public. Les conseillers et études ont été co-financés par le Conseil Départemental de Maine-et-Loire, l'ADASEA (Association Départemental pour l'Aménagement des Structures des Exploitations Agricoles) et la Chambre d'agriculture.

En parallèle, un noyau d'éleveurs de viande bovine a créé en juin 2001 l'association « Éleveurs des Vallées Angevines » afin de valoriser leur produit et mettre en avant leurs pratiques d'élevage. Les exploitations agricoles ayant souscrit des contrats agro-environnementaux à l'échelle du département sont alors invitées à rejoindre l'association. Sur les 300 éleveurs potentiellement concernés, une quarantaine d'éleveurs naisseurs-engraisseurs ont adhéré à l'association dès le début, pour l'essentiel, situés à proximité des zones humides, dans les Basses Vallées angevines d'une part et sur la Loire en aval d'Angers, d'autre part.

Dès août de la même année, ils ont lancé la marque « l'Éleveur et l'Oiseau, le bœuf des vallées », pour communiquer sur leurs actions et commercialiser leur produit sur le territoire. L'association confie l'abattage et la commercialisation de la viande à Vendée Loire Viandes (VLV), grossiste privé appartenant depuis 2010 à la coopérative agricole COVIA regroupant 300 éleveurs. La première commercialisation de la viande avec le logo de l'association a eu lieu en 2003, dans un magasin local de moyenne surface. La communication autour de la marque a ensuite été largement développée, avec notamment la création d'un site internet et la diffusion d'un film sur France 3 en 2007.

Fin 2014, suite à un travail en partenariat avec la Ligue de Protection des Oiseaux et la Chambre d'agriculture, la marque a changé de nom et est devenue « Le Bœuf des Vallées Angevines ». En effet, grâce à des études de marchés effectuées en partenariat avec l'université, il était apparu que la marque « L'Éleveur & l'Oiseau » entraînait une confusion dans la tête des consommateurs avec de la volaille.

L'association a malheureusement connu plusieurs difficultés. Suite à des dégradations commises lors de manifestations d'éleveurs, pourtant non liées à l'association, il y a eu un déclin de la commercialisation en GMS, certains partenariats n'ayant pas été renouvelés. De plus la coopérative agricole COVIA a lancé en 2015 sa propre marque « Vent d'éleveurs » et Vendée Loire Viande peut avoir plus intérêt à mettre en avant sa propre marque que celle de l'association dans ses efforts de commercialisation.



Aujourd'hui

L'abattoir VLV est localisé à Challans en Vendée. Le choix de Vendée Loire Viandes, un abattoir plus petit que celui du groupe coopératif Terrena (La SCAVO), a été stratégique pour l'association qui souhaitait garder son indépendance et ne pas être « noyée ». Contrairement à La SCAVO, VLV ne fonctionne pas avec des contrats mais est resté sur des achats via un marchand de bêtes.

Pour autant, certains éleveurs, indépendamment de l'association, vendent une grande partie de leur production à Terrena.

Des partenariats existent entre l'association et plusieurs supermarchés locaux pour distribuer les produits de la marque : deux Coccimarkets et un Leclerc. Initialement des animations étaient prévues en GMS, mais ces dernières années, peu d'opérations ont été réalisées malgré la demande des enseignes.

La commercialisation sous la marque concerne environ 10 bêtes sur 110-120 par éleveur et par an. Les éleveurs sont rétribués en direct pour la vente de leur bête sous la marque.

Propriété de l'association, la marque « Le Bœuf des Vallées Angevines » bénéficie de la certification Critères Qualité Certifiés (CQC) car elle repose sur le cahier des charges « Bœuf Verte Prairie » (BVP) développé par Interbev (Interprofession bétail et viande), axé sur la qualité produit et la sécurité alimentaire. En complément, la Charte des éleveurs, propre à la marque, a été mise en place pour assurer des pratiques respectueuses de l'environnement. Cela passe notamment par la souscription à un contrat MAE (Mesures Agro-Environnementales) parmi les trois proposés. Les élevages adhérents doivent ainsi répondre à de nombreux critères pour avoir le droit de commercialiser leur viande sous la marque.

● Pour le respect de l'environnement, sur les surfaces en contrat dans les vallées inondables :

- Les 2/3 de la surface fourragère doivent être en herbe
- La surface inondable en herbe doit représenter au moins 50% de la surface inondable totale

- La surface contractualisée respectant des mesures agro-environnementales doit être supérieure ou égale à 10 ha

- Le chargement de l'exploitation doit être limité par hectare de prairies inférieur à 2 UGB extensifs par ha de surface fourragère complément extensif)

● Pour les animaux pouvant être commercialisés sous la marque :

- Races allaitantes et croisements entre ces races. Actuellement, il y a exclusivement des animaux de races limousine ou charolaise

- Bœufs entre 30 mois (castration effectuée avant 10 mois) et 48 mois

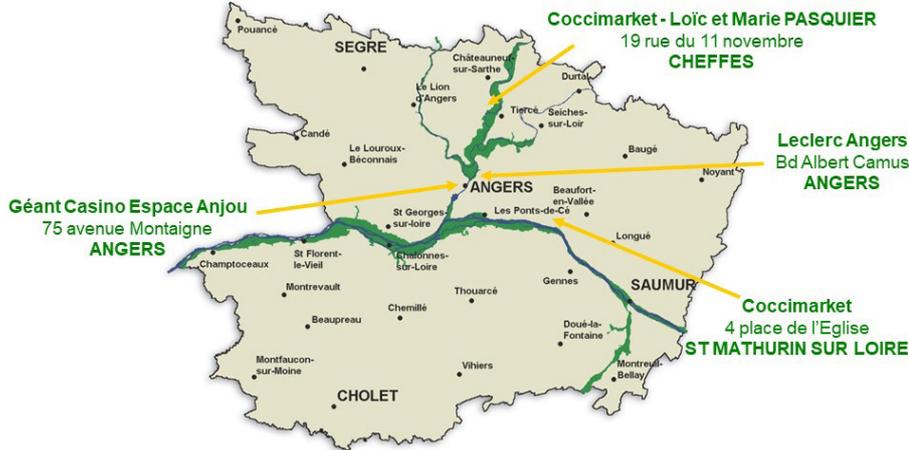
- Femelles entre 30 mois et 10 ans maximum

- Nés sur l'exploitation de préférence, achetés à moins d'un an ou présents au moins 18 mois dans l'élevage et issus d'un élevage qualifié naisseur

- Finition au pâturage et au foin privilégiée : pendant la période de pâturage, les animaux doivent consommer l'herbe naturelle des vallées inondables et en période hivernale, principalement du foin

Tous les travaux des foins (dates, techniques) sont orientés en faveur de l'hôte particulier des vallées, le Rôle des genêts. Pour protéger femelles et poussins, ornithologues et éleveurs ont des pratiques spécifiques : dates de fauches tardives pour laisser le temps aux portées d'atteindre une aisance au vol suffisante et « fauche sympa » avec des barres d'effarouchement, technique qui permet aux nichées de ne pas être happées par les engins agricoles et de rejoindre ainsi des sites refuges.

Pour mettre en avant ces pratiques, les éleveurs s'engagent à recevoir des visiteurs pour échanger sur leur métier, sur leurs façons naturelles de produire et respectueuses de l'environnement. Par exemple, des « balades barbecue » sont organisées dans les Vallées Angevines, sur les terres des éleveurs. En ce qui concerne la communication en magasin, elle reste peu pratiquée et il serait pertinent de la développer.



Perspectives

L'association poursuit, avec l'aide de la Chambre d'agriculture, son travail de recherche de débouchés. Les attentes sont vives vis-à-vis de la restauration collective qui est considérée comme un indicateur de l'engagement de la collectivité. Il y a des essais en cours avec la cuisine centrale de l'Etablissement Public d'Alimentation de Restauration Collective d'Angers (EPARC) pour les écoles primaires publiques, la cuisine du Centre d'Action Sociale d'Angers (CCAS) pour les maisons de retraite dont Sodexo est le prestataire en tant que fournisseur de denrées alimentaires. Le projet prévoit la commercialisation de 10 à 12 bêtes, trois fois par an, à l'occasion de services prévoyant un couplage entre des morceaux de sauté et des morceaux à maturation pour assurer le bon équilibre des matières entre les parties avant et arrière des bêtes.

Le collectif

Description

En 2017, l'association « Eleveurs des Vallées Angevines » compte 9 éleveurs, contre 40 adhérents en 2010. Présidée par David Gelineau, éleveur à Cantenay-Epinard, elle est gouvernée par un bureau comprenant seulement quelques éleveurs.

Elle a pour principale objet l'animation de la marque et la communication autour de celle-ci, ainsi que la représentation des agriculteurs dans les discussions autour du développement des vallées.

Modèle économique

Le budget de l'association est constitué par la cotisation annuelle de 20 € par bête en 2017 et par une commission reversée par l'abattoir Vendée Loire Viandes de 0,07€/kg de viande vendue sous la marque. Pour autant, l'association n'a que très peu de réserve en trésorerie.



Les structures de développement agricole

Les éleveurs de l'association vont recevoir dans le cadre du collectif deux types d'appui.

Le premier, lié à la marque. Des soutiens commerciaux et de marketing sont apportés par la Chambre d'agriculture départementale qui assure pour quelques jours par an la recherche de débouchés (restauration collective, négociation avec des distributeurs,...) et l'animation des opérations en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS). Avec la Ligue de Protection des Oiseaux (LPO Anjou), ils co-organisent les événements de communication, notamment les « balades barbecue ».

L'autre part d'accompagnement du collectif porte sur la conduite d'élevage et les aspects environnementaux. Il y a d'abord l'animation des MAE. Là encore, c'est le binôme Chambre d'agriculture – LPO Anjou qui assure l'animation de ces contrats en répartissant les tâches : la Chambre présente le dispositif aux éleveurs et monte les dossiers, quand la LPO intervient sur le suivi des indicateurs de biodiversité (comptages).

Il y a ensuite les actions menées en lien avec le classement Natura 2000 de la zone. Depuis 2005, c'est Angers Loire Métropole qui est la structure animatrice pour le site. Une convention avec la LPO Anjou et la Chambre d'agriculture a été signée pour animer le site entre les trois organismes : concertation et sensibilisation du public, rédaction de fiches pédagogiques, ...

En parallèle, les éleveurs bénéficient à titre individuel de conseils techniques avec la Chambre d'agriculture ou encore la FDSEA. Certains commercialisant une partie de leur production ou achetant une partie de leurs fournitures à Terrena, ils bénéficient à ce moment d'un accompagnement de la coopérative.



Les modalités d'implication des agriculteurs et du développement agricole

Le développement agricole

Le conseil agricole, dans tous les cas est extérieur à l'association. Un choix a été fait de spécialiser l'association sur une activité précise qui est l'animation de la marque et de sous-traiter une bonne partie de cette mission à la Chambre d'agriculture.

Pour recouvrir les compétences nécessaires aux différents aspects du projet (connaissances de l'environnement, pratiques agricoles et développement de filière), le binôme d'animateurs formé a été complémentaire : la Chambre d'agriculture comme expert du monde agricole et la LPO comme naturaliste.

La place des agriculteurs

L'implication des agriculteurs dans les discussions sur l'avenir du site s'est faite dès le début, l'agriculture étant un point primordial dans la conservation de la biodiversité du territoire ne pouvant être écarté.

Par la suite, c'est un noyau d'éleveurs passionnés par leurs vallées qui a initié ce projet, certes en accord avec les enjeux environnementaux du territoire, mais en grande partie pour des raisons économiques face à la crise de l'élevage bovin.

L'implication individuelle des éleveurs au sein de l'association n'est pas réellement équitable, tant aujourd'hui qu'au début du projet.

Dans leur ouvrage, Billaudeau V. et Thureau B.(1) mentionnent des réunions fréquentes entre les membres de l'association les premières années. La fréquence aurait ensuite diminué petit à petit, et seuls les membres du bureau se réuniraient. Elles confirment : « Ce phénomène de concentration de l'activité associative autour de quelques personnes est renforcé par la stratégie de développement du projet de marque : le négociant en accord avec le bureau décide de concentrer les propositions de valorisation d'animaux autour de quelques éleveurs, de façon à ne pas solliciter les efforts d'un trop grand nombre de personnes tant que le projet n'a pas atteint une dimension suffisante ». Au moment où elles écrivent (2010), il y a pourtant encore 40 adhérents.

Les auteurs concluent : « L'activité de l'association s'est affaiblie au fil des années tant autour du projet de vente de viande locale qu'en ce qui concerne son activité interne, entre adhérents. Malgré cet échec, l'association a réussi à développer une communication importante au point que la démarche des éleveurs des Vallées Angevines fait figure d'exemplarité ».

En 2017, ils ne sont plus que 9 adhérents, et tous ne sont pas réellement moteur de la démarche, ce sont plutôt 2-3 éleveurs qui portent le projet.

Quant à l'implication des éleveurs dans l'ensemble de la filière, elle n'a pas été évidente à tout moment. L'association a souffert d'un manque de visibilité sur les débouchés des bêtes commercialisées, ce qui a créé un climat de suspicions avec leur opérateur. Par exemple, VLV réalisait des essais de son côté sans en informer les éleveurs, qui ont dû s'imposer pour retrouver leur place dans la filière.

La mobilisation des éleveurs pour la cause environnementale passe aussi par l'éducation et la sensibilisation des agriculteurs. C'est là que l'action de la LPO a été importante, car elle leur a apporté des connaissances sur l'écosystème dans lequel ils travaillent et sur les espèces qu'ils croisent tous les jours. Pascal Poulard, vice-président de l'association, exprime parfaitement cela : « Nous sommes de plus en plus conscients de l'impact de certaines techniques et nous nous efforçons de former les jeunes »(2).

Dans la démarche, les éleveurs sont mis en avant. Par exemple, l'abatteur vient accompagné d'un éleveur pour négocier avec les GMS. C'est une façon de communiquer sur l'aspect proximité de la filière et cela apporte un avantage commercial. Pour autant, lorsqu'il y a eu les manifestations d'éleveurs contre les GMS, cela s'est avéré être un inconvénient car les GMS avaient perdu confiance en les éleveurs.

Ce sont aussi eux qui assurent la communication en magasin. Or ce n'est pas là où ils sont le plus à l'aise, manquant sûrement de compétences dans le domaine de la communication.

(1) Billaudeau V. et Thureau B (2010). *L'éleveur et l'Oiseau : rayonnement d'une démarche agro-environnementale innovante*. Edition L'Harmattan, pp155-187

(2) Chancerelle O. (2007). *Le bœuf des vallées au secours du rôle des genêts*. *Espaces naturels*, octobre 2007, n°20, p21.

L'innovation

La principale innovation de ce collectif réside dans le partenariat qu'il a mis en place avec des acteurs très différents, souvent même opposés dans de nombreux autres contextes : les environnementalistes avec la LPO, les agriculteurs accompagnés par la Chambre d'agriculture ainsi que les élus du Conseil Départemental et représentants d'Angers Loire Métropole.

Le collectif a été très novateur dans la mise en place du cahier des charges de la marque : la qualité de viande exigée reste relativement commune par rapport à ce qui se pratique habituellement pour la région, mais l'essentiel des contraintes relève de la mise en œuvre des pratiques agro-environnementales.

La troisième innovation a été au niveau de la

communication qui a fait la renommée de cette expérience assez tôt. Elle repose principalement sur la première innovation et a ainsi su montrer le lien étroit qui unit le métier d'éleveur et ses actions en faveur de l'environnement et la survie d'une espèce menacée.

L'agroécologie

L'historique du collectif est marqué par ses liens avec l'environnement : les mesures agro-environnementales et le partenariat avec la Ligue de Protection des Oiseaux. D'ailleurs, les éléments les plus contraignants du cahier des charges sont liés à la protection de cet environnement spécifique que sont les Vallées Angevines.

Contacts

Virginie Boureau

Chambre d'agriculture du Maine et Loire

Chargée de mission Agriculture Péri-urbaine - Animatrice du Réseau LOCAL Anjou

Tel : 02.41.96.75.58

virginie.boureau@maine-et-loire.chambagri.fr

Terres en villes :

Serge Bonnefoy

Secrétaire technique

serge.bonnefoy@terresenvilles.org

04 76 20 68 28

Paul Mazerand

Chargé de mission

paul.mazerand@terresenvilles.org

01 40 41 84 12

Léa Viret

Stagiaire

lea.viret@terresenvilles.org

01 40 41 84 12



Terres en villes

Le réseau français des acteurs des politiques agricoles et alimentaires d'agglomérations

www.terresenvilles.org

40, avenue Marcelin Berthelot 22, rue Joubert
CS92608 - 38036 Grenoble Cedex 2 75009 Paris

AVEC LE SOUTIEN FINANCIER DE :



Cette action est cofinancée par le Fonds européen agricole pour le développement rural : l'Europe investit dans les zones rurales.

