



Audit de la filière viande chevaline en Rhône-Alpes et perspectives de développement

Timothé Masson
Fédération Nationale du Cheval / Interbev Equins
22 février 2006

**Fédération Nationale du Cheval
11 rue de la Baume
75008 Paris
Tél : 01 45 63 05 90 – Fax : 01 45 63 01 41**



Cette étude a été réalisée à la demande de
l'*Association des Syndicats des Eleveurs de
Chevaux de Rhône-Alpes (ASECRA)*,
membre de la *Filière Cheval en Rhône-Alpes*,
et avec le soutien de la *Région Rhône-Alpes*

Sommaire

INTRODUCTION	4
PREAMBULE : LA FILIERE VIANDE CHEVALINE EN FRANCE EST EN PLEINE MUTATION	5
Aperçu de la filière viande chevaline en France	5
Le consommateur et la viande rouge	5
Le commerçant : le lieu de rencontre de deux filières ?	5
Le producteur et la viande blanche	6
Une actualité Viande Chevaline exceptionnellement riche	7
Actualité nationale	7
<i>la filière cheval en France est à un tournant...</i>	7
<i>... tout comme sa composante viande chevaline.</i>	7
Actualité régionale	8
Relever le « défi viande »	9
ATOUTS ET FAIBLESSES DE LA REGION RHONE-ALPES	10
La région Rhône-Alpes a des atouts remarquables...	10
Un réseau d'abattoirs exceptionnel	10
<i>Une exceptionnelle richesse de petites entreprises...</i>	10
<i>... et deux « géants ».</i>	10
Un potentiel à l'export inégalable	11
<i>A proximité de la très convoitée Italie...</i>	11
<i>...et proche d'un marché encore peu connu...</i>	11
<i>...la région Rhône-Alpes deviendra de plus en plus incontournable.</i>	12
De vrais potentiels de consommation	12
<i>Une habitude de consommation originale...</i>	12
<i>...dans la région des gourmets par excellence.</i>	13
...et des contraintes similaires aux autres régions.	14
Une vraie faiblesse dans la structuration de la production	14
<i>Une production comparable à celle des autres régions, et d'une grande richesse dans sa diversité...</i>	14
<i>... qui souffre d'un manque de structuration : une production mal structurée est une production mal aidée.</i>	15
<i>Ni l'ARDPA ni l'ASECRA ne s'attellent réellement à cette tâche...</i>	15
<i>...mais chacune est ouverte à une discussion pour modifier cet état des lieux</i>	16
De grosses incertitudes sur les transformateurs	16
Une grosse lacune en terme de commerce de proximité	17
QUELQUES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENT	18
Des choix à faire avant toute action...	18
Quelques réflexions que les professionnels doivent engager avant toute décision	18
<i>Qui s'attèle à ce chantier ?</i>	18
<i>Quels sont nos objectifs ?</i>	18
<i>Avons-nous mesuré ce que cela implique ?</i>	19
Qu'est ce que la production est capable d'apporter ?	19
<i>Quelle quantité fournir ?</i>	19
<i>Quelle homogénéité dans la qualité de notre production ?</i>	20
<i>A quelles tâches la production est-elle capable de s'atteler ?</i>	20
...Pourraient mener à différentes pistes de développement.	21
Une production en continue avec des partenaires nationaux, ...	21
<i>Présentation</i>	21
<i>Intérêts et inconvénients</i>	22
<i>Exemple de modalité d'action</i>	22
<i>D'autres pistes potentielles ?</i>	23
... ou la mise en place d'une filière régionale, ...	24
<i>Présentation</i>	24
<i>Insertion du programme dans ce qui existe déjà</i>	24
<i>Le programme, pour être suivi par tous, doit être monté par tous.</i>	25
<i>... voire saisonnière ?</i>	26
CONCLUSION	27

Introduction

Peu d'aliments en France cristallisent autant de passion que la viande chevaline. Crime sans nom pour les uns, devoir citoyen pour la survie des races de trait pour les autres, manger de la viande chevaline est si peu anodin que cet acte, en lui-même, porte un nom : l'hippophagie.

Rendre serein le débat sur la viande chevaline : la région Rhône-Alpes a déjà fait l'expérience de la nécessité et de l'ampleur de la tâche, lors de l'« affaire » très médiatisée du bourguignon de poulain au Haras d'Annecy le 31 janvier 2002¹. Cette entreprise est, du reste, l'un des objectifs les plus importants que devra réussir l'interprofession au niveau national. Et cela passe forcément par la mise en lumière de l'ensemble de la filière cheval, à l'heure où cette dernière est à un tournant de sa structuration et de son développement.

C'est pour répondre à ce besoin de clarté, et dans un souci d'amélioration économique de cette filière, que la région Rhône-Alpes, par la voix de ses éleveurs de chevaux représentés par l'ASECRA, a souhaité étudier sa composante viande chevaline, marquée par un paradoxe : la région française qui produit le plus de viande chevaline est aussi l'une qui possède le moins de bouchers chevalins. Ce paradoxe économique est révélateur de bien d'autres que nous verrons ici.

Dans ce contexte, quel développement est envisageable ? Quelle filière économique faut-il développer, ou plutôt quelle filière faut-il créer ? Nous verrons tout d'abord succinctement l'état de la filière viande chevaline en France et les opportunités pour la région Rhône-Alpes d'établir dès à présent un cadre de relance de son activité viande chevaline. Nous tenterons ensuite d'appréhender les forces et faiblesses de la filière viande chevaline en Rhône-Alpes, pour esquisser des propositions de stratégies à mettre en place pour développer ce secteur, garant de la présence des chevaux de trait dans la région.

¹ Annexes sur demande auprès de timothe.masson@fnsea.fr

Préambule : la filière viande chevaline en France est en pleine mutation

Aperçu de la filière viande chevaline en France¹

Le consommateur et la viande rouge

Les Français mangent de moins en moins en viande. L'ensemble des filières « viande » souffrent de ce recul de la consommation, mais une de celle qui le subit le plus reste la viande chevaline. En 2005, on a ainsi consommé 3,4% de moins de viande chevaline qu'en 2004.

Ce taux, meilleur score depuis l'envolée de la demande lors de la crise de l'ESB en 2001, ne fait pas fléchir les volontés de relances entreprises par ce secteur. La viande chevaline reste très appréciée par ses *aficionados*, qui lui reconnaissent un caractère exceptionnellement tendre et maigre. Ces derniers attendent généralement de la viande chevaline une couleur et un goût prononcé : il s'agit de viande qui provient d'un animal qui a travaillé, c'est à dire, à l'heure actuelle et contrairement à autrefois, la viande issue d'un cheval léger de réforme. En France, ce produit est paradoxalement de plus en plus rare : en 2003, deux chevaux de ce type sur trois finissent chez l'équarrisseur, soit 10% de plus que 4 ans auparavant...

Cet état des lieux explique que seuls 20% de la viande chevaline que l'on mange en France provienne d'un animal né, élevé et abattu en France.

Le commerçant : le lieu de rencontre de deux filières ?

Le commerçant rechigne à prendre des chevaux de trait : si l'animal est âgé, la carcasse est trop grosse (et donc difficile à travailler), et si l'animal est jeune, la viande est trop claire pour satisfaire *a priori* les attentes de leurs clients, trop habitués au produit qu'ils connaissent.

Les bouchers chevalins, de plus en plus rares (il ne reste qu'un peu plus de 1,000 personnes en France à savoir accomplir ce métier d'« orfèvre de la boucherie ») et vieillissants, ne font donc que peu l'effort de se tourner vers ce produit qui nécessite un travail d'accompagnement auprès du client (du type dégustation, promotion). Pour

¹ Pour plus de précision, voir le rapport du partenariat FNC/Interbev Equins disponible sur http://www.fnc.fnsea.fr/sites/fnc/dossiers/relance_de_la_v viande_chevaline/la_v viande_chevaline_en_france.pdf. Les chiffres de 2005 proviennent de l'Office de l'Élevage

eux, la viande rouge se vend suffisamment bien pour ne pas avoir à lancer le nouveau produit que constitue le poulain de trait.

Du côté des Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), l'autorisation en début d'année du steak haché à l'avance est un appel d'air. A l'heure actuelle, peu de GMS proposent de la viande chevaline : on estime à 10% le nombre de GMS ayant un tel rayon. Celles-ci, on le sait, ont des attentes draconiennes en terme d'approvisionnement. Ce défi que constitue l'excellence en logistique, seuls les grossistes osent le relever. Eux-même importateurs, le produit en rayon est donc presque exclusivement du produit d'importation : Etats-Unis, Argentine ou Canada.

Le producteur et la viande blanche

En France, un poulain sur quatre est du type trait¹. Seul ce pays possède 9 races de chevaux de trait, dont l'existence est très largement due à la consommation italienne de viande chevaline : on estime que près de 95% des poulains de trait sont à vocation bouchère, très majoritairement sur le marché italien.

L'éleveur français de ce type de chevaux, qui ne se décrit pas comme producteur de viande, est avant tout passionné par le cheval qu'il élève. Pour schématiser, n'ayant pas trouvé d'autres débouchés que la filière viande, il s'y tourne presque à contrecœur. Il vendra donc son produit, sans réel travail de finition, à un marchand en bestiaux qui s'occupera de son commerce (export vers l'Italie à 66%, et vers l'Espagne à 18%).

Face à cet état des lieux qui peut sembler peu prometteur, la filière viande chevaline, et avec le mouvement que connaît actuellement la filière cheval en France, montre depuis 5 ans la volonté de se prendre en main.

A partir de cette filière « paradoxale » et « passionnelle » – ces deux termes étant constamment utilisés à son sujet – les professionnels de Rhône-Alpes et de France prennent conscience de l'importance, pour eux, de se mobiliser de manière sereine ; c'est ce que nous verrons maintenant.

¹ Données Interbev Equins-FNC, 2005

Une actualité Viande Chevaline exceptionnellement riche

Actualité nationale

la filière cheval en France est à un tournant...

Les dernières années ont été exceptionnellement riches pour l'univers cheval en France, marqué par la prise en main de la filière par ses acteurs. Notons notamment :

- Depuis 1999 : réorganisation de l'établissement public administratif des Haras Nationaux
- 2001 : reconnaissance de l'interprofession Fival (cheval de Sport, Loisir, Travail)
- 2002 : création d'une section équine à Interbev (Interprofession du bétail et des viandes)
- 2005 : reconnaissance du cheval comme produit agricole
- 2005 : première utilisation du fonds EPERON¹ : dorénavant, les professionnels sont partie prenante pour tracer les voies de développement de la filière.

Les activités liées au cheval en France acquièrent donc actuellement une position inespérée, notamment par les actions de la FNC (Fédération Nationale du Cheval), association spécialisée de la FNSEA. L'ancrage du cheval dans le monde agricole français, lui-même en pleine évolution tant du point de vue de son paysage institutionnel (citons la transformation de l'OFIVAL en Office de l'Élevage en 2005) que du point de vue de son essence même (réforme de la Politique Agricole Commune en 2004, Loi d'Orientation Agricole de 2005,...) représente une opportunité à saisir de manière urgente.

... tout comme sa composante viande chevaline.

C'est dans ce même esprit que la viande chevaline change de visage. Filière moribonde il y a 3 ans, elle a su faire sa place dans l'univers viande, notamment par un effort en communication :

¹ Fonds d'Encouragement aux Projets Equestres Régionaux ou Nationaux, qui s'est élevé à 9 millions d'€ en 2005

- 2002 : première plaquette de communication sur la viande chevaline par le Centre d'Information des Viandes¹
- 2004 : première campagne promotionnelle nationale sur la viande chevaline (la viande chevaline, on a toujours une raison de l'aimer) et création d'un logo Viande Chevaline, utilisable par les professionnels
- 2004 : première communication sur la viande chevaline par les éleveurs de chevaux au Salon de l'Agriculture de Paris
- 2005 : première communication sur la viande chevaline, grâce à la mobilisation de la filière Poitou-Charentes, au Salon du Cheval de Paris
- 2006 : le steak de cheval haché à l'avance est autorisé à la vente en grandes surfaces
- 2006 : première campagne nationale d'information auprès de la Restauration Hors-Domicile².

Actualité régionale

Ces actions nationales ne sont que le reflet d'une demande, et d'une mobilisation, des régions. La région Rhône-Alpes en est un bon exemple. En effet, l'ASECRA (Association des Syndicats des Eleveurs de Chevaux de Rhône-Alpes) est une des rares structures à accueillir en son sein les éleveurs de toutes les races de chevaux. Son président Roger Roux-Fouillet, éleveur de chevaux de trait, est vice-président du Conseil de la Filière Cheval Rhône-Alpes³, et membre du Conseil d'Administration de la FNC (Fédération Nationale du Cheval).

Dès 2003, La Filière Cheval Rhône-Alpes a travaillé pour instaurer un dialogue entre les différents acteurs de la viande chevaline en région.

Enfin, dans la logique nationale, la région, via le PIDA (Programme Intégré de Développement Agricole) donne toute sa place au cheval, ainsi qu'au principal débouché de sa section cheval de trait : la viande.

¹ Voir www.civ-viande.org

² Annexes sur demande auprès de timothe.masson@fnsea.fr

³ Ne pas confondre le terme générique de *filière* utilisé dans ce rapport, et le nom propre *Filière Cheval Rhône-Alpes* qui désigne une structure

Relever le « défi viande »

L'actualité réglementaire et institutionnelle nationale et régionale est donc un terreau exceptionnel pour le développement de la filière viande chevaline en Rhône-Alpes. Dans ce contexte, communiquer sur la viande chevaline devient de plus en plus facile, voir de plus en plus porteur. La région Rhône-Alpes, qui a bien connu les difficultés de cette communication¹ peut profiter pleinement de la mise en sérénité du débat qui découle de la structuration actuelle.

D'autres régions l'ont senti et ont été prêtes à relever le « Défi Viande »². Il serait regrettable que la première région productrice de viande chevaline en France ne se donne pas les moyens de le relever, à son tour.

¹ Voir en introduction et annexes sur demande auprès de timothe.masson@fnsea.fr

² Nom de l'action d'Union Trait Limousin, qui mène une large action viande depuis 2003

Atouts et faiblesses de la région Rhône-Alpes

La région Rhône-Alpes a des atouts remarquables...

Un réseau d'abattoirs exceptionnel

Une exceptionnelle richesse de petites entreprises...

Avec 14 abattoirs ayant traités des équidés en 2004, la région Rhône-Alpes est la région la mieux équipée de France¹. Ce maillage, quatrième en France par sa densité (un abattoir pour 300 km², contre 1 pour 500 km² en moyenne), est paradoxalement significatif de la faible organisation de la filière : la plupart des abattoirs n'abattent que quelques équidés par mois, a priori plus pour rendre service que dans un réel souci de production de viande.

Mais ce maillage reste un atout exceptionnel, assurant une proximité (potentielle ou réelle) rare entre l'éleveur, l'abatteur et le boucher. Attention cependant à ne pas trop s'en réjouir, car ce type de fonctionnement tend à disparaître : les abattoirs se professionnalisant de plus en plus en France, il est fort probable que les responsables d'abattoirs rechignent de plus en plus à traiter des équidés.

... et deux « géants ».

Cela dit, il n'y a pas en Rhône-Alpes que des abattoirs de petites tailles, bien au contraire : 2 des 7 plus importants abattoirs d'équidés en volume en France (Romans sur Isère et Corbas) sont sur son territoire. A eux deux, ils sont responsables des deux tiers (62%) de la production régionale.

Et c'est ainsi que cette production régionale, en atteignant 16,5% des abattages d'équidés en France en 2004, fait de la région Rhône-Alpes la première région productrice de viande chevaline en France.

En terme de volume abattu, la région est donc leader, avec un potentiel de développement impressionnant mais fragile : deux acteurs distants de moins de 100 km représentent les deux-tiers de l'activité locale.

¹ Données Interbev, 2004

Un potentiel à l'export inégalable

A proximité de la très convoitée Italie...

En tant que lieu de passage incontournable pour aller en Italie, la région Rhône-Alpes est une véritable plaque tournante du commerce de chevaux vifs à vocation bouchère en France, voire même en Europe.

Cet export en vif de France vers l'étranger a représenté en 2001 un flux de quelques 35,9 millions d'euros¹. Et cet export s'est fait, à 66%, vers l'Italie².

Si la filière viande chevaline en France participait au déficit de notre commerce extérieur à hauteur de 45 millions d'euros en 2005³, le marché italien est loin d'être bien servi par notre pays, qui n'est que son quatrième fournisseur. Et même si la chute brutale et inattendue de 13% de la consommation italienne en 2005 (due à un manque de produit disponible en provenance d'Europe de l'Est selon l'Office de l'Elevage), le potentiel annuel du commerce italien (vif et viande) demeure de 90 millions d'euros.

L'Italie, premier consommateur de viande chevaline au monde, reste donc bien le premier importateur mondial et, de très loin, le principal débouché de nos chevaux de trait.

...et proche d'un marché encore peu connu...

La Suisse est, elle aussi, grande consommatrice de viande chevaline. En effet, on y mange presque deux fois plus de viande chevaline par habitant et par an qu'en France. Comme elle, la Suisse est grande importatrice : 4.600 tonnes de viande chevaline ont été importées en 2005, contre 930 tonnes produites localement. Ce pays pourrait représenter un grand potentiel pour la région Rhône-Alpes, même s'il semble vain de tenter d'y exporter des animaux vifs. En effet, le marché suisse semble à l'heure actuelle exclusivement réservé aux morceaux nobles (filet, entrecôte...)⁴.

¹ Données Presse Parlementaire, 2006

² Données Interbev Equins-FNC, 2005

³ Données Office des Viandes, 2006

⁴ Données Proviande (Interprofession suisse de la filière viande), 2006

...la région Rhône-Alpes deviendra de plus en plus incontournable.

Le règlement CE 1/2005 du 22/12/2004¹ relatif à la protection des animaux pendant le transport et les opérations annexes entrera en vigueur le 5 janvier 2007. Ce règlement risque de modifier en profondeur les habitudes de transport des équidés en France. Les producteurs français songeraient même à instaurer un centre de rassemblement proche de la frontière italienne pour diminuer la durée du transport. La région Rhône-Alpes, devenant par là de manière concrète plaque tournante de ce flux, pourraient alors le gérer et y favoriser sa propre production.

Dans ce contexte, la région a tout intérêt à se montrer leader et initiatrice d'un tel projet. Elle devra faire preuve de capacité de mobilisation, notamment en terme de faculté d'organisation et de logistique, pour fédérer les producteurs français sur ce pôle.

La région Rhône-Alpes a donc une situation géographique qui est, et qui sera de plus en plus, enviable. Elle pourra en tirer d'important bénéfices, notamment si elle parvient à préparer l'exportation française de chevaux vifs par la création de centre de rassemblement sur son territoire. Elle pourrait dans ce cas favoriser sa production, par exemple en la rendant prioritaire sur le marché italien.

De vrais potentiels de consommation

Une habitude de consommation originale...

Un rapport de 2001² fait mention de l'habitude de consommation en Rhône-Alpes de viande chevaline claire. Cette habitude alimentaire, probablement issue de flux de populations italiennes sur la région, est suffisamment originale pour être mentionnée. Alors que dans les autres régions françaises, le consommateur habituel de viande chevaline attend une viande provenant des chevaux légers de réforme, il se pourrait donc que le produit poulain de trait réponde directement aux attentes d'une partie de la population rhône-alpine.

¹ Annexes sur demande auprès de timothe.masson@fnsea.fr

² Etude sur la commercialisation du cheval de trait en Rhône-Alpes, M. Cappeau, 2001

...dans la région des gourmets par excellence.

La tradition rhône-alpine dans la restauration est unique en France : selon le *Bottin Gourmand*, Rhône-Alpes est la première région française après l'Île de France par le nombre de restaurants primés sur son territoire (104), avec notamment 4 restaurants quatre-étoiles sur les 28 du territoire français. Enfin, elle est tout spécialement riche en formations hôtelières renommées (Institut Paul Bocuse, Ecole Hôtelière de Thonon les Bains et Lycée hôtelier Rabelais de Dardilly pour ne nommer qu'elles).

L'interprofession de viande chevaline en France effectue à l'heure actuelle une grande communication sur la restauration collective et commerciale¹. Ce marché peut être porteur : presque 10% de la viande bovine vendue en France l'est par ce biais. La viande chevaline y est, à l'heure actuelle, presque totalement absente.

Riche en professionnels de l'innovation culinaire, la région Rhône-Alpes a donc un potentiel dans cette voie pour la viande chevaline à développer, d'autant qu'elle ne ferait que profiter, en l'amplifiant, des élans menés à l'heure actuelle par l'interprofession nationale. Une action sur la restauration, ainsi qu'auprès des formateurs de la restauration, serait simple et bénéfique pour mettre en valeur son produit².

¹ Annexes sur demande auprès de timothe.masson@fnsea.fr

² Voir notamment le chapitre consacré au Fin-gras du Mézenc en fin de document

...et des contraintes similaires aux autres régions.

Une vraie faiblesse dans la structuration de la production

Une production comparable à celle des autres régions, et d'une grande richesse dans sa diversité...

Avec 22 chevaux de trait immatriculés par an pour 1.000 km², la région est exactement dans la moyenne nationale : un poulain de trait français sur 12 naît en Rhône-Alpes¹. Cela dit, la répartition géographique est loin d'être homogène : les départements Ain, Rhône, Loire et Ardèche se partagent près de 80% du cheptel de trait².

En 2003, la taille des élevages de chevaux de trait présente les mêmes caractéristiques qu'au niveau national : 59,1% des élevages de chevaux de trait n'ont qu'une poulinière (contre 55,1% en France), et 6,3% (contre 6,1% en France) en ont plus de 5³.

De plus, il est difficile de dresser une image de l'élevage de chevaux de trait de cette région : en pâture toute l'année sur les plateaux de l'Ain, le prix à payer pour l'entretien des zones montagneuses de la Haute-Savoie est une mise en écurie tout l'hiver.

L'INRA a montré l'absence de différence significative entre les races de chevaux de trait pour la production de viande chevaline, en dehors du fait que le Percheron fournit en moyenne des carcasses légèrement plus lourdes⁴. Cela dit, le Comtois est souvent perçu comme le plus apte à cette production par les professionnels de la viande : 70% des chevaux de traits rhône-alpins sont Comtois, 8% sont Percherons, et 20% sont issus de croisements entre races de trait. Cette prédominance du Comtois, première race de trait en France par son cheptel⁵, mérite d'être soulignée : un cheval Comtois en France sur cinq est rhône-alpin.

¹ D'après données Haras Nationaux 2006

² Sources : Données Economiques et Sociales de la filière Cheval en Rhône-Alpes, F. Rémond, 2003-2004

³ Idem

⁴ *Caractéristiques des carcasses et qualités de la viande de cheval*, Robelin J., Boccard, R., Martin-Rosset, W., Jussiaux, M., Trillaud-Geyl, C., 1984

⁵ En terme d'immatriculation enregistré en 2004 par les Haras Nationaux

... qui souffre d'un manque de structuration : une production mal structurée est une production mal aidée.

Près de 1.000 chevaux de trait sont nés en 2004 en Rhône-Alpes¹. Mais seuls 255 poulains ont bénéficié d'une aide directe de l'Office de l'Elevage². Cette aide est destinée à favoriser la désaisonnalité de la production, en versant 47,50€ au producteur ayant commercialisé son poulain entre octobre et janvier contre 67€ s'il le commercialise le reste de l'année. Elle est aussi destinée à structurer la production : elle est versée via une structure qui doit être agréée par l'Office. Un score de 26% de poulains primés donne à la région Rhône-Alpes l'un des plus mauvais taux de France, et révèle une lacune dans la mise en place de cette aide.

Cette faible organisation de la production rhône-alpine est d'autant plus regrettable qu'elle pénalise le producteur rhône-alpin. Au niveau national, en 2004, 530.000 € ont été versés par l'Office de l'Elevage pour aider à la production de viande chevaline³. L'Etat aide donc le producteur de viande chevaline, en moyenne, à hauteur de 38,20€ par poulain. Selon les régions et la capacité de mobilisation de ses responsables, cette moyenne va de 0 à 83,80€ (Région Midi-Pyrénées). En Rhône-Alpes, on arrive à 15,50€ par poulain. Ce mauvais résultat trouve sa cause principale dans la mauvaise organisation de la production de chevaux de trait.

Ni l'ARDPA ni l'ASECRA ne s'attellent réellement à cette tâche...

Si l'ASECRA a un rôle à jouer indispensable pour la défense des éleveurs de tous types de chevaux, elle n'a pas d'action en terme d'organisation des producteurs de chevaux lourds.

A l'heure actuelle, la structure agréée par l'Office de l'Elevage pour la compétence chevaline est l'ARDPA (Association Régionale pour le Développement des Productions Animales, basée à Saint Priest en Jarez – 42). En 2004, celle-ci a traité environ 25.000 bovins sur les trois départements Loire, Rhône et Ain, et 255 poulains sur l'ensemble de la région. L'ARDPA reconnaît qu'elle ne remplit qu'un rôle de boîte à lettre dans l'action chevaline, permettant aux éleveurs de toucher leur prime. Et cela s'explique aisément : le cheval est mineur dans ses actions, et l'élevage du cheval est trop différent du bovin pour qu'elle s'y attelle.

¹ Données Haras Nationaux 2006

² Données OFIVAL (actuel Office de l'Elevage)

³ Via l'aide à la collecte et à l'allotement ainsi que les crédits à l'animation

L'ARDPA laisse donc à l'ASECRA les missions relatives au soutien technique et à l'organisation économique, qui n'en a pas les moyens (financier, mais aussi et surtout humain et technique). Il n'y a donc pas de structuration économique du cheval de trait compétente en Rhône-Alpes, et cet état est maladroitement corrigé par la possibilité de toucher une prime via l'ARDPA – tout du moins si on est au courant de son existence, ce qui n'est pas une évidence.

...mais chacune est ouverte à une discussion pour modifier cet état des lieux
Pour toucher la prime de l'Office, l'éleveur doit s'acquitter d'une cotisation à l'ARDPA (déduite de la prime) de 7,62€. Si l'ARDPA abandonne le cheval, son manque à gagner financier « n'est pas un problème » selon l'association, qui considère que ses frais couvrent juste ses entrées d'argent. Elle est ouverte à toute discussion.

On peut donc conclure par le fait qu'à l'heure actuelle, seul un poulain sur quatre est primé, et que cette prime est attribuée sans action de développement ni d'organisation. Cet état des lieux est un vrai frein à la production régionale, et, de manière plus large, il est néfaste pour l'Office même, la prime n'ayant plus vraiment d'utilité – si ce n'est celle, non anodine, de montrer que les pouvoirs publics se soucient de cette production. Face à cela, deux possibilités seront discutées plus loin : la création d'une organisation de producteurs propre au cheval, motivée et compétente, ou l'insertion des producteurs de Rhône-Alpes dans une organisation inter-régionale qui a déjà fait ses preuves.

De grosses incertitudes sur les transformateurs

La société Gabriel SA, basée à Corbas, était le gros transformateur de la région. En pleine restructuration, il abandonne la filière chevaline, qu'il juge non porteuse : des 20 chevaux par semaine traités en pleine crise de l'ESB, il terminait l'année 2005 avec 5 à 8 chevaux par semaine. Selon lui, la disparition des bouchers et l'image de la viande chevaline créent une situation telle qu'il est inutile de continuer à travailler ce produit appelé à disparaître.

Cette vision des choses n'est pas partagée par la société Profil de Saint Symphorien d'Ozon (69), et dont le siège est à Chamagnieu (38), dirigé par M. Robert. Ce dernier

traite environ 5 tonnes par semaine (dont environ 70% de produits français, soit une demi-dizaine de chevaux par semaine environ) : après avoir fait abattre à Corbas, il découpe et met en barquette pour vendre en grandes surfaces (et à quelques bouchers autour de Grenoble), notamment Carrefour, Intermarché et Système U. Il est en phase d'agrément pour faire du steak haché assaisonné. Il pourrait être intéressé par un produit régional, si celui-ci est abouti et sérieux : il passe déjà de manière occasionnelle des poulains de trait, qu'il dit apprécier. Avec la disparition de Gabriel, il semblerait que Profil devienne donc leader dans la région. Profil est donc un acteur incontournable dans toute action de développement.

Une grosse lacune en terme de commerce de proximité

Avec 37 bouchers chevalins en Rhône-Alpes sur les 1035 en France, la région a 2,5 fois moins de bouchers chevalins par habitant que la moyenne nationale (un boucher pour 150.000 habitants contre un pour 60.000 habitants en France : la région est à la 19^{ème} place sur les 21 régions¹).

Lorsque l'éleveur traite directement avec le boucher, cela semble plus se faire « à l'amiable » que par une vraie relation contractuelle : quand l'éleveur juge son animal commercialisable, il appelle son boucher, au coup par coup, qui l'achète ou le fait patienter jusqu'à ce qu'il puisse l'écouler.

Cette absence de lien contractuel entre le producteur et son client (le boucher ou, comme on l'a vu plus haut, le marchand qui emmène son cheval en Italie) n'a pas favorisé la professionnalisation du producteur, et l'homogénéité de sa production.

Face à ce constat, que le secteur de la production n'a les moyens ni technique ni financier de modifier, il convient de diversifier les débouchés par des actions novatrices, comme nous le détaillerons plus loin.

¹ Données Interbev Equins, 2006

Quelques perspectives de développement

Des choix à faire avant toute action...

Face à ce panorama de la filière viande chevaline en Rhône-Alpes, plusieurs pistes de développement peuvent être travaillées.

Le choix portant sur celle à privilégier ne peut être pris que par ceux qui veulent la mettre en œuvre, avec l'appui et l'aval de tous ceux qu'elle fera intervenir.

Quelques réflexions que les professionnels doivent engager avant toute décision

Qui s'attèle à ce chantier ?

Notons en préambule qu'une des lacunes à remédier en premier lieu est l'absence de personne ressource. En effet, personne, à l'heure actuelle dans la région, ne semble avoir la compétence technique et commerciale pour s'atteler réellement à un projet de développement de la filière viande chevaline. Cette situation s'explique tout simplement de par l'absence de cohésion dans la filière actuellement : personne n'a pu réellement s'impliquer. Il conviendra de combler cette lacune : qui peut prendre en charge le dossier ? Plusieurs pistes sont envisageables, et à creuser, notamment auprès du réseau agricole existant : par exemple Béviralp (Interprofession du Bétail et des Viandes en Rhône-Alpes qui s'est déjà investi sur la communication sur la viande chevaline), ou encore la FDSEA de l'Ardèche, qui a une action viande chevaline lors de la foire Saveurs d'Automne à Privas. En effet, les bonnes volontés de quelques professionnels ne seront pas suffisantes.

Quels sont nos objectifs ?

De plus, la réflexion menée actuellement est commandée par le secteur de la production, par la voix de l'ASECRA. Celle-ci doit bien mesurer si cette volonté est partagée par l'ensemble de la filière, c'est à dire par ceux qui auront une action à mener dans le projet de développement.

Pourquoi voulons-nous établir un projet de développement ? Pour qui ? Avec qui ?
Répondre à ces questions est une étape indispensable et urgente pour choisir quel projet mener.

Avons-nous mesuré ce que cela implique ?

De manière à éviter des découragements lors du lancement d'un programme de développement, il convient de prendre pleinement conscience de plusieurs points :

- Le programme peut ne pas être à hauteur de la rentabilité souhaitée les premières années du programme
- Le programme est exigeant, et suppose des renoncements, par exemple la non-satisfaction de clients italiens au profit d'un programme régional, ou vice-versa. Il demande un gros effort de planification, de définition des rôles de chacun, de mobilisation des acteurs... Il nécessite donc l'implication de professionnels : avons-nous sur place quelqu'un capable de s'y consacrer pleinement, d'y consacrer beaucoup de temps, d'énergie, voire d'argent ?
- Le programme s'inscrit dans le temps, réponds aux attentes des acteurs de la filière, et non de l'opportunité de financement qui intervient à un moment donné. Il doit être le fruit d'un marché demandeur, et non pas uniquement d'une production demandeuse.

Qu'est ce que la production est capable d'apporter ?

Ensuite, la production doit pouvoir définir clairement son potentiel de développement actuel. Pour cela, plusieurs points doivent être éclaircis : nous présentons ci-dessous les questions d'ordre pratique auxquelles la production doit répondre pour choisir son projet.

Quelle quantité fournir ?

Avec en moyenne 1.000 poulains immatriculés par an en Rhône-Alpes, il convient d'évaluer le nombre de poulains qui peuvent entrer dans un programme de développement. A l'heure actuelle, on a vu que l'organisation de la production fédère 250 poulains par an. Il faut donc se positionner sur le nombre objectif de poulain pouvant adhérer à un programme. Ce nombre, à la base d'un travail de contractualisation, devra être donné avec certitude : un non-respect d'un contrat d'engagement, même pour une courte durée, peut mettre en faillite les efforts de développement.

Cela dit, il ne faut pas raisonner en terme de poulains par an, mais en poulains par semaine. A supposer que le programme de développement s'inscrive sur l'année (à l'opposé d'un programme saisonnier, comme on le verra plus loin), *combien de*

poulains la production organisée est-elle capable de fournir chaque semaine du programme de manière contractuelle ?

Pour cela, il faut convenir du nombre de poulains contractualisables la semaine la moins propice du programme (exemple : en juin). Ce nombre minimum fera figure de référent pour l'ensemble du contrat. Si ce nombre est nul, il convient de passer à un produit saisonnier, ou à un autre type de contractualisation.

Quelle homogénéité dans la qualité de notre production ?

Soulignons la nécessité d'avoir une qualité constante dans la contractualisation. Pour cela, un cahier des charges peut être nécessaire. Mais celui-ci devra être souple et ne pas nécessiter de contrôles trop coûteux si l'on veut qu'il soit viable et vivable pour les éleveurs : on peut par exemple ne pas raisonner en label mais plutôt en marque. Par exemple, « jeune cheval de trait né, identifié, élevé et abattu en Rhône-Alpes » peut suffire. C'est du reste ce qui est en train de se construire sur la région¹. Cependant, l'acheteur ne doit pas être déçu sur la qualité de la viande, et il faut pouvoir rapprocher la qualité de la viande à celle de l'animal sur pied : le suivi de la qualité – vif et carcasse – est une étape nécessaire et obligée. En effet, la viande doit être uniforme ; à ce sujet, l'alimentation et l'âge à l'abattage sont des critères fondamentaux : un animal abattu trop tôt donnera une viande trop claire, un animal abattu trop tard une viande trop dure ; il faut s'attendre à ce que la livraison d'un animal donnant une carcasse non conforme puisse provoquer une rupture de contrat. Tous les membres de la filière doivent donc rédiger, ensemble, ce cahier des charges.

A quelles tâches la production est-elle capable de s'atteler ?

Jusqu'où la production est-elle capable de s'engager ? Ou plutôt : quelles actions de développement confient-elles aux autres membres de la filière ?

Pour réussir dans la mise en place d'un programme de développement de la filière viande chevaline, celui-ci doit se faire non pas par les producteurs, mais par tous les membres de la filière. La filière peut donc être portée par la production, mais il se révélerait invivable pour la production de la prendre en charge dans son ensemble : il convient de bien répartir les rôles avant de se lancer dans le programme. A chaque étape, la filière devra être partie prenante aux décisions.

¹ Travaux préparatoires de l'ASECRA

...Pourraient mener à différentes pistes de développement.

Une fois défini le degré d'engagement que l'on veut, et que l'on peut, mettre à contribution pour un tel projet de développement, voyons maintenant trois principales pistes qui pourraient être suivies.

Une production en continue avec des partenaires nationaux, ...

Présentation

Historique de Franche-Comté Animaux

L'Association Franche Comté Animaux (FCA, anciennement Franche Comté Agneaux), dirigée par Michel Jacquet, est située à Saint Germain les Arlay (39). En 2005, avec la SARL Les Bergers Francs-Comtois, elle a exporté 2025 têtes vers l'Italie.

Dès mai 2006, un Centre d'Allottement, financé en partie par le Fonds EPERON, permettra de mieux gérer ses stocks, et de mieux répondre aux attentes de ses clients.

Fin 2005, une convention signée avec la section équine (présidée par François Rechenmann) de l'APA²L (Association de Productions Animales d'Alsace-Lorraine) permettra d'augmenter encore les volumes de FCA : même si elle a déjà doublé son activité au cours de 2005, elle est prête à s'agrandir à nouveau. Elle est dès à présent la première structure exportatrice de poulains de trait en vif vers l'Italie.

Mode de fonctionnement de Franche-Comté Animaux

FCA achète le poulain à l'éleveur adhérent, d'après une grille d'achat élaborée selon la qualité de l'animal. La structure s'occupe ensuite de sa commercialisation. C'est FCA qui reverse la prime de l'Office de l'Elevage directement à l'éleveur.

Notons le cas particulier de l'APA²L, qui adhère en tant qu'organisme à FCA.

Rapprochements possibles avec Franche-Comté Animaux

FCA aurait tout à gagner à augmenter ses volumes, et est donc prête à une discussion avec les représentants de la région Rhône-Alpes. En 2006, FCA demandera une extension de zone à l'Office de l'Elevage pour les zones Bourgogne,

Vosges et Haute-Marne. Ce pourrait être l'occasion de couvrir également la région Rhône-Alpes.

Avec une augmentation des volumes, créant, en synergie, une professionnalisation en terme de qualité et de logistique, il serait même concevable, pour FCA, de développer une marque propre pour les bêtes en vif vers l'Italie : l'ASECRA peut par exemple apporter à FCA la capacité de mobilisation d'Interbev Equins pour aider à la création d'une marque commerciale en Italie autour du poulain français.

L'ASECRA pourra aussi proposer à FCA la mise en place d'un centre de rassemblement pour FCA sur sa région.

On peut même imaginer, en cas de succès financier de l'entreprise, que FCA ait alors les moyens de s'intéresser ultérieurement au marché français (laissé pour l'instant à la marque Poulain Comtois).

Intérêts et inconvénients

Cette action de développement est simple, facile à mettre en place, et permet à la production de profiter des synergies de la structure. En permettant le développement d'une telle structure nationale, l'ASECRA lui donne les moyens de se professionnaliser, de communiquer (création de marque...), et donc de devenir d'avantage moteur dans l'acte commercial avec l'Italie. Cela signifierait plus tard la possibilité d'augmenter les prix et les volumes des transactions.

En contrepartie, la région Rhône-Alpes perdrait en quelques sortes de sa gouvernance sur sa production. Mais s'agit-il réellement de « perte » quand rien n'existe jusqu'à présent ?

Enfin, un détail technique semble se poser : il semble curieux de faire acheminer les animaux de Rhône-Alpes vers le Jura pour ensuite les exporter en Italie. Cette piste devra être soulevée avec FCA, pour, par exemple, imaginer un pôle de rassemblement sur la région Rhône-Alpes, et diminuer ainsi l'impact prochain du règlement transport¹.

Exemple de modalité d'action

Il convient de prendre contact le plus tôt possible avec les représentants de FCA, pour intégrer la région Rhône-Alpes à l'extension de zone de FCA. Il conviendra aussi de régler la place à laisser à l'ARDPA dans ce processus : convention sur le

¹ Voir première partie et annexes sur demande auprès de timothe.masson@fnsea.fr

type de l'APA²L, ou adhésion directe des éleveurs ? Ce dernier point, le plus simple à mettre en œuvre, reste le plus efficace si l'éloignement géographique n'empêche pas les éleveurs rhône-alpin de l'appui technique, qui est nécessaire, de la part de FCA.

D'autres pistes potentielles ?

La piste détaillée ici est un exemple, et d'autres pistes de partenariats nationaux pourraient être étudiées. On pense notamment à des entreprises nationales, comme la société Equus, dirigé par Alain Bouvry (92), qui pourraient être à la recherche d'une telle production. Une rencontre pourra être organisée entre l'ASECRA et cette entreprise.

... ou la mise en place d'une filière régionale,...

Présentation

On peut aussi être plus ambitieux dans le projet de développement, par exemple en tentant de monter une filière rhône-alpine. On a vu précédemment quelques points à éclaircir avant de monter un tel projet, qui sera coûteux en temps et en argent (ce dernier point pouvant être pris en charge partiellement par la région, voir même par le fonds EPERON ou l'Office de l'Élevage – même si cela pourrait être plus long à mettre en place).

Il convient de s'inspirer d'actions déjà entreprises ailleurs en France : notons l'exemple de Poulain Comtois, qui, bien qu'étant la plus belle réussite nationale grâce à l'action d'une employée qui s'y consacre très fortement, reste encore au deçà des espérances suscitées (le salaire de l'employée reste très largement supporté par l'extérieur, et seuls 58 poulains ont été commercialisés en 2004).

Insertion du programme dans ce qui existe déjà

Il semble nécessaire d'insérer l'action de développement au maximum dans des efforts qui existent déjà, et de mobiliser les forces existantes au lieu d'en générer de nouvelles.

On a vu la nécessité dans ce cas de développer une marque. Sur ce point, citons celle en train d'être mise en place par la région, pour identifier l'agriculture et l'agroalimentaire de Rhône-Alpes, tous produits confondus (fruits, légumes...), et que Béviralp est en train d'appliquer au produit viande. Chaque filière doit définir elle-même son cahier des charges, qui est validé par la chambre d'agriculture. Celui-ci est simple : il doit exclure la non-qualité et mettre en œuvre des moyens uniquement régionaux. Il serait alors important de s'insérer dans cette logique : en effet, une communication sur le produit *jeune cheval rhône-alpin* (ce nom n'est qu'un exemple, il devra être décidé par des professionnels de la communication) serait relayée par les communications de chaque produit rhône-alpin, ainsi que par la communication générique faite par la chambre d'agriculture.

Une structure devra gérer très strictement l'appui technique aux éleveurs et la logistique : elle s'assurera de la disponibilité, chaque semaine de l'année, de produits conforme au cahier des charges. Elle pourra ensuite assurer la commercialisation

des poulains : on peut par exemple imaginer la location de stalles, réservées et estampillées *jeune cheval rhône-alpin*, au sein du marché aux bestiaux de Cibevial, où s'approvisionne notamment Profil. Ces stalles (qui sont actuellement en location pour 4,85 €HT par semaine) disposeraient ainsi d'animaux finis et disponibles pour les maillons aval de la filière (grossistes). Eux auraient ainsi la possibilité de communiquer sur ce produit (par une publicité financée par la structure), auprès des bouchers, des restaurateurs, des GMS, avec l'aide bénévole des éleveurs. Il est connu que la présence d'un éleveur dans une GMS avec un animateur professionnel (coût : 150€ par prestation journalière) est très efficace.

Quelle structure est-elle capable de prendre en main un tel travail ? A l'heure actuelle, ni l'ASECRA (non agréée par l'Office de l'Elevage pour une telle mission), ni l'ARDPA n'a les compétences humaines et techniques pour s'y mettre. Si l'une ou l'autre a la réelle ambition de s'y atteler, et la compétence pour embaucher à plein temps une personne ressource (de type technico-commercial, par exemple payé sur un pourcentage de commerce réalisé, et qui aura notamment pour tâche de démarcher tous les réseaux de distribution locaux en plus de procurer un soutien technique à l'éleveur), alors elle le pourra. Sinon, une autre structure, de type commerciale par exemple, peut être envisagée.

Le programme, pour être suivi par tous, doit être monté par tous.

Un tel schéma, où le rôle de la production s'arrête à son rôle premier, est vivable pour lui et permet de valoriser au mieux les savoir-faire de chacun au sein de la filière. En contrepartie, il demande réellement l'adhésion de tous sur ce modèle, qui doit être le fruit d'un dialogue approfondi entre tous, et d'une demande de tous. L'implication de la société Profil, notamment, est indispensable : le moteur d'un maillon amont d'une filière est celui situé en dessous, même si tout le monde participe à l'élaboration.

... voire saisonnière ?

On peut aussi imaginer le dispositif précédent appliqué à un produit saisonnier, comme le laiton.

Citons à ce titre l'exemple du *fin gras du Mézenc*, en passe d'obtenir une AOC. Depuis 1995, des éleveurs de Haute-Loire et d'Ardèche mettent en valeur leur production : des bœufs élevés de manière traditionnelle (110 jours d'engraissement en étable dès le 1^{er} novembre). L'Association Fin Gras du Mézenc, dirigée par Yannick Pochelon et dont le siège est à Fay sur Lignon (43), assure deux passages en ferme (en novembre-décembre et en janvier-février) auprès de 80 éleveurs, pour noter l'état de l'animal et le faire rentrer, ou non, au sein du cahier des charges « fin gras du Mézenc » : quatre notes sont mises en fonction de sa qualité.

Entre le 1^{er} février et le 31 mai, l'association met en lien les 40 bouchers et les 80 éleveurs pour assurer la commercialisation d'environ 500 animaux (soit une moyenne d'un peu plus de 6 animaux commercialisés par éleveurs). Un certificat est établi par l'association à l'éleveur lorsque l'animal est suffisamment développé, et à l'abattoir en fonction de la carcasse. Sa qualité assure la présence du Fin Gras dans plus de 40 restaurants régionaux. L'association, financée notamment par la DATAR et la région, fournit le matériel publicitaire, pour un budget annuel d'environ 30.000€. Les professionnels (de toute la filière) sont extrêmement impliqués dans cette démarche, modèle de développement territorial réussi.

Avant de s'engager dans une telle voie, il pourrait être intéressant que les producteurs de l'ASECRA organisent une visite de cette structure, de manière à évaluer par eux-même l'organisation de ce programme et l'implication des professionnels autour de ce produit.

Conclusion

Prendre en main leur filière : les éleveurs de l'ASECRA montrent par là le double attachement qu'ils portent à leur production, les chevaux de trait, et à leur produit, la viande chevaline.

L'ASECRA bénéficie actuellement dans ce sens d'un appui du Conseil Régional de Rhône-Alpes. Cette implication de la région représente une vraie opportunité pour le développement économique de l'élevage de chevaux de trait, dans un contexte où des synergies avec l'échelon national peuvent facilement être recherchées et trouvées.

La mise en route d'une filière économique devra réunir toutes les personnes qui travaillent ce produit, et devra donc être le fruit de la motivation de chacun.

Il revient donc à présent à l'ASECRA de faire comprendre à tous l'intérêt qu'il y a à relever le « défi viande »¹. Selon ses capacités de persuasion et ses capacités à s'impliquer dans ce projet, elle a maintenant à faire le choix, avec ses partenaires, des actions à mettre en œuvre pour faire comprendre à tous que « la viande chevaline, on a toujours une raison de l'aimer !² ».

¹ Voir en préambule

² Slogan de la campagne promotionnelle Interbev Equins de 2004 et de 2005