



Octobre 2014

Guide VARAPE, *la via-ferrata de vos projets collectifs*

Une boîte pour quoi ? Pour qui ?	2
Quel est son objectif ?	3
A qui est-elle destinée ?	3
Comment-est-elle conçue ?	4
A quel moment peut-elle être utilisée ?	4
Lexique	5
Questions préliminaires	6
De quelle race s'agit-il ?	7
Qui êtes-vous ?	7
A quelle occasion utilisez-vous cette boîte ?	7
1- Etat des lieux : autodiagnostic	8
2-LES PRINCIPALES VALORISATIONS ACTUELLES DE LA RACE	10
3-LE(S) PRODUIT(S)	11
4- Le(s) mode(s) d'organisation des producteurs et les outils collectifs utilisés	12
5-VOTRE COLLECTIF	13
La constitution du collectif et son environnement	13
Le fond, la démarche stratégique	15
Le fonctionnement du collectif (décider et agir tout en consolidant le collectif)	16
2- La définition du projet	19
(Re)définition des objectifs du collectif et hiérarchisation	20
3- Plan d'action	21
4- Les ressources pour la valorisation des produits	24

Le guide Varape, pour quoi ? Pour qui ?

Le guide VARAPE a été élaboré par l'Institut de l'Élevage, l'INRA, TRAME, l'association de la Chèvre des Pyrénées dans le cadre du projet VARAPE (2012-2014). Il s'appuie sur les travaux réalisés dans le cadre du projet qui a analysé 16 démarches de valorisation des produits existantes et fait le bilan de la situation des 13 races (bovines, ovines, caprines, avicoles et porcines) partenaires du projet. Elle a bénéficié des échanges entre les participants à l'occasion des séminaires et journées de travail du projet.

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

- Quel type de **structuration collective** mettre en place en fonction du contexte ?
- Y a-t-il **d'autres pistes de différenciation** que les signes les plus connus (**AOP**) ?
- Parmi tous les **points de vigilance** à prendre en compte pour que le collectif fonctionne bien, comment se situer et **par où commencer** ?

Il a été testé par des associations de races partenaires du projet.

Quel est l'objectif du guide VARAPE ?

Le guide VARAPE **donne des pistes**, aide à **faire le point** sur les étapes sur lesquelles le travail est déjà avancé ou celles pour lesquelles il faut creuser la réflexion. Il aide également les utilisateurs à **se poser les bonnes questions** pour aboutir à un **plan d'action**.

Il n'a pas vocation à orienter un projet vers une seule solution ou un modèle mais à accompagner **chaque réflexion**.

A qui est-il destiné ?

Il s'adresse à tout **collectif**¹ (association de race, structure de commercialisation...) ou groupe non formalisé (par exemple groupes d'éleveurs ayant un objectif commun), impliqué dans un projet de valorisation, qu'il soit en cours de réflexion ou de création.

Il peut être judicieusement utilisé, en parallèle, par **différents collectifs** d'une même race.

¹ Pour la distinction entre groupe et collectif, voir lexique page 4

De quoi-est- constitué le guide VARAPE ?

- **Un guide de réflexion** pour bien définir la situation de la race, le projet de valorisation, les acteurs impliqués². Il se décompose en 3 phases :
 1. **L'état des lieux :**

Question : Où en sont la gestion de la race, la valorisation actuelle des produits et la gestion du collectif?
Forme : Grille d'autodiagnostic et bilan
 2. **La définition du projet de valorisation :**

Question : Quels sont les objectifs de travail sur la valorisation des produits ?
Forme : (Re)définition des objectifs
 3. **Le plan d'action :**

Question : Comment s'organiser pour atteindre ces objectifs ?
Forme : Grille
- **Une base de ressources** destinée à faciliter l'accès à différentes sources d'informations (documents et/ou sites de référence) :
 - Signes officiels de qualité, marques et autres signes distinctifs
 - Circuits courts
 - Retours d'expériences sur des races qui ont déjà réfléchi à la valorisation collective des produits, à différentes échelles géographiques (Maine Anjou, Vallée de Barèges-Gavarnie...), avec des signes de différenciation divers (AOP, IGP, marque...), pour différentes espèces (Porc Basque, Poule Coucou de Rennes, Mouton du Boulonnais, Chèvre Provençale, Vosgienne...).

A quel moment peut-il être utilisé ?

La démarche d'accompagnement proposée peut être utilisée à **tout moment**.

Il est cependant particulièrement recommandé de faire, **le plus tôt possible** et de manière la plus complète possible, un diagnostic initial « point 0 » du projet, pour en garder la trace et assurer le suivi du projet.

²Pour une même race/population, plusieurs collectifs peuvent exister

Lexique

Dans les documents qui vont suivre, on entend par :

- **Circuit Court** : la vente en circuits courts est une vente avec au maximum un intermédiaire entre le producteur et le consommateur : c'est-à-dire la vente directe (à la ferme, sur un marché, un point de vente collectif...) et la vente via un intermédiaire comme les commerçants (y compris la grande distribution), les artisans (bouchers charcutiers, fromagers...), les restaurateurs, les traiteurs, la restauration collective ... qui sont fournis directement par un producteur. (définition du ministère de l'agriculture plan Barnier 2009)
- **Circuits de proximité** : Le circuit de proximité est un circuit de vente qui privilégie les partenariats locaux pour réduire les impacts du transport et privilégier l'économie locale, il peut être un circuit long, par exemple une filière groupement de producteurs, abattoir local, chevillard et bouchers-charcutiers locaux.
- **Collectif** : Par collectif nous entendons un groupe organisé dans une structure **formelle** (association, syndicat, structure commerciale...), ce qui implique que les personnes souhaitant en faire partie s'engagent (adhésion, cotisation, parts sociales, ...) et prennent part aux décisions.
- **Groupe** : Un groupe est un ensemble de personnes ayant des caractéristiques ou des buts communs. Les propriétés du groupe sont distinctes de celles des individus qui les composent. Le groupe n'a pas forcément de structure formelle : on parle de groupe de travail, de groupe de pression,
- **Leader** : Les leaders sont ceux qui pilotent le groupe, prennent ou organisent la prise de décision, analysent l'environnement et représentent les intérêts du collectif à l'extérieur. Il y a différents profils de leaders.
- **Race** : La race est « un ensemble d'animaux qui a suffisamment de points en commun pour pouvoir être considéré comme homogène par un ou plusieurs groupes d'éleveurs qui sont d'accord sur l'organisation du renouvellement des reproducteurs et des échanges induits, y compris au niveau international » (décret du ministère de l'Agriculture et de la Pêche en application de l'article 93 de la loi d'orientation agricole du 5 janvier 2006).
- **Race locale** : Une race locale est définie comme « une race majoritairement liée par ses origines, son lieu et son mode d'élevage, à un territoire donné » (décret du ministère de l'Agriculture et de la Pêche en application de l'article 93 de la loi d'orientation agricole du 5 janvier 2006).
- **Population** : Nous entendons par population, un ensemble d'animaux d'une même espèce présentant les mêmes caractéristiques et non reconnus officiellement en tant que race.
- **Promotion** : La promotion est une action commerciale qui vise à faire connaître un produit auprès des consommateurs et des distributeurs.
- **Valorisation** : La valorisation représente la valeur donnée à un produit ou à un acte de production. La valorisation est en premier lieu une création d'activités marchandes qui va de la vente de produits (lait, viande, produits transformés...) mais aussi la vente d'animaux (reproducteurs, animaux de compagnie, « tondeuses à gazon », consommateurs de déchets organiques...) ou la vente d'un service (entretien de l'espace, accueil du public...). La valeur peut aussi être un service rendu à la société civile qui justifie une reconnaissance, voire une attribution de subventions, on pense en premier lieu au maintien de la biodiversité, d'une activité rurale et pastorale sur le territoire ou de traditions.

Questions préliminaires

De quelle race s'agit-il ?

Nom de la race :

Pour cette race, existe-t-il **un ou plusieurs** groupes (non formalisés) ou collectifs (formalisés) ?

Si oui quel est leur nom ?

- Collectif pour la **gestion de la race** (association ou syndicat de race) :
Nom :
- Collectif pour la **promotion / communication** de la race
Nom :
- Collectif(s) dédié(s) à la **commercialisation** des produits issus de la race :
Nom :
- Collectif(s) dédié(s) à la gestion d'un **signe de qualité** (Organisme de Défense et de Gestion de type Syndicat, ...):
Nom :
- Collectif(s) dédié(s) à la **transformation** des produits issus de la race :
Nom :
- **Autres** collectifs et/ou groupes:
Noms et objectifs :

Qui êtes-vous ?

- A quel(s) collectif(s) et/ou groupe(s) appartenez-vous ?
- Qui utilise la boîte d'accompagnement ?
Une seule personne. Qui :
Une partie des membres du collectif, un groupe de travail restreint. Qui :
L'ensemble des membres du collectif (réponses validées par tous)

A quelle occasion utilisez-vous cette boîte ?

- A quelle date cet état des lieux est-il réalisé ?
- A quelle occasion (réunion groupe de travail, Conseil d'administration ou Assemblée Générale d'une association) ?

1- Etat des lieux : (auto)diagnostic

L'outil suivant est une grille d'(auto)diagnostic qui balaye des **points utiles à intégrer dans la réflexion** d'un projet de valorisation des produits en circuits courts pour une race à petit effectif.

Il peut être utilisé de **façon rapide**, en **collectif**, pour **identifier** les points à creuser, clarifier ou partager...

INTITULE	A creuser	En cours	Information existante	Information partagée	Remarques, idées, actions
DESCRIPTION	Donnée à rechercher	Réflexion en cours, pas encore aboutie	Donnée connue de quelques personnes du groupe	Donnée connue et partagée par tous dans le projet	Idées principales, actions prévues pour avancer sur le sujet...

L'outil peut servir ensuite de socle pour un travail plus approfondi, afin de **préciser** les points identifiés... s'ils vous semblent pertinents ☺

	A creuser	En cours	Information existante	information partagée	Remarques, idées, actions ...
1-LA RACE ET LES ELEVEURS					
1.1 Nom de la race : Le nom a-t-il posé problème ? A-t-il changé ? Quand, pourquoi, sous quelle(s) dénomination(s) ? Fait-il consensus aujourd'hui ?					
1.2 Statut de la race : La race est-elle reconnue officiellement ? Figure-t-elle sur la liste des races menacées ? Un organisme de sélection a-t-il été reconnu ?					
1.3 Effectifs Evolution des animaux et des éleveurs ? Principaux évènements ? L'inventaire des animaux et des éleveurs peut-il être considéré comme exhaustif ?					
1.4 Actions de conservation Quelles formes de gestion génétique collective sont en place ? (<i>inventaire, gestion de la variabilité génétique, sélection...</i>) Quels outils collectifs sont mobilisés ? (<i>IA, pépinière, contrôle de performances...</i>) Quel coût et quel financement ? Considérez-vous que la génétique est stabilisée ?					
1.5 Localisation : Berceau d'origine ? Localisation actuelle des élevages ? Les zones d'élevages sont-elles définies ? Conditions pédoclimatiques privilégiées ?					

	A creuser	En cours	Information existante	information partagée	Remarques, idées, actions ...
<p>1.6 Utilisation (s) : Quelle contribution de la race à la vie du/des territoire(s) (entretien, aménagement, développement économique, lien social et/ou culturel...) ? Quels sont le(s) système (s) d'élevage le(s) plus courant(s) ?</p>					
<p>1.7 Quels sont les enjeux pour la race aujourd'hui ? <i>Augmenter les effectifs ? le nombre d'éleveurs ? Améliorer la notoriété ? Homogénéiser les produits ? Réhabiliter un produit traditionnel ? Se différencier d'une autre race ? Promouvoir une image (qualité, environnement les modes de conduite dans certains cas)? Autres ?</i></p>					
2-LES PRINCIPALES VALORISATIONS ACTUELLES DE LA RACE					
<p>2.1 Quelles formes de valorisation de la race existent actuellement (individuelles et collectives) ? <i>Vente de reproducteurs ; Entretien de l'espace Produits alimentaires ; Autres</i></p>					
<p>2.2 Y a-t-il des démarches collectives mises en place ? Et si oui, lesquelles, sur quoi ?</p>					
<p>2.3 Combien d'éleveurs sont concernés par l'action de valorisation ?</p>					

	A creuser	En cours	Information existante	information partagée	Remarques, idées, actions ...
<p>2.4 Quels sont de votre point de vue les atouts et les faiblesses de la race ? Cette perception est-elle partagée par l'ensemble des éleveurs ? Est-elle la même pour les autres acteurs (amont, aval, politiques) ? Qu'est-ce qui fait consensus ? Qu'est-ce qui est l'objet de tensions ?</p>					
<p>2.5 Quelle(s) spécificité(s) cherchez-vous à valoriser ? <i>Ces spécificités peuvent être des handicaps que l'on cherche à transformer en atouts (la mixité de la race par exemple ...)</i></p>					
3-LE(S) PRODUIT(S)					
<p>3.1 Existe-t-il une description des produit(s) actuels et/ou anciens ? <i>Les produits sont du lait ou des produits laitiers transformés, des œufs, de la viande en carcasses en quartiers, en morceaux découpés jusqu'au plats cuisinés sans oublier les charcuteries... Les produits peuvent aussi être la laine, les plumes, la peau, les cornes etc...</i></p>					
<p>3.2 Y a-t-il un produit phare = emblématique ?</p>					
<p>3.3 Le(s) produit(s) a/ont-ils un nom ? L'origine du nom est-elle connue, consensuelle ? Qui (ou quel collectif) a décidé du nom des produits ? Quels ont été les déterminants du choix ? (promouvoir l'image d'une région ...)</p>					

	A creuser	En cours	Information existante	information partagée	Remarques, idées, actions ...
3.4 Y a-t-il des stratégies commerciales collectives ? claires ? Y a-t-il de nouvelles stratégies commerciales à envisager / à développer ? Lesquelles ?					
3.5 Existe-t-il une vision à long terme pour la démarche produit ? Par qui est elle portée ?					
3.6 Existe-t-il un cahier des charges de production ? Si oui, est-il plutôt ouvert (peu de contraintes) ou strict ? <i>Le résumer en quelques mots-clés : AB, x% de l'alimentation à base d'herbe, X ha par UGB, sortie des animaux ...</i> Si non, faut-il en créer un ? Plutôt ouvert ou strict ? Quels critères y intégrer ?					
3.7 Existence d'une marque, d'un signe de qualité ? Sur quelle zone ? Pour quel produit ?					
3.8 Les caractéristiques physiques et sensorielles des produits sont-elles connues (études, analyses...) ?					
4- Le(s) mode(s) d'organisation des producteurs et les outils collectifs utilisés					
4.1 Quel est le nombre d'éleveurs impliqués dans les outils collectifs ?					
4.2 Quelles sont les quantités de produits (nombre d'animaux / quantité de lait / nb fromages...), la période de production, de transformation, de commercialisation ? Qu'est-ce qui pose problème ?					

	A creuser	En cours	Information existante	information partagée	Remarques, idées, actions ...
4.3 Lieux d'abattage / de transformation ? Place de la transformation à la ferme ? Eloignement de la zone de production ?					
4.4 Existence de plannings d'abattage ou de transformation ? Si oui, qui s'en charge ?					
4.5 Usages de consommation ? <i>Type de clients, moments de consommation...</i>					
4.6 Mode(s) de vente ? <i>Type de circuits, diversité...</i>					
4.7 Ventes : niveau de prix, volumes, zones ? Qui le fixe ?					
5-VOTRE COLLECTIF (celui qui fait l'analyse... cf. questions préliminaires)					
5.1 La constitution du collectif et son environnement					
Quel collectif remplit la grille aujourd'hui ? :					
5.1.1 Le collectif qui répond à ce questionnaire est-il formalisé (structure juridique) ? A-t-il un nom ? <i>Quand a-t-il été constitué ? Qui l'a initié ? Quelle est l'idée/événement qui a fait émerger ce collectif ?</i>					
5.1.2 Qui est dans ce collectif ? <i>Éleveurs, transformateurs, restaurateurs, partenaires techniques, économiques ou institutionnels du collectif et leurs missions ?</i> Combien y a-t-il de personnes ? Quel % les éleveurs représentent-ils dans la race ? Comment est-il structuré ? Quelles responsabilités pour qui ?					

	A creuser	En cours	Information existante	information partagée	Remarques, idées, actions ...
5.1.3 Qu'est ce qui favorise la cohésion du collectif ? <i>Les membres du collectif se connaissent-ils ? Y-a-t-il des adhérents que l'on ne voit pas ?</i>					
5.1.4 Existe-t-il d'autres collectifs concernés par la race ? (1) <i>Quels sont leurs objectifs ? Y a-t-il des membres communs à plusieurs collectifs ? Quelles sont leurs missions et fonctions ? Sont-elles complémentaires ou s'opposent-elles à celles du collectif concerné ici ? Les liens entre ces collectifs sont-ils formalisés ?</i>					
(1) Il s'agit d'identifier d'autres lieux où les éleveurs (parfois seulement certains) se rencontrent et peuvent discuter, élaborer des projets voire mettre en place des actions sur la race et/ou la valorisation. Certaines avancées peuvent se discuter dans d'autres collectifs que ceux liés à la race : Structures commerciales, magasin collectif de vente, section dans un groupement ou une coopérative, marque de pays ou de territoire, ... Ateliers de transformation collectifs, fumoir/séchoir collectif, association des usagers d'un abattoir, CUMA (bétaillère, camion frigo, plumeuse...), ... CETA, GEDA GVA, CIVAM, GAB, groupe chambre ou EDE... ou autres structures techniques...					
5.2 Accompagnement actuel du collectif					
5.2.1 Le collectif est-il accompagné au quotidien et dans la durée ? Par qui ? Quel est son métier (agent de développement...), son organisme de rattachement ?					
5.2.2 Comment le financement de cet accompagnement est-il assuré ? Avec quelle pérennité ?					
5.2.3 Combien de temps peut-il/elle consacrer à l'appui à la réflexion « valorisation » ? Est-ce suffisant ? Quelles sont ses autres missions (gestion race, promotion...) ?					

	A creuser	En cours	Information existante	information partagée	Remarques, idées, actions ...
<p>5.2.4 Le collectif est-il accompagné ponctuellement par un organisme extérieur ? Par qui ? Pour quoi faire ? Dans quel cadre, à quelles occasions ? Si non : le besoin s'en fait-il sentir ?</p>					
<p>5.2.5 Les missions, tâches, responsabilités des accompagnateurs présents sur la durée et/ou ponctuellement sont-elles bien définies, et bien connues par le collectif ? Comment s'organisent les échanges, la délégation, avec les leaders, le bureau et le CA du collectif ?</p>					
5.3 Le fond, la démarche stratégique					
<p>5.3.1 Le nom du collectif est-il accepté, compris par ses membres ? Son histoire est-elle connue par tous ?</p>					
<p>5.3.2 Quelles sont les valeurs (2) de votre collectif ? Ont-elles été identifiées (individuellement et collectivement), discutées et formalisées pour être portées par chaque membre du collectif ?)</p>					
<p>5.3.3 Existe-t-il une vision commune de ce que le collectif veut réaliser, un objectif global partagé ?</p>					
<p>(2) Les valeurs sont des éléments essentiels qui donnent du sens à votre action, qui orientent les objectifs et les actions du collectif. Elles reprennent les finalités individuelles ou partagées. Elles répondent aux questions : « qu'est ce qui est important pour moi/pour nous ? qu'est ce qui me manquerait si je ne l'avais pas ? ». Exemples : développer un revenu, le bio, + de local, + d'herbe, + d'autonomie alimentaire, le maintien ou la croissance des effectifs animaux, la croissance du nombre d'éleveurs qui en vivent, l'élargissement du rayon d'action, la croissance de la race, l'exportation, la création d'un partenariat...</p>					

	A creuser	En cours	Information existante	information partagée	Remarques, idées, actions ...
5.3.4 Des objectifs opérationnels ont-il été définis par le collectif ? <i>On parle d'objectifs facilement mesurables, ambitieux mais atteignables</i>					
5.4 Le fonctionnement du collectif (décider et agir tout en consolidant le collectif)					
5.4.1 Qui définit les objectifs du collectif et les actions qu'il mène ? Sont-ils clairement précisés ? Sont-ils connus des membres, des partenaires ? Sont-ils remis en question régulièrement ?					
5.4.2 Le fonctionnement même du collectif est-il formalisé par un règlement intérieur ? Est-il satisfaisant ? Est-il remis en question régulièrement ?					
5.4.3 Les besoins des membres sont-ils exprimés et pris en compte ? <i>Comment ? A quels moments, sous quelles formes, à quelles occasions ? Quelle périodicité ? ...</i>					
5.4.4 Comment se passe l'intégration d'un nouveau membre ? Existe-t-il des degrés d'intégration au collectif ?					
5.4.5 À quelle fréquence se fait le renouvellement des membres ?					

	A creuser	En cours	Information existante	information partagée	Remarques, idées, actions ...
<p>5.4.6 Comment sont prises les décisions ? A quelle occasion et où ? Qui les prend ? Est-ce satisfaisant ? Quels sont les éventuels outils d'aide à la décision ? Les différentes options pour mener à bien les actions sont elles connues, discutées au sein du collectif ? Sont-elles remises en cause ou questionnées ? Régulièrement ?</p>					
<p>5.4.7 Les membres du collectif s'impliquent-ils dans la réussite du projet ? De quelle façon ?</p>					
<p>5.4.8 Existe-t-il une répartition des rôles (formalisée ou non) au sein du collectif ? Comment a-t-elle été définie ? Chacun sait-il ce que le collectif attend de lui ?</p>					
<p>5.4.9 Y-a-t-il un (des) meneur/responsable identifié(s) ? <i>Est (Sont)-il(s) officiels / officieux / impliqués / attendus / contraints...</i> A quelle(s) structure(s) appartiennent-ils ? La répartition des responsabilités vous paraît elle claire ?</p>					
<p>5.4.10 À quelle fréquence se fait le renouvellement des responsables?</p>					
<p>5.4.11 Existe-t-il un suivi/évaluation du (ou des) projet(s) mené par le collectif ?</p>					
<p>5.4.12 Y a-t-il une communication interne/externe sur les actions menées et les résultats obtenus ? Comment, par qui, pour qui ?</p>					

Bilan de la grille d'autodiagnostic

Vos **FORCES** ou **FAIBLESSES** sont des éléments positifs ou négatifs internes à la race, au produit ou à votre projet, c'est-à-dire pouvant être pilotés ou régulés. Les **OPPORTUNITES** ou **MENACES** sont des éléments positifs ou négatifs représentant des contraintes externes à la race, au produit ou à votre projet, c'est-à-dire a priori non maîtrisables.

Points positifs	Points négatifs
FORCES	FAIBLESSES
OPPORTUNITES	MENACES

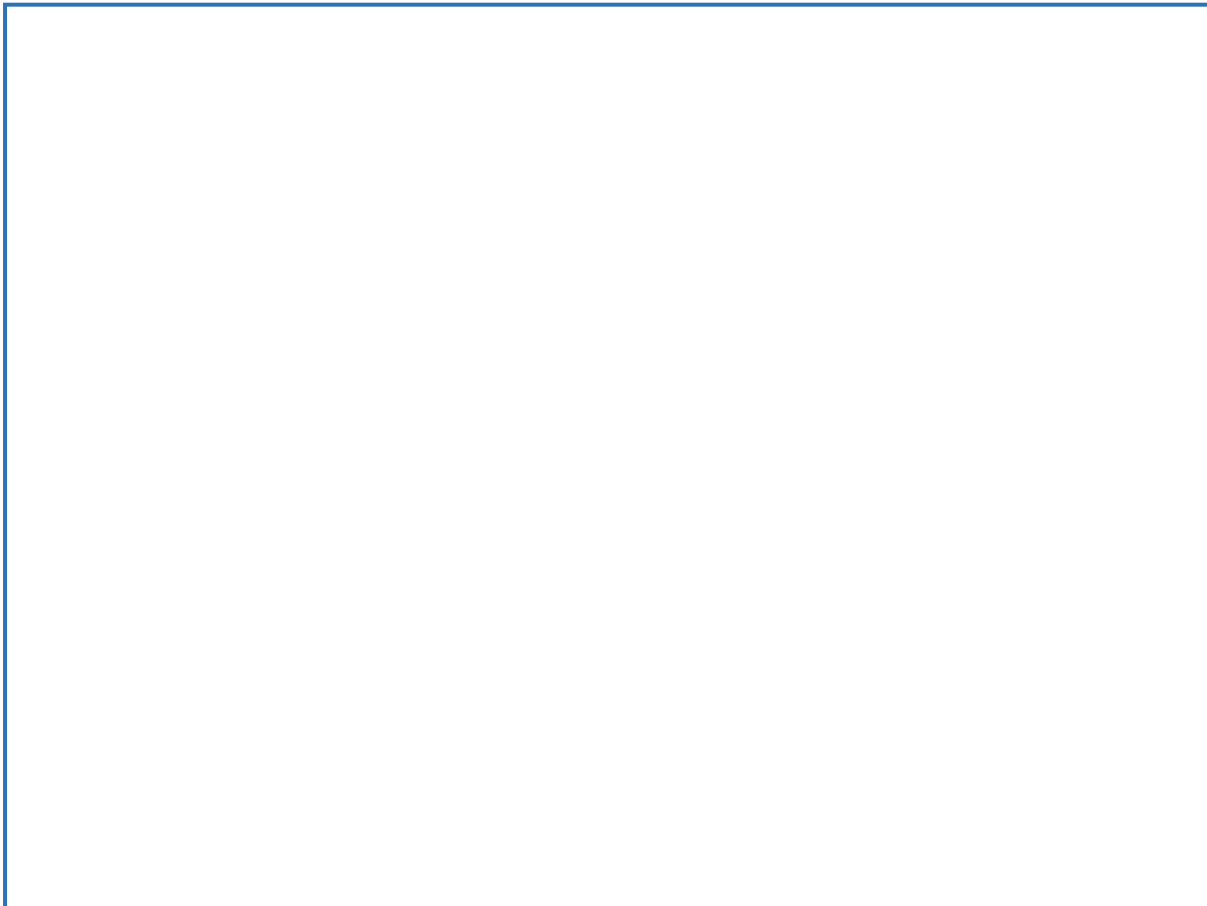
2- La définition du projet

Au vu du bilan des **forces et faiblesses** actuelles, des éléments **à creuser, clarifier, partager...**

Le **collectif** peut entamer un travail sur ses **objectifs** qu'ils soient directement liés à la valorisation ou préalables à ceux-ci...

Et ainsi définir ses **priorités** à court et moyen terme

Les objectifs du collectif



Les priorités

1.

2.

3.

4.

...

3- Plan d'action

Plan d'action du projet

Tâches	Qui fait quoi	Moyens à mobiliser humains, techniques, financiers ...	Echéances

Analyse des risques d'un projet

Risque	Causes	Mesures préventives	Mesures correctives

4- Les ressources **pour la valorisation des produits**

- Analyse d'expériences pionnières de races à petits effectifs (ou proches) qui valorisent des produits (Varape)
 - o [Tableau des verrous](#) : Quels sont leurs objectifs ? Quelles difficultés rencontrées, solutions apportées ou verrous persistants...
 - o [Fiches de synthèse](#) : 16 fiches de synthèse des démarches analysées : **Vaches** Salers laitière, **chèvres** Provençale, Rove, Poitevine, **Vaches** Vosgienne, **Bovins** : Rouge des Prés, Mirandaise, *Fin gras du Mézenc* / **Ovins** : Barégeois, Boulonnais, Solognot, Shetland, *agneau des Pyrénées* / **Porcs** : Basque, **Poules** : Coucou de Rennes, Gasconne, Barbezieux

- Attentes des consommateurs
 - o [Éléments spécifiques aux produits des races \(issus des stages Varape\)](#) : mini enquêtes, enquêtes sur 5 races
 - o [Attentes des consommateurs en circuits courts \(Liproco\)](#) : fiches de synthèse

- Différenciation et démarcation (Varape)
 - o [Tableau synoptique des différenciations](#) : AOP/IGP/Label Rouge/STG/CCP/marque collective/Marque Parc/Marque régionale
 - o [Tableau bilan : description + critères prédictifs de la facilité ou non d'obtention](#) : AOP/IGP/Label Rouge/STG/CCP/marque collective

- Gestion du collectif (Varape)
 - o [Gestion d'un collectif diffus](#)
 - o [Schéma des frontières](#)

 - o [Fiche descriptives des races suivies dans le Varape : état des lieux, sur la race, le fonctionnement du groupe et la valorisation](#) : **Vaches** Froment du Léon, Rouge Flamande, Mirandaise, Bretonne Pie Noir, Ferrandaise, Maraichine / **chèvres** Poitevine, des Pyrénées / **mouton** Thônes et Marthod, Landes de Bretagne / **Porcs** : Cul Noir du Limousin / **Poules** : Noire du Berry, Grise du Vercors

- [Autres ressources](#) : bibliographie