



MOUTON BOULONNAIS

Le mouton boulonnais, présent dans le Nord-Pas de Calais, produit des agneaux vendus sous la marque « Agneau Boulonnais®, Agneau des Terroirs du Nord ». Le lien avec les boucheries artisanales a été privilégié



Le contexte régional

La filière régionale / filière nationale	Le Nord-Pas de Calais est une région de grandes cultures et d'élevage bovin laitier principalement, dans laquelle les ovins sont rares (<1% cheptel national)
Produits de la filière régionale	Lait standard, yaourt, viande bovine,
Les démarches de qualité existantes	Pas de démarcation ovine régionale, et peu de démarche qualité en générale AOC Maroille, quelques IGP en volailles Quelques Label Rouge en volaille et 1 en viande bovine
Place de race étudiée dans la filière régionale	Le Texel est aussi issu du Nord de la France. Le Boulonnais compte 900 brebis / 34 000 dans la Région

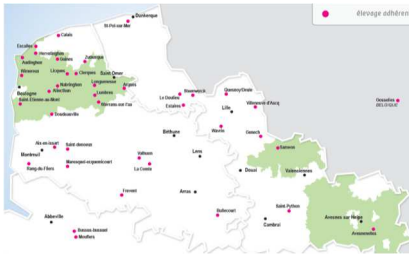
Les dates clé

1984	Création de l'Association des Eleveurs de Mouton Boulonnais (AEMB)
1991	reconnaissance de la race par le Ministère de l'agriculture
1998	Mise en place de la filière « Agneau boulonnais, Agneau des Terroirs du Nord » dans le cadre de la Charte des produits de terroir du Groupement qualité – Nord Pas de Calais (4 boucheries, 7 éleveurs) sous l'appellation « Agneau de terroir » »

La race

Utilisations	Viande + entretien des prairies calcaires (agneau)
Nb femelles	2500 brebis estimées au total, 1300 contrôlées
Evolution du nombre animaux	Positif à stable depuis 1997 au début de la mise en place de la filière
Etat actuel race	Race menacée
Gestion race	AEMB Avec l'appui du Centre régional de ressources génétiques (CRRG) du Nord-Pas de Calais.
Enjeux pour race	Maintenir la démarche de valorisation en place et intéresser de nouveaux éleveurs pour augmenter ses effectifs et pérenniser la race.

Les éleveurs

Nombre	45 éleveurs dans l'association de gestion de la race (dont 15 sélectionneurs où sont réalisés des contrôles de performances)	
Qui sont les éleveurs ?	1 seul éleveur spécialisé en ovins, pour les autres, c'est un atelier de diversification	
Dynamique	Positive: + 3 adhérents/an malgré les départs à la retraite.	

Les produits

Quels produits ? Quantités ?	Agneaux lourds de 20-25kg finis en bergerie 990 agneaux livrés en 2013
Spécificités produit	Viande plus claire que race à viande Gigots allongé (-), belles côtelettes (+)
Saisonnalité: oui/non - avantage/inconvénient - animaux/marché	Non, désaisonnement des brebis par certains éleveurs qui tamponnent la production
Quels éleveurs commercialisent ?	10 producteurs fournissent des agneaux à la filière dont 2 producteurs qui représentent 80% des animaux vendus
Quels circuits de commercialisation ?	Vente à un réseau de 14 boucheries artisanales et un peu de restauration via un chevillard.
Autres produits ?	non
Quel lien au territoire/terroir ? Autres usages	Oui, c'est la race locale, et certains les font pâturer au Cap Blanc Nez pour l'entretien des prairies calcaires de bord de mer

La commercialisation collective

Quelle démarcation ?	Une filière a été mise en place en 1998 pour valoriser la race : "Agneaux Boulonnais [®] , Agneau des Terroirs du Nord". Cette filière s'appuie sur un CdC (pas d'ensilage, agneau ayant au moins un parent boulonnais, élevé et abattu dans la zone...).
Pourquoi cette démarcation ?	Pour se donner les moyens de communiquer sur la race et ses produits + améliorer sa crédibilité auprès des bouchers locaux Le CRRG avait du recul sur cette démarcation et peu de moyen donc la marque collective était une bonne solution
Quelle organisation ?	L'association de race gère la commercialisation Mutualisation et répartition des circuits commerciaux avec une filière similaire (Agneaux des Hauts Pays) mais toute race Cependant chaque éleveur apporte ses agneaux à l'abattoir (à plus de 100km pour certains) 1 très gros apporteur

	1 éleveurs fait le travail de "commercial" contacte chaque semaine toutes les boucheries + les producteurs pour mettre en lien demande et offre.
Quel appui technique, encadrement démarche "produit"	Fort appui du CRRG aussi bien sur la sélection que les aspects techniques ou de communication.

Bilan

Quelles satisfactions consommateurs	Il y a globalement une satisfaction des bouchers sur le produit (et de leurs clients) : belle côtelette, race locale... Quelques "incidents" ont parfois eu lieu (agneaux trop gras principalement) et il y a des risques de problème d'approvisionnement (quand les petits éleveurs font tous agneler au même moment) mais les plus gros éleveurs font le " tampon"
Quelles satisfactions éleveurs /prix de vente	Les éleveurs assument de plus en plus les coûts (frais d'abattage, de livraison (les carcasses sont livrées directement aux bouchers), coûts de production) et ne répartissent qu'une partie des coûts aux bouchers Pour exemple au niveau du prix : Il est actuellement de 7,65 € vendu rendu (auxquels il faut retirer 1,5 € de frais de transport et d'abattage): il était de 7,20 € en 2012 mais les éleveurs répercutent la hausse des charges.
Ce qui ressort de la démarche?	N'avoir qu'une structure permet de mutualiser, de ne pas se disperser. Néanmoins, en cas de litige, risque de gestion des problèmes plus difficiles (exemple : des éleveurs qui ne valorisent pas par la filière ont à l'heure actuelle possibilité d'"orienter" la filière à travers l'OS).
Questions actuelles	80% des agneaux produits par uniquement deux producteurs (et peu de nouveaux arrivés avec les mêmes dimensions). Intéresser de nouveaux éleveurs et remplacer ceux qui arrivent en retraite !
Perspectives / enjeux	A l'heure actuelle, il faut déjà pouvoir approvisionner les boucheries partenaires avant d'en démarcher d'autres. Une des principales menaces de la filière est le fait qu'elle repose essentiellement sur deux éleveurs. Les enjeux sont l'installation de producteurs de Boulonnais.

Synthèse sur les difficultés rencontrées, dépassées ou qui perdurent et leurs impacts.

Thématique	Les difficultés rencontrées	Solutions ou effets non résolus
technique	Les animaux sur les coteaux calcaires limitent la maîtrise des accouplements	Avancée de la sélection génétique jugée trop lente
commercial	Hétérogénéité du produit	Travail avec un réseau de boucheries donc chacun à ses préférences et trie des carcasses à partir des élevages
économique	Volumes trop faibles pour poursuivre la certification externe de la marque collective qui était trop onéreuse	Arrêt des contrôles externe, mis en place d'autocontrôle par l'animateur + retour des bouchers affichage en boucherie de la traçabilité
organisation	Pas de salarié pour organiser la commercialisation	Mission assurée bénévolement par un éleveur de façon pérenne (une heure/semaine)
Economique et commercial	Fidélité à la filière non totale lorsque le prix des filières standard est haut	Manque d'agneaux pour la filière boulonnais
logistique	Abattoirs trop éloignés car les éleveurs livrent eux-mêmes leurs agneaux jusqu'à 100km pour certains	Economique + temps sur la route
logistique	Problématiques du transport des carcasses entre les abattoirs et les boucheries car faibles volumes	Mutualisation avec une autre filière ovine (Agneau du Haut Pays)
Génétique	Divergence sur l'acceptation ou non des agneaux croisés	Pragmatisme pour la survie de la filière et dépassement de la divergence par l'acceptation des croisés

Enquête réalisée par Simon Fourdin - Institut de l'Élevage

Rédaction du document : Christèle Couzy et Lucie Markey - Institut de l'Élevage

Crédit photo : Nordeclair.

Pour en savoir plus : www.enrx.fr

Florent PIEDANNA, animateur CRRG – f.piedanna@enrx.fr



VARAPE est un projet financé par le fond CASDAR et animé par l'Institut de l'Élevage. Sont également partenaires :

