



Poule gasconne

La Poule Gasconne connaît une dynamique importante. Les éleveurs ont positivé les contraintes d'élevage pour créer des produits hauts de gamme. Les $\frac{3}{4}$ des produits sont vendus à des grossistes et restaurateurs sous la récente marque collective « Noire d'Astarac-Bigorre ». Un dossier AOP a également été déposé mais l'association priorise la structuration commerciale et logistique de sa filière.



Le contexte régional

<p>La filière régionale /filière nationale</p>	<p>La production de volailles est courante en Midi Pyrénées : 4% des effectifs volailles nationales, 24% des canards gras. La poule gasconne est présente sur 4 départements du Sud de Midi Pyrénées : Gers, Hautes-Pyrénées, Haute-Garonne et l'Ariège.</p>
<p>Produits de la filière régionale</p> <p>Les démarches de qualité existantes</p>	<p>Très diversifié</p> <p>25% des exploitations sous SIQO, 9AOC, 15 IGP, 24 Label Rouge (hors vin) présence de nombreuses démarches qualité en Volaille : IGP LR Volailles de Gasconne, IGP LR Poulet Gris Fermier, IGP LR Volailles du Gers, Œufs Cororette (LR + AB)...</p>
<p>Place de la démarche étudiée dans la filière régionale</p>	<p>Non significative : Poule Gasconne = 6000 volailles /5.5 millions en Région Midi-Pyrénées</p>

Les dates clé

2000	Inventaire des détenteurs de poule de races Gasconne, identification des lignés
2001	Xavier Abadie Chaponne le 1 ^{er} poulet Gascon et commence à commercialiser
2003	Création de l'association de la poule Gasconne
2009	Dépôt d'un dossier AOP
2012	Création de la marque Noire d'Astarac Bigorre
2013	L'association s'est restructurée avec un fort travail de bénévolat des éleveurs dans l'optique de créer une société commerciale

La race

Utilisations	Chair
Nb femelles	150 poules et 40 coqs à Béchanne (5 familles) + 290 poules chez éleveurs naisseurs et 45 coqs(en complément)
Evolution du nombre animaux	++ 6000 volailles vendues en 2013 soit +100% en 2 ans
Gestion race	Les professionnels cherchent à augmenter le gabarit des animaux : objectif accepté par l'ensemble des éleveurs. Décision commune d'effectuer une sélection massale, sans utiliser le croisement = travail conjoint de la commission sélection et du Centre de Béchanne.
Etat actuel race	Menacée
Enjeux pour race	Augmenter le poids des sujets en race pure tout en maintenant l'aptitude à la ponte Continuer à Homogénéiser les troupeaux (surtout chez les femelles) Améliorer les résultats techniques en élevage pour augmenter les marges Passage à 330 poules chez les naisseurs en 2014

Les éleveurs

Nombre	Nombre d'amateurs impossible à chiffrer. 20 éleveurs dans la filière : dont 6 naisseurs (production d'œufs qui vont en accouvoir), 13 élevages de chair (production animaux finis)
Qui sont les éleveurs ?	Atelier "poule gasconne" jamais principal (du moins en chiffre d'affaire car demande beaucoup de temps). Lots chez les éleveurs de chair: de 300 à 500 volailles par ans. Troupeaux moyens chez les éleveurs/naisseur: 40 à 50 poules avec 10 coqs.
Existence de références technico-économiques sur les élevages	Grille de prix de vente des animaux créée à partir d'études des coûts de production dans les élevages.
Dynamique	Stable à positive.

Les produits

Quels produits ? Quantités ?	- chapon : 40 % des volumes, environ 2365 /an. - Poularde : 47% des volumes, soit 2885 /an. - coq vierge : 13 % des volumes (chapons qui retrouve des caractères sexuels vendu à 6 mois), 815 /an.
Spécificités produit	Chapon : poulet chaponné à 5/6 semaines, abattu à 8 mois, présenté en volaille entière, avec parure de queue conservée et enveloppé dans torchon teinté au bleu de Lectoure (pastel). Vendu à Noël uniquement. Poularde/coqs vierges : animaux engraisés, abattus à 6 mois, vendus toute l'année.
Saisonnalité: oui/non - avantage/inconvénient - animaux/marché	Contraintes race ancienne (engraissement long = 6 à 8 mois, animaux petits, pb animaux qui se battent) réorientées en avantages (poules et coq vierge ou chapons) : marché haut de gamme, toute l'année sauf pour le chapon (volaille festive).
Quels éleveurs commercialisent ?	2 principaux vendeurs de chapons: Xavier Abadie (entreprises Tradition des Coteaux / maison GARBAY). 2000 chapons/an. Il fait élever ses chapons chez des éleveurs qu'il gère lui-même, achète les chapons en vif puis les abat et les vend à ses propres clients: à 90% à Rungis + Lyon. Pour lui, chapons = produit d'appel, vend de l'image et de la qualité mais les mélange à d'autres lots de volailles festives. 1 seul éleveur de chapons en dehors de ce circuit (250 à 300 chapons/an), vend les chapons à ses propres clients (listing commun avec asso), plus locaux : restaurateurs,

	revendeurs épiceries fines/produits fermiers, 3 bouchers, 1 volailler.
Quels circuits de commercialisation ?	75% collectivement (Grossistes, Volailleurs + restauration privée + collective) 25% en Vente directe (particuliers)
Autres produits ?	Poulardes et coqs vierges = plutôt commercialisés par l'asso, vers restaurateurs (Toulouse...), un peu Rungis, et quelques volailleurs locaux. Place plus grande des éleveurs .
Autres usages ?	Un peu de transformation (bocaux...), essentiellement pour utilisation lors des salons + vente de 160 poules à « éco-poules » démarche de valorisation des déchets organiques sur le secteur Toulouse
Quel lien au territoire/terroir ?	Zone de production définie autour d'un territoire, mais vente des produits en majorité dans les grandes villes.

La commercialisation collective

Quelle démarcation ?	Pas de SOQ Marque "Noire d'Astarac-Bigorre" déposée en 2012 pour pouvoir communiquer sur le produit (en attendant que le dossier d'AOP avance, choix du nom avec le respect des exigences AOP). Produits sentinelle Slow Food = permet d'aller faire de la promotion à de grands salons de produits de qualité
Pourquoi?	Dossier d'AOP initié depuis plusieurs années mais n'aboutit pas = réticences de l'INAO (seule proposition actuellement : regroupement avec l'IGP Volailles de Gascogne)
Quelle organisation ?	1 association "La Poule Gasconne" regroupant tous les acteurs: éleveurs + abatteurs + partenaires techniques. Essaye de créer une structure commerciale pour la commercialisation collective. Pour l'instant repose sur du bénévolat d'éleveurs 5 Abattoirs engagés dont 2 importants : Tradition Des Coteaux pour les chapons (Xavier Abadie) et Damien et Marlène Lacomme pour le plumage à l'eau (poulardes et coqs vierges).
Quel appui technique, encadrement démarche "produit"	Temps d'animation apporté par la CACG pour la création filière, la Chambre d'Agriculture 32 et coop Vivadour pour le suivi technique, la CA 65 pour l'animation et le Lycée agricole de Masseube pour la sélection. Des Eleveurs et Xavier Abadie pour la commercialisation
Quelle reconnaissance politique, quel appui financier	Soutien des 3 partenaires ci-dessus avec mise à disposition de salariés + soutien des Conseils Généraux 32 et 65 + de la région via le Conservatoire du Patrimoine Biologique Midi-Pyrénées.

Bilan

Quelles satisfactions consommateurs	Retours très positifs.
Quelles satisfactions éleveurs /prix de vente	<ul style="list-style-type: none"> - Poularde/coq vierge : bonne rémunération des éleveurs = le prix des volailles est fixé par l'association et vise à couvrir plus que les frais de production (Poulardes = 10,4 à 11,7 €/kg HT chiffre 2012). - Chapon : un abatteur ayant le quasi-monopole des ventes = pas facile pour les autres éleveurs "individuels" de la filière de s'aligner sur ses prix, d'autant plus qu'il vend le chapon gascon en tant que produit d'appel et qu'il a moins de frais d'abattage (étant lui-même le gérant de l'abattoir!)
Adéquation produits/marchés	<p>Recherche des clients, planning de mise en place des lots et d'abattage géré par les éleveurs</p> <p>= bonne adéquation offre/demande mais recherche active de clients à fidéliser (restauration, grossiste...)</p>
Ce qui ressort de la démarche?	<ul style="list-style-type: none"> - Prix assez élevé donc exigence de qualité mais difficile à atteindre - Intervention forte des partenaires et bénévoles se partageant l'animation du programme et de la filière. - Dossier AOP appuyé par les financeurs - Prix fixé de façon collective, et en fonction des coûts de production plutôt que de la demande des clients. <p>Priorité = faire vivre les éleveurs de la poule Gasconne, à l'association de se débrouiller pour trouver les clients.</p>
Questions actuelles	<ul style="list-style-type: none"> - Commercialisation : structure commerciale en cours de création car aujourd'hui l'association fait juste l'intermédiaire entre les éleveurs et les clients (difficile de surveiller les facturations). Avec la structure, pourraient acheter les volailles en vif et gérer l'ensemble de la filière. - Objectifs : 25 à 30 000 volailles / an pour financer un temps plein sur cette structure

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

Thématique	Les difficultés rencontrées	Solutions ou effets non résolus
Humaine	Présence d'un ou deux collectionneurs en désaccords sur les orientations de la race telles le nom choisi pour la marque ou les objectifs de sélection sur le gains de poids	Ces collectionneurs ont quitté l'association
Commercial	Travail avec de grand nom de la restauration : Nécessité d'une forte sélection des produits	Laisse des produits plus hétérogènes après la sélection
Demarcation collective	Déficit de trésorerie suite à un manque de transparence des comptes de l'association et des ventes	Arrêt de la gestion financière de l'association par la chambre d'agriculture. Reprise en main de la commercialisation et de la gestion de l'association
Organisation	Pas de salarié pour organiser la commercialisation	Mission assurée bénévolement par plusieurs éleveurs
Technico-économique	La forte production de chapons pour les fêtes déstabilise le marché de la poularde car elles sont terminées 2 à 3 mois avant les Chapons. De plus l'apparition de « coqs vierges » en nombre 1 à 2 mois avant les fêtes (chapons ratés) est à expliquer	Pour l'instant aucune solution envisageable car d'un point de vue économique les éleveurs ne peuvent pas se permettre d'éliminer les femelles à l'éclosion
Commercial	Le nom « coq vierge » ne plait pas aux consommateurs selon les grossistes	Réflexion, nécessité de revenir au nom « poulet »
Économique	Une production pas encore assez rémunératrice	Impossibilité d'avoir des poules gasconne en atelier principal, limite l'installation.
Organisation	Forte proportion de vente directe : ne permet pas de maîtriser l'ensemble de la commercialisation et le prélèvement des cotisations sur les animaux vendus	Cotisations sur le poussin installé plutôt que sur le nombre de volailles vendues

Enquête réalisée par Lucie Markey - Institut de l'Élevage

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

Crédit photo : Association La Poule Gasconne

Pour en savoir plus : www.lapoulegasconne.fr

Contact : Animatrice : Elodie Menvielle : e.menvielle@hautes-pyrenees.chambagri.fr



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

