

PROVERBIAL

Produire de la viande biologique
qui valorise les territoires
avec le troupeau bovin allaitant



CONTEXTE

Alors que la demande de viande bovine biologique augmente, soutenue par les politiques publiques, le troupeau allaitant peine à trouver sa place en Agriculture Biologique, avec des filières peu développées ou encore l'absence de débouchés bio pour les mâles maigres.

À cela s'ajoutent des freins comme le manque de différenciation des prix et les difficultés techniques à produire avec régularité une viande finie dans le respect du cahier des charges bio.

Axé sur la production de mâles finis très jeunes pour la restauration collective, Proverbial répond au besoin de produire plus de viande bio avec un troupeau allaitant qui valorise les ressources des territoires.



OBJECTIFS

Proverbial vise à positionner le troupeau bovin allaitant dans l'offre de viande issue de l'Agriculture Biologique sur le segment de la restauration collective. Il veut proposer des itinéraires techniques alternatifs à la production de maigres, qui valorisent la voie mâle (jeunes rosés, bœufs rajeunis), en cohérence avec les attentes nouvelles des consommateurs en restauration hors domicile. La pertinence économique et environnementale de ces itinéraires et le positionnement marché de ces nouveaux produits seront questionnés dans 2 contextes territoriaux, support méthodologique à l'élaboration des outils de développement et actions de transfert.

3 OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

1 - Promouvoir une production bovine allaitante biologique via la proposition d'itinéraires techniques de production de mâles en cohérence avec les potentialités fourragères et pertinents sur les plans économique, environnemental.

2 - Proposer un/des types de produits mâles finis en AB avec valeur ajoutée qui répondent aux besoins des filières, aux attentes des consommateurs et à la demande des marchés de demain.

3 - Outiller le transfert aux acteurs du territoire pour favoriser l'émergence de dynamiques filières et accompagner les PAT et leurs démarches de marketing territorial.

4 ACTIONS STRUCTURENT LE PROJET

ACTION 1 :

Analyse de la place du troupeau bovin allaitant dans la filière de viande biologique et perspectives d'évolution.

ACTION 2 :

Acquisition de connaissances techniques sur la production de nouveaux types de produits mâles en AB.

ACTION 3 :

Caractérisation de ces nouveaux produits face aux attentes des consommateurs de Restauration Collective.

ACTION 4 :

Démarche participative dans 2 territoires pilotes pour accompagner le transfert et le développement de filières – Valorisation et Gouvernance.



PRODUCTIONS ATTENDUES

- Un diagnostic poussé de la production bovine bio française et sur 2 territoires pilotes.
- Des fiches techniques sur des modes de production innovants avec indicateurs multicritères de performance.
- Des fiches-produits sur la qualité intrinsèque et extrinsèque, appui au positionnement de vente de ces nouveaux produits.
- L'engagement, sur 2 territoires test, des dynamiques collectives incluant la valorisation des résultats pour lancer des démarches de filières locales pour la restauration collective.

CALENDRIER

Début du projet :
Janvier 2021

Fin du projet :
Juin 2024

PARTENAIRES DU PROJET

Pilotage Institut de l'Élevage, en partenariat avec : ITAB, ARVALIS, Chambres d'agriculture d'Occitanie, de l'Allier et du Tarn, Coopération agricole Auvergne-Rhône-Alpes, Ferme expérimentale de Thorigné, OIER des Bordes, INRAe-Herbipôle, EPLEFPA Tulle-Naves, FRAB Nouvelle-Aquitaine, Bovins Croissance 66, Pôle Bio Massif Central et VetAgroSup-ABioDoc-Sensco

CONTACTS

Marion Kentzel (Institut de l'Élevage) : marion.kentzel@idele.fr - Myriam Vallas (Pôle Bio Massif Central) : myriamvallas@free.fr

Septembre 2021 - Référence idele : 00 21 301 049 - ISBN : 978-2-7148-0185-2 - Crédit photos : Ferme des Bordes, Philippe Vallas, Émilie Duval