



PLAN DE LA FILIÈRE VEAU FRANCAISE



PLAN DE LA FILIERE VEAU FRANÇAISE

SYNTHESE

Transformer, innover, informer : ce sont les grands objectifs que s'est fixé la filière veau dans son plan stratégique, réaffirmant sa volonté de s'engager, avec une cohésion forte, dans une démarche de progrès ambitieuse et réaliste. La filière veau a défini 4 grands axes de travail (qui se déclinent en 28 actions concrètes) pour faire face à 2 enjeux essentiels : maintenir son potentiel de production et défendre la place du veau dans l'univers des viandes.

Enjeu n°1

Le maintien du potentiel de production est conditionné par la durabilité économique des systèmes d'élevage, et par la transformation des pratiques

Axe 1 : Evolution des pratiques

Le maintien du potentiel de production passe d'abord par la volonté de la filière de faire la transparence sur ses pratiques, tout en étant précurseur pour les faire évoluer. **Vers quel élevage du veau faut-il tendre pour répondre aux attentes d'une nouvelle génération de consommateurs**, plus attentifs à des éléments pouvant être qualifiés d'éthiques, allant au-delà des habituelles préoccupations (prix, sécurité, goût) ?

Les engagements et les objectifs de la filière :

- *Lancer des concertations avec les ONG, puis expérimenter et rechercher des financements en vue de lancer un programme de modernisation des bâtiments, en phase avec les attentes sociétales et celles des éleveurs. Chaque nouveau bâtiment devra intégrer les nouvelles technologies et tenir compte des attentes sociétales.*
- *Engager une démarche de progrès vers des pratiques plus durables : poursuivre la réduction de l'utilisation des antibiotiques, réduire l'impact environnemental de l'alimentation des veaux, améliorer les conditions de transport des jeunes veaux*

Axe 2 : Durabilité économique et compétitivité de la filière

Le maintien du potentiel de production passe en outre par une juste rémunération des éleveurs de veaux pour leur travail, et pour préserver leur capacité d'investissement dans les installations d'élevage. L'amélioration et la modernisation des conditions de travail des éleveurs constituent par ailleurs un critère important de durabilité et de compétitivité de la filière. Enfin, pour maîtriser et sécuriser l'approvisionnement en jeunes veaux par les éleveurs laitiers, le partage de la valeur doit également bénéficier aux éleveurs naisseurs.

Les engagements et les objectifs de la filière :

- *Soumettre aux pouvoirs publics mi 2018 une « convention de partenariat » type, incluant une clause relative aux modalités de détermination de la prestation éleveur, en lien avec les coûts de production, et œuvrer au déploiement exhaustif du contrat, **avec pour objectifs 60% de contrats signés fin 2018, et 100% fin 2020***
- ***Lancer dès 2018 une concertation entre les filières lait et veaux (naisseurs et engraisseurs) pour améliorer l'adéquation entre l'offre en jeunes veaux et les besoins de la filière***
- *Structurer les filières veaux sous signe de qualité pour donner de la visibilité aux éleveurs, dans l'objectif de **réamorcer la croissance de la production des veaux Label Rouge / IGP, et de doubler la production de veaux Bio en 2023**. En contrepartie, les pouvoirs publics doivent compenser une partie des fortes contraintes liées à ce type de production particulier en consolidant l'aide aux veaux sous la mère et aux veaux Bio.*

Enjeu n°2

Défendre la place du veau dans l'univers des viandes nécessite une importante innovation produits et une meilleure information du consommateur

Axe 3 : Information du consommateur & Nutrition Santé

Défendre la place du veau dans l'univers des viandes nécessite une meilleure information du consommateur. Favoriser la communication informative sur les modes de production, faire converger les visions sur le sujet entre consommateurs et producteurs apparaît comme un fort enjeu, le prérequis étant celui d'une filière engagée dans une démarche de progrès sociétal. Il s'agit par ailleurs d'améliorer la connaissance de la viande de veau par les consommateurs, et de valoriser ses atouts nutritionnels.

Les engagements et les objectifs de la filière :

- **L'objectif à 5 ans est de créer une segmentation partagée** par la filière et approuvée par les consommateurs, assise sur un système simple et transversal. Pour cela, la filière s'engage à évaluer la pertinence d'une segmentation produit auprès des consommateurs (sur la base d'études consommateurs et de concertations) ; à évaluer les critères qui jouent sur la caractérisation du produit et à en fixer une définition collective (en s'appuyant notamment sur des travaux de R&D)
- Faire de la filière une force de vente et développer la « proximité relationnelle » en formant un réseau d'ambassadeurs professionnels, éleveurs et bouchers, apte à prodiguer une information éclairée.
- Rendre l'information accessible en favorisant la diffusion digitale

Axe 4 : Innovation produits

Pour se positionner et émerger dans l'univers des viandes, le veau doit veiller à préserver certaines de ses spécificités (tendreté et couleur pâle de la viande). Mais la relance de la consommation doit surtout s'appuyer sur les attentes des « millenials »¹, en innovant et imaginant des produits plus pratiques et polyvalents, s'intégrant dans la cuisine d'assemblage pratiquée par la génération Y

Les engagements et les objectifs de la filière :

- Créer une émulation entre les entreprises de transformation et de distribution pour promouvoir les démarches d'innovation
- Favoriser l'implantation des innovations dans les circuits de distribution

¹ Le terme « millenials » désigne la génération née après 1982, soit les 18-35 ans. Ils représenteront la moitié de la population active en 2020, 75% dans 10 ans. Leur poids démographique et économique les rend incontournables. Leurs valeurs, leurs goûts et leurs comportements sont les clés pour comprendre les nouvelles dynamiques de consommation.

PLAN DE LA FILIERE VEAU FRANÇAISE

Conclusions du séminaire « Veau, consommation et société »
organisé les 21 et 22 novembre 2017

Préambule

En juillet 2013, la filière Veau française organisait son 1^{er} séminaire prospectif. Après avoir dressé un constat partagé du marché de demain, les professionnels de la filière avaient décidé d'aller à rebours des perspectives pessimistes ou redoutées, et de décrire le chemin qui menait vers le seul avenir qui les intéressait : un futur choisi et non subi, atteignable en adoptant un mix d'actions innovantes. Ce séminaire a donné lieu à la rédaction d'une feuille de route qui a orienté les actions interprofessionnelles pendant ces 4 années. De nombreux chantiers ont abouti : la filière a avancé sur des sujets comme la modernisation des bâtiments d'élevage, la réduction des usages d'antibiotiques, la production de références technico-économiques (coûts de production), la refonte de sa stratégie de communication, la production de recommandations en matière de merchandising, la rédaction d'argumentaires et la formation d'éleveurs à la prise de parole...

Quatre ans plus tard, c'est l'image d'une filière proactive qui a été présentée devant plus de 400 acteurs du secteur veau, lors du Symposium International qui s'est tenu à la Baule, en avril 2017 : l'occasion de réaliser une photographie du marché mondial, et de s'interroger sur les défis et enjeux auxquels la filière serait confrontée dans les années à venir. C'est donc à une filière Veau mature quant à ses besoins intrinsèques de transformation, que s'est adressé le Président de la République lorsqu'il a « demandé que les acteurs des filières agricoles et alimentaires s'engagent collectivement dans une démarche de transformation en profondeur des modes de production agricoles et de l'ensemble de la chaîne alimentaire, par l'élaboration de plans de filière ».

Sommaire

1	Diagnostic – analyse de marché	7
1.1	La filière veau en France	7
	La France est le deuxième producteur mondial de veau.....	7
	Une production qui génère des milliers d'emplois et 3 milliards d'euros de chiffre d'affaire	7
	Une production indissociable des filières lait et bovins viande.....	7
	La France est le 1er consommateur mondial de viande de veau	7
1.2	Analyse de marché	8
2	Les grands enjeux de la filière veaux : maintenir son potentiel de production et défendre sa place dans l'univers des viandes	9
2.1	Le maintien du potentiel de production est conditionné par la durabilité économique des systèmes d'élevage, et par la transformation des pratiques	9
2.2	Défendre la place du veau dans l'univers des viandes nécessite une importante innovation produits et une meilleure information du consommateur	9
3	Le plan d'actions et les échéances	10
3.1	Les actions communes à l'ensemble des filières d'INTERBEV	10
	1) Un « Pacte pour un engagement sociétal » pour intégrer les enjeux sociétaux et les attentes citoyennes à la stratégie de la filière	10
	2) Investir dans la recherche pour s'adapter et anticiper.....	10
	3) Permettre à tous les maillons de la chaîne de valeur de vivre dignement.....	11
	4) Eduquer et informer les citoyens.....	11

3.2	Durabilité économique et compétitivité de la filière	11
	5) Renover le contrat type en « convention de partenariat », pour rémunérer le travail des éleveurs de veaux et préserver leur capacité d'investissement.....	11
	6) Travailler entre naisseurs et engraisseurs pour améliorer l'adéquation entre l'offre en jeunes veaux et les besoins de la filière (qualité, saisonnalité),	12
	7) Modifier la fiscalité des éleveurs de veaux intégrés pour favoriser l'évolution ou la transmission des exploitations	12
	8) Structurer les filières veaux sous signe de qualité pour donner de la visibilité aux éleveurs	12
	9) Moderniser la filière en dématérialisant le passeport bovin et en généralisant le bouclage électronique.....	12
	... en dématérialisant le carnet sanitaire	12
	... en favorisant la rénovation des bâtiments et de leurs abords	12
	10) Evaluer le dispositif de cotations actuel et envisager un accord interprofessionnel sur la présentation, pesée, classement, marquage des carcasses pour conforter la transparence de la filière et sa rentabilité	13
	11) Promouvoir la viande de veau sans destruction de la valeur	13
3.3	Evolution des pratiques	13
	12) Engager une démarche de progrès sur les bonnes pratiques d'élevage et l'aménagement des bâtiments ...	13
	13) Promouvoir des bâtiments en phase avec les attentes sociétales et celles des éleveurs.....	13
	14) Optimiser l'alimentation des veaux et garantir des pratiques durables (sanitaires, alimentaires, environnementales).....	13
	15) Améliorer les conditions de transport des jeunes veaux et optimiser les circuits dans un double objectif sociétal (bien-être) et sanitaire (santé des jeunes veaux)	14
	16) Améliorer la propreté des veaux dans un objectif de sécurité sanitaire optimale de la viande	14
	17) Améliorer la qualité des cuirs de veaux français	14
	18) Améliorer la gestion des effluents.....	14
3.4	Innovation produits	14
	19) Produire de la viande de veau pour l'export	14
	20) Améliorer l'offre de viande de veau actuelle pour stabiliser la consommation en diminuant la saisonnalité de la consommation et en optimisant l'équilibre matière	15
	21) Développer de nouveaux produits pour augmenter la consommation de viande et de produits tripiers de veau	15
3.5	Information du consommateur & Nutrition Santé	15
	22) Mieux connaître les consommateurs et leur répondre de façon appropriée	15
	23) Créer une segmentation partagée par la filière et approuvée par les consommateurs pour s'adapter aux différents profils de consommateurs.....	15
	24) Magnifier les qualités culinaires de la viande et des produits tripiers de veau	16
	26) Améliorer l'affichage de l'information / l'étiquetage obligatoire	16
	27) Faire de la filière une force de vente / développer la « proximité relationnelle »	16
	28) Faire émerger la viande et les produits tripiers de veau en restauration collective et commerciale	16
4	Modalités de suivi et indicateurs	17
5	Conclusion	17

1 Diagnostic – analyse de marché

1.1 La filière veau en France

90% de la production française est une production sous contrat entre les sociétés de production et les éleveurs. Au titre de ces contrats², les entreprises fournissent des jeunes veaux, l'aliment, assurent l'encadrement technique, et commercialisent les veaux gras. Les éleveurs en contrat avec ces entreprises d'intégration sont propriétaires des installations d'élevage (bâtiment), et rémunérés pour une prestation d'élevage. Ainsi, l'entreprise intégratrice supporte une grande partie du risque économique de cette production, qu'elle peut gérer en adaptant le plus possible les types de veaux mis en production aux différents marchés. L'éleveur assure la conduite d'un élevage extrêmement spécifique qui, de plus en plus, constitue son activité principale.

La France est le 2° producteur mondial de veau

En 2016, la France produit 191.000 tec (soit 13% de la viande bovine française) pour 1,32 million de têtes (soit 30% des bovins abattus).

2.900 éleveurs de veaux produisent plus de 50 veaux par an, mais on estime à 6.000 le nombre total d'éleveurs de veaux en France. La production se situe géographiquement sur la façade Ouest de la France. 70% des abattages sont par ailleurs concentrés dans 3 régions (Bretagne, Aquitaine et Rhône-Alpes).

La production comprend environ 50% de veaux laitiers purs, 30 % de veaux croisés, 15% de races mixtes et 5% environ de veaux de races allaitantes. Les veaux sous SIQO (Label Rouge/IGP) représentent 4% de la production, tandis que les veaux Bio se situent légèrement au-dessus de 1%.

Une production qui génère des milliers d'emplois et 3 milliards d'euros de chiffre d'affaire

Un ETP (Equivalent Temps Plein) éleveur de veaux génère 5.93 ETP. Il s'agit d'une des productions d'élevage qui induit le plus important nombre d'emplois. La filière veau française assure 12 500 ETP. A l'entrée abattoir, le chiffre d'affaire approche le milliard d'euros, tandis qu'au stade de la consommation, celui-ci atteint les 3 milliards d'euros.

Une production indissociable des filières lait et bovins viande

La production de veaux de boucherie valorise 36% des veaux issus du cheptel laitier français, principalement les mâles. On estime qu'elle consomme 10% de la poudre de lait produite en Europe et 30% de la production de lactosérum. Sans la filière veau, l'industrie laitière aurait donc à explorer de nouveaux débouchés pour valoriser une partie importante de son lactosérum.

La production de viande de veau représente 13% des tonnages de viande bovine française et près de 30% des têtes abattues. S'ils n'étaient pas valorisés en veaux, les jeunes bovins et les génisses issus du cheptel laitier viendraient augmenter la production de viande rouge, et bouleverser les équilibres de la filière viande bovine.

La France est le 1er consommateur mondial de viande de veau

La consommation française de veau s'établit à 3,5 kgec par habitant sur un total de 25 kgec de viande bovine (veau compris). Cela représente 35% des volumes totaux consommés en Europe. La viande de veau constitue un marché spécifique, car, en France, la consommation de veau est la plus forte d'Europe, représentant 8% (en valeur) des viandes consommées (y compris volaille et porc). Cette spécificité française tient aux particularités propres à la viande de veau, devant répondre aux attentes spécifiques des consommateurs. Si 70% de la viande de veau trouve son débouché dans la consommation des ménages (dont 1/3 en boucherie traditionnelle), notre viande a également une place significative en restauration hors foyer et dans une variété de productions élaborées. Le veau fait partie du patrimoine culinaire français, avec des recettes variées et traditionnelles qui font partie des grands classiques de la cuisine hexagonale, comme l'emblématique blanquette de veau (cf. le récent sondage paru dans Le Parisien du 15 nov. 2017).

² Régime de l'intégration défini aux articles L326-1 et suivants du code rural et de la pêche maritime

1.2 Analyse de marché

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Une production indissociable de la production laitière et concourant à l'équilibre de celle-ci comme à celui de la filière bovin viande. • Une structuration de filière très intégrée, lui conférant une importante capacité d'adaptation, de réactivité et d'organisation. • Une production conforme aux normes européennes de bien-être animal. • L'installation d'un éleveur de veau génère près de 6 emplois temps plein. • Une forte réactivité du produit à l'exposition en points de vente : plus la viande est mise en avant, plus elle est consommée. • Des entreprises d'abattage et de transformation innovantes : création régulière de nouvelles gammes composées de produits élaborés. • Un produit avec de nombreux atouts (savoureux, nutritionnels) appréciés des consommateurs, et qui a sa place dans un régime alimentaire sain et équilibré. • Un produit et des recettes ancrées dans le patrimoine gastronomique national. • Une production sous signe officiel de qualité, dont le veau sous la mère, qui renforce l'image de marque de la viande de veau française. 	<ul style="list-style-type: none"> • Une consommation des viandes de boucherie qui décroît régulièrement. • Une méconnaissance de la production de veau par le grand public. • Des éleveurs qui n'ont pas toujours une image gratifiante de leur métier (pénibilité, manque de technicité), et qui manquent de visibilité pour investir dans leurs outils de production. • Une mise en avant du produit en linéaires magasins inférieure à sa part de marché. • Un déficit de présence à l'esprit chez les consommateurs. • Une image du produit parfois traditionnelle et des <i>a priori</i> sur la nécessité d'un savoir-faire culinaire pour le cuisiner. • Une viande peu consommée en été. • L'image de l'élevage de veaux est parfois mal perçue.
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Les contrats d'intégration constituent un élément de sécurisation pour les éleveurs. • Expliquer et faire évoluer les pratiques liées au bien-être animal et à l'environnement dans le cadre du « Pacte pour un engagement sociétal » lancé par INTERBEV. • Un intérêt croissant des consommateurs pour connaître les méthodes de production. • Une viande adaptée à l'évolution des comportements alimentaires (large gamme de produits élaborés notamment). • Une viande adaptée à un régime alimentaire équilibré et sain. • Des découpes et des morceaux adaptés aux modes de préparation estivaux (grillades). • Un écart de prix au détail vs la viande rouge qui s'est fortement resserré. • Des opportunités à saisir sur des marchés export. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un manque de visibilité des éleveurs face à des besoins d'investissement croissants • Un risque potentiel de déséquilibre des filières lait et viande bovine si la filière veau de boucherie disparaissait progressivement. • Une part importante d'éleveurs à renouveler, en particulier en production sous signe de qualité. • Un risque de déconsommation en cas de non prise en compte des attentes de la société et des consommateurs. • Un âge moyen élevé du responsable des achats de viande de veau. • La baisse de la fréquence d'achat. • Un risque d'augmentation des viandes importées.

2 Les grands enjeux de la filière veaux : maintenir son potentiel de production et défendre sa place dans l'univers des viandes

2.1 Le maintien du potentiel de production est conditionné par la durabilité économique des systèmes d'élevage, et par la transformation des pratiques

La pérennité de la filière veau française dépend de sa capacité à maintenir son potentiel de production :

- Cela passe par une juste rémunération des éleveurs de veaux pour leur travail, mais également pour préserver leur capacité d'investissement dans les installations d'élevage. L'amélioration et la modernisation des conditions de travail des éleveurs constituent par ailleurs un critère important de durabilité de la filière. Enfin, pour maîtriser et sécuriser l'approvisionnement en jeunes veaux par les éleveurs laitiers, le partage de la valeur doit également bénéficier aux éleveurs naisseurs.

- Cela passe également par la volonté de la filière de faire la transparence sur ses pratiques, tout en étant précurseur pour les faire évoluer. Vers quel élevage du veau faut-il tendre pour répondre aux attentes d'une nouvelle génération de consommateurs, plus attentifs à des éléments pouvant être qualifiés d'éthiques, allant au-delà des habitudes préoccupations (prix, sécurité, goût) ?

2.2 Défendre la place du veau dans l'univers des viandes nécessite une importante innovation produits et une meilleure information du consommateur

- Pour se positionner et émerger dans l'univers des viandes, le veau doit veiller à préserver certaines de ses spécificités (tendreté et couleur pâle de la viande). Mais la relance de la consommation doit surtout s'appuyer sur les attentes des « millenials »³, en innovant et imaginant des produits plus pratiques et polyvalents (produits prêts à l'emploi s'intégrant dans la cuisine d'assemblage pratiquée par la génération Y), exotiques, nomades, individuels...

- Favoriser la communication informative sur les modes de production, faire converger les visions sur le sujet entre consommateurs et producteurs apparaît comme un fort enjeu, le prérequis étant celui d'une filière engagée dans une démarche de progrès sociétal. Au-delà de ces éléments de réassurance à formaliser, il s'agit par ailleurs d'améliorer la connaissance de la viande de veau par les consommateurs (morceaux, recettes), et de valoriser ses atouts nutritionnels dans le cadre d'une alimentation variée et équilibrée.

³ Le terme « millenials » désigne la génération née après 1982, soit les 18-35 ans. Ils représenteront la moitié de la population active en 2020, 75% dans 10 ans. Leur poids démographique et économique les rend incontournables. Leurs valeurs, leurs goûts et leurs comportements sont les clés pour comprendre les nouvelles dynamiques de consommation.

3 Le plan d'actions et les échéances

3.1 Les actions communes à l'ensemble des filières d'INTERBEV

1) *Un « Pacte pour un engagement sociétal » pour intégrer les enjeux sociétaux et les attentes citoyennes à la stratégie de la filière*

Conscients de la nécessité de mieux intégrer les attentes sociétales dans les modes de production de viande, les plans de filière d'INTERBEV se réfèrent à la **démarche de Responsabilité Sociétale collective**, encadrée par la norme ISO 26000 qui vise à **l'amélioration continue des pratiques de production et de consommation de viande** sur les enjeux de l'environnement, de la protection animale et de la nutrition-santé : le **Pacte pour un Engagement Sociétal**. L'un des points clés de notre démarche sociétale est la **concertation**, intégrée aux évolutions proposées. **Par nature, l'interprofession est le lieu désigné de la concertation entre les familles professionnelles représentant chaque métier de la filière**. Sur les sujets sociétaux, cette concertation a lieu au sein de la Commission Enjeux Sociétaux. **Interbev est également naturellement l'organisation de dialogue avec l'état et les collectivités au travers de ses représentations régionales.**

Pour associer également la société civile à ses réflexions, INTERBEV travaille depuis 2014 avec 4 ONG de protection de l'environnement et a également engagé très récemment des concertations avec **4 ONG de protection animale**. Plus largement, la filière souhaite élargir et renforcer un dialogue régulier avec un ensemble de parties prenantes, et a initié des échanges avec les **associations de consommateurs**.

La poursuite des concertations, couplées aux études de R&D qu'INTERBEV initie, permet d'avancer et de s'améliorer sur les différents sujets sociétaux. Ces connaissances, axes d'amélioration et bonnes pratiques sont ensuite diffusés sur le terrain. Des indicateurs permettront de suivre et faire état des avancées. (par exemple : programme de réduction des émissions de gaz à effet de serre Life Beef Carbon, mise en place d'indicateurs de bien-être et protection animale).

En matière d'alimentation, la filière a conçu avec des diététiciens, **un repère de portion simple et plus facile à visualiser que des grammages : une portion de viande cuite correspond à la taille de la paume de la main** qui présente l'intérêt d'interpeller les trop grands consommateurs sur les portions de viande qu'ils consomment, tout en rassurant la majorité qui consomment de la viande raisonnablement. En terme d'information du consommateur, la filière est en faveur d'une meilleure traçabilité et indication de l'origine des viandes dans l'ensemble de l'Union européenne.

Une montée en gamme des produits, s'appuyant sur 2 axes :

L'évolution des pratiques définies collectivement et en concertation au travers du Pacte pour un engagement sociétal et leur intégration dans les cahiers des charges existants.

Le soutien fort aux signes officiels de qualité et au Bio avec des objectifs chiffrés d'augmentation du volume selon les filières.

Cette montée en gamme doit aussi se faire au niveau de la **restauration collective**. INTERBEV s'engage à mettre en place un **observatoire des pratiques d'achats des viandes** et à travailler à des critères qualité spécifiques pour la définition des cahiers des charges et l'analyse des offres. Pour soutenir cette montée en gamme, INTERBEV appelle **l'exception du produit alimentaire** dans l'achat public.

2) *Investir dans la recherche pour s'adapter et anticiper*

Les plans de filières ont prévu une transformation des pratiques de production et des produits, en intégrant les attentes sociétales et consommateurs, mais également en s'appuyant une R&D efficace.

Les filières s'engagent à consolider les liens existants avec les organismes de recherche publics pour renforcer les travaux sur les productions animales et plus largement la connaissance du vivant.

Les filières s'engagent à développer leurs travaux sur des **axes prioritaires relatifs à la durabilité des systèmes de productions animales, tant pour l'économie de la filière que pour la prise en compte des enjeux sociétaux** :

- **Des animaux sains pour une population saine** (maîtrise des épizooties, lutte contre l'antibiorésistance, qualité sanitaire des produits)
- **Le développement des pratiques agro-écologiques, notamment** :
 - Développement (en forte collaboration avec les filières végétales) de l'autonomie protéique et des sources d'approvisionnement françaises ;
 - Lutte et adaptation au changement climatique en intégrant notamment le stockage de carbone dans les sols agricoles ;
 - Renforcement et évaluation des pratiques en faveur du bien-être et de la protection animale tout au long de la filière ;
 - Valorisation et quantification des services écosystémiques et externalités positives.
- **L'utilisation efficiente de la biomasse** tout au long de la filière en intégrant les problématiques de compétition alimentaire et les enjeux de production d'énergie renouvelable.
- **L'adaptation des produits à la demande** (génétique animale, innovation produits, services et écoconception)

3) Permettre à tous les maillons de la chaîne de valeur de vivre dignement

Chacune des filières représentées au sein d'INTERBEV propose dans son plan des actions relatives à la promotion, à la contractualisation ou encore à l'information économique. Ces actions auront objectif de répondre aux enjeux de répartition de la valeur dans l'ensemble de la filière.

Leur complète mise en œuvre nécessite une clarification et adaptation des règles de concurrence notamment européenne. En effet, si l'Organisation Commune de Marché unique définit des objectifs ambitieux pour les organisations interprofessionnelles tels que « *Améliorer les connaissances et la transparence de la production et du marché* », « *Prévoir le potentiel de production et consigner les prix publics sur le marché* », « *Contribuer à une meilleure coordination de la mise sur le marché* », il n'en demeure pas moins que les pratiques à mettre en œuvre pour y parvenir (exemple : concertation et échanges sur des informations stratégiques) sont entourées d'incertitudes quant à l'application ou non des règles relatives à l'interdiction des ententes, alors même qu'elles pourraient participer strictement et effectivement à la poursuite des objectifs de l'interprofession.

La Cour de justice de l'Union Européenne a très récemment rappelé que la Politique Agricole Commune prime sur les objectifs de concurrence en vertu du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne. L'organisation interprofessionnelle s'inscrit pleinement dans la réussite de ces objectifs. Il est indispensable que les pouvoirs publics français appellent des clarifications (lignes directrices) et modifications (exemption express) en vue de la réalisation concrète des actions des plans de filières.

4) Eduquer et informer les citoyens

La mise en œuvre dans chaque plan filière des 3 actions susmentionnées confirme la légitimité pour l'interprofession des filières viande à être un interlocuteur reconnu sur les sujets d'éducation alimentaire, de plaisir de manger ou des pratiques de filières.

L'interprofession du bétail et des viandes est une organisation représentative reconnue, en droit européen et français. Sa mission d'information du consommateur est au cœur de ses actions, avec à l'appui de nombreuses recherches et des connaissances approfondies sur les produits.

La diffusion et l'acceptation par le consommateur de cette information, qui vise tout à la fois l'équilibre alimentaire (modes de consommation, etc.) et la connaissance de la complémentarité des productions au niveau des territoires, ne peut passer que par une affirmation par les pouvoirs publics de la capacité de l'interprofession à intervenir sur ces sujets, dans les instances publiques et auprès de tous les citoyens.

3.2 Durabilité économique et compétitivité de la filière

5) Rénover le contrat type en « convention de partenariat », pour rémunérer le travail des éleveurs de veaux et préserver leur capacité d'investissement

- Simuler différents modes de construction de la prestation en lien avec les coûts de production, échanger au sein d'INTERBEV Veaux, statuer sur la clause relative aux modalités de détermination de la prestation ;

- Rédiger une convention de partenariat type, incluant des clauses relevant du régime de l'intégration (durée du contrat, d'une bande et du vide sanitaire en lien avec la notion de flexibilité, gestion des litiges, conditions de résiliation et de renouvellement, mode de fixation de la prestation entre les parties contractantes, etc.) à présenter aux pouvoirs publics mi 2018
- Envisager un déploiement exhaustif du contrat, en impliquant les pouvoirs publics
 - ➔ Objectif = 60% de contrats signés fin 2018, 100% fin 2020

6) Travailler entre naisseurs et engraisseurs pour améliorer l'adéquation entre l'offre en jeunes veaux et les besoins de la filière (qualité, saisonnalité),

- Organiser la concertation entre les filières lait et veaux, en mettant en place des outils de suivi et de pilotage (observatoire des IA : race, date ; suivi des mises en place) pour assurer une meilleure adéquation avec la saisonnalité du marché dès 2018
- Définir et promouvoir des bonnes pratiques autour du jeune veau chez les naisseurs dès 2018
- Entrer dans un logique de contractualisation naisseur / engraisseur : identifier les interlocuteurs, définir un cahier des charges du contrat (volume, race, période), prévoir un intéressement des naisseurs à l'amélioration de la qualité des veaux, étudier la faisabilité d'un zonage pour rationaliser les trajets parcourus par les jeunes veaux
 - ➔ Objectif = premier contrat signé en 2020

7) Modifier la fiscalité des éleveurs de veaux intégrés pour favoriser l'évolution ou la transmission des exploitations

- Rédiger un argumentaire pour justifier la révision du coefficient multiplicateur appliqué aux recettes des éleveurs intégrés et demander sa révision à l'Administration
 - ➔ Objectif = modification de la prochaine loi de finances [mi 2019]

8) Structurer les filières veaux sous signe de qualité pour donner de la visibilité aux éleveurs

- Renforcer l'aide aux veaux sous la mère et aux veaux Bio pour compenser une partie des fortes contraintes de travail liées à ce type de production particulier
- Identifier les interlocuteurs (dont les OP et les ODG) et organiser un échange entre eux, engager les filières sous signe de qualité dans une logique de contractualisation mi 2019
- Mieux répondre aux attentes des consommateurs en repositionnant les SIQO et en renforçant les exigences, en particulier sociétales, de leurs cahiers des charges
- Développer et sécuriser les débouchés en veaux sous signe de qualité (Bio, Label Rouge, IGP)
 - ➔ Objectif à 5 ans = croissance de la production des veaux Label Rouge / IGP, et doubler la production de veaux Bio

9) Moderniser la filière en dématérialisant le passeport bovin et en généralisant le bouclage électronique

- Dans la perspective de la mise en œuvre de la dématérialisation et de la RFID, identifier les valorisations spécifiques à la production de veau
 - ➔ Objectif = fin du déploiement veaux en 2020 sous réserve de l'accompagnement financier de l'Etat

... en dématérialisant le carnet sanitaire

- A l'issue d'un état des lieux des applications existantes et de la rédaction d'un cahier des charges spécifique, travailler au développement d'une application adaptée, permettant aux éleveurs de se comparer/se situer dans le cadre d'une démarche de progrès
 - ➔ Objectif = disposer d'une application de suivi des traitements sanitaires en 2020

... en favorisant la rénovation des bâtiments et de leurs abords

Voir action 13 « Des bâtiments en phase avec les attentes sociétales et celles des éleveurs »

- ➔ Objectif = bénéficier d'aides financières pour construire ou aménager des bâtiments d'élevage (enveloppe financière prévue par les plans de filières + aides du 2nd pilier de la PAC dans le cadre du Plan de compétitivité et d'adaptation des exploitations agricoles)

10) Evaluer le dispositif de cotations actuel et envisager un accord interprofessionnel sur la présentation, pesée, classement, marquage des carcasses pour conforter la transparence de la filière et sa rentabilité

- Evaluer objectivement la situation (système de cotations et PPCM) pour formuler des propositions d'évolutions (par exemple proposer de revoir la fréquence des cotations)
- Etalonner le chromamètre, harmoniser et généraliser le classement de la couleur
- Généraliser la remontée des informations aux éleveurs, dont les motifs de saisie (y compris sur les abats)
- Prévoir la gestion des litiges
 - ➔ Objectif = extension d'un accord interprofessionnel PPCM en 2023

11) Promouvoir la viande de veau sans destruction de la valeur

- Rester en veille sur l'encadrement des promotions, par la voie règlementaire ou interprofessionnelle, dans les autres filières
- Maintenir les politiques de mise en avant du produit qui permettent à la viande de veau d'émerger dans le rayon viande

3.3 Evolution des pratiques

12) Engager une démarche de progrès sur les bonnes pratiques d'élevage et l'aménagement des bâtiments

- Dans le but de faire converger les systèmes d'élevage de veaux et les représentations qu'en ont les consommateurs, dans le cadre du *Pacte pour un Engagement Sociétal*, il est urgent de lancer des concertations spécifiques avec des ONG et des associations de consommateurs, ainsi que de s'appuyer sur des études consommateurs, pour mieux définir les attentes et les points sensibles en matière d'élevage de veaux et de bâtiments
- Intégrer certains des éléments qui en ressortent dans un référentiel technique, former le réseau des techniciens, créer une application informatique, une base de données, etc... pour déployer le référentiel auprès de l'ensemble des éleveurs de veaux.
 - ➔ Objectif = 60% d'éleveurs « adhérents » en 2023

13) Promouvoir des bâtiments en phase avec les attentes sociétales et celles des éleveurs

- Actions à court terme
 - Faire un état des lieux qualitatif et quantitatif des bâtiments existants
 - Objectiver les attentes sociétales vis-à-vis du bâtiment d'élevage via les concertations et les études consommateurs évoquées ci-dessus
- Actions à moyen terme
 - Via le référentiel, diffuser des recommandations pour améliorer l'ambiance des bâtiments (air, lumière, matériaux, bruit), évaluer l'impact de l'introduction des nouvelles technologies
 - Selon les conclusions des études et des concertations, expérimenter différents types de sols, l'accès à l'extérieur, la taille des bâtiments (approche technique et économique)
 - Lancer un programme de modernisation des bâtiments : augmenter le nombre de bâtiments producteurs d'énergie, travailler sur l'intégration paysagère, aménager les abords des bâtiments d'un point de vue technique mais également visuel, intégrer les nouvelles technologies dans les bâtiments d'élevage... en surveillant/encadrant l'évolution de la capacité de production de la filière
 - Recherche de financements : définir une position sur le sujet pour la PAC 2020
 - ➔ Objectif = 10% de bâtiments producteurs d'énergies renouvelables en [2023], chaque nouveau bâtiment intègre les nouvelles technologies et tient compte des attentes sociétales

14) Optimiser l'alimentation des veaux et garantir des pratiques durables (sanitaires, alimentaires, environnementales)

- Actions à court terme
- Part fibreuse ou solide : valoriser l'absence de matières premières OGM (le cas échéant, évaluer la faisabilité économique d'une certification) et favoriser un approvisionnement de proximité
 - Part lactée ou liquide : faire le point sur les progrès réalisés avec les fabricants d'aliments (impact environnemental, absence d'OGM)

- Prévoir un volet sur l'alimentation dans le référentiel technique d'élevage évoqué
- Poursuivre les progrès réalisés par la filière en matière de réduction des antibiotiques (notamment via le référentiel technique), demander l'encadrement de l'étiquetage « sans traitement antibiotique » par les pouvoirs publics sur la base des propositions interprofessionnelles

Actions à moyen terme

- Etudier l'efficacité alimentaire et l'impact (sanitaire, économique, bien-être, qualité du produit) de nouveaux schémas d'alimentation
- Travailler avec les fabricants d'aliment pour réduire l'impact environnemental (bilan carbone en particulier) de l'alimentation lactée
- Travailler sur le lien entre alimentation et rejets azotés dans un objectif de réduction de l'impact environnemental
- Proposer de conditionner « l'aide protéine » PAC à la production de légumineuses dans le cadre d'un circuit de proximité

15) Améliorer les conditions de transport des jeunes veaux et optimiser les circuits dans un double objectif sociétal (bien-être) et sanitaire (santé des jeunes veaux)

- Poursuivre la concertation avec la filière lait (éleveurs naisseurs) sur le transport
- Tirer des conclusions de l'étude sur la caractérisation du transport des jeunes veaux et en déduire des leviers d'action, par exemple : améliorer / généraliser l'équipement des camions ; rationaliser les trajets (zonage de l'approvisionnement en jeunes veaux à prévoir dans le cadre de la contractualisation avec les naisseurs) ; rationaliser les circuits pour limiter les sources de stress et de contamination...
- Adapter la législation sur le transport aux spécificités des veaux et à leur bien-être : trouver une solution pour éviter le blocage des camions devant réaliser des déplacements sur de faibles distances

16) Améliorer la propreté des veaux dans un objectif de sécurité sanitaire optimale de la viande

- Diffuser des recommandations pour améliorer plus encore la propreté des veaux aux éleveurs et aux transporteurs
- Par la suite, intégrer ces éléments sur la propreté dans le référentiel technique élevage évoqué précédemment
→ Objectif = extension d'un accord interprofessionnel mi 2018

17) Améliorer la qualité des cuirs de veaux français

- Relancer la concertation avec les acteurs de la filière cuir
- En préalable à toute campagne de sensibilisation ou de modification des pratiques des éleveurs, définir la qualité du cuir de veau (sur la base de critères objectifs), établir une traçabilité des peaux. Les efforts réalisés par les éleveurs pour améliorer la qualité du cuir devront se traduire par un gain de valeur pour eux, la contractualisation étant un moyen à envisager.

18) Améliorer la gestion des effluents

- Travailler sur le lien entre alimentation et rejets azotés dans un objectif de réduction de l'impact environnemental
- Améliorer les pratiques d'épandage, le cas échéant sécuriser les contrats d'épandage sur 5 ans (éleveurs sans terre en particulier), étudier la faisabilité de petites unités de méthanisation, la couverture des fosses...
- Rechercher des produits détergents « durables » pour nettoyer les bâtiments lors du vide sanitaire

3.4 Innovation produits

19) Produire de la viande de veau pour l'export

- Identifier les marchés potentiels (consommation à domicile et restauration)
- Intégrer la viande de veau dans les négociations de la filière bovine
- Travailler à l'ouverture de ces marchés, et à l'adaptation de la filière veau en conséquence
→ Objectif = développer une offre de viande de veau destinée à l'export [2018 - 2020]

20) Améliorer l'offre de viande de veau actuelle pour stabiliser la consommation en diminuant la saisonnalité de la consommation et en optimisant l'équilibre matière [2018-2020]

- Développer des solutions produits (barbecue, plancha, assiette froide...)
- Associer la viande de veau aux grands événements pour la faire émerger, notamment l'été
- Changer les modes de découpe pour favoriser l'équilibre matière/prix
- Se préparer à la vente sur internet (poids fixe ?) et investiguer les nouveaux circuits de distribution
- Adapter la viande de veau à la distribution de proximité

21) Développer de nouveaux produits pour augmenter la consommation de viande et de produits tripiers de veau [2018-2022]

- Créer une émulation entre les entreprises de transformation et de distribution pour promouvoir les démarches d'innovation
- Créer des produits élaborés, prêts à l'emploi, prêts à assembler
- Développer de la « charcuterie » de veau (pâté, jambon, effilochés...)
- S'adapter aux nouveaux modes de consommation sans oublier les produits tripiers
- Valoriser la viande de veau dans les restaurants (s'appuyer sur les nouveaux concepts de restauration)
- Adapter le veau à la « cuisine du monde », réinventer des plats « icônes »
- Implanter les innovations en distribution (emballage, référencement et valorisation) sur la base de tests en points de vente (magasins tests)
- Être présent dans les espaces « innovation » des salons

3.5 Information du consommateur & Nutrition Santé

22) Mieux connaître les consommateurs et leur répondre de façon appropriée [2018 - 2023]

- Recenser les études d'image les plus récentes, les consolider ou les compléter si besoin via une étude ad hoc spécifique veau, afin d'avoir une vision juste de la perception du produit (atouts/faiblesses) par les consommateurs (à enrichir des concertations ONG et associations de consommateurs mentionnées dans l'action 12), et d'être en mesure de répondre à leurs attentes (élevage/produit fini).
- Surveiller régulièrement l'évolution de l'image de la viande de veau
- Produire des contenus informatifs pertinents (infographies, conseils culinaires, films)
- Rendre l'information accessible en favorisant la diffusion digitale
 - ➔ Communiquer de façon appropriée sur la viande de veau, avec les bons messages et la bonne tonalité

23) Créer une segmentation partagée par la filière et approuvée par les consommateurs pour s'adapter aux différents profils de consommateurs [2018 - 2023]

- Evaluer la pertinence d'une segmentation produit auprès des consommateurs (études conso, discussion avec associations de consommateurs) pour les différents segments de marché (dont RHD), définir les profils et attentes des consommateurs
- Evaluer les critères (étape élevage et/ou étape transformation) qui jouent sur la caractérisation du produit, pour assoir la segmentation sur un système simple et transversal
- Si la pertinence d'une segmentation est avérée :
 - o définir cette segmentation (définition collective des critères) au moyen de cahier des charges par exemple
 - o créer des noms de gamme pour identifier les segments de marché et les pré-tester avant déploiement
 - o préparer la mise en place de la segmentation et l'expliquer aux entreprises
 - o adapter l'emballage à la segmentation
 - o mettre en place la segmentation
 - o envisager l'opportunité d'une communication collective pour accompagner le lancement de cette segmentation
- ➔ Clarifier l'offre, l'adapter aux attentes

24) Magnifier les qualités culinaires de la viande et des produits tripiers de veau [2018 - 2023]

- Etre -encore et toujours- une source d'inspiration culinaire, en diffusant des recettes variées et diversifiées tenant compte des différents modes de consommation : des recettes valorisant soit des plats traditionnels/morceaux emblématiques du veau (blanquette / côte), soit des plats iconiques des millenials pour montrer que la viande de veau a toute sa place dans ces nouveaux modes de consommation (bo bun / émincés)
- Accompagner les lancements produits : développer des recettes en lien avec les innovations disponibles en magasins.
- Initier des partenariats avec des marques prescriptrices (Barbecue Weber, Thermomix...) pour qu'elles intègrent la viande de veau dans leurs conseils et recettes.

25) Valoriser les atouts nutritionnels spécifiques de la viande de veau et de ses produits tripiers [2018 - 2019]

- Recenser les éléments existants sur les allégations nutritionnelles
- Compléter et enrichir les données existantes
- Communiquer auprès du grand public et des prescripteurs (médecins, diététiciens, commissions cantines...) en s'appuyant sur les allégations nutritionnelles les plus fortes (ex : veau riche en vitamine B12).
➔ Montrer que la viande de veau a toute sa place dans un régime alimentaire sain et équilibré.

26) Améliorer l'affichage de l'information / l'étiquetage obligatoire [2018 - 2020]

- Envisager la suppression des indications inutiles et peu valorisantes (ex : « veau abattu avant l'âge de 8 mois »)
- Autoriser le non cumul des mentions : l'utilisation du logo « Viande de veau française » permettrait de s'affranchir des mentions « Lieu de découpe » / « Lieu d'abattage ».
- Mettre en place étiquetage obligatoire de l'origine des viandes dans les produits élaborés au niveau européen
➔ Favoriser un étiquetage utile avec des informations plus attractives (allégations nutritionnelles ?).

27) Faire de la filière une force de vente / développer la « proximité relationnelle » [2018 - 2023]

- Développer un réseau d'éleveurs prescripteurs : les former pour en faire de bons ambassadeurs et les inciter à se rendre sur le terrain auprès des consommateurs, lors d'animations en points de vente.
- Accompagner et associer les bouchers (artisans et GMS) avec des argumentaires techniques (recueil de bonnes pratiques) des outils d'aide à la vente, pour favoriser l'innovation, le conseil et la recommandation.
- Mettre en place des magasins pilotes : avec un éleveur référent et un boucher prescripteur
- Mieux communiquer sur les signes officiels de qualité en veau : Bio, Label Rouge, IGP...
- Inciter les entreprises à pratiquer un étiquetage valorisant l'origine régionale de la viande, qui correspond à une attente des consommateurs (proximité)
➔ Informer et communiquer

28) Faire émerger la viande et les produits tripiers de veau en restauration collective et commerciale [2018 - 2020]

- Faire en sorte que l'information sur l'origine des viandes soit mieux appliquée en restauration hors foyer et mieux valoriser l'origine France sur les cartes.
- Mieux connaître les restaurateurs : recréer du lien avec les associations qui les représentent, participer aux grands événements de la profession, émerger lors des salons (SIRHA 2020)
- Inciter les restaurateurs à mettre plus de veau sur leurs cartes

4 Modalités de suivi et indicateurs

Cf. tableau récapitulatif

Un bilan annuel faisant un point sur l'avancement des projets, sur la base d'une évaluation qualitative et quantitative sera organisé.

5 Conclusion

En programmant un séminaire de réflexion fin 2017, la filière Veau s'était fixée comme objectif initial de définir une nouvelle feuille de route interprofessionnelle, en particulier sur les sujets sociétaux. 51 participants, élus ou permanents de la filière, représentant les organisations nationales d'INTERBEV, les commissions Bio et Enjeux Sociétaux, mais également Fil Rouge et le CNIEL, se sont donc retrouvés pour réfléchir collectivement à un nouveau programme. Les grandes lignes d'un plan stratégique ont ainsi pu être dégagées, l'occasion pour la filière Veau de réaffirmer sa volonté de s'engager, avec une cohésion forte, dans une démarche de progrès ambitieuse et réaliste.

Enjeux filière	Enjeux EGAlim	Actions et objectifs	Parties prenantes	Indicateurs
Actions communes à l'ensemble des filières d'INTERBEV		1) Un « Pacte pour un engagement sociétal » pour intégrer les enjeux sociétaux et les attentes citoyennes à la stratégie de la filière		
		2) Investir dans la recherche pour s'adapter et anticiper		
		3) Permettre à tous les maillons de la chaîne de valeur de vivre dignement		
		4) Eduquer et informer les citoyens		
Durabilité économique et compétitivité de la filière	Renforcer l'organisation collective de l'amont Contractualiser, construire le prix depuis l'amont Favoriser la montée en gamme Renforcer la compétitivité	5) Rénover le contrat type en « convention de partenariat », pour rémunérer le travail des éleveurs de veaux et préserver leur capacité d'investissement → Objectif = 60% de contrats signés fin 2018, 100% fin 2020	Collèges production et mise en marché, réseau INOSYS, MinAgri, DGCCRF	Coûts de production par cas type, Nombre de contrats signés, Nombre d'éleveurs intégrés et nombre de places de veaux
		6) Travailler entre naisseurs et engraisseurs pour améliorer l'adéquation entre l'offre en jeunes veaux et les besoins de la filière (qualité, saisonnalité) → Objectif = premier contrat signé en 2020	Collège mise en marché, ALLUCE, représentants de la filière lait (+section Bovins INTERBEV)	Nombre d'IA par mois et par race Nombre de contrats signés et de veaux contractualisés
		7) Modifier la fiscalité des éleveurs de veaux intégrés pour favoriser l'évolution ou la transmission des exploitations → Objectif = modification de la prochaine loi de finances mi 2019	Collège production, DGFIIP	Loi de finances modifiée
		8) Structurer les filières veaux sous signe de qualité pour donner de la visibilité aux éleveurs → Objectif = croissance de la production des veaux Label Rouge / IGP, et doubler la production de veaux Bio en 2023	Collèges production, mise en marché et abattage, Fil Rouge et ODG, Commission Bio d'INTERBEV, Eleveurs Bio de France	Nombre d'éleveurs Nombre de veaux labellisés/labellissables
		9) Moderniser la filière en dématérialisant le passeport bovin et en généralisant le bouclage électronique → Objectif = fin du déploiement veaux en 2020 sous réserve de l'accompagnement financier de l'Etat	SPIE, Instituts techniques, collèges production et mise en marché, MinAgri	
		... en dématérialisant le carnet sanitaire → Objectif = disposer d'une application de suivi des traitements sanitaires en 2020	SPIE, Instituts techniques, collèges production et mise en marché, sociétés informatiques	
		... en favorisant la rénovation des bâtiments et de leurs abords → Objectif = bénéficier d'aides financières pour construire ou aménager des bâtiments d'élevage	collège production, instituts techniques, Régions, CRI, MinAgri, Ministère de la Transition écologique et solidaire	Nombre de projets de construction ou d'aménagement de bâtiments par an % de bâtiments produisant de l'énergie renouvelable
		10) Evaluer le dispositif de cotations actuel et envisager un accord interprofessionnel sur la présentation, pesée, classement, marquage des carcasses, pour conforter la transparence de la filière et sa rentabilité → Objectif = extension d'un accord interprofessionnel PPCM en 2023	collèges production, mise en marché et abattage, FranceAgriMer	
		11) Promouvoir la viande de veau sans destruction de valeur	INTERBEV et les pouvoirs publics	
		Evolution des pratiques	Transformer les modes de production, organiser la transition vers la durabilité Développer la connaissance Répondre aux attentes des consommateurs / sujets sociétaux Renforcer la compétitivité	12) Engager une démarche de progrès sur les bonnes pratiques d'élevage et l'aménagement des bâtiments → Objectif = 60% d'éleveurs référencés en 2023
13) Promouvoir des bâtiments en phase avec les attentes sociétales et celles des éleveurs → Objectif = 10% de bâtiments producteurs d'énergies renouvelables en 2023, chaque nouveau bâtiment intègre les nouvelles technologies et tient compte des attentes sociétales	ONG et associations de consommateurs, collèges production et mise en marché, instituts techniques, fabricants de matériel et de bâtiments			Nombre de projets de construction ou d'aménagement de bâtiments par an % de bâtiments produisant de l'énergie renouvelable % d'éleveurs engagés dans la charte antiois, quantités d'antibiotiques utilisées en élevage de veaux (cf. observatoire des usages)
14) Optimiser l'alimentation des veaux et garantir des pratiques durables (sanitaires, alimentaires, environnementales)	Collèges production et mise en marché, instituts techniques et de recherche, fabricants d'aliment, SNGTV			Indicateurs environnementaux de l'élevage de veaux (à)
15) Améliorer les conditions de transport des jeunes veaux et optimiser les circuits dans un double objectif sociétal (bien-être) et sanitaire (santé des jeunes veaux)	ONG protection animale, collèges production et mise en marché, instituts techniques, transporteurs, représentants de la filière lait			Temps de transport moyen
16) Améliorer la propreté des veaux dans un objectif de sécurité sanitaire de la viande → Objectif = extension d'un accord interprofessionnel mi 2018	Collèges production, mise en marché et abattage, instituts techniques, transporteurs			Classement propreté à l'abattoir
17) Améliorer la qualité des cuirs de veaux français	Collèges production, mise en marché et abattage, instituts techniques, Conseil National du Cuir, Centre technique du Cuir			
18) Améliorer la gestion des effluents	Collège production, instituts techniques			
19) Produire de la viande de veau pour l'export → Objectif = développer une offre de viande de veau destinée à l'export [2018 - 2020]	Collèges mise en marché et abattage/découpe, commission commerce extérieur d'INTERBEV, FranceAgriMer, DGAI, Business France			Données import/export (nécessite une évolution des codes douaniers)
Innovation produits	Compétitivité et adaptation à la demande mondiale Répondre aux attentes des consommateurs / innovation	20) Améliorer l'offre de viande de veau actuelle pour stabiliser la consommation en diminuant la saisonnalité de la consommation et en optimisant l'équilibre matière [2018-2020]	Collèges abattage/découpe et distribution, ENSMV	Parution de guides, suivi des volumes par saison et circuits de distribution
		21) Développer de nouveaux produits pour augmenter la consommation de viande et de produits tripiers de veau [2018-2022]	Collèges abattage/découpe et distribution, ENSMV, référents cuisiniers (MOF, chefs...), spécialistes du benchmark	Nombre de nouveaux produits sur le marché, indicateurs des ventes (détention, volumes, valeurs, fréquence d'achat, nombre de consommateurs, notoriété)
		22) Mieux connaître les consommateurs pour leur répondre de façon appropriée [2018 - 2023] → Communiquer de façon appropriée sur la viande de veau, avec les bons messages et la bonne tonalité	INTERBEV Veaux, ONG et associations de consommateurs, commanditaires d'études et cabinets d'étude.	Evolution de l'image, audience des publications
Information du consommateur	Communiquer, informer, sensibiliser, éduquer pour une nouvelle culture alimentaire durable Citoyen consommateur Restauration collective	23) Créer une segmentation partagée par la filière et approuvée par les consommateurs pour s'adapter aux différents profils de consommateurs [2018 - 2023] → Clarifier l'offre, l'adapter aux attentes	INTERBEV Veaux, ONG et associations de consommateurs, société d'études, instituts techniques, MOF, agence de communication	Suivi des indicateurs de consommation : détention, volumes, valeurs, fréquence d'achat, nombre de consommateurs, notoriété
		24) Magnifier les qualités culinaires de la viande de veau [2018 - 2023]	INTERBEV Veaux	Nombre de recettes créées, pige presse -(nombre de reprises et retombées presse)
		25) Valoriser les atouts nutritionnels spécifiques de la viande de veau et de ses produits tripiers : [2018 - 2019] → Montrer que la viande de veau a toute sa place dans un régime alimentaire sain et équilibré.	GT Nutrition et service R&D d'INTERBEV, CNA, PNNS	Diffusion des résultats
		26) Améliorer l'affichage de l'information / l'étiquetage obligatoire [2018 - 2020] → Favoriser un étiquetage utile avec des informations plus attractives (allégations nutritionnelles ?).	INTERBEV et les autres filières viandes, DGCCRF, associations de consommateurs	mise en place effective / accord de la DGCCRF
		27) Faire de la filière une force de vente / développer la « proximité relationnelle » [2018 - 2023] → Informer et communiquer	INTERBEV Veaux, Comités Régionaux et marques régionales, ODG, Régions	nombre de professionnels formés, nombre d'animations réalisées, nombre d'argumentaires diffusés, pourcentage des volumes étiquetés avec une origine régionale.
		28) Faire émerger la viande et les produits tripiers de veau en restauration collective et commerciale [2018-2023]	INTERBEV et associations RHF	suivi des volumes vendus en RHF (mise en place d'un observatoire des viandes et de leur origine)

*Organisations Nationales ayant participé aux travaux
du plan de la filière veau française*



Ont participé également



Interbev Veaux remercie également les équipes de l'Institut de l'Elevage pour leur contribution.