



PLAN DE LA FILIÈRE EQUINE FRANCAISE



RESUME du plan de filière viande chevaline pour les 5 ans à venir en 1 page :

Ce résumé ne présente pas toutes les actions, mais seulement les plus importantes.

1. Augmenter la production française de viande chevaline pour satisfaire l'attente du consommateur de manger FRANÇAIS.

C'est aussi une question d'aménagement du territoire (maintien des activités d'élevage, de commerce, d'abattage dans les territoires). Il faut développer une offre française dans toutes ses composantes et toutes ses races.

- La production nationale de viande chevaline est freinée par un resserrement des conditions d'identification des chevaux (en 2009 puis 2015) qui conduit à une exclusion de nombreux chevaux de la chaîne alimentaire, souvent pour des raisons administratives. Pour satisfaire un plus grand nombre de consommateurs français, la filière se donne **jusqu'à fin 2020 pour trouver une solution acceptable par tous, afin de réintégrer certaines catégories de chevaux dans la chaîne alimentaire, et ainsi augmenter la production.**
- D'autre part, **d'ici à 10 ans**, la filière veut expertiser (dès 2018), puis expérimenter (dès 2019) la mise en place de **1-2 filières de production régionales de viande chevaline en France**, dans des bassins de production et/ou de consommation (Hauts de France, Bourgogne-Franche-Comté, etc). Si l'expérience est concluante, elle pourrait être étendue à d'autres régions. **Ces créations de filières régionales passeront par une contractualisation entre l'amont et l'aval de la filière.**

2. structuration de l'amont et contractualisation

La contractualisation de la production (volume et prix prenant en compte les coûts de production) est nécessaire afin d'assurer un prix d'achat supérieur au prix de revient et qui donnera **des animaux adaptés aux attentes des marchés nationaux et export**, en terme de qualité et de prix. Il s'agira dans la contractualisation d'une **meilleure répartition des marges entre les maillons**. Il faudra notamment expertiser la possibilité de créer des centres d'engraissement ou à l'herbage, pour structurer la production de certains types d'animaux.

3. répondre aux attentes de la société et des consommateurs

La filière viande chevaline est depuis longtemps attentive aux attentes de la société et des consommateurs. La filière rappelle que la viande chevaline est un produit noble, riche en fer et en protéine, relativement maigre. La filière s'inscrit dans le cadre global du « PACTE pour un engagement sociétal » d'INTERBEV. Nos actions principales, avec les fédérations d'INTERBEV seront :

- **le déploiement chez les éleveurs et détenteurs de chevaux de la charte de bien-être équin** (6 formations mises en place fin 2019) ;
- **l'amélioration des conditions d'abattage des chevaux** avec la diffusion, à tous les abattoirs en France, du guide de bonnes pratiques d'abattage des chevaux d'ici à 2022, en cours de rédaction actuellement.
- **La poursuite du dialogue avec les associations de bienfaisance** des chevaux de niveau international, sur les solutions pour une fin de vie décente des chevaux.

PLAN DE FILIERE VIANDE EQUINE FRANCAISE

Table des matières

PARTIE 1 : éléments d'introduction	7
PARTIE 2 : CONSTATS, de façon globale, en incluant les thèmes du questionnement de la 1ère partie des EGA	7
1. Filière viande chevaline française : depuis longtemps à l'écoute des attentes des consommateurs en matière de nutrition, environnement, bien-être animal, territoires.....	7
2. L'offre de produits français en viande chevaline : une offre minoritaire et en déclin, à développer	8
3. L'export	9
4. La structuration de l'amont et contractualisation : structuration analysée mais à fortifier.....	9
5. Distribution et révolution numérique	9
6. Produire pour le 21e siècle : éviter le gaspillage alimentaire et respecter l'animal.....	9
7. Gouvernance de la filière pour atteindre ses objectifs,	10
1. Le Pacte pour un engagement sociétal : une volonté d'intégrer les enjeux sociétaux et les attentes citoyennes à la stratégie de la filière.....	10
2. La recherche pour s'adapter et anticiper	11
3. Les actions pour permettre à tous dans la chaîne de valeur de vivre dignement	12
4. L'interprofession des filières, outil d'éducation et d'information	12
PARTIE 4 : La vision pour rendre PERENNE la filière VIANDE CHEVALINE en France dans 5 ans	13
1. L'offre de produits français en viande chevaline : augmenter la production française de viande chevaline (20% seulement de la conso actuelle), pour satisfaire l'attente du consommateur de manger FRANCAIS	13
2. Structuration de l'amont et contractualisation	15
3. Répondre aux attentes de la société et des consommateurs.....	16
4. Distribution et promotion de la viande chevaline.....	18
5. Professionnalisation des acteurs de la filière	19
6. Export :	20
7. Gouvernance de la filière pour atteindre ses objectifs (indicateurs de suivi de l'avancement du plan de filière)	20

PARTIE 1 : éléments d'introduction

Les Etats Généraux de l'Alimentation :

C'est une volonté du Président de la République et des professionnels des filières de moderniser les filières alimentaires pour répondre aux attentes actuelles des consommateurs et aussi de la société civile. C'est le défi d'une production nationale qui répond aux enjeux du 21e siècle, qui nourrit la population française, qui est de bonne qualité nutritionnelle et sanitaire et qui est en accord avec les attentes des consommateurs en termes d'environnement et de bien-être animal notamment.

Chiffres clés de la filière viande chevaline française:

1, 1 millions de chevaux en France. 31 300 élevages de chevaux (toutes races, tout usage confondu). Une production atomisée : la plupart des éleveurs de chevaux ont 1 à 3 juments seulement. 2016 : 73 abattoirs en France abattent des chevaux, dont 62 abattoirs publics (sur un total de 263 abattoirs d'animaux de boucherie toutes espèces confondues en France).

12 000T de consommation annuelle de viande chevaline en France (soit **180g/pers/an en moyenne**; mais 6,5% des Français en consomment au moins une fois par mois)

20% de production nationale (3700T, 13 000 équidés abattus par an)

80% d'import (56% des pays tiers et 44% des pays UE)

Baisse de la consommation de 12% en 2016 et 14% en 2017 (auparavant : baisse de 1 à 2%/an)

PARTIE 2 : CONSTATS, de façon globale, en incluant les thèmes du questionnement de la 1ère partie des EGA

1. Filière viande chevaline française : depuis longtemps à l'écoute des attentes des consommateurs en matière de nutrition, environnement, bien-être animal, territoires

Quelques faits : **Le cheval est un herbivore**, et comme les bovins, ovins, caprins, par le pâturage participe à l'entretien des 13 millions d'ha de pâturages en France (50% de la SAU), une forme de valorisation de ces terres, qui sans l'élevage, n'auraient souvent aucun autre usage (terres non labourables, non cultivables en céréales). C'est un atout du cheval qui n'est pas assez valorisé aujourd'hui.

Nos projets récents :

- Depuis 2015, la filière chevaline, dans son maillon de production, élabore autour de la FNC (fédération nationale du cheval), une charte de bien-être équin (avec 8 indicateurs de bien-être du cheval mesurables par l'éleveur, en rapport avec les 5 libertés et les 10 mesures de l'OIE).
- travail avec l'IDELE et les fédérations d'abattage : guide de bonnes pratiques d'abattage des chevaux. Ce guide vise à vulgariser des bonnes pratiques pour maintenir un maillage territorial d'abattoirs en France, poursuivant l'abattage des chevaux à l'échelon régional (activité économique des territoires ruraux, durées de transport modérées, etc).

- travail avec associations de protection animale : les chevaux exclus de la consommation humaine et l'abattage comme fin de vie acceptable : il existe un consensus sur ce point entre INTERBEV Equins, UECVB (filiale bétail et viande au niveau européen) et une association majeure au niveau mondial de bienfaisance des chevaux. Souhait aussi d'échanger sur les résultats du guide de bonnes pratiques d'abattage des chevaux.

A valoriser auprès du consommateur :

- l'entretien des paysages par le pâturage des chevaux
- qualités nutritionnelles de la viande chevaline (fer, protéines, viande maigre)

2. L'offre de produits français en viande chevaline : une offre minoritaire et en déclin, à re-développer

Baisse des abattages de 18% en 2016 et 33% en 2017

Motifs : - manque de disponibilité de chevaux à abattre du fait du resserrement de la réglementation sur l'identification (UE : règlement de 2009 puis 2015) entraînant de nombreux cas d'exclusion à vie des chevaux de la chaîne alimentaire (100 000 chevaux en France, soit l'équivalent de 7 années d'abattage). Il existe des obstacles, au niveau français et européen, au retour de ces chevaux dans la chaîne de consommation humaine, alors que les motifs d'exclusion sont souvent simplement administratifs (délai d'obtention de documents d'identification dépassé, etc).

- rentabilité faible pour les éleveurs de chevaux destinés à la boucherie.

Depuis 2016, on observe des baisses de 35 à 50% de saillies dans les races de trait (pas de reproduction donc pas de nouveaux produits dans les années à venir). Les chevaux de trait sont communément qualifiés comme des races « à viande ». 9% du cheptel chevalin.

La viande de cheval de trait est un peu claire comparée aux habitudes de consommation françaises, mais ne gêne pas le consommateur, si on lui explique que c'est un produit français. Elle pourrait être marquée en tant que « jeune viande chevaline française ».

- La hausse du coût de l'identification : un frein (passage de quasi gratuité à 95€ environ en quelques années : déplacement identificateur, identification physique, puce, édition passeport, soit 10% du prix d'un poulain de trait de l'année, ce qui paraît trop élevé).

Nous notons qu'actuellement, les prix vifs des chevaux sont légèrement en dessous de ceux des bovins à viande :

- par exemple brouillard bovin U (« excellent ») à 2,50-2,64€/Kg vif contre 2,20-2,50 pour le laiton.

- par exemple vache à 3,80€/Kg carc. en novembre 2017 soit 2,05€/kg vif, contre 1,40-2€ pour la jument de trait de réforme.

Dans le même temps, l'alimentation des chevaux est très similaire à celle de bovins (herbe, foin, céréales) et les éleveurs de bovins viande sont déjà rémunérés avec des niveaux de revenus qui atteignent seulement 8000€/an/exploitant en 2016, ce qui est très peu.

La filière s'interroge donc sur la viabilité économique d'élevages de chevaux qui seraient dédiés à la finition de chevaux à destination de la filière bouchère (forme d'élevage qui n'existe pas à ce jour).

L'activité en commerce de chevaux vivants est très ralentie, en rapport avec le grand nombre de chevaux exclus de la consommation (moins de chevaux) et la non-mise à la saillie des juments de trait. -50% de CA en 2 ans, entre 2015 et 2017, pour certains commerçants en chevaux.

3. L'export

La production française n'assure que 20% des besoins des consommateurs français, avec une production de seulement 3700T (contre par exemple 1,5 millions de tonnes annuelles de viande bovine produite en France). Cependant la filière s'intéresse à l'export, en vif vers l'Italie et en viande vers la Suisse par exemple ou le Canada et le Japon.

4. La structuration de l'amont et contractualisation : structuration analysée mais à fortifier

INTERBEV Equins a commandité auprès de l'IDELE en 2015 une étude sur l'ensemble de la filière viande chevaline française (production, achat de chevaux vivants, abattage, consommation).

Cette étude a permis de réaliser un annuaire gratuit interactif sous format excel, disponible auprès des fédérations d'éleveurs adhérents à INTERBEV, afin que les éleveurs, en fonction de leur département de localisation, puissent trouver les commerçants en bestiaux et coopératives susceptibles d'acheter leurs chevaux. C'est important car avec des élevages atomisés et parfois peu professionnalisés, la question de l'approvisionnement en chevaux pour la boucherie est problématique.

- Pas de contractualisation aujourd'hui entre éleveurs et abatteurs ou distribution.

5. Distribution et révolution numérique

La distribution : fort déclin du nombre de boucheries chevalines en France, du fait de la baisse des volumes consommés par habitant et du non renouvellement des générations de bouchers chevalins.

Pour remédier à ce point, les professionnels bouchers chevalins ont rédigé et fait valider par un accord de branche une nouvelle formation diplômante, complémentaire du CAP boucher, ou en reconversion professionnelle : le CQP boucher chevalin qui peut former pour la boucherie artisanale ou la GMS (rayon trad').

Les bouchers chevalins se sont aussi adaptés en ajoutant à leurs points de vente fixes de nombreux marchés en vente ambulante, pour toucher plus de consommateurs autour de leur magasin.

6. Produire pour le 21e siècle : éviter le gaspillage alimentaire et respecter l'animal

- il faut éviter le gaspillage alimentaire de protéines animales, à l'heure où seule 20% de la consommation nationale de viande chevaline est assurée par la France et où le Monde a besoin de d'avantage de protéines animales (hausse de la population mondiale et donc des besoins). Or aujourd'hui, 100 000 chevaux en France sont actuellement exclus de la consommation humaine (exclus de la chaîne alimentaire) du fait d'anomalies administratives :

- absence d'insertion du feuillet médicamenteux avant 2001 ou mal inséré ou perdu (65 000 chevaux)
- chevaux non identifiés dans le délai de 12 mois, pour ceux nés entre 2010 et 2015 (30 000 chevaux dont 70% des chevaux à Origine non constaté (un parent non connu) entre 2010 et 2013).

Il faut remédier à cette situation de gaspillage alimentaire et de bien-être animal non garanti (quel avenir pour un cheval qui n'a plus aucune valeur car non abattable ? comment garantir une fin de vie confortable pour 1 cheval qui peut vivre encore 15 ans après sa mise en retraite, avec un coût annuel

mini d'entretien de 1500€ et une population actuelle de 1,1 millions de chevaux ? comment payer 1 coût d'euthanasie-équarissage de 1000€ pour 1 particulier ou structure à faible rentabilité ?).

7. Gouvernance de la filière pour atteindre ses objectifs,

Nous verrons dans la partie 3 (plus bas) quels indicateurs mettre en place pour suivre l'avancement de notre plan de filière, afin d'atteindre nos objectifs.

PARTIE 3: La vision d'avenir des filières viandes rouges françaises dans 5 ans

Cette partie présente la vision commune à **toutes les filières** des viandes rouges emmenées par INTERBEV, cadre général dans lesquels s'inscrit le plan de filière viande chevaline.

1. Le Pacte pour un engagement sociétal : une volonté d'intégrer les enjeux sociétaux et les attentes citoyennes à la stratégie de la filière

Conscients de la nécessité d'intégrer toujours mieux les attentes sociétales dans les modes de production de viande, les différents plans de filière 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**.

- P**ROGRÈS : continuer de progresser dans les domaines de l'environnement, du social, de la protection animale et de la nutrition/santé;
- A**VENIR : mettre le cap sur des pratiques toujours plus durables;
- C**ONCERTATION : maintenir et développer un dialogue respectueux entre les parties prenantes des enjeux de société autour de l'élevage et de la viande;
- T**RANSARENCE : offrir toujours plus de garanties et de gages de confiance;
- E**XPERTISE : partager les bonnes pratiques des professionnels de l'élevage, de la mise en marché, du transport, de l'abattage-transformation et de la commercialisation.

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. Interbev est également naturellement l'organisation de dialogue avec l'Etat 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



Depuis cette année 2017, INTERBEV a également engagé des concertations avec **4 ONG de protection animale**



Plus largement, la filière souhaite renforcer un dialogue régulier avec les **associations de consommateurs**.

Pour être en phase avec les orientations discutées au sein des instances internationales, INTERBEV s'inscrit également dans les programmes de la FAO au travers de son organisation internationale (OIV-IMS) et de la Confédération Nationale de l'Élevage : LEAP (Livestock Environmental Assessment Performance and Partnership) et GASL (Global Agenda for Sustainable Livestock)

La poursuite des concertations couplées aux études de R&D qu'INTERBEV initie permettent d'avancer et de s'améliorer sur les différents sujets sociétaux. Ces connaissances sont ensuite diffusées 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).



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.

En terme d'information consommateur, la filière est en faveur d'une meilleure traçabilité et indication de l'origine des viandes dans l'ensemble de l'Union européenne.

Etat des lieux des bonnes pratiques actuelles et démarches de progrès à retrouver ici :

<http://www.interbev.fr/enjeux-societaux/pacte-engagement-societal/>

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 à la montée en gamme pour la viande chevaline, avec la création d'une filière organisée de production de viande chevaline française (VCF) pour augmenter l'offre nationale, peu présente. Pour les autres espèces, c'est un soutien aux signes officiels de qualité et du bio avec des objectifs chiffrés d'augmentation du volume selon les filières (ex 3% à 40% de label rouge en viande bovine sous 5 ans et doublement du volume en bio).

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. La recherche pour s'adapter et anticiper

Les plans de filière des différentes espèces ont prévu d'appuyer les évolutions de pratiques et de produits non seulement sur les attentes sociétales et consommateurs mais aussi sur la R&D.

La filière s'engage 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.

La filière s'engage à développer ses travaux sur des **axes prioritaires relatifs à la durabilité des systèmes de production animale tant pour l'économie de la filière que pour son articulation avec les enjeux sociétaux** :

- **Des animaux sains pour une population saine** (lutte contre l'antibiorésistance, etc)
- **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 ;
 - Renforcement et évaluation des pratiques en faveur du bien-être et de la protection animale dans 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** (innovation produits, services et écoconception)

3. Les actions pour permettre à tous dans la chaîne de valeur de vivre dignement

Chacune des filières représentées au sein d'INTERBEV propose dans leur 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. L'interprofession des filières, outil d'éducation et d'information

La mise en œuvre dans chaque plan filière des 3 actions susmentionnées confirment la légitimité pour l'interprofession des filières viande d'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, dont la mission d'information du consommateur est au cœur de ses actions. Une information appuyée par 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 complémentarité des productions au niveau des territoires, ne peut passer que par une affirmation des pouvoirs publics de la capacité de l'interprofession à intervenir sur ces sujets, dans les instances publics et auprès de tous les citoyens.

PARTIE 4 : La vision pour rendre PERENNE la filière VIANDE CHEVALINE en France dans 5 ans

Cette partie présentera ensemble

- nos **objectifs à 5 ans**,
- comment ils se déclinent en **actions concrètes**
- les **indicateurs** qui permettront de suivre les actions pour atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés.

Le Trot et France Galop ont été associés aux travaux de réflexion pour réaliser ce plan de filière de la viande chevaline en France.

1. L'offre de produits français en viande chevaline : augmenter la production française de viande chevaline (20% seulement de la conso actuelle), pour satisfaire l'attente du consommateur de manger FRANCAIS

La filière chevaline constate une baisse de la consommation de viande chevaline sur les années passées. **Pour autant, cela ne remet pas en cause l'existence d'une filière française puisque l'auto approvisionnement n'est que de 20% aujourd'hui ! Nous envisageons une baisse du recours aux viandes d'import et une hausse de la part de la production nationale.** La filière veut offrir au consommateur français une production nationale de viande chevaline (et non pas seulement 20% de produits français consommés).

Notre objectif : développer une filière de production nationale, dans toutes ses composantes et ses races, à destination des marchés français et export.

Pourquoi ? :

- Pour offrir une viande française au consommateur, gage de confiance pour lui (démarche « Viande Chevaline Française » (Viandes de France) notamment).
- Pour maintenir l'activité pour les commerçants en chevaux et abatteurs (maillage territorial et activité dans les Régions), maintenir le savoir-faire et les débouchés.
- En particulier, la filière partage le fait qu'il est nécessaire de maintenir les 9 races de chevaux de trait afin de conserver le patrimoine génétique. Cela implique nécessairement de mettre en place des actions pour redonner de la rentabilité à cette filière.

Suite page suivante

Objectifs = ambition claire pour la filière	Actions pour atteindre l'objectif Actions + précises	Priorité (1 à 3)	Indicateurs chiffrés de résultat	Obstacles identifiés
Développer la production nationale	<p><u>À court/moyen Terme :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Obtenir au niveau fr. ou UE, pour certaines catégories de chevaux, la réintégration dans la chaîne alimentaire, après une période d'attente de 6 mois, avant abattage. - Etendre la liste des substances essentielles, permettant de réintroduire des chevaux dans la chaîne alimentaire dans les meilleures conditions. <p><u>A moyen/long terme (10 ans pour avoir le résultat final) :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Créer une filière de production nationale (ci-dessous) 	1	- Obtenir sous 3 ans (fin 2020) cette réintégration de certaines catégories de chevaux dans la chaîne alimentaire, après une période d'attente.	
Créer une filière de production nationale afin de satisfaire le consommateur et sécuriser les approvisionnements des différents marchés, nationaux et étrangers.	<p>Produire des animaux français, adaptés aux attentes du ou des marchés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contrat avec un prix relié au coût de production – réduire les charges dans le domaine de l'élevage (transport, identification, etc) - Accompagner en priorité les <u>professionnels</u> pour accéder aux différents soutiens agricoles (prime à la jument allaitante, à créer, races menacées, PMBE, ICHN, MAEC...) - Développer des débouchés pour la Viande Chevaline Française, en ayant connaissance des critères qui déclenchent l'achat par les consommateurs (étude à réaliser) - La viande de cheval de trait doit prendre sa place et gagner en visibilité - Pour améliorer la rentabilité, donc rendre pérenne la filière, il faut investir pour la performance des entreprises : - Réduire les charges des TPE de la filière 	1	<ul style="list-style-type: none"> - D'ici à 10 ans (2028), avoir une filière de production nationale organisée - D'ici fin 2018 : avoir étudié les coûts de productions de chevaux en engraissement pour la boucherie - D'ici fin 2019 : avoir rédigé et signé les 1ers contrats 	<ul style="list-style-type: none"> - Difficulté d'avoir une tarification réduite de l'identification - Difficulté de faire évoluer les critères de la PAC. Pourtant, verser des primes inciterait à conserver les chevaux au lieu de les retirer des fermes où l'on trouve des bovins

	- Développer la recherche (génomique, etc) l'innovation et l'investissement, notamment dans la simplification des conditions d'exercice des métiers de la filière viande chevaline			
--	--	--	--	--

2. Structuration de l'amont et contractualisation

La contractualisation de la production (volume et prix prenant en compte les coûts de production) est nécessaire afin d'assurer un prix d'achat supérieur au prix de revient et qui donnera des animaux adaptés aux attentes des marchés, en terme de qualité et de prix.

La filière estime que le prix consommateur de la viande chevaline française ne doit pas être supérieur au prix de l'offre des autres viandes rouges françaises, sous peine de voir certains consommateurs se détourner du produit (facteur prix important). Il s'agira donc dans la contractualisation d'une meilleure répartition des marges entre les maillons. La filière rappelle que la viande chevaline est un produit noble, riche en fer et en protéine, relativement maigre comparée à d'autres viandes rouges.

Objectifs = ambition claire pour la filière	Actions pour atteindre l'objectif Actions + précises	Priorité (1 à 3)	Indicateurs chiffrés de résultat	Obstacles identifiés
contractualisation	Accord de l'amont et de l'aval ainsi que de l'abattage pour expertiser la possibilité de contractualiser sur des régions tests - construire un contrat type d'abord dans une ou deux régions incluant des éléments de coût de production et le type de produit - mise en œuvre sur 1 à 2 régions de production tests, dans des bassins de consommation et/ou de production (IDF, Hauts de France, Franche Comté...) - accompagner la structuration de l'amont, notamment des O.P. (organisations de producteurs), via de l'appui technique.	1	- contrat type à rédiger d'abord dans une/deux régions tests : fin 2019 - 1 région test lancée en 2020 pour la production - 2 ^e région test lancée en 2022 si concluant	- Comment mieux répartir les marges sans augmenter le prix consommateur ?
Produire des animaux français (de sang ou de trait) adaptés aux attentes des marchés nationaux et export	- réaliser une étude de marché et en diffuser le contenu (suite page suivante) - faire la segmentation de marché en rapport avec les résultats de l'étude - accompagner le développement et la pérennisation des segments identifiés, par ex. : circuit	1	- 2018-2019 : réalisation des études de marché, segmentation identifiée - Rappel Fin 2019 : signer les 1 ^{er} s contrats avec	

	long (en s'appuyant sur l'exemple de la Franche-Comté), circuits courts, export, RHD, produits alimentaires nomades & snacking, autres segmentations identifiées lors de l'étude - expertiser et expérimenter la possibilité de mettre en place des centres d'engraissement ou à l'herbage, notamment pour les chevaux de sang		une 10aine d'éleveurs dans une région - Nombre de centres d'engraissement ou d'herbage expérimentaux mis en place	
Faciliter la mise en marché des chevaux français	- diffuser l'annuaire de mise en marché des chevaux afin que les éleveurs de chevaux puissent facilement trouver à qui vendre un cheval pour l'engraissement ou l'abattage	2	- Mettre en ligne cet annuaire sur au moins 3 sites internet en 2018	

3. Répondre aux attentes de la société et des consommateurs

Consciente de la nécessité d'intégrer toujours mieux les attentes sociétales, l'ensemble de la filière élevage et viande rouges française a décidé de s'engager dans une **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 avec les engagements suivants :

- P**ROGRÈS : continuer de progresser dans les domaines de l'environnement, du social, de la protection animale et de la nutrition/santé ;
- A**VENIR : mettre le cap sur des pratiques toujours plus durables ;
- C**ONCERTATION : maintenir et développer un dialogue respectueux entre les parties prenantes des enjeux de société autour de l'élevage et de la viande ;
- T**RANSPARANCE : offrir toujours plus de garanties et de gages de confiance ;
- E**XPERTISE : partager les bonnes pratiques des professionnels de l'élevage, de la mise en marché, du transport, de l'abattage-transformation et de la commercialisation.

Les valeurs du PACTE se traduisent dans notre vision à 5 ans de la **filière viande chevaline française**, par les actions suivantes :

Objectifs = ambition claire pour la filière	Actions pour atteindre l'objectif Actions + précises	Priorité (1 à 3)	Indicateurs chiffrés de résultat	Obstacles identifiés
Déployer la charte nationale pour le bien-être équin dans les territoires	<ul style="list-style-type: none"> - Information sur la charte de bien-être équin et promotion de cette charte auprès des éleveurs, détenteurs de chevaux, etc - Formation de formateurs - Mise en réseau des éleveurs investis dans la démarche. 	2	2019 : phase expérimentale Nombre de formateurs formés : 10 Nombre de formations mises en place : 6 Nombre de professionnels investis : 100	Crainte d'un glissement d'une démarche de progrès vers une obligation réglementaire
Améliorer les conditions d'abattage des chevaux	<ul style="list-style-type: none"> - Mise en œuvre dans les abattoirs du guide de bonnes pratiques d'abattage des chevaux en cours de rédaction en 2017 par INTERBEV, fédérations d'abattage et experts IDELE - Favoriser sa mise en application dans le plus grand nombre d'abattoirs possible, afin de maintenir un maillage territorial - Plan d'investissement pour adapter les outils et assurer un + haut niveau de bien-être des chevaux et renforcer ainsi la sécurité du personnel et les conditions de travail (à préciser quand les conclusions du guide seront sorties) 	2	<ul style="list-style-type: none"> - nbre d'abattoirs qui ont reçu le guide : objectif 2022 : 100% des abattoirs de chevaux (étaient 72 en 2017) - assurer l'intégration du cheval dans la formation des opérateurs en abattoir, notamment en bouverie (dans le plan de formation de la DGER) 	Manque d'intérêt des abattoirs pour se former sur les équins, au vu des faibles tonnages ? 80% des abattoirs abattent moins de 3 chvx/ semaine en 2016
Poursuivre les concertations avec les ONG de protection animale, pour un dialogue régulier	Dialoguer avec les associations de protection animale : <ul style="list-style-type: none"> - Trouver et mener à bien ensemble une solution pour la fin de vie des trop nombreux chevaux exclus à vie actuellement de la consommation humaine. Voir point 1 (« offre de produits français ») - Dialoguer autour de la responsabilité des propriétaires dans l'exclusion <u>volontaire</u> des chevaux de l'abattage ; - Dialoguer sur d'autres sujets tels que le guide de bonnes pratiques d'abattage des chevaux 	2	<ul style="list-style-type: none"> - Objectif d'obtenir fin 2020 une solution décente et économiquement viable à la fin de vie des chevaux. 	Freins : voir point 1 du document

	<p>Plus généralement et dans toutes les instances, au-delà des associations de protection animale :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Continuer à défendre le statut du cheval comme animal de rente, identifié, tracé, sécurisé et ayant démontré ses qualités organoleptiques, bon pour la santé du consommateur 			
--	--	--	--	--

4. Distribution et promotion de la viande chevaline

Objectifs = ambition claire pour la filière	Actions pour atteindre l'objectif Actions + précises	Priorité (1 à 3)	Indicateurs chiffrés de résultat	Obstacles identifiés
Convaincre plus de points de vente de commercialiser de la viande chevaline	<ul style="list-style-type: none"> - renforcer l'argumentaire sur le bien-fondé de la consommation de cheval ; - convaincre grâce à cet argumentaire la GMS, les bouchers mixtes ou conventionnels de continuer à mettre en avant le cheval dans leurs catalogues, leurs rayons - plus concrètement, par exemple (à expertiser) convaincre par une vidéo pour les GMS et bouchers sur les qualités nutritionnelles, le bien-être équin, l'entretien des territoires, la valorisation de l'herbe; divulguer le programme « Respectful Life » mis en place par les importateurs de viande chevaline européenne évaluant les pratiques de leurs fournisseurs en Pays Tiers 	2	- fin 2019 : diffusion d'argumentaires et/ou de vidéo en GMS et aux bouchers mixtes et chevalins	
Continuer à promouvoir la viande chevaline auprès du consommateur	<p>Continuer à maintenir à l'esprit du consommateur les qualités de la viande chevaline et l'intérêt de la consommer (fer, protéine, viande maigre, rôle dans l'aménagement du territoire et la valorisation de l'herbe)</p> <ul style="list-style-type: none"> - plus précisément : supports de communication, animations sur les points de vente et foires 	2	Réalisation annuellement de campagnes d'animation sur les lieux d'achat et de dégustation grand public	

5. Professionnalisation des acteurs de la filière

Il s'agit ici de la professionnalisation de l'ensemble des acteurs de la filière viande chevaline. Il s'agit aussi de renouveler les générations de professionnels :

- Plus précisément : le renouvellement des générations de bouchers chevalins, en boucheries et en rayon GMS
- quels objectifs ? arrêter la baisse des points de vente chevalins (500 boucheries chevalines) et augmenter le nombre de boucheries mixtes (au moins 150 points de vente mixtes bœuf-cheval estimés à la CFBCT). En effet, 25% des consommateurs ne mangent pas de cheval par conviction personnelle. **Mais 75% n'en mange pas car on ne leur en propose pas dans les points de vente, ou qu'ils n'ont pas cette viande à l'esprit.**
- mieux faire connaître le CQP boucher chevalin pour assurer la formation et le renouvellement des générations
- comment convaincre des bouchers conventionnels (en bœuf) d'ajouter un rayon cheval à leur vitrine (ce qui fait plus de points de vente) ?
- penser à l'utilisation des nouvelles technologies pour faire connaître le métier de boucher chevalin (vidéos illustratives)

Globalement, pour tous les maillons de la filière viande chevaline:

Objectifs = ambition claire pour la filière	Actions pour atteindre l'objectif Actions + précises	Priorité (1 à 3)	Indicateurs chiffrés de résultat	Obstacles identifiés
Développer l'apprentissage dans toutes les filières	- faire connaître l'apprentissage au plus grand nombre - développer la possibilité de se former en apprentissage pour être + professionnel	3		
Communiquer sur les formations initiales et continues	- communiquer sur les formations pour renouveler les générations et pour maintenir à niveau les compétences des membres de la filière	3		
Communiquer sur l'utilisation du CPF pour la création d'entreprises	Le CPF (compte personnel de formation) peut être une aide pour s'installer à son compte, dans tous les métiers de la filière (de l'amont à l'aval)	3		
Informer les utilisateurs d'abattoirs sur conditions pour amener des chvx abattables	développer une action de communication et d'information (techniques et réglementaires) de grande ampleur à l'attention des clients/utilisateurs apportant des chevaux dans les établissements d'abattage	3		Comment trouver le bon canal pour communiquer ?

Former de nouveaux bouchers chevalins	- recruter des participants pour le CQP chevalin, via notamment de la documentation sur le métier de boucher chevalin à mettre à disposition sur des salons pros, dans des CFA, etc, en rapport avec la cellule « valorisation des métiers » d'INTERBEV, etc	3	-avoir une formation de 10 personnes/an au moins au CQP boucher chevalin d'ici à 2020	Comment faire connaître cette formation ?
---------------------------------------	--	---	---	---

6. Export :

La filière viande chevaline française doit mieux couvrir les besoins français. Mais elle peut viser aussi les marchés export car ils sont rémunérateurs aujourd'hui (pays à fort pouvoir d'achat : Suisse, Japon, ...) tout en préservant la génétique des races françaises.

Cette partie export a été traitée dans les points 1 et 2 de cette partie.

7. Gouvernance de la filière pour atteindre ses objectifs (indicateurs de suivi de l'avancement du plan de filière)

voir ci-dessus dans les tableaux les indicateurs choisis, en partie droite du tableau

Organisations Nationales membres d'INTERBEV Equins



Ont participé également aux travaux de réflexion pour élaborer ce plan de filière :

- Le Trot
- France Galop