

Label Parc Jura Vau- dois

Etude pour la labellisation de la
filière viande

Novembre 2012

agridea
DÉVELOPPEMENT
DE L'AGRICULTURE ET
DE L'ESPACE RURAL

Impressum

Editeur AGRIDEA
Avenue des Jordils 1
Case postale 128
CH-1000 Lausanne 6
Tel. 021 619 44 00 / Fax 021 617 02 61
www.agridea.ch

Auteurs Magali ESTEVE, AGRIDEA

Mise en page AGRIDEA

Impression Atelier de reproduction, AGRIDEA

© AGRIDEA, Novembre 2012

Sommaire

Sommaire 4

1 Introduction 3

1.1	Contexte	3
1.2	Priorités du Parc Jura vaudois relatives à la mise en place du label produit.....	3
1.3	Objectifs	4
1.4	Méthodologie.....	4

2 Analyse de la filière viande sur le territoire du Parc Jura vaudois 6

2.1	La filière porcine	8
2.2	La filière bovine	9
2.3	La filière ovine	9
2.4	La filière volailles de chair	9
2.5	Les spécificités de la filière alpage	9
2.5.1	Cadre légal pour la viande d'alpage	9
2.5.2	Etat des lieux du marché de la viande d'alpage.....	10

3 Analyse SEPO d'un label parc pour les produits carnés 10

4 Propositions d'exigences spécifiques pour les produits carnés 13

4.1	Processus de définition des exigences spécifiques	13
4.2	Exigences spécifiques viande bovine et viande porcine	13

5 Stratégie de commercialisation pour les produits 16

6 Recommandation 17

1 Introduction

Ce rapport a pour but de fournir au Parc Jura vaudois des éléments de décision pour aboutir à une labellisation des produits du parc, spécialement pour les produits carnés.

1.1 Contexte

Il faut replacer cette étude dans un cadre plus général, en se penchant notamment sur la situation de la filière viande dans le canton de Vaud dans son ensemble mais aussi sur l'histoire et le fonctionnement de la marque régionale « Saveurs du Jura vaudois » qui préexiste à la création d'un label produit du Parc Jura vaudois.

Sur la base de l'étude Filagro-Vaud¹ réalisée par AGRIDEA, on sait que la production de viande dans le canton n'est qu'un sous produit de la production laitière et n'a pas réellement de rôle stratégique au niveau de l'agriculture cantonale. La plupart de la production carnée est produite sous le standard AQ Viande Suisse. En général, la production de viande apporte un revenu annexe à la production laitière. 10% sont produits sous le label Terra Suisse et la part de la production bio se situe en dessous des 5%. 10 % de la production bovine est produite sous le label Natura-Beef, avec un droit d'exclusivité à COOP.

Les Saveurs du Jura Vaudois est une marque régionale. Les exigences sont liées à l'altitude : production au dessus de 900 mètres et la provenance du produit doit venir de la zone du Jura vaudois (mais la zone spécifique n'est pas délimitée dans le cahier des charges). En ce qui concerne les autres exigences, les productions de masse standardisées ne sont pas retenues et la priorité est donnée aux productions artisanales, qui comprennent des savoir faire particuliers liés à l'humain. Les modes de production agricoles exigés sont ceux fixés par la politique agricole. Selon les données fournies par Pro terroir, la marque Saveurs du Jura vaudois comprenait 50 producteurs en 2000. De manière informelle, le principe avait été fixé de payer les producteurs un franc de plus le kilo de viande. Peu d'intermédiaires semblent avoir joué le jeu, d'autant qu'il n'y a pas de système de vérification mis en place à l'heure actuelle. Les Saveurs du Jura vaudois fusionnent actuellement avec les Produits du Terroir Vaudois. Seul persiste sur le logo le chalet d'alpage avec le mur en pierre, caractéristique du Jura vaudois.

1.2 Priorités du Parc Jura vaudois relatives à la mise en place du label produit

Dans le cadre de sa stratégie « tourisme » 2013-2022, le parc s'est fixé les objectifs suivants : « *Promouvoir l'agriculture locale :*

- *Favoriser et promouvoir les produits alimentaires, issus d'un mode de production durable,*
- *Développer et promouvoir les produits agro-touristiques, notamment forfaitaires, intégrant et valorisant les produits alimentaires labellisés par le Parc Jura vaudois,*
- *Collaborer à la promotion des produits du terroir en collaboration avec les Saveurs du Jura vaudois et les Produits du Terroir Vaudois,*
- *Favoriser la création de fromageries de démonstration afin de mieux faire connaître la fabrication des fromages issus d'un mode de production durable et d'en augmenter les ventes. »*

De manière plus spécifique au développement du label produit Parc Jura vaudois, nous retenons les éléments suivants comme des priorités du Parc Jura vaudois, à prendre en compte dans l'élaboration des exigences générales du Parc ainsi que dans l'élaboration des exigences spécifiques aux gammes de produits:

- Volonté de mettre en avant les alpages du parc,
- Volonté d'assurer une promotion des produits du parc en associant les produits à des activités déjà existantes,
- Valoriser les savoirs faire,

¹ Révion et al. (2011), *Valorisation des produits des filières agricoles vaudoises. Rapport final.* 220p.

- Travailler avec les magasins de proximité ainsi qu'avec une partie de la grande distribution.

Par ailleurs, les exigences nationales pour les produits alimentaires bénéficiant du Label produit stipulent qu'« une équivalence est établie avec les directives concernant les marques régionales en vigueur, reconnues par l'Office fédéral de l'agriculture. La région déterminante pour le label Produit est le territoire du parc. Cette équivalence permet de trouver des synergies avec les marques régionales, qui existent souvent dans les régions où sont créés des parcs d'importance nationale »².

Pour rappel, les valeurs du Label Produit sont les suivantes : « Les biens sont produits pour l'essentiel dans le territoire du parc. Les matières premières principales sont en principe locales. Les biens sont produits dans le respect de l'environnement et de la solidarité sociale, et contribuent à renforcer l'économie régionale. Le Label produit encourage la valorisation des savoirs faire traditionnels locaux, tout en favorisant l'innovation. »³

1.3 Objectifs

L'objectif de la présente étude est de dresser un état des lieux de la filière viande dans le périmètre du Parc Jura vaudois. Elle identifie des produits carnés labellissables et propose une stratégie pour leur commercialisation. Enfin, cette étude propose un certain nombre d'exigences spécifiques au PJV pour les différentes gammes de produits carnés ainsi que des recommandations pour les exigences générales pour le label Parc Jura vaudois. De fait, ces éléments propres à la filière viande donnent une base pour élaborer une stratégie pour l'application du label produits du Parc.

1.4 Méthodologie

Cette étude s'est faite à travers des entretiens semi directifs avec différents acteurs de la filière viande sur la zone du parc (producteurs, bouchers, abattoirs) ainsi qu'avec des experts (marque de produits régionaux, production ovine).

Les personnes rencontrées sont listées dans le tableau ci-après.

Tableau 1. Liste des personnes rencontrées

M. Ledermann	Boucher à Bière
M. Prélaz	Producteur à Givrins, Alpage la Baronne
M. Meylan	Producteur au Lieu, Alpage les Plainoz
M. Rochat	Boucher au Brassus,
M. Golay	Gérant de l'abattoir de l'Abbaye et boucher à façon
M. Mignot	Fromager à St Geroges, alpage de la Bassine
M. Berney	Producteur, amodiataire de l'alpage des Grands Plats de Bise
M. Müller	Producteur (éleveur de brebis) à Bière
Mme. Gabriel	Pro Terroir, produits du Terroir Vaudois, Halle Romande
Mme. Dizerens	Pro Terroir, produits du Terroir Vaudois, Halle Romande

Ces entretiens permettent d'établir des ordres de grandeur et de construire la «carte» de la filière. Elle offre une vision de la filière, qui une fois validée par les professionnels, sera susceptible de porter l'analyse stratégique. Elle précise :

1. les différentes fonctions dans le sous secteur;
2. les différents acteurs;
3. le marché final; et
4. les circuits de produits.

² OFEV (2009), *Parcs d'importance nationale : label Produit. Directives sur les conditions d'attribution et d'utilisation du label produit*, p. 13

³ *Ibid.*

Cette analyse de filière s'inscrit dans une démarche participative. Il s'agira dans un deuxième temps de restituer les conclusions auprès des personnes rencontrées et des professionnels concernés en leur permettant d'apporter des rectifications et de faire des propositions dans le but de parvenir à un accord sur les exigences spécifiques aux différentes gammes de produits carnés.

2 Analyse de la filière viande sur le territoire du Parc Jura vaudois

La filière viande sur la zone du Parc Jura vaudois est constituée principalement du secteur bovin et du secteur porcin, comme le montre le tableau ci-après.

Tableau 2. Statistiques relatives aux productions animales sur la zone du Parc Jura vaudois

	Exploitations	Expl. avec Bovins	Cheptel - Bovins	Expl. avec Moutons	Cheptel - Moutons	Expl. avec Chèvres	Cheptel - Chèvres	Expl. avec Porcs	Cheptel - Porcs	Expl. avec Volailles	Cheptel - Volailles	
conventionnel	Aubonne	24	9	319	0	0	166	2	10	4	44	
	Ballens	13	8	410	0	0	2	0	0	2	29	
	Berolle	9	9	675	0	0	0	0	0	1	13	
	Bière	19	16	1307	1	2	0	0	0	4	90	
	Gimel	15	12	795	1	14	1	1	2	1160	3	124
	Longirod	11	10	773	2	104	0	0	0	0	1	5
	Marchissy	10	8	490	0	0	0	0	0	0	5	4376
	Saint-George	6	4	284	3	627	0	0	1	302	1	19
	Saint-Livres	16	9	469	3	685	0	0	1	2	7	103
	L'Isle	17	14	933	1	28	1	3	1	179	2	21
	Moiry	7	7	289	0	0	0	0	0	0	3	5752
	Mont-la-Ville	9	8	402	0	0	0	0	0	0	0	0
	Montricher	20	14	1004	2	59	3	4	4	994	3	201
	Arzier	7	7	350	1	20	1	8	0	0	0	0
	Bassins	13	10	763	2	73	2	36	3	17	5	49
	Genolier	5	4	368	1	21	2	4	1	47	3	28
	Gingins	11	8	375	0	0	1	5	0	0	1	84
	Givrins	8	4	394	0	0	0	0	0	0	1	30
	Saint-Cergue	1	0	0	1	4	1	10	0	0	0	0
	Trélex	11	8	500	1	3	2	19	2	2	3	76
	Le Vaud	8	5	318	1	9	0	0	0	0	3	65
	Juriens	6	5	280	0	0	0	0	0	0	1	20
	La Praz	5	5	289	0	0	1	7	0	0	1	45
	Premier	5	5	474	0	0	0	0	0	0	1	12
	Romainmôtier-Envy	3	3	101	0	0	1	3	0	0	0	0
	Vaulion	9	7	415	1	15	1	5	1	10	1	57
	L'Abbaye	7	7	427	1	2	1	4	0	0	1	12
Le Chenit	24	22	1741	1	3	2	16	0	0	3	51	
Le Lieu	13	11	560	0	0	0	0	4	779	2	540	
TOTAL PJV	312	239	15505	23	1669	22	293	22	3502	62	11846	
Dont bio	Aubonne	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Ballens	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Longirod	2	1	19	0	0	0	0	0	1	119	
	Mont-la-Ville	1	1	84	0	0	0	0	0	1	2000	
	Montricher	1	1	43	0	0	0	0	0	1	19	
	Le Vaud	1	1	19	0	0	0	0	0	0	0	
	Juriens	2	2	103	1	5	1	73	0	0	0	
	Romainmôtier-Envy	1	1	128	0	0	0	0	0	0	0	
	Vaulion	2	0	0	2	189	1	2	1	4	1	18
	L'Abbaye	1	1	87	1	17	1	12	0	0	1	34
	Le Lieu	1	1	52	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL bio PJV	14	9	535	4	211	3	87	1	4	5	2190	

Source : Office Fédéral de la Statistique, recensement des exploitations 2011

Viennent ensuite la production de volaille de chair et la production ovine. Les producteurs pratiquent dans une large mesure la polyculture élevage au pied du Jura (le plus souvent une production animale et des grandes cultures) et l'élevage uniquement dans la Vallée de Joux. Dans le cas des porcs et pour une partie de la viande bovine, la production de viande est une activité attenante à la production laitière (ce qui permet une valorisation du petit lait dans un cas par les porcs et une valorisation des bêtes de réforme et des génisses dans l'autre).

L'abattage de la viande se fait pour partie sur la zone du Parc Jura vaudois dans des abattoirs coopératifs (Montricher, l'Abbaye) ou privés (Bière) (appartenant à un boucher). L'autre partie de l'abattage se fait en majorité à l'abattoir de Rolle et pour le reste chez Bell SA division Romandie à Cheseaux sur Lausanne et à l'abattoir privé d'Orbe. La fermeture de l'abattoir de Rolle est prévue pour 2017. Des réflexions pour un nouveau site sont en cours, dans le cas d'un abandon, cela obligera les autres abattoirs à absorber des volumes supplémentaires. La question des structures d'abattage est cruciale pour le maintien d'une filière viande active sur la zone du Parc Jura vaudois.

En ce qui concerne la transformation de la viande, on trouve schématiquement deux procédés, la viande étant dans tous les cas transformée par des bouchers (ayant leur propre magasin ou pas). Pour la plus grande part, la bête est achetée par le boucher qui la transforme dans son atelier pour revendre les morceaux et autres produits transformés (charcuteries) dans son magasin et au-delà. Dans le second cas, qui constitue une part non négligeable et croissante des volumes, la bête est achetée directement par le consommateur final, qui paye en plus du producteur le boucher pour la découpe à façon de la viande. Les bouchers sont donc de plus en plus contraints, en raison d'une hausse de la vente directe, de vendre leur prestation uniquement plutôt que les produits transformés. A titre d'exemple, cette transformation à façon peut concerner jusqu'à 10% des bêtes transformées par un boucher.

En ce qui concerne la distribution, on peut identifier trois canaux de commercialisation pour la viande produite et transformée sur la zone du Parc Jura vaudois :

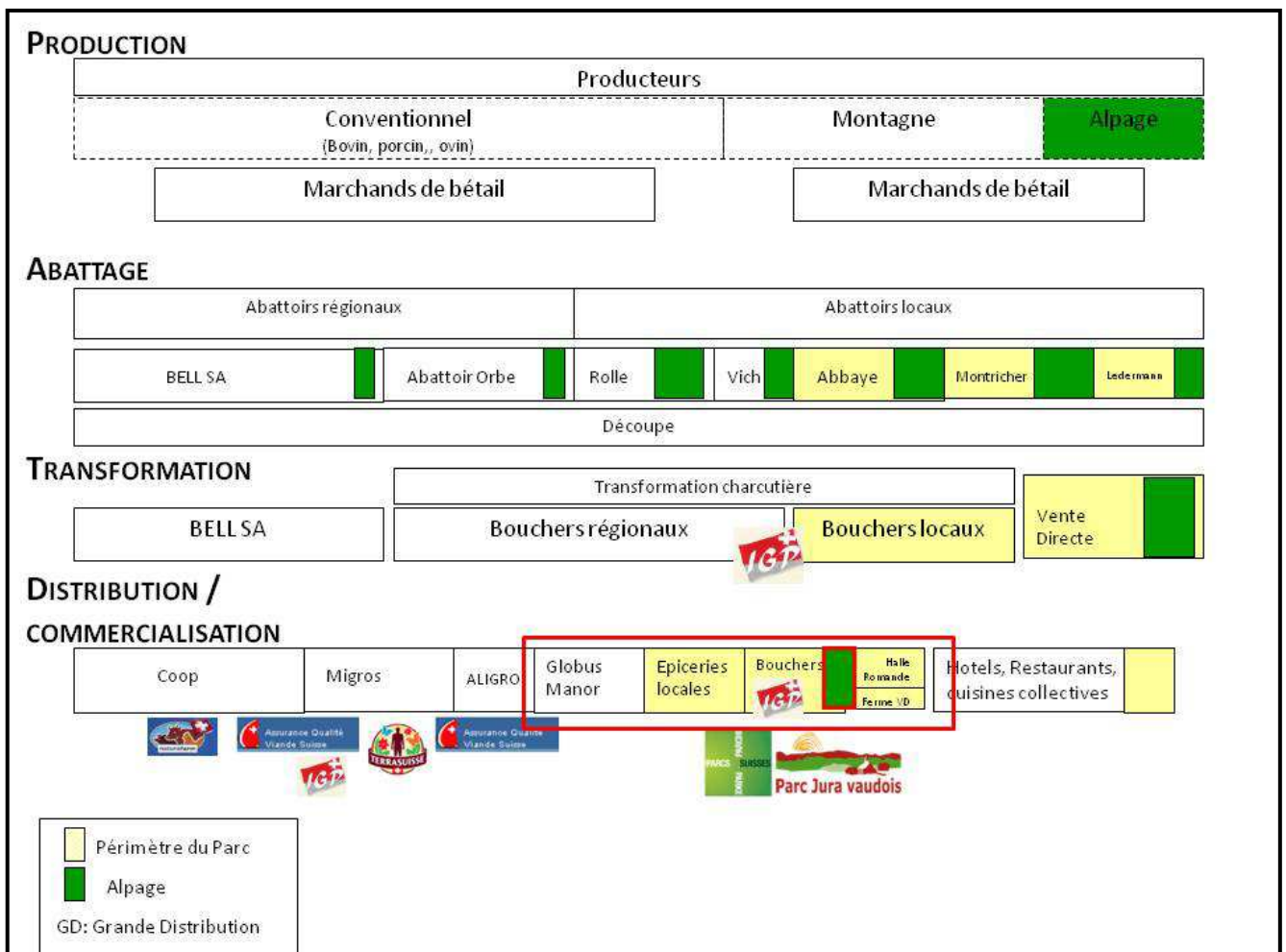
- Tout d'abord, la vente directe, soit d'achats de produits transformés (type saucisse, saucisson, salami), soit de viande fraîche (qui inclut la découpe à façon) ;
- Ensuite, la distribution locale : certains bouchers sis sur la zone du Parc Jura vaudois ont un important réseau de commercialisation constitué de commerces de proximité et de magasins ou épiceries locales ;
- Enfin, pour les bouchers de taille importante, la commercialisation de leurs produits se fait auprès de la grande distribution mais en partie seulement : les enseignes citées sont MANOR, GLOBUS, et ALIGRO. Cette distribution reste locale et décrit plusieurs cercles concentriques : d'abord Lausanne et sa région, puis Genève et la côte et enfin l'ensemble du bassin lémanique.

Un autre type de commercialisation concerne la restauration, tant privée que pour les collectivités publiques. Une partie de ce segment de marché est couverte par les bouchers, qui approvisionnent certaines écoles et certains EMS.

Il faut encore noter que les circuits de commercialisation ne suivent pas les mêmes trajectoires suivant que la transformation a lieu sur la partie Pied du Jura du Parc Jura vaudois ou à la Vallée de Joux. En effet, les produits transformés à la Vallée de Joux trouvent en majorité leur bassin de consommation sur place tandis que la commercialisation des produits issus du Pied du Jura « s'exporte » naturellement vers Lausanne et le bassin lémanique.

La carte ci-dessous donne un aperçu de la filière viande, avec ces différents acteurs et circuits de produits issus de la zone du Parc Jura vaudois.

Figure 1. Carte du secteur viande (fraîche et charcuterie) dans le Parc Jura vaudois en 2012



2.1 La filière porcine

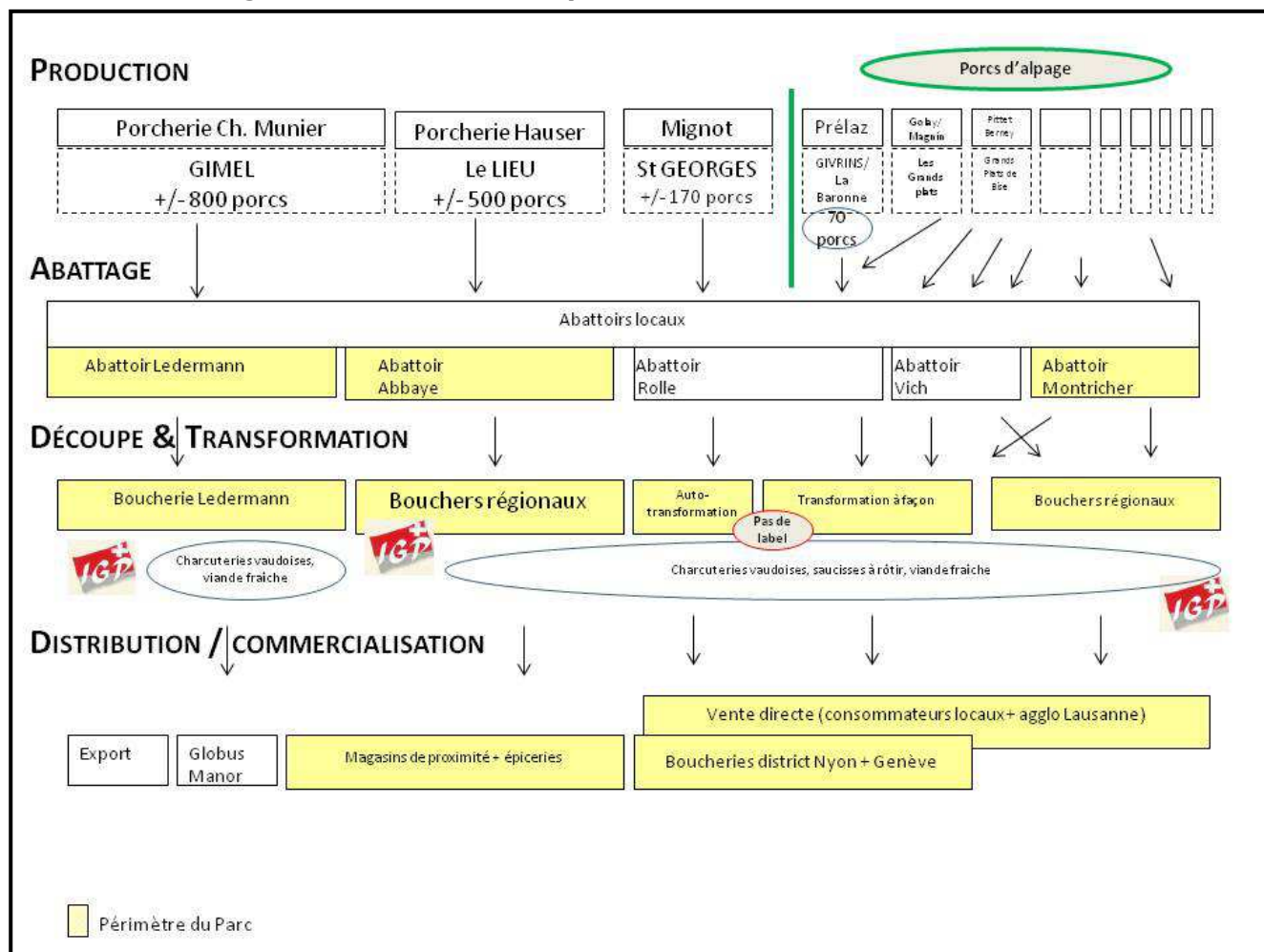
La production porcine constitue historiquement un sous produit de la filière fromagère par la valorisation du petit lait qu'elle permet. Actuellement, d'autres procédés de valorisation du petit lait ont été développés, ce qui la rend moins nécessaire. C'est une production en évolution constante. Les « Saucisse au Choux Vaudoise IGP » et « Saucisson Vaudois IGP » permettent une bonne valorisation des porcs mais la provenance des porcs, du canton de Vaud et plus spécifiquement de la zone du parc pourrait davantage être mise en avant. En effet, l'IGP profite pour l'instant principalement aux gros transformateurs situés en dehors de la zone du parc puisque les porcs peuvent être engraisés et abattus dans l'ensemble de la Suisse. La plus value créée par l'IGP n'est donc pour l'instant pas transmise aux producteurs de porcs vaudois. A noter, différents producteurs et bouchers produisent des charcuteries vaudoises sans utiliser le label. Ceci ne correspond pas à une intention de fraude mais l'utilisation du label IGP ne semble pas offrir de garantie supplémentaire aux consommateurs locaux ou à ceux qui s'approvisionnent en vente directe. Le coût de l'achat des plombs verts qui sont la marque de garantie de ces charcuteries vaudoises est par ailleurs présenté comme un frein à leur utilisation.

En ce qui concerne les conditions de détention et d'engraissement des porcs, leur alimentation est en général composée pour moitié de petit lait et pour moitié d'aliments composés. Lorsqu'il s'agit de producteurs et non de porcherie liées à des fromageries, les exploitations sont en général mixtes, production animale et grandes cultures. Les producteurs mettent leurs céréales en compte dans des moulins pour aliments pour animaux (Protector, Mélior) et ne sont donc actuellement pas en mesure de tracer la provenance des aliments donnés aux porcs (provenance de la zone du Parc Jura vaudois).

Plusieurs producteurs (les plus petits) engraisent les porcs sur l'alpage tout l'été. Ils sont détenus en mi-extérieur mi-intérieur et évoluent dans des enclos dont le sol est cimenté. La garde des porcs sur des surfaces en terre ferme a été évoquée de manière assez négative pour plusieurs raisons : le sol est fortement abîmé après un été labouré par les porcs ; le transport des porcs est plus difficile car ils sont sauvages. Par ailleurs, lorsque les porcs évoluent en extérieur, la qualité de la viande a été relevée comme étant différente (plus rouge). Cette différence ne signifie pas une qualité meilleure ou moindre. Il s'agit seulement d'une variation par rapport aux habitudes des consommateurs.

La carte de la filière porc ci-dessous donne un bon aperçu des structures de production et de transformation sur la zone du Parc Jura vaudois. Elle identifie clairement la filière des porcs d'alpage comme un circuit dont la commercialisation perd la spécificité « alpage » au cours des étapes de fabrication.

Figure 2. Carte de la filière porc sur la zone du Parc Jura Vaudois



2.2 La filière bovine

Sur la zone du parc, la production animale dominante est la production laitière. La filière de la viande bovine est en grande partie constituée par des animaux qui sont des sous produits de la production laitière. La partie restante correspond à des activités d'engraissement ou d'élevage allaitant. Il y a peu de races à viande élevées sur la zone du parc. On mentionne la blonde d'Aquitaine, l'Angus et la Parthenaise. Ceci étant dit, il semble que les éleveurs de bovins pour la viande soient en général autonomes pour l'affouragement de leur bétail, nourri en majorité à base d'herbages. Les acteurs intermédiaires de la filière viande bovine sont identiques à ceux décrits pour le secteur viande dans son ensemble.

2.3 La filière ovine

La filière ovine est peu développée sur la zone du parc, notamment en raison d'une interdiction de mettre des moutons sur les alpages figurant dans la majorité des contrats d'alpage. Ceci est dû à des cas passés de mauvaise gestion de la pâture et de dégradation des sols. Sur la zone du Parc Jura vaudois comme ailleurs dans le canton de Vaud et en Suisse, la production ovine se caractérise par une très grande variabilité des systèmes de production utilisés et des buts poursuivis par les exploitants. Ainsi se côtoient au sein des producteurs de viande ovine :

- Des exploitants agricoles à plein temps dont la production ovine est soit la branche de production principale de l'exploitation, soit une branche annexe.
- Des exploitants agricoles chez qui la production ovine est exercée en marge d'une activité professionnelle hors du cadre agricole ;
- Ou encore des personnes pour qui la production de viande n'est pas le principal objectif recherché (activité d'élevage ou exercée à titre de hobby).

La commercialisation de la viande ovine se fait beaucoup en vente directe, soit sur l'exploitation soit à travers des réseaux informels (connaissances, famille, amis). Pour les exploitants qui estivent leur troupeau, l'estivage se fait pour plusieurs d'entre eux dans les Préalpes vaudoises. Par ailleurs, il faut noter que les programmes de valorisation des agneaux d'alpage qui existent à l'heure actuelle, tel celui développé par MIGROS (<http://www.alplamm.ch/fr/>), ne permettent qu'à des producteurs avec un cheptel conséquent d'y participer. En effet, MIGROS exige, en contrepartie d'une prime de base payée un producteur, de recevoir une quantité minimale d'agneaux pour garantir une certaine planification de l'approvisionnement.

2.4 La filière volailles de chair

Les consommateurs suisses consomment aujourd'hui autant de volailles que de viande de bœuf. La production de volailles sur la zone du Parc Jura vaudois est bien présente, tels que le montrent les chiffres du tableau 2. Cependant, il semble que seule une faible part de la production soit différenciée. Quelques producteurs produisent des poulets fermiers, dont la commercialisation est faite soit par la vente directe soit à travers le magasin de produits de terroir « La Halle Romande ».

La filière des volailles de chair est celle qui a été le moins investiguée. Si un intérêt existe suite à la lecture de ce rapport, cette analyse peut être complétée.

Finalement, nous mentionnons qu'il existe une ferme piscicole en agriculture biologique à Bière, pourquoi ne pas créer une gamme de produits « poisson » ?

2.5 Les spécificités de la filière alpage

2.5.1 Cadre légal pour la viande d'alpage

Dans son article 5 sur les aliments pour animaux, l'Ordonnance sur les dénominations « montagne » et « alpage », ODMA, stipule que « la dénomination « alpage » ne peut être utilisée pour les produits d'origine animale, que lorsque les exigences relatives aux aliments pour animaux visés à l'art. 17 de l'Ordonnance sur les contributions d'estivage sont remplies ». Autrement dit, un apport en aliments pour animaux n'est autorisé – dans le cas des veaux pour la boucherie – qu'en cas de situations météorologiques exceptionnelles. Par ailleurs, l'article 6 consacré à la garde des animaux de boucherie précise que « la dénomination « alpage » ne peut être utilisée pour la viande, les produits à base de viande et les préparations de viande que lorsque les animaux ont été estivés pendant une période conforme aux usages de la région, dans l'année civile

de leur abattage». Enfin, l'article 8 de l'ODMA sur le lieu de production indique que l'abattage et la découpe peuvent avoir lieu en dehors de la région d'estivage.

La certification pour les produits agricoles et les denrées alimentaires qui en sont issues est obligatoire lorsqu'ils portent la dénomination « alpage », sauf dans le cas de la vente directe sur l'exploitation.

La certification alpage comprend la certification de l'exploitation et celle de l'entreprise de transformation et/ou de revente : Pour l'exploitation, la certification a lieu tous les 4 ans et coûte 800 francs. Les points de contrôle concernent la provenance de l'alimentation (dont 70% doit provenir de l'exploitation), la zone agricole et l'identification des animaux (marque à l'oreille ou autre). La certification du transformateur ou du revendeur a lieu tous les 2 ans et coûte 600 francs. Les points de contrôle concernent la provenance de la viande (les fournisseurs doivent avoir le certificat alpage), la traçabilité avec un circuit différencié (à travers une séparation stricte des produits si le même fournisseur vend le viande certifiée et de la viande standard). La séparation des flux doit être garantie, avec un système d'emballage approprié ou de marquage de la viande.

2.5.2 Etat des lieux du marché de la viande d'alpage

Le label « alpage » constitue un mode de différenciation parmi d'autres pour la viande. Cette différenciation a des répercussions en termes de prix et les modalités de fixation du prix diffèrent suivant les systèmes (standards ou différenciés). En Suisse, le prix de la viande est fixé par PROVIANDE (pour le gros bétail et les veaux) selon CH TAX, le barème suisse d'évaluation des carcasses et du bétail sur pied. Les prix indiqués sont fixés de manière hebdomadaire tous les mardis et fluctuent selon la loi de l'offre et de la demande.

Pour les labels pour les produits carnés, il existe différentes modalités de système de fixation des prix. Pour Natura Beef, le prix de la viande fluctue mais un prix minimum est fixé avec la Coop et un système de primes à posteriori peut s'appliquer. En ce qui concerne le Natura Beef bio, il existe un système de majoration de 60 francs par animal. Pour la viande de la marque « viande d'Hérens », une prime de 1 franc par kilo est donnée en supplément de la notation CH-Tax. En ce qui concerne la viande d'alpage, il existe des systèmes similaires, notamment dans le cas du projet « agneaux d'alpage ». La Fédération suisse d'élevage ovin, Micarna, Migros et l'Union suisse des paysans ont mis en place un système de labellisation « alpage » pour de la viande d'agneau. Un supplément de prix de 20 franc par bête est appliqué.

Dans le secteur des produits carnés, la place des intermédiaires est prépondérante. L'abattage et la découpe constituent une étape qui donne une valeur importante à la viande commercialisée et les abattoirs et les transformateurs veulent se rémunérer en fonction. Il est dès lors encore plus difficile de négocier un prix supplémentaire pour le producteur.

3 Analyse SEPO d'un label parc pour les produits carnés

L'analyse SEPO est un instrument stratégique de planification utilisé pour évaluer les Succès, les Echecs, les Potentiels et les Obstacles dans la conduite d'un projet. Cela permet d'identifier les facteurs, internes comme externes, essentiels à la réalisation des objectifs fixés. Elle utilise également une matrice à deux axes : Positif – Négatif et Passé – Futur.

Eléments	Passé	Futur
Positif	Succès/ Forces	Potentialités
Négatif	Echecs/ Faiblesses	Obstacles

La méthode consiste à faire une analyse du passé (regard rétrospectif) et du futur (regard prospectif). Sur base des conclusions de l'analyse, des stratégies peuvent être définies.

Tableau 3. Analyse SEPO par gamme de produit

	Succès	Echecs	Potentiels	Obstacles
Général viande	<p>Les attentes des consommateurs pour les produits issus des alpages sont positives et concernent principalement le caractère manuel de la transformation des produits et mettent en avant les herbages comme donnant une part importante de sa valeur au produit final.</p> <p>Existence de canaux de vente développés dans les magasins de proximité.</p> <p>Possibilité de commercialisation avec la Halle Romande.</p> <p>Forte association du produit à la zone de production.</p> <p>L'abattage dans des abattoirs locaux permet de garantir une maturation de 2 à 3 semaines et un soin de qualité apporté aux carcasses, ce qui contribue grandement à la qualité de la viande et n'est pas possible dans de grands abattoirs.</p>	<p>Les producteurs méconnaissent le parc et font preuve d'une certaine méfiance.</p> <p>Nombreux contrôles déjà existants (IP Suisse, IGP, PER) : coûteux en temps et en argent. La coordination des contrôles ne semble pas cohérente dans la mesure où des points de contrôle similaires sont contrôlés plusieurs fois par des contrôleurs différents.</p> <p>La labellisation à travers les Produits du Terroir Vaudois a eu peu d'effet jusqu'à présent en ce qui concerne la filière viande : peu de visibilité et pas d'effet réel sur les prix payés aux producteurs de viande.</p> <p>En dehors de la zone du parc, on peut se demander s'il existe réellement une réputation des produits liés à la zone de production : Parc Jura vaudois.</p> <p>La vente de viande fraîche est peu développée à la Halle Romande pour l'instant.</p>	<p>Les producteurs rencontrés sont favorables à un label avec un objectif triple : communiquer sur la production de montagne, protéger le mode de faire, avoir une structure neutre qui chapeaute pour éviter les jalousies.</p> <p>Il existe un équilibre à trouver entre des motivations ambivalentes : d'un côté favoriser les « petits » produits », de l'autre, développer de nouvelles parts de marché pour écouler des volumes.</p> <p>Les intermédiaires apparaissent comme des acteurs cruciaux. Il est indispensable de les inclure dans la discussion.</p>	<p>Des contrôles supplémentaires inhérents à la mise en œuvre du label Parc sont perçus comme des charges administratives et financières supplémentaires.</p> <p>Plusieurs labels pourraient se retrouver sur un même produit : IGP, Produits du Terroir Vaudois, Parc Jura vaudois.</p> <p>Il existe différents types d'attentes par rapport au développement d'un label (produit de niche-produit de masse).</p>
Gamme « Viande bovine »	<p>Salamis de bœuf commercialisé par la Halle Romande.</p>	<p>Aucun canal de commercialisation différencié n'existe pour la viande fraîche produite sur la zone du parc.</p> <p>Existence de labels privés aux portes du Parc Jura Vaudois : LoBao.</p> <p>La viande d'alpage n'a pas une qualité de carcasse suffisante si elle n'est pas finie en plaine, à l'aide de concentrés. Ceci devrait être communiqué aux consommateurs mais ne correspond pas aux attentes.</p>	<p>Le veau d'alpage constitue une spécificité qu'il est possible de valoriser.</p> <p>Un label Parc Jura vaudois permettrait de renforcer une filière charcuterie de bœuf et/ou de bœuf en croissance.</p>	<p>Il y a peu de races à viande sur la zone du parc.</p> <p>Le potentiel en volumes est faible.</p>

Gamme « Viande porcine »	<p>Tradition du porc d'alpage</p> <p>Tradition de la charcuterie</p> <p>Importante filière charcuterie, avec ou sans le label IGP.</p>	<p>Le prix des porcs d'alpage est actuellement bas car il y a beaucoup d'offre en simultané à la fin de la saison d'alpage.</p>	<p>Fort potentiel en volumes.</p> <p>Spécificité du porc d'alpage qu'il est possible de valoriser.</p> <p>Il existe un fort lien avec la mise en valeur des alpages au sein du parc.</p>	<p>Certains locaux de découpe de la viande utilisés ne sont apparemment pas aux normes et il existe une réticence de la part de certains producteurs de devoir se mettre aux normes s'ils entrent dans une démarche autour d'un label Parc.</p> <p>Pour valoriser le porc d'alpage, il faudrait mettre en place une double certification : alpage + label parc.</p> <p>La question est de savoir si la majorité des producteurs remplissent effectivement les exigences relatives à l'octroi des contributions d'estivage (Alinéa 3, Art. 17, OCEST).</p>
Gamme « Viande ovine »		Filière confidentielle.	Réintroduire les moutons dans les alpages du Parc Jura vaudois.	Estivage des moutons en dehors de la zone du Parc Jura vaudois.
Gamme « Volailles de chair »	<p>Existence de production de volailles fermières.</p> <p>Volailles fermières en vente directe ou à la Halle Romand.e</p>	Production standard en majorité.	Renforcer les circuits de commercialisation existants.	Le lien entre la production de volailles de chair et les attributs du Parc Jura vaudois n'est pas évident.

Globalement, la création d'un label par pour une gamme de produit viande doit s'ancrer dans une offre plus large pour constituer l'équivalent d'un « panier de biens » du Parc Jura vaudois. Il est important que l'ensemble des produits labellisés parc qui constituent ce « panier de biens » se renvoient les uns aux autres, avec une origine territoriale commune et une image de qualité cohérente. Ils devraient être peu substituables aux produits génériques. Par ailleurs, la promotion de ces produits et leur commercialisation devrait d'abord se faire sur place. Ceci pourra être facilité en incluant les produits alimentaires labellisés dans tous les autres « produits » du panier : tourisme, gastronomie, résidences secondaires qui facilitent l'accès des usagers à ces produits labellisés.

Pour nous, le label Parc Jura vaudois rentre complètement dans cette approche du « panier de bien », développée par Bernard Pecqueur. En effet, « *les consommateurs du panier de bien ont souvent pour caractéristique commune de privilégier le territoire (la zone du Parc Jura vaudois) comme vecteur d'achat conjoint de produits et de services, avec un lien de proximité et de confiance considéré comme spécifique à ce territoire. (...) La préférence exprimée pour les produits et services locaux n'est en définitive qu'une préférence indirecte pour le territoire lui-même, sa réputation, ses traditions, ce qui explique que la demande soit peu élastique par rapport au prix (le prix a peu d'importance). Pour la même raison, le marché privilégié est de type shopping : le consommateur compose lui-même son panier de biens dans une relation d'appropriation du territoire, liée tout d'abord au choix de la destination et du site, puis à la durée et à la qualité du séjour.* »⁴

Il faut donc retenir que ce sont les biens publics locaux (paysages, biodiversité, architecture, histoire, culture et traditions) qui contribuent à mettre en valeur les produits. Par conséquent, il est indispensable de fortement associer la commercialisation des produits portant le label Parc Jura vaudois aux autres activités et prestations développées dans le cadre du parc Jura vaudois.

⁴ Maud Hirczak et al. (2008), Le modèle du panier de biens. Grille d'analyse et observations de terrain. Varia, n°308, pp 55-70.

4 Propositions d'exigences spécifiques pour les produits carnés

Nous proposons un certain nombre d'exigences relatives à la gamme de produit viande bovine et à la gamme de produit viande porcine. Nous rappelons en préambule l'importance de l'association des acteurs de la filière à la définition de ces exigences.

4.1 Processus de définition des exigences spécifiques

Le développement des gammes de produit doit fortement associer les professionnels de la filière, même si ce processus peut prendre du temps et ne permettra la mise en place effective du label parc que dans plusieurs mois, voire plusieurs années. Les démarches collectives autour des labels alimentaires, tout comme autour des zones protégées sont des processus à long terme. La spécificité et la réputation d'un produit appartient d'abord aux professionnels des filières (producteurs, transformateurs et distributeurs). Une approche collective est nécessaire pour engager un cercle vertueux qui permettra à la fois de promouvoir mais aussi de préserver les produits du parc. Le potentiel de création de valeur dépend de la volonté, de la motivation et des capacités des acteurs de la filière à coordonner leur action et à promouvoir leur produit collectivement. Ce processus de consultation et de collaboration avec les acteurs économiques dans la constitution et le montage des exigences spécifiques par gamme de produit est crucial. Sans cette étape, le risque est grand de développer un label Parc qui reste une coquille vide.

Par ailleurs, les lignes directrices nationales fixent la procédure suivante pour la définition des exigences « parc » :

« Lorsqu'il n'existe pas encore d'exigences « parc » pour la gamme de biens ou de services concernée, l'organe responsable du parc invite les prestataires et partenaires ou branches intéressés par la labellisation à collaborer pour la rédaction des exigences « parc ». Ensemble, ils passent en revue les objectifs de la charte du parc, afin de déterminer dans quelles mesures les biens ou services peuvent contribuer à leur réalisation. A partir de ce travail, l'organe responsable du parc formule des exigences « parc » qui doivent contribuer à la réalisation des objectifs de la charte du parc. »⁵

4.2 Exigences spécifiques viande bovine et viande porcine

Nous développons ici des propositions d'exigences pour les gammes viande bovine et viande porcine. Chacune de ces propositions d'exigence est à discuter. Elles ne constituent pas des conclusions finales ni des positions arrêtées.

Ces exigences devraient, dans un deuxième temps, être passées au crible de la durabilité. En effet, la durabilité des modes de production est un aspect primordial pour le Parc Jura vaudois. Chaque exigence doit être examinée à l'aune de son respect des critères de la durabilité : économique, social et environnemental. L'aspect est pour l'instant fortement mis sur l'aspect environnemental et économique. L'aspect social peut encore être approfondi, notamment en ce qui concerne la question du retour de la valeur ajoutée issue de la vente sous label au producteur. Dans tous les cas, un des défis pour les acteurs de la filière consistera à fixer les modalités de rétribution du producteur et de l'abatteur par rapport au prix de vente.

⁵ OFEV (2009), *Parcs d'importance nationale : label Produit. Directives sur les conditions d'attribution et d'utilisation du label produit*, p. 21.

Tableau 4. Exigences spécifiques viande bovine

Critère	Opportunité	Menace
Affouragement		
Région de plaine : Au moins 90% de fourrage grossier dont 80% à base d'herbe (fraîche, ensilée, séchée) Région de montagne : au moins 90% de fourrage à base d'herbe	90% : mieux valoriser les herbages. Les producteurs pourront bénéficier des paiements directs « production de lait et de viande basée sur les herbages ».	Tous les producteurs ne pourront pas participer.
Distribution d'urée et de produits à base d'urée interdite		
Type d'exploitation et détention des animaux		
SRPA : programme de Sorties Régulières en Plein Air		
Pâturage quotidienne pendant la période de végétation		
L'exploitation doit être située en dessus de 900mètres d'altitude	Reprend une exigence des Saveurs du jura vaudois	Ne semble pas réaliste au vu des personnes et exploitations rencontrées.
Les étapes de la transformation		
Abattage et conditionnement dans le périmètre du Parc, étendu aux abattoirs de Rolle et Vich, pour autant que 75% de la valeur ajoutée du produit final soit créée dans le périmètre du Parc.		Disparition de l'abattoir de Rolle en 2017 et remplacement en question.
Pour les produits transformés, la transformation doit être réalisée dans le périmètre du Parc		
Les différentes phases de la transformation ne doivent pas être automatisées et doivent nécessiter un savoir faire particulier	Reprend une exigence des Saveurs du Jura Vaudois	
Origine de la matière première		
Les races	Doit être discuté avec les professionnels de la filière suivant les races les plus présentes sur la zone du parc.	
Les carcasses et maturation	Doit être discuté avec les professionnels de la filière suivant le niveau de qualité qu'ils veulent se fixer. Le savoir faire des abattoirs locaux doit dans tous les cas être valorisé.	

Tableau 5. Exigences spécifiques viande porcine





Critère	Opportunité	Menace
Affouragement		
<ul style="list-style-type: none"> Les porcs ne peuvent être affouragés avec des aliments concentrés qu'en tant que compléments aux sous produits du lait produits sur l'alpage. 	Continuer la valorisation du petit lait.	
Tout apport d'aliments pour animaux doit être consigné dans un journal	A discuter avec les professionnels de la filière porcine.	
Autre éventuellement : pouvoir garantir l'origine des concentrés donnés aux porcs (provenance parc)	Valorisation de la production céréalière pour affouragement bétail	Difficulté de créer un circuit séparé dans les moulins
Type d'exploitation et détention des animaux		
SRPA : programme de Sorties Régulières en Plein Air		
Exploitation d'alpage	Excellente valorisation des alpages du parc	
L'exploitation doit être située en dessus de 900mètres d'altitude	Reprend une exigence des Saveurs du jura vaudois	Ne semble pas réaliste au vu des personnes et exploitations rencontrées.
Les étapes de la transformation		
Abattage et conditionnement dans le périmètre du Parc, étendu aux abattoirs de Rolle et Vich, pour autant que 75% de la valeur ajoutée du produit final soit créée dans le périmètre du Parc.		Disparition de l'abattoir de Rolle en 2017 et remplacement en question.
Pour les produits transformés, la transformation doit être réalisée dans le périmètre du Parc		
Les différentes phases de la transformation ne doivent pas être automatisées et nécessiter un savoir faire particulier	Reprend une exigence des Saveurs du Jura Vaudois	
Origine de la matière première		
Les races	Doit être discuté avec les professionnels de la filière suivant les races les plus présentes sur la zone du parc.	
Les carcasses et maturation	Doit être discuté avec les professionnels de la filière suivant le niveau de qualité qu'ils veulent se fixer. Le savoir faire des abattoirs locaux doit dans tous les cas être valorisé.	

5 Stratégie de commercialisation pour les produits

Pour l’instant, dans le cadre de la stratégie du parc, la stratégie de commercialisation semble s’appuyer sur trois canaux de commercialisation : la vente directe sur le site des exploitations de plaine, la vente directe sur les alpages en lien avec l’offre d’agritourisme ainsi que la collaboration avec les produits de terroir vaudois. D’autres canaux existent actuellement pour des produits dont la production est effectuée à 100% dans le parc. Il serait pertinent d’en tenir compte. D’autres canaux sont à explorer et peuvent fournir des alternatives intéressantes, garantissant un bon retour de valeur aux producteurs et permettant de toujours allier promotion des produits et offre touristique.

Nous présentons ci-dessous le positionnement marketing du label Parc jura Vaudois qui se dégage à l’issue de cette étude sur la filière viande.

Figure 3. Positionnement de label Parc Jura Vaudois sur le marché.

circuit de vente	LONG intern.	LONG national	LONG national	LONG national	MEDIUM	COURT	COURT	EXTRA-COURT
segment de marché	<i>import export</i>	<i>grande distrib.</i>	<i>Collect.</i>	<i>Horeca</i>	<i>Distrib. spécialisée</i>	<i>collectif vente locale, Horeca</i>	<i>individ. ventes directes</i>	<i>individ. famille élargie et amis</i>
convention. générique								
normalisé								
labels écologiques et éthiques								
bio								
artisanal (dont AOC et IGP)								

Pour débiter avec la commercialisation des produits carnés Parc jura Vaudois, il nous semble sage de s’appuyer sur les canaux existants des bouchers artisans (tel Rochat au Brassus), qui ont un bon accès aux commerces de proximité. Il est important que les produits du Parc aient leur développement autonome et ne commence pas leur développement uniquement en s’associant à la grande distribution. Cette option pourra être examinée dans une deuxième phase de développement.

Au niveau de la promotion, il existe déjà le site internet du grand Genève : « chez mon fermier ». il peut être intéressant de faire le lien avec ce site pour les producteurs du district de Nyon en vente directe. Enfin, la poursuite et le développement de la promotion des produits à travers les autres offres du Parc est à renforcer. A ce stade, nous ne connaissons pas suffisamment les différentes offres du Parc Jura vaudois pour faire des propositions concrètes.

En ce qui concerne le développement de nouveaux circuits de commercialisation, plusieurs pistes sont à explorer :

- Tout d’abord, il a été convenu avec Suzanne Gabriel, des Produits de Terroir Vaudois, de la possibilité de réaliser un test pour la commercialisation de viande à la Halle Romande. Ce test pourrait mettre en avant le label parc ainsi qu’un alpage ou un producteur partenaire. Il devrait permettre de se faire idée des volumes qu’il est possible de distribuer via la Halle Romande et de comprendre les motivations des consommateurs, de manière à mieux cibler la promotion dans un deuxième temps. Une fois ce test réalisé, il sera éventuellement possible de démarcher des distributeurs. Pour l’instant, magasin de produits de terroir la Halle Romande à Lausanne passe par un ou plusieurs in-

termédiaire pour la commercialisation de la viande. La découpe est sous traitée à des bouchers. La vente de viande à la halle Romande est peu développée. Plusieurs producteurs ou bouchers mettent une partie de leur production en dépôt, principalement pour la volaille (poulets fermiers). En ce qui concerne la viande de porc ou de bœuf, le développement d'un rayon boucherie proposant de la viande fraîche n'est pour l'instant pas à l'ordre du jour.

- Une autre piste envisageable, qui reste un circuit court de commercialisation, est celle des paniers hebdomadaires (agriculture contractuelle de proximité) : peut imaginer de mettre des produits carnés dans ces paniers à la fin de la saison d'alpage, par exemple, ou de les proposer via des mailing listes aux adhérents (ou à travers la Halle Romande). AGRIDEA tient la liste des ACP de Suisse romande à disposition et peut mettre le PJV en contact avec ces structures.
- Enfin, tout simplement, le parc pourrait communiquer sur les différents marchés existants ou il sera possible de trouver ces produits. Une telle liste existe déjà dans les documents téléchargeables sur le site du Parc Jura Vaudois.
- La restauration est également un débouché à étudier. Une étude a été réalisée dans le cadre du projet d'Alprodukte sur l'intérêt des restaurants de l'Ouest du Canton de Vaud pour utiliser des produits des alpages du Jura Vaudois⁶.

6 Recommandation

Pour résumé, à l'heure actuelle, deux stratégies possibles se dégagent pour la constitution d'un label produit Parc Jura vaudois pour la viande :

- Il s'agit soit de s'orienter vers une production avec des volumes importants, qui crée de la valeur par la quantité produite ;
- Soit d'une stratégie de différenciation par la qualité, qui permette de dégager un prix supplémentaire pour le producteur.

La prochaine étape devrait consister en la présentation des principaux résultats de ce rapport aux professionnels de la filière. Un atelier participatif devrait réunir les producteurs mais aussi les milieux concernés (Halle Romande, ACP, autres...). Il devrait permettre à chacun de réagir à l'état des lieux qui a été fait sur le secteur viande et ses différentes filières et d'entamer la discussion sur des exigences spécifiques par gamme de produit ainsi que sur les différentes étapes pour la mise en route de la commercialisation des produits portant le label.

D'autres séances à venir seront certainement nécessaires pour trouver un compromis sur les exigences et identifier un noyau dur de personnes réellement intéressées.

Pour faire au mieux le lien avec les Saveurs du Jura Vaudois, il serait bon d'identifier, via Pro Terroir, les producteurs de viande et bouchers membres et de les inviter également à discuter des potentialités et des exigences pour un label parc. Ces membres devraient être invités pour participer aux discussions sur l'élaboration des exigences spécifiques pour les différentes gammes de produits carnés

Finalement, en ce qui concerne la cohabitation entre marques régionales et label Parc, il serait pertinent d'avoir un échange ciblé sur le sujet avec les personnes responsables du label Parc dans le Parc Pays d'En Haut (label parc pays d'En haut et marque Pays d'En haut produits Authentiques).

Au sein du parc, d'autres liens sont à faire avec le projet Verger et le projet Manifestations. De manière générale, le label doit être cohérent avec les autres activités du parc et se baser sur l'existant. Il serait également pertinent de développer la labellisation « produit » de manière cohérente pour une exploitation, en développant une gamme de produits et / ou de services qui permette de communiquer autour de l'idée suivante : « Ici, vous êtes sur une exploitation partenaire du Parc Jura vaudois ».

⁶ AGRIDEA ne dispose pas de cette étude. Il faut contacter Mathilde Hofer [mathilde.hofer@students.unibe.ch].

7 Compte rendu de la séance du 21 mars 2013 « label Parc »

7.1 Atelier viande porcine

7.1.1 Décisions suite aux propositions d'exigence

Critère	Décision
Les porcs ne peuvent être affouragés avec des aliments concentrés qu'en tant que compléments aux sous produits du lait produits sur l'alpage.	Abandon : la filière des porcs d'alpage est trop peu développée pour pouvoir se baser dessus pour le développement du label Parc. La possibilité doit toutefois être laissée de développer une labellisation « alpage »
Tout apport d'aliments pour animaux doit être consigné dans un journal	Préservé (voir nouvelles propositions)
Autre éventuellement : pouvoir garantir l'origine des concentrés donnés aux porcs (provenance parc)	Préservé (voir nouvelles propositions)
SRPA : programme de Sorties Régulières en Plein Air	Abandon : ceci exclurait les trois principales porcheries situées sur la zone du Parc
Exploitation d'alpage	Abandon : la filière des porcs d'alpage est trop peu développée pour pouvoir se baser dessus pour le développement du label Parc. La possibilité doit toutefois être laissée de développer une labellisation « alpage »
L'exploitation doit être située en dessus de 900 mètres d'altitude	Abandon
Abattage et conditionnement dans le périmètre du Parc, étendu aux abattoirs de Rolle et Vich, pour autant que 75% de la valeur ajoutée du produit final soit créée dans le périmètre du Parc.	Préservé (voir nouvelles propositions)
Pour les produits transformés, la transformation doit être réalisée dans le périmètre du Parc	Préservé (voir nouvelles propositions)
Les différentes phases de la transformation ne doivent pas être automatisées et nécessiter un savoir faire particulier	Abandon
Les races	Abandon : pas de race exclusive.

Les carcasses et maturation	Abandon : pas de notation CH-Tax pour les Porcs
-----------------------------	---

7.1.2 Nouvelles propositions d'exigences / projet de cahier des charges

1. Affouragement
 - a. Le petit lait utilisé pour l'affouragement des porcs doit provenir de la zone du Parc.
 - b. Les céréales utilisées pour l'affouragement des porcs doivent provenir à 80% de la zone du Parc.⁷
2. Provenance des porcs
 - a. Les porcs ne peuvent provenir de la zone du Parc car il n'y a pas de naisseur sur la zone.⁸
 - b. Les porcs doivent être affouragés au minimum 100 jours dans la zone du Parc
3. Abattage
 - a. Abattage dans la zone du parc étendu aux abattoirs de Rolle et Vich.
4. Qualité de la viande
 - a. Les porcs doivent faire un poids minimum de 75 kg poids mort.
5. Transformation
 - a. La transformation doit avoir lieu dans des locaux agréés ou reconnus
 - b. La transformation doit avoir lieu dans la zone du Parc
6. Valeur Ajoutée
 - a. Au minimum 65% de la valeur ajoutée du produit final doit avoir lieu dans la zone du Parc.⁹

7.2 Atelier viande bovine

7.2.1 Décisions suite aux propositions d'exigence

Critère	Décision
Animaux nés, élevés et engraisés dans le périmètre du parc et sur les exploitations agricoles. ¹⁰	Préservé
Région de plaine : Au moins 90% de fourrage grossier dont 80% à base d'herbe (fraîche, ensilée, séchée) Région de montagne : au moins 90% de fourrage à base d'herbe	Partiellement préservé
Distribution d'urée et de produits à base d'urée interdite	Préservé
SRPA : programme de Sorties Régulières en Plein Air	Préservé
Pâturage quotidienne pendant la période de végétation	Préservé

⁷ La pratique habituelle donne le producteur et la recette du mélange

⁸ La zone de provenance des porcs reste à discuter : Vaud ? Suisse ?

⁹ Le chiffre de 65% doit être rediscuté et validé avec les professionnels – il a fait débat lors de l'atelier.

¹⁰ Ce critère de provenance des bovins nécessite à être rediscuté car les avis étaient partagés et « des animaux à la fois nés, élevés et engraisés dans la zone du Parc » ne semble pas réaliste en vue des pratiques actuelles.

L'exploitation doit être située en dessus de 900 mètres d'altitude	Modifié (voir nouvelles propositions)
Abattage et conditionnement dans le périmètre du Parc, étendu aux abattoirs de Rolle et Vich, pour autant que 75% de la valeur ajoutée du produit final soit créée dans le périmètre du Parc.	Modifié (voir nouvelles propositions)
Pour les produits transformés, la transformation doit être réalisée dans le périmètre du Parc	Préservé
Les différentes phases de la transformation ne doivent pas être automatisées et nécessitent un savoir faire particulier	Modifié (voir nouvelles propositions)
Les races	Pas de race exclusive
<p>Les carcasses et maturation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objectifs de carcasse selon la CH-TAX : <i>Classe de charnure C, H et T</i> <i>Classes de tissus gras 2, 3, 4 et 5</i> • Maturation des carcasses Bétail de moins de 2 ans : quartier avant (minimum 1 semaine), quartier arrière (minimum 2 semaines) 	Modifié (voir nouvelles propositions)

7.2.2 Nouvelles propositions d'exigences / projet de cahier des charges

1. Affouragement
Périmètre du Parc (toutes zones) : Au moins 80% de fourrage grossier issu de l'exploitation
2. Situation géographique de l'exploitation
L'exploitation doit être située dans le périmètre du Parc¹¹.
3. Abattage
Abattage et conditionnement dans le périmètre du Parc étendu aux abattoirs de Rolle et Vich¹².
4. Qualité de la viande
La notion CH-Tax a été jugée pertinente pour la viande bovine. Idem les critères pour la maturation des carcasses¹³.
5. Transformation

¹¹ La définition d'altitude (en dessus de 900 mètres) a été jugée un critère trop restrictif et donc abandonné.

¹² La partie sur la valeur ajoutée « Au minimum 75% de la valeur ajoutée du produit final doit avoir lieu dans la zone du Parc » a été supprimée pour l'instant, mais doit être rediscutée et adaptée en fonction des évolutions futures des abattoirs.

¹³ *Classes de tissus gras 2, 3, 4 et 5*, notamment la 5, doivent être rediscutés et validés ; idem pour ce qui est l'âge du bétail au niveau de la maturation des carcasses.

Les différentes phases de la transformation doivent être artisanales et nécessitent un savoir faire particulier

7.3 Demandes et questions supplémentaires

- La multiplication des labels : Comment le consommateur peut s'y retrouver ? Deux acteurs de plus en plus gros : MIGROS et COOP.

Organiser des campagnes d'information sur le label « produit Parc » et sa distinction et/ou complémentarité avec d'autres labels existants.

Privilégier les circuits de commercialisation locaux et spécialisés : vente directe, bouchers, épicerie et autres commerces de proximité, magasins spécialisés (Halle Romande, etc.).

- Qui soutient qui ? Qui fait la promotion du label « produit Parc » ?

Les producteurs, à travers leurs produits soutiennent l'image du Parc ou bien le Parc soutient la promotion des produits ?

- Quel est le budget du Parc pour la promotion et la commercialisation des produits portant le label ?

Si d'autres produits, tels les IGP charcutières (saucisson vaudois et saucisse aux choux) portent le label Parc, la commercialisation ne peut pas être uniquement soutenue par l'interprofession des IGP vaudoises, le Parc doit également contribuer à la promotion.

Les contreparties attendues sont les suivantes :

- Prise en charge de tout ou partie des coûts de certification (entre 500 et 800-1'000 CHF par producteur, y compris le test organoleptique et le contrôle sur site)
- Investissement dans un plan de communication autour des produits du Parc.

7.4 Prochaines étapes

- a. Le groupe de suivi doit être réuni pour constituer la Commission et statuer sur les exigences des cahiers des charges
- b. Un certain nombre de producteurs sont prêts pour faire labelliser leurs produits. Le parc doit étroitement collaborer avec le terroir pour engager la procédure de labellisation auprès de ces producteurs.