

# Focus sur les élevages des Alpes de Haute-Provence

- La vente directe en ovin viande (résultats 2019)
- Intérêt d'un atelier de découpe à la ferme
- L'étiquetage des produits laitiers fermiers





La Chambre d'agriculture réalise chaque année des suivis techniques et économiques d'élevages dans le cadre des actions d'acquisition et de diffusion de références financées par le Ministère de l'Agriculture (CASDAR) et le Conseil Régional SUD Provence Alpes Côte d'Azur.

Les fiches présentées ci-après illustrent une partie des résultats des suivis d'élevages réalisés au cours de l'année 2020 (données recueillies en 2018-2019).

Ce travail a été réalisé par les conseillers élevage de la Chambre d'agriculture des Alpes de Haute Provence dans le cadre de travaux coordonnés par la MRE et l'Idèle.

Il alimente la connaissance des élevages. Ces données technico-économiques sont indispensables pour renseigner et conseiller les candidats à l'installation ainsi que les éleveurs qui souhaitent faire évoluer leur système d'élevage.

Cette année nous avons souhaité mettre en avant les résultats économiques obtenus par les élevages en vente directe, l'intérêt d'un atelier de découpe à la ferme ainsi que de communiquer sur l'étiquetage des produits fermiers.

La crise sanitaire actuelle confirme l'intérêt grandissant des consommateurs en faveur des circuits courts et plaide pour un renforcement des liens avec les éleveurs. Les fiches présentées ici ne sont bien évidemment qu'une partie des résultats du travail réalisé en 2020.

D'autres données, informations et conseils sont disponibles auprès des conseillères et conseillers de la Chambre d'agriculture, n'hésitez pas à les contacter.

**Olivier PASCAL,**

*Vice-Président de la Chambre d'agriculture  
Référent élevage et pastoralisme*

Travaux coordonnés par

Actions financées par





# FOCUS SUR LA VENTE DIRECTE EN OVIN VIANDE (RÉSULTATS 2019)

En 2019, 30 bilans d'exploitation ont été réalisés, 17 dans le cadre des réseaux de références technico-économiques et 13 appuis individuels à la demande des éleveurs. Les élevages suivis présentent une bonne diversité géographique sur le département des Alpes de Haute-Provence, de systèmes d'élevage et de type d'agneaux produits. Cet article propose de comparer les performances d'élevages en vente directe par rapport aux élevages ayant recours à un autre mode de commercialisation (vente à un coopérative, un maquignon, ...).

	Vente directe	Autre mode de vente
Nombre d'élevages par catégorie	6	24
<b>CARACTÉRISTIQUES DE L'ÉLEVAGE</b>		
Main d'œuvre (en UTAF)	2.2	1.9
Effectif moyen de + 6 mois (EMP)	300	600
SAU (en ha)	41	62
<b>RÉSULTATS TECHNIQUE OVINS</b>		
Productivité numérique / EMP	80 %	90 %
Taux de mise bas / EMP	78 %	85 %
% agneaux vendu lourds	87 %	63 %
Poids moyen carcasses	15.8 kg	14.3 kg
Durée d'engraissement	152 j	154 j
Consommation de foin /EMP	289 kg	255 kg
Consommation de concentrés / EMP	58 kg	68 kg
<b>RÉSULTATS ÉCONOMIQUES OVINS</b>		
Prix moyen de l'agneau	156 €	102 €
Produit ovin / EMP (hors primes)	109 €	83 €
Charges d'alimentation / EMP	23 €	34 €
Charges abattage / transformation / commercialisation	31 €	-
Charges opérationnelles totales / EMP	79 €	61 €
Marge brute / EMP (hors primes)	30 €	22 €
<b>RÉSULTATS OVINS</b>		
EBE total	106 850 €	86 540 €
EBE / produits total	58 %	49 %
Charges de structure globale	62 300 €	84 400 €
Résultats courant / UTAF	41 710 €	41 130 €

## LES RÉSULTATS

Les exploitations en vente directes de cet échantillon se caractérisent par une surface de 41 ha de SAU pour 300 brebis mères, ce qui en fait des exploitations plus petites que les autres qui comportent en moyenne 62 ha de SAU pour 600 brebis mères. En revanche, ces exploitations en vente directe ont plus de main d'œuvre disponible (2.2 UTAF contre 1.9 UTAF). Cette différence est due aux activités de transformation, de communication et de vente qui sont très chronophages et engendrent donc une augmentation de la charge de travail (gestion du fichier client, gestion de la communication, organisation des livraisons...).

L'atelier ovin est moins productif que les autres élevages suivis, avec un taux de mise bas de 78 % contre 85 % et une productivité de 80 % contre 90 %. Cette productivité plus faible est cependant rattrapée par une meilleure technicité en ce qui concerne l'engraissement des agneaux. Pour des durées d'engraissement équivalentes (environ 150 jours), les poids carcasses apparaissent supérieurs de 1.5 kg pour le groupe en vente directe, le tout avec un coût alimentaire moindre. En effet, les exploitants arrivent à produire des animaux plus lourds pour 11 € de moins par EMP (23€ de charges d'alimentation / EMP contre 34€). Cela représente une économie non négligeable.

D'un point de vue économique, la vente directe permet une meilleure valorisation des agneaux avec un prix moyen de 156 € contre 102 € pour les autres fermes. Malgré des charges opérationnelles plus importantes 79 € contre 61 € / brebis (charges spécifiques d'abattage, commercialisation et transformation), la marge brute reste supérieure de 8 € / brebis. Il est donc essentiel de noter que malgré des structures plus petites, employant une main d'œuvre plus importante, les exploitations en vente directe semblent tirer leur épingle du jeu.

Les résultats globaux sont également meilleurs pour ceux pratiquant la vente directe, moins de charges de structures (22 100 € de moins) pour un EBE bien supérieur (20 300 € de plus), les résultats

courant par unité de main d'œuvre étant équivalents (41 700 € pour 41 100 €), une plus petite structure permet donc de rémunérer plus de main d'œuvre.

Si l'on s'en tient au résultat économique on pourrait croire que la vente directe est la solution idéale pour valoriser au mieux ses agneaux. Mais attention, ce type de commercialisation à des spécificités souvent contraignantes qui ne sont pas adaptées à tous. Il arrive que la vente directe s'accompagne d'une baisse de la technicité au niveau du troupeau (baisse de productivité, engraissement de moins bonne qualité ...). Il est donc essentiel de ne pas relâcher sa vigilance en ce qui concerne la qualité des animaux produits. Cela pourrait avoir un impact négatif sur l'image des produits et de ce type de commercialisation si la vente directe s'accompagne trop souvent d'une perte de qualité du produit fini. Il est donc important de ne pas sous-estimer l'ampleur des changements de rythme de travail qu'engendre la vente directe et qu'une perte de vigilance est souvent vite arrivée. Par conséquent, avant de vous lancer, il est capital de calculer la rentabilité de l'opération en chiffrant très précisément le temps passé aux activités spécifiques très chronophage : chargement des animaux, transport à l'abattoir, récupération de la marchandise, livraison de la viande, organisation des livraisons, relationnel avec les clients...

La Chambre d'agriculture possède un outil permettant de calculer la rentabilité de la vente directe en colis, magasin et en saucisse-merguez. N'hésitez pas de vous rapprocher de votre technicien pour vous faire accompagner dans cette démarche.

Vous pouvez retrouver ces outils de calcul en ligne dans la rubrique boîte à outil :

<https://paca.chambres-agriculture.fr/la-chambre-dagriculture-des-alpes-de-haute-provence/vous-etes-agriculteur/>

+	Meilleure valorisation des agneaux
	Lien direct avec le consommateur
	Multi-compétence
	Retour des clients valorisants
	Autonomie vis à vis des marchés

-	Chronophage
	Demandeur en main d'oeuvre
	Multi-compétence
	Distance abattoir / salle de découpe
	Distance clients

# INTÉRÊT D'UN ATELIER DE DÉCOUPE À LA FERME

Le contexte de l'élevage bovin allaitant (absence de structuration de l'aval de la filière, baisse des cours des broustards) incite les éleveurs à commercialiser eux-mêmes leur production de viande soit en vente directe (depuis la crise de la vache folle) soit depuis quelques années sur des circuits courts (RHD, point de vente collectif).



Jusqu'à présent les ateliers de découpe et de préparation de la viande bovine (2 collectifs et 4 privés) du département étaient suffisants pour absorber les volumes à traiter. L'augmentation de la demande aussi bien de la part des éleveurs du département que ceux des départements voisins (83 et 05) sature les capacités actuelles de découpe.

Un certain nombre d'éleveurs qui font découper leurs carcasses en prestation de services se pose la question d'un atelier de découpe à la ferme. Quelques éléments peuvent aider à la prise de décision :

- L'atelier doit disposer d'un agrément CE selon la distance de livraison, si l'éleveur livre une collectivité ou si il réalise une prestation de service pour des tiers, sinon il s'agit d'un atelier dérogatoire.
- L'investissement s'élève en moyenne à 80 000€ avec des variantes de 28 à 137 000€. Jusqu'en 2020, l'éleveur pouvait bénéficier dans certains cas d'une aide PCAE de l'ordre de 35% mais on ne connaît pas encore les nouvelles modalités pour la programmation financière 2021/2027.
- En terme de travail, la découpe d'un bovin nécessite en moyenne 10 heures de travail, cette surcharge sera compensée pour moitié par une économie d'une demi-journée consacré à la récupération de leur viande auprès du prestataire.
- D'un point de vu économique, les frais de fonctionnement (eau, EDF, consommables, entretien, collecte des déchets, assurance) estimés en moyenne à 10 000€ sont largement compensés par l'économie des frais de découpe (750€ par bovin) et de transport de la viande (100€ par bovin).

En conclusion, on peut considérer que l'opération est intéressante financièrement, supportable sur le plan du travail à deux conditions :

- Réaliser la découpe de 20 à 30 bovins au minimum par an
- Se former au métier de la découpe.



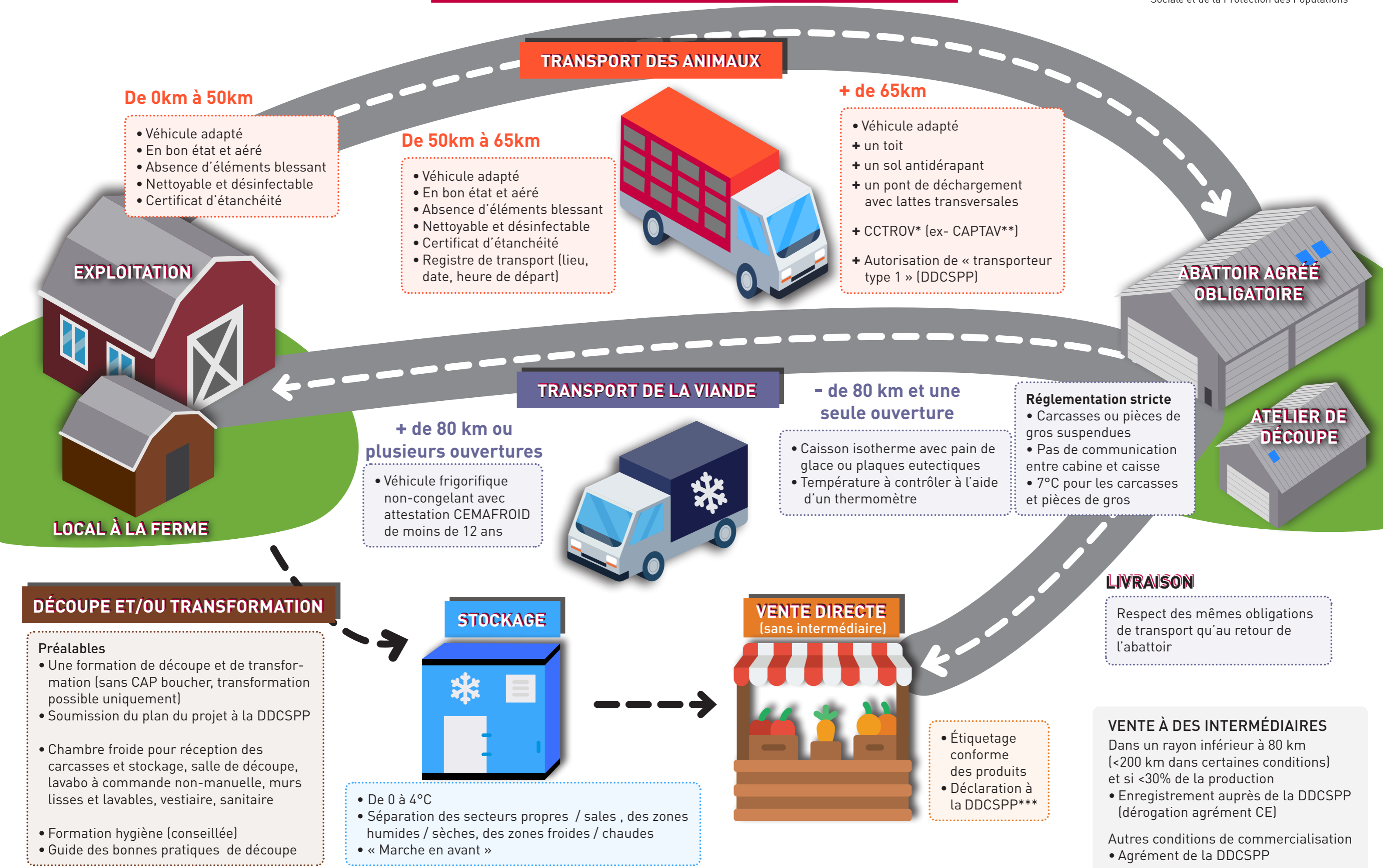
# LA VENTE DIRECTE DES PRODUITS OVIN VIANDE

Quelques notions réglementaires à connaître

\*CCTROV : Certificat de compétences au transport routier d'ongulés domestiques et de volailles  
\*\*CAPTAV : Certificat d'Aptitude Professionnelle pour le Transport d'Animaux Vivants  
\*\*\*DDCSPP : Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection des Populations

Pour en savoir plus, prendre contact avec

- DDCSPP 04 : 04 92 30 37 00
- Chambre d'Agriculture 04 : 06 87 51 12 26 / 06 77 84 11 19
- Maison Régionale de l'Élevage Sud PACA : 04 92 72 56 81



# L'ÉTIQUETAGE DES PRODUITS LAITIERS FERMIS

Les obligations dépendent du circuit de commercialisation utilisé (remise directe ou intermédiaire) et du type de présentation des produits (vrac ou préemballé). Seuls les produits préemballés doivent comporter une étiquette individuelle.

## CAS N°1 : VENTE DE FROMAGES PAR LE PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR FINAL (REMISE DIRECTE AU CONSOMMATEUR)

Fromages présentés en vrac :

Un écriteau sur chaque catégorie de fromage est suffisant avec les mentions suivantes :

- La dénomination du fromage incluant le terme «fermier»,
- La mention « au lait cru » (ou mention de traitement thermique le cas échéant),
- Les éventuelles substances allergènes.

## CAS N°2 : VENTE DE FROMAGES PAR LE PRODUCTEUR À UN INTERMÉDIAIRE

Fromages présentés en vrac :

Une étiquette individuelle n'est pas obligatoire. Néanmoins, il faut fournir à l'intermédiaire 2 supports d'information :

### 1. Une fiche d'information dans chaque colis qui précise

- La dénomination du fromage incluant le terme « fermier », complétée de l'espèce animale s'il ne s'agit pas de lait de vache,
- Le nom et l'adresse du producteur,
- Le numéro de lot (à indiquer, au choix, sur cette fiche ou sur le document d'accompagnement),
- La Date de Durabilité Minimale (qui pourra servir de n° de lot si elle est indiquée sous forme jour + mois).

### 2. Un document d'accompagnement (type bon de livraison) qui précise :

- La dénomination du fromage incluant le terme «fermier», complétée de l'espèce animale s'il ne s'agit pas de lait de vache,
- Le nom et l'adresse du producteur,
- Le numéro de lot (à indiquer, au choix, sur cette fiche ou sur le document d'accompagnement),
- La Date de Durabilité Minimale (qui pourra servir de n° de lot si elle est indiquée sous forme jour + mois),
- La température de conservation,
- La mention «au lait cru» (ou mention de traitement thermique le cas échéant),
- La mention «au lait entier», possibilité d'accoler les deux mentions sous la forme « au lait cru entier »,
- La quantité nette, sauf pour les fromages traditionnellement vendus à la pièce,
- L'estampille CE pour les producteurs agréés, ;
- La liste des ingrédients et les substances allergènes si nécessaire,
- Le cas échéant, la déclaration nutritionnelle.



## CAS N°3 : VENTE DE FROMAGES PRÉEMBALLÉS QUEL QUE SOIT LE CIRCUIT DE COMMERCIALISATION

Une étiquette individuelle est obligatoire. Elle doit reprendre tous les éléments énumérés dans le document d'accompagnement (voir page précédente).

### Dans quel cas indiquer une liste d'ingrédients ?

Celle-ci n'est pas requise pour les fromages, le beurre, les laits et crèmes fermentés s'ils n'ont subi que l'adjonction de produits lactés, d'enzymes alimentaires, de cultures de micro-organismes et de sel nécessaire à leur fabrication.

### Dans quel cas indiquer une déclaration nutritionnelle ?

- Seuls les produits préemballés sont concernés. Parmi eux, certains sont exemptés de la déclaration nutritionnelle, par exemple :
- Les produits non transformés qui comprennent un seul ingrédient (exemple : le lait cru),
- Les produits transformés ayant, pour toute transformation, été soumis à une maturation, et qui comprennent un seul ingrédient ou une seule catégorie d'ingrédients (viande),
- Les denrées alimentaires conditionnées dans de très petits emballages (face la plus grande < 25cm<sup>2</sup>),
- Les denrées alimentaires, y compris de fabrication artisanale, fournies directement par le fabricant *en faibles quantités* au consommateur final ou à des établissements de détail locaux fournissant directement le consommateur final.

*En faibles quantités* : quantité de denrées fabriquées par un opérateur qui répond à la définition de la microentreprise (CA < 2M€ et moins de 10 travailleurs).



### Dans quel cas indiquer les substances allergènes ?

- Fromages préemballés avec liste d'ingrédients : elles sont à indiquer dans cette liste de façon distincte des autres ingrédients (gras, italique, souligné ...).
- Fromages vendus en vrac : la substance allergène doit figurer à proximité immédiate du produit (affiche, écriteau ...) sous la forme «contient [allergène]».

Remarque : dans le cas des produits laitiers où seul l'allergène est le «lait et produit à base de lait», il n'est pas utile de rajouter «contient du lait» (la dénomination de vente est suffisamment explicite).

### Quelles sont les substances allergènes à indiquer ?

Cf. liste annexe II du règlement (UE) n°1169/2011

- Céréales contenant du gluten, crustacés, œufs, poissons, arachides, fruits à coque, céleri, ...
- Lait et produits à base de lait (y compris lactose).

### L'étiquetage des produits laitiers frais ?

Pour des raisons techniques le plus souvent ce sont des produits pré-emballés, une étiquette individuelle est donc nécessaire.

Outre les mentions vues précédemment, il faut indiquer :

- Une DLC.
- Pour les faisselles et fromages blanc : «contient plus de 82 % d'humidité» lorsque la teneur en matière sèche du produit est < à 18g/100 g et > 15g/100g de produit fini; ou «contient plus de 85 % d'humidité» lorsque la teneur en matière sèche du produit est < à 15g/100 g et > 10g/100g de produit fini.