

# Vade-mecum sur la mise en place de circuits courts pour la vente de viande chevaline



Avec la participation du réseau REFerences :



*Cahier technique sur des données pratiques liées à la Région Auvergne-Rhône-Alpes en annexe*

# Table des matières

<b>I. INTRODUCTION</b>	<b>6</b>
<b>II. DÉFINITION ET PRÉSENTATION DU CIRCUIT COURT EN VIANDE CHEVALINE ET FOCUS SUR LES ATOUS DU PRODUIT</b>	<b>9</b>
<b>A. Définition et avantages du circuit court</b>	<b>9</b>
1. Définition du circuit court de proximité	9
2. Les avantages directs du circuit court	9
3. Les principales différences entre le circuit court et le circuit long	10
<b>B. Gammes, types et qualités des produits commercialisés</b>	<b>10</b>
1. Types et nombre d'animaux valorisés en circuit court	10
2. Les différents morceaux et produits de viande chevaline	12
3. La viande chevaline : des qualités gustatives et nutritionnelles exceptionnelles	15
4. Labels et marques de qualité : garantie de confiance	16
<b>C. Modes et circuits de commercialisation</b>	<b>17</b>
1. Format et packaging des produits	18
a) La vente en colis	18
b) La vente au détail	18
2. Vente directe	19
a) Forme individuelle de la vente directe en circuit court	20
(1) Vente à la ferme	20
(2) Vente sur les marchés locaux ou dans les salons et foires	21
(3) Vente par correspondance et par internet	23
b) Forme collective de la vente directe en circuit court	24
(1) Points de vente collectifs : les magasins de producteurs	24
(2) Paniers AMAP	26
3. Vente indirecte	27
a) Commerce de détail	28
b) Grandes et Moyennes Surfaces (GMS)	29
c) Restauration traditionnelle	29
d) La vente en restauration collective	30
4. Synthèse des différents modes de commercialisation	32
5. Des outils de communication indispensables	32
a) Les flyers et dépliants	33
b) Les cartes de visite	34
c) Le site internet et les réseaux sociaux	35
d) Banderole, pancarte et kakemono	35
<b>D. Comment fixer son prix de vente</b>	<b>36</b>
<b>E. Principales idées à retenir</b>	<b>39</b>
<b>III. RÉGLEMENTATIONS SPÉCIFIQUES À PRENDRE EN COMPTE</b>	<b>40</b>
<b>A. Réglementation liée à l'hygiène et aux obligations sanitaires</b>	<b>40</b>

1. La responsabilité du producteur	41
2. Législation générale : le Paquet hygiène	42
3. La sécurité alimentaire en pratique	42
a) Le Plan de Maîtrise Sanitaire	43
(1) La méthode Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)	45
b) La traçabilité	47
(1) Le registre d'élevage	48
(2) L'identification des équidés	49
(3) Les conditions d'éligibilité à l'abattage	51
(4) La traçabilité du produit	52
c) Les bonnes pratiques d'hygiène	53
d) Les procédures de retrait des produits ou lots à risques	56
4. Cas particuliers des AMAP	56
<b>B. Transport</b>	<b>57</b>
1. Transport des animaux vivants	57
2. Véhicule utilisé pour le transport des carcasses	60
<b>C. Autorisations administratives</b>	<b>61</b>
1. Déclaration de l'activité	61
2. Agrément sanitaire concernant les denrées d'origine animale	62
<b>D. Fiscalité : les bénéficiaires agricoles</b>	<b>63</b>
<b>E. Informations sur le produit</b>	<b>66</b>
1. L'étiquetage	66
2. L'affichage des prix	67
<b>F. Principales idées à retenir</b>	<b>68</b>
<b>IV. AIDES PRATIQUES, CONSEILS ET EXEMPLES CONCRETS</b>	<b>69</b>
<b>A. Les questions à se poser avant de mettre en place une activité viande chevaline en circuit court</b>	<b>69</b>
<b>B. Organisation pratique d'un circuit court, de la production à la commercialisation</b>	<b>71</b>
1. Les modalités d'élevage	71
2. De l'animal vivant au produit carné	72
a) Fixer la date d'abattage	72
b) Lieu d'abattage	72
c) L'abattage	72
3. Lieu et mode de découpe	73
a) La prestation de service	73
b) Atelier collectif	74
c) Atelier individuel	75
4. Transformation de la viande	75
a) Gammes de produits transformés	76
b) Lieux de transformation de la viande	76
5. Conditionnement de la viande	78
a) Le conditionnement sous vide	79
b) Le conditionnement sous atmosphère protectrice	80
c) Le conditionnement pré-emballé ou à l'air	80

<b>C. Se former</b>	<b>81</b>
1. Les formations continues pour adultes	81
2. Les formations courtes	82
3. Obtenir le Certificat d’Aptitude Professionnelle au Transport d’Animaux Vivant (CAPTAV)	82
<b>D. Aide à la mise en œuvre</b>	<b>84</b>
1. Soutien financier	84
2. Appui technique	86
<b>E. Exemples de mise en œuvre de circuit court en viande chevaline</b>	<b>86</b>
<b>F. Principales idées à retenir</b>	<b>87</b>
<b>BIBLIOGRAPHIE</b>	<b>88</b>
<b>ANNEXE 1 : TÉMOIGNAGES RECUEILLIS PAR LE RÉSEAU REFERENCES</b>	<b>89</b>
<b>ANNEXE 2 : TABLEAU DES RÉGLEMENTATIONS LIÉES À L'ÉLEVAGE</b>	<b>90</b>
<b>ANNEXE 3 : AMÉNAGEMENT D’UN ATELIER DE DÉCOUPE ET TRANSFORMATION</b>	<b>93</b>
<b>ANNEXE 4 : CAHIER TECHNIQUE DÉDIÉ À LA RÉGION AUVERGNE-RHÔNE-ALPES</b>	<b>95</b>
<b>ANNEXE 5 : PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE ET DE LA MARQUE HIPPOLYTE LANCÉES PAR LA SFET</b>	<b>117</b>
<b>ANNEXE 6 : RÈGLEMENT D'USAGE DE LA SIGNATURE VIANDE CHEVALINE FRANÇAISE</b>	<b>120</b>

## Sigles et abréviations

**AB** : Agriculture Biologique

**AMAP** : Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne

**Attestation de conformité technique ATP** : Accord sur le Transport des denrées Périssables

**Régime de droit micro-BA** : Bénéfices Agricoles

**BPA** : Brevet Professionnel Agricole

**BTSA** : Brevet de Technicien Supérieur Agricole

**CAPTAV** : Certificat D'Aptitude au Transport d'Animaux Vivants

**CGI** : Code Général des Impôts

**CQP** : Certificat de Qualifications Professionnelles

**CS** : Certificat de Spécialisation

**DD(CS)PP** : Direction Départementale (de la Cohésion Sociale et) de la Protection des Populations

**DGCCRF** : Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes

**DLC** : Date Limite de Consommation

**DLUO** : Date Limite d'Utilisation Optimale

**DRAAF** : Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt

**DSV** : Direction des Services Vétérinaires

**FEADER** : Fond Européen Agricole pour le Développement Rural

**GBPH** : Guide des Bonnes Pratiques d'Hygiène

**GMS** : Grandes et Moyennes Surfaces

**HACCP** : Hazard Analysis Critical Control Point

*ifce* : Institut Français du Cheval et de l'Équitation

**INSEE** : Institut National de la Statistique et des Études Économiques

**PAC** : Politique Agricole Commune

**PCAE** : Plan de Compétitivité et d'Adaptation des Exploitations Agricoles

**PDR** : Plan de Développement Rural

**PMS** : Plan de Maîtrise Sanitaire

**PVC** : Point de Vente Collectif

**RASFF** : the Rapid Alert System for Food and Feed

**RCHD** : Restauration Collective Hors Domicile

**SFET** : Société Française des Équidés de Travail

**SIRE** : Système d'Identification Répertoire des Équidés

**UE** : Union Européenne

**UGB** : Unité de Gros Bétail

**UTH** : Unité de Travail Humain

**VCF** : Viande Chevaline Française

## I. Introduction

Après la Seconde Guerre mondiale, le développement de la mécanisation en agriculture entraîne un déclin rapide du cheptel équin. Depuis lors, les effectifs de chevaux de trait, initialement utilisés pour la traction animale, n'ont cessé de reculer. Aujourd'hui, les chevaux de trait sont majoritairement destinés à la production de viande chevaline. Paradoxalement, c'est ce débouché qui a permis à la France de conserver ses 9 races de chevaux de trait, patrimoine génétique unique au monde.

Cependant, les chiffres caractérisant la filière viande chevaline (production, consommation...) sont, depuis plus d'une dizaine d'années, en constante régression. L'analyse de plusieurs caractéristiques déterminant cette tendance à la baisse a conduit à s'intéresser aux démarches de circuits courts, qui ont tout intérêt à se développer sur ce segment.

En 2013 seulement 10% des équidés abattus en France, soit environ 2000 équidés sur 20 000, étaient issus de la filière trait. La majorité des chevaux abattus en France est issue de la réforme du sport/loisir et des courses et de l'importation. En parallèle, 90% des chevaux de trait sont vendus à l'export, entre 6 et 18 mois, en vif, principalement vers l'Italie et l'Espagne. Le marché du vif s'expose de ce fait à la concurrence des autres pays exportateurs américains et européens. La quasi totalité de la viande, française ou étrangère, est commercialisée à 50% par les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) et par les bouchers chevalins. Pour des producteurs atomisés, malgré la naissance de quelques partenariats en régions, il réside une difficulté générale à négocier avec ces opérateurs.

Le scepticisme du consommateur quant-à la qualité des produits qu'il achète est de plus en plus exprimé, et la viande chevaline n'est pas épargnée. Les crises sanitaires successives connues par la filière (affaire Spanghero, présence de phénylbutazone dans les carcasses de chevaux importées...) ont induit le doute quant-à la traçabilité de ce produit. Par ailleurs, le bilan très controversé des importations de viande chevaline qui met en lumière la maltraitance animale, l'absence de traçabilité, ou encore un sévère manque d'hygiène, vient renforcer le rejet du consommateur.

On constate enfin une méconnaissance des élevages de chevaux de trait destinés à une valorisation bouchère, ainsi que du produit viande chevaline et de ses nombreuses qualités organoleptiques. Il y a un manque de visibilité certain du marché professionnel français, largement induit et entretenu par les actions des mouvements anti-hippophagiques.

Ainsi, ce sont à la fois, un marché ambivalent, des faits réels consternants mais également des préjugés et un manque de connaissances qu'il convient de contrer afin de mettre en valeur le travail consciencieux des éleveurs de chevaux destinés à la filière bouchère.

La consommation locale, très liée à la notion de circuits courts, constitue une réponse intéressante aux problématiques décrites ci-avant ; La centaine d'expériences en circuits courts recensées en

France par la SFET démontre la dynamique des éleveurs, mais également l'intérêt de consommateurs pour ce type de vente.

La vente de produits alimentaires en circuit court connaît, depuis une quinzaine d'années, un certain essor car elle répond aux attentes des consommateurs en recherche de repères et de lien social dans une économie mondialisée. Ce sont ainsi à la fois des motivations éthiques (environnement, économie), mais également des exigences de qualité et de fraîcheur, qui poussent les français à rechercher une production plus locale et un renforcement du lien avec les producteurs.

La volonté de l'exploitant de créer ou développer un mode de commercialisation en circuit court est associée à de multiples motivations qui peuvent être économiques (sécurisation du modèle économique), sociales ou même culturelles (reconnaissance du métier).

Cependant, les spécificités de ce mode de commercialisation et du traitement de la viande chevaline nécessitent un outil d'aide que constitue le présent vade-mecum.

La commercialisation en circuit court requiert des compétences techniques et des qualités relationnelles différentes de celles mobilisées pour la production afin de satisfaire les consommateurs en proposant une gamme de produits adaptée, et de répondre aux attentes en terme de qualité, de régularité, de service, de relationnel, etc. Il est également primordial de bien appréhender la question du temps de travail (souvent sous-estimée) nécessaire pour la vente en circuit court, et ce à toutes les étapes (transformation, préparation, vente, disponibilité pour la clientèle, démarchage et communication).

La construction d'un projet en circuit court apparaît donc comme un processus long au cours duquel alternent questionnement, choix, test, mise en place et évolution.

Ce document s'adresse à tout éleveur de chevaux de trait souhaitant créer ou faire évoluer un atelier en circuit court. Vous y trouverez toutes les règles essentielles à avoir en tête et à respecter pour que votre projet de circuit court puisse aboutir et être viable. Des conseils et exemples pratiques vous sont également proposés afin de rendre plus concrètes les recommandations et observations effectuées.

Les acteurs de ce projet sont tous impliqués dans le développement de la filière équine. Le premier d'entre eux est l'**Institut français du cheval et de l'équitation (ifce)**. Cet opérateur public au service de la filière équine déploie ses actions sur tout le territoire, au profit de la profession, des collectivités territoriales, de l'État et de tous les publics concernés par le cheval et l'équitation. L'offre de produits et de services, proposés sous l'identité de marque *ifce* et sous les marques patrimoniales Haras nationaux et Cadre noir – Saumur, s'adapte aux attentes des publics et à l'évolution de la société.

La Délégation Territoriale Auvergne-Rhône-Alpes (DTARA) de l'*ifce* met en œuvre bon nombre d'activités sur son territoire et travaille notamment au développement de la filière viande chevaline

depuis plusieurs années. En effet, la réalisation d'un audit de la filière « Cheval de Trait » en 2014 a mis en avant une structuration difficile de la filière viande rhônalpine malgré un potentiel de développement certain, et a constaté le pessimisme des éleveurs concernant l'avenir de la filière. C'est pourquoi, début 2016, une réunion a été organisée avec les bouchers chevalins de la région Rhône-Alpes afin de cerner les contraintes rencontrées par la profession et essayer d'y remédier. Enfin, la DTARA s'est lancée, au profit des éleveurs de chevaux de trait, dans la rédaction de ce vade-mecum qui met en avant la solution du circuit court comme débouché pour la vente de viande chevaline en France.

Pour réaliser ce projet de conseil et de développement, *l'ifce* s'est associé à la **Société Française des Équidés de Travail** (SFET), société mère des races françaises de chevaux de trait, d'ânes, de mulets et de chevaux de territoire. Créée en 2012, ses missions consistent, en accord avec le Ministère de l'Agriculture, à proposer une politique globale d'encouragement et de promotion de l'élevage qui vise à améliorer les produits issus des races qu'elle fédère. La filière viande s'insère parfaitement dans ses missions, et la SFET a déjà mené, à ce titre, divers travaux. En 2016, elle a procédé à un état des lieux de la filière et a notamment travaillé à la détermination des principales conditions de réussite d'une commercialisation en circuit court. La même année, elle a mis en place, par le biais d'Equid'export et sous la marque Hippolyte, un accompagnement technique et commercial des éleveurs pour la promotion de la vente directe de viande chevaline. La rédaction de ce vade-mecum s'inscrit ainsi dans la suite logique des actions déjà menées par la SFET.

Le **réseau REF**erences a également pris part à la rédaction de ce document afin notamment de l'illustrer de données et de cas concrets. L'objectif de ce réseau est de fournir des repères techniques et économiques fiables et actualisés, afin de mieux connaître les entreprises de la filière équine et leur fonctionnement.

D'autres partenaires ont enfin été sollicités pour mener à bien ce projet, avec l'ambition d'enrichir le vade-mecum et de le rendre le plus exhaustif et concret possible. Ces partenaires sont le Conseil de la filière Cheval Auvergne-Rhône-Alpes, la Chambre Régionale d'Agriculture, Interbev équins et les éleveurs représentés par l'Association des Syndicats des Éleveurs de Chevaux de Rhône-Alpes et d'Auvergne.

---

**La Région**  Le Conseil Régional Auvergne-Rhône-Alpes a contribué à la réalisation de ce vade-mecum via le Contrat Régional d'Objectif de la Filière Équine 2012-2016.  
Auvergne-Rhône-Alpes

## II. Définition et présentation du circuit court en viande chevaline et focus sur les atouts du produit

### A. Définition et avantages du circuit court



#### 1. Définition du circuit court de proximité

Selon le Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, « un circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire entre l'exploitant et le consommateur »

Deux notions de circuit court existent :

Le **circuit court** repose sur une **proximité relationnelle** entre le producteur et le consommateur qui ne peuvent être séparés que par 1 intermédiaire au maximum

Le **circuit de proximité** repose sur la **distance géographique** séparant le producteur du consommateur. La distance maximale à respecter est fonction du type de production (environ 30 kilomètres pour des produits agricoles simples, à 80 kilomètres pour ceux nécessitant une transformation)

Ces deux types de commercialisation peuvent se réunir sous le nom d'un « circuit court de proximité », qui prendra alors en compte la **proximité relationnelle** et la **distance géographique**.

#### 2. Les avantages directs du circuit court

##### Avantages sociaux

Lien renoué entre consommateur et producteur. Ce dernier peut ainsi expliquer directement au consommateur ses techniques de production, les qualités de son produit ou encore les différentes manières de le cuisiner.

##### Avantages économiques

Le producteur peut valoriser son produit plus librement, en fixant notamment un prix plus juste par rapport au travail réalisé, ce qui implique une meilleure rentabilité. La baisse du nombre d'intermédiaires assure un gain maximisé pour le producteur.

##### Avantages culturels

Le consommateur prend plus aisément conscience des particularités du territoire producteur sur lequel il s'approvisionne. Le circuit court participe fortement à la dynamique d'un territoire.

##### Avantages environnementaux

L'acte de consommer localement s'accompagne souvent d'une prise en compte de la saisonnalité des produits, ce qui permet d'éviter la sur-utilisation de produits phytosanitaires et conservateurs. De plus, la réduction de la distance parcourue par le produit entraîne une baisse de la pollution et de la consommation d'énergie liées au transport.

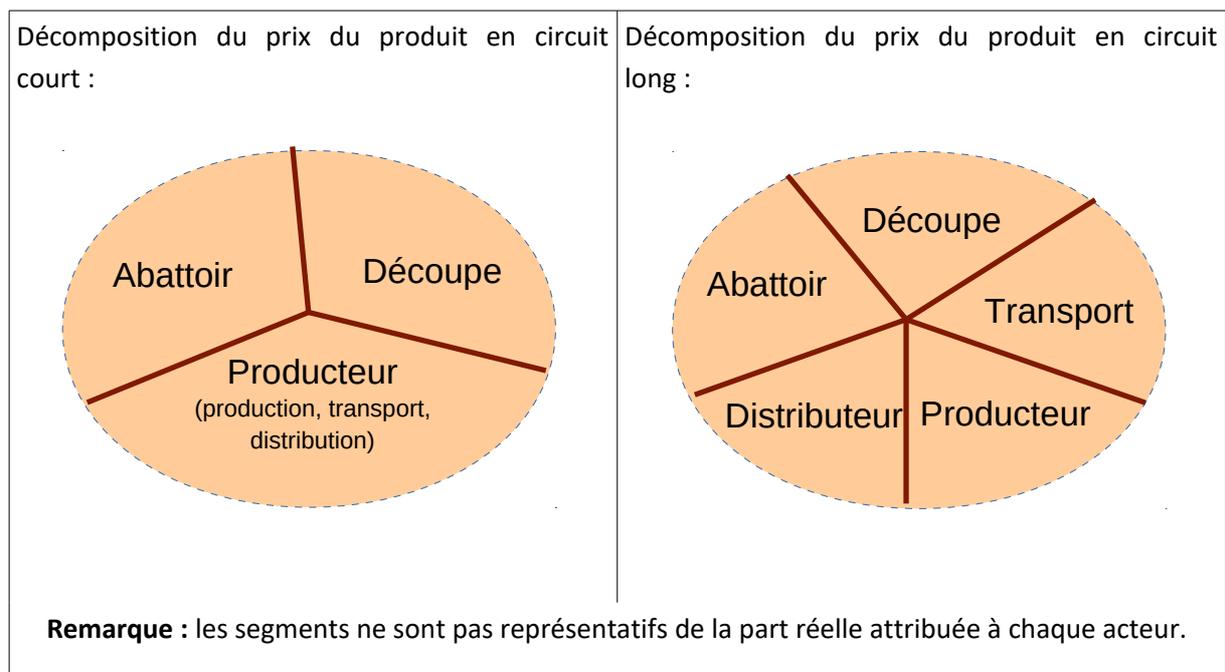
### 3. Les principales différences entre le circuit court et le circuit long

La principale différence structurelle repose sur le nombre possible d'intermédiaires car, s'il est illimité dans un circuit long, le circuit court n'en autorise qu'un seul.

Du point de vue du consommateur, le circuit court permet d'obtenir plus aisément des informations précises sur le produit acheté car, soit c'est le producteur lui-même qui réalise la vente, soit c'est une personne qui a été en contact étroit avec ce dernier. En ce sens, le circuit court constitue un **gage de confiance** pour les consommateurs.

Du point de vue du producteur, le choix entre le circuit court et le circuit long est principalement lié à la balance entre le temps qu'il souhaite consacrer à la valorisation de son produit et le prix qu'il peut en retirer. En effet, en circuit court, il devra investir beaucoup en temps mais cela lui permettra d'obtenir un meilleur prix de revient que s'il fait le choix du circuit long.

**Exemple de décomposition du prix de vente d'un produit de viande chevaline :**



## B. Gammes, types et qualités des produits commercialisés

### 1. Types et nombre d'animaux valorisés en circuit court

Toutes les races de chevaux peuvent être utilisées pour produire de la viande chevaline. Néanmoins, les chevaux de trait sont privilégiés pour la qualité de leur viande, sa facilité de travail et le volume obtenu après découpe et transformation. Les neuf races de chevaux de trait aujourd'hui reconnues en France sont identifiées sur la carte ci-dessous.

La traçabilité et l'intérêt grandissant pour les modalités de production en agriculture sont des facteurs à prendre en compte ; il devient indispensable de valoriser ses méthodes d'élevage en toute transparence afin d'intéresser et attirer les consommateurs. Les valeurs clés à avoir en tête sont sans doute les suivantes : bien-être animal, traçabilité, et proximité.



Il convient d'avoir en tête quelques données chiffrées sur la consommation de viande chevaline<sup>1</sup> :

- environ 17 000 Tonnes d'équivalent carcasse de viande chevaline sont consommées en France, ce qui représente une consommation théorique inférieure à 300g équivalent carcasse par an et par habitant,
- seul 16% des ménages achète en moyenne de la viande chevaline 6 fois par an,
- les 2 principales régions de consommation sont le Nord/Pas-de-Calais et la Région parisienne.

Les 3 types de produits destinés à la consommation sont les suivants :

- Jeune cheval maigre (laiton) principalement exporté pour engraissement,
- Jeune cheval gras, engraisé sur l'exploitation, vendu en vif, puis transformé et consommé en France,
- Juments de réformes.

Traditionnellement, les éleveurs Français sont des naisseurs et ils produisent du laiton, soit de la viande rosée. Les consommateurs Français semblent être davantage amateurs de viande rouge (c'est -à-dire engraisée).

Le nombre d'animaux abattus et la quantité de marchandise écoulee dépendront directement du **marché** sur lequel vous vous implantez, c'est-à-dire de la **demande de la clientèle** mais également de **l'offre en produits chevalins déjà existante** (boucherie chevaline, circuit court déjà existant, GMS...).

<sup>1</sup> Cahiers de FranceAgriMer 2013 – Données 2012 & Kantar Worldpanel 2012

Il faudra bien sûr également tenir compte du **rendement de l'élevage** et de la **capacité d'accueil** (effectif du cheptel) au sein de l'exploitation.

En France, actuellement, une grande majorité d'élevages commercialise uniquement 1 à 2 équidés par an en circuit court. Cependant, les plus développés d'entre eux peuvent faire abattre jusqu'à 35 animaux par an. Le montant des investissements à réaliser pour lancer l'activité de circuit court varie fortement entre ces deux extrêmes.

Lors du lancement de votre commercialisation en circuit court, il est fortement recommandé de disposer d'un nombre de commandes minimum (représentant a minima 60 à 70% du volume de viande) avant d'envoyer un équidé à l'abattoir afin d'être certain d'écouler tous les produits.

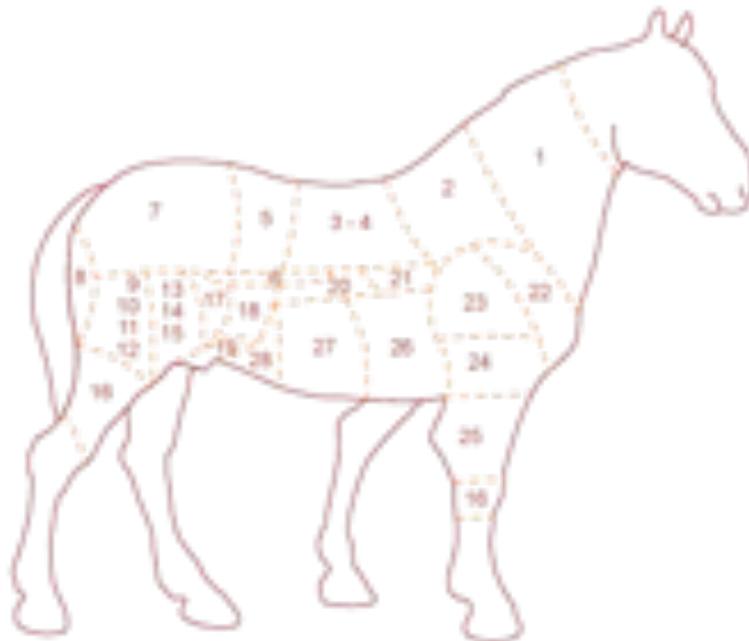
Peu d'exploitations vivent actuellement de la seule activité de viande chevaline. La vente en circuit court constitue une solution de développement de cette activité mais il convient inévitablement de prendre en compte les éléments matériels nécessaires à sa mise en œuvre (matériel, bâtiment, hectares disponibles...) et également les spécificités du marché sur lequel on veut s'implanter (prix moyen pratiqué, taux de demande...).



Le **réseau REF**Errences indique que les ateliers de production de viande chevaline en circuit court sont des compléments d'activité intéressants ; les charges liées à une production extensive sont majoritairement faibles.

## 2. Les différents morceaux et produits de viande chevaline

Il existe 28 morceaux différents dans le cheval, que l'on regroupe généralement en cinq catégories liées aux modalités de cuisson.



Morceaux	Caractéristiques principales	Griller	Poêler	Rôtir	Braiser	Bouillir
1. Le collier	Un morceau économique, à la viande très légèrement entrelardée, pour cuisiner de savoureux bourguignons ou autres braisés. Transformable en steak.				X	X
2. La basse côte	Entre le collier et l'entrecôte. Persillée, elle peut être grillée ou braisée.	X			X	
3. La côte à l'os	Un morceau de choix, la vedette des barbecues.	X				
4. L'entrecôte	La côte désossée, savoureuse et fondante.	X	X			
5. Le faux-filet	Appelé aussi contre-filet, c'est un morceau très tendre.	X	X	X		
6. Le filet	Le morceau le plus tendre pour les tournedos, chateaubriands et rôtis.	X	X	X		
7. Le rumsteck	Morceau particulièrement maigre, il est idéal pour les brochettes et les pavés.	X	X	X		
8. Le rond de gîte	Particulièrement tendre, il peut aussi se consommer cru en carpaccio.			X		
9. Le tendre de tranche	C'est un muscle de la partie interne de la cuisse.		X	X		
10. Le dessus de tranche	/	X	X			
11. La poire	Petit muscle dont la forme rappelle le fruit du même nom. Rond et charnu, tendre et fondant. Transformable en steak.		X			
12. Le merlan	Petit muscle long et plat dont la forme n'est pas sans rappeler celle du poisson du même nom.	X	X			
13. Le plat de tranche	Transformable en steak.	X	X			
14. Le rond de tranche	Voisin du plat de tranche, il offre les mêmes possibilités culinaires. Transformable en steak.	X	X			
15. le mouvant	/	X	X			
16. Le jarret	Une viande moelleuse et légèrement gélatineuse pour donner du goût aux bouillons					X
17. La bavette d'ailoyau	Un muscle aux fibres longues et peu serrées, savoureux et juteux. Transformable en steak.	X	X			
18. la bavette de flanchet	Sa texture est assez proche de sa voisine, la bavette d'ailoyau.	X	X			
19. L'araignée	Sa forme très irrégulière lui donne son nom. C'est un morceau délicieux.	X	X			
20. La hampe	Un peu ferme mais d'une saveur remarquable.	X	X			
21. L'onglet	Une viande délicate et tendre, goûteuse, à servir absolument saignante.	X	X			
22. La palette de macreuse	Située dans l'épaule.	X	X		X	
23. La macreuse 24. Le paleron 25. La salière 26. Le gros bout de poitrine 27. La poitrine 28. Le flanchet (Morceaux transformables en steak).		X			X	X

**La viande de jeune cheval (jusqu'à 18 mois) et de laiton (poulain non sevré) :** c'est une viande plus claire, d'une très grande tendreté et qui se cuisine comme la viande de veau, rosée.

Au-delà des pièces de Viande « brutes » disponibles, il est intéressant de proposer des produits diversifiés au consommateur. Ils permettent souvent d'accroître le potentiel de consommateurs, notamment en fonction de leurs habitudes et accointances alimentaires et de leur goût pour la cuisine.

#### **La gamme des morceaux particuliers :**

- **Le steak tartare** : très fragile, il doit se consommer rapidement après l'achat.
- **Le tournedos** : c'est une tranche de deux centimètres d'épaisseur, il est taillé dans le filet, bardé puis ficelé. S'il est pris dans un autre morceau, il sera alors appelé « façon tournedos ».
- **Le rôti** : taillé dans différents muscles, ficelé pour lui garder sa forme, il peut cuire au four ou à la cocotte.
- **Le braisé** : des morceaux un peu moins tendres que pour les steaks ou les rôtis mais excellent dans cette cuisson qui rend la viande moelleuse et donne un jus savoureux.
- **Le steak haché** : il remporte un vif succès auprès des enfants.

#### **La gamme des produits transformés :**

- **Les plats en sauce et conserves** (dans la mesure du possible, préférer des spécialités locales),
- **Les saucisses fraîches,**
- **Les saucissons et pâtés.**

À noter que les animaux de réforme, bas-morceaux et sous-produits seront bien plus aisément valorisables dans des produits transformés.

## *Conseils pratiques*

### **Pour écouler la totalité de son stock :**

Il est judicieux de réfléchir en amont à l'écoulement des morceaux de viande à braiser. Plusieurs éleveurs ont expérimenté la transformation de ces viandes en saucissons ou terrines, et les premiers s'écoulent a priori très facilement.

Les producteurs ayant une gamme élaborée doivent privilégier des modes et circuits de commercialisations diversifiés. Il est recommandé d'acquérir une expérience et une clientèle suffisantes avant de se lancer dans une diversification importante des produits et des circuits de commercialisation.

### 3. La viande chevaline : des qualités gustatives et nutritionnelles exceptionnelles

Toutes les qualités exposées ci-après sont à mettre en avant et à diffuser largement auprès de vos clients car elles représentent un argument de vente fort !

#### 1- Elle est **riche en protéines** (un peu plus de 20g pour 100g de viande) :

Les acides aminés indispensables sont présents en proportion équilibrée. Par exemple, pour une femme adulte, la consommation de 100g de viande chevaline permet de couvrir plus de 30% des apports nutritionnels conseillés en protéines.

#### 2-Elle a **une faible teneur en lipides** (2 à 4%) :

Elle peut donc faire figure de viande « diététique » par rapport aux autres viandes rouges. De plus, sa composition en acides gras est très intéressante : 60 à 70% d'acides gras insaturés dont certains sembleraient jouer un rôle dans la prévention des maladies cardio-vasculaires.

#### 3- Elle a **une forte teneur en fer**, 4 à 5 mg pour 100g (2 à 3 fois plus que dans le bœuf) :

C'est ce qui lui donne sa couleur rouge très marquée. Ce fer, d'origine héminique, offre l'avantage d'être plus assimilable par l'organisme humain que le fer non héminique présent dans les végétaux, les œufs et les produits laitiers.

#### 4-Une **bonne source de vitamines** du groupe B :

B12 pour les globules rouges et le bon fonctionnement du système nerveux, B3 (5,3mg pour 100g) et B6 (0,7mg pour 100g) pour le bon fonctionnement des cellules.

#### 5- Une grande teneur en **collagène** :

Elle contient une teneur en collagène supérieure à celle de la viande bovine. C'est ce qui lui donne sa tendreté et permet sa cuisson rapide.

#### 6- Juste ce qu'il faut de **glycogène** :

Présent uniquement à l'état de trace, cela suffit à lui donner un petit goût sucré sans influencer sa valeur nutritionnelle.

#### 4. Labels et marques de qualité : garantie de confiance

Les démarches de qualité deviennent de plus en plus importantes dans le choix du consommateur. Faire le choix d'adhérer à une marque ou à un label à certes un coût et nécessite parfois un changement de pratiques, mais cela a souvent un impact important en terme de commercialisation. Par ailleurs, cela permet également de s'assurer une veille réglementaire, l'obtention de conseils techniques et, dans certains cas, de soutiens financiers. Contrairement à d'autres productions agro-alimentaires, la viande chevaline dispose de peu de marques de qualité adaptée à sa production.

##### **La signature « Viande Chevaline Française »<sup>1</sup>**

La signature « Viande Chevaline Française » (VCF) fait partie intégrante du dispositif « Viandes de France » lancé en février 2014 par Interbev. Elle vise à répondre aux attentes des consommateurs en matière d'information sur l'origine des produits, grâce à l'étiquetage sur le lieu de vente. Elle permet donc de communiquer sur l'origine des viandes, produits transformés ou encore abats d'équidés, nés, élevés, abattus en France. Cette démarche repose sur un engagement volontaire des opérateurs de la filière.



##### **La marque Hippolyte, la Viande Chevaline de Trait Française<sup>2</sup>**

La marque Hippolyte est déposée en 2016 par la SFET. Elle s'adresse aux éleveurs de chevaux de trait français s'inscrivant dans un parcours de valorisation locale de viande chevaline en circuit-court. L'objectif de la marque est de valoriser la production d'exception de viande chevaline issue d'élevages de chevaux de trait extensifs, en opposition à la viande chevaline de réforme ou d'importation. Les produits Hippolyte disposent de la Signature Viande Chevaline Française.



##### **La certification « Agriculture biologique » (AB)**

*Réglementation :*

- 834/2007 : Règlement cadre général

- 889/2008 : Règlement d'application

Il est intéressant de prendre en compte la plus-value apportée au produit viande chevaline grâce à la certification « Agriculture Biologique » délivrée par un organisme certificateur spécialisé.



<sup>1</sup> Annexe 6 : Règlement d'usage de la signature *Viande Chevaline Française*

<sup>2</sup> Annexe 5 : Descriptif de la marque Hippolyte

Pour obtenir cette mention, un cahier des charges assez strict doit-être respecté. Il n'existe pour l'heure pas de cahier des charges spécifique à l'élevage équin, mais il est tout à fait possible d'utiliser celui existant pour les productions animales bovines. Il s'agit principalement de respecter le lien au sol (les productions animales doivent contribuer à l'équilibre des systèmes), le bien-être animal, et de mettre en place des pratiques culturales basées sur l'amélioration de la fertilité et de l'activité biologique des sols.

### *Conseils pratiques*

Étudiez, avant toute démarche, les attentes et perceptions de votre clientèle quant-à ces démarches et certifications supplémentaires.

Renseignez-vous auprès des organismes certificateurs pour obtenir le cahier des charges des productions animales bovines, s'agissant de la certification AB.

### **C. Modes et circuits de commercialisation**

La commercialisation de la viande chevaline peut prendre différentes formes selon le type d'animaux vendus, le mode de vente (directe ou via un intermédiaire), ou encore les équipements présents sur la ferme et ses alentours (abattage à la ferme ou à façon, atelier de découpe...).

L'un des aspects les plus importants, mis en avant tout au long de ce vade-mecum, est toujours **d'adapter sa gamme de produits aux tendances de la consommation locale et aux attentes de ses clients**. Il est donc conseillé de réaliser une **étude de marché** qui permettra de connaître les habitudes de consommation du territoire et ainsi faire les bons choix en terme de mode de commercialisation ou encore de fréquence d'abattage des animaux. Des structures peuvent vous aider à réaliser votre étude de marché (pour la Région Auvergne-Rhône-Alpes cf annexe 4).

### *Conseils pratiques*

#### **Avant de commencer sa démarche en circuit court il est conseillé de:**

- Réaliser une étude de marché pour connaître les spécificités de sa zone de chalandise : les besoins de la clientèle (type de viande) et la présence d'activités concurrentes, afin d'adapter son offre de produits.
- Récupérer une liste de clients, a minima potentiels, suite à la cessation d'activité d'un boucher chevalin ou à la suppression d'un point de vente de viande chevaline.
- Connaître parfaitement son produit pour conseiller et expliquer aux consommateurs ses bienfaits et ses modes de cuisson. Ceci permet d'améliorer le lien avec le consommateur et le fidélise. Exemple : réalisation et distribution de fiches recettes et/ou explicatives.
- Intégrer des réseaux de démarches qualité et de commercialisation.

## 1.Format et packaging des produits

Il existe 2 modes de packaging principaux pour la viande chevaline : le colis et la vente au détail. À noter que, dans de nombreux ateliers, la mise sous vide avant emballage est systématique. Elle est également souvent accompagnée d'un étiquetage précis qui indique notamment une Date Limite de Consommation (DLC) proche de 28 jours.

### a) La vente en colis

La vente en colis peut se faire suite à une commande passée sur internet, par téléphone ou en direct. Dans un souci de conservation, la viande est généralement mise sous vide dans les 48h après l'abattage, avant d'être emballée dans les colis mais elle peut également être emballée en sachets. Dans tous les cas, la viande doit être bien étiquetée. Par ailleurs, il est, encore une fois, intéressant d'étudier sa clientèle en amont pour être en accord avec les tendances locales. Le choix du poids de la caisse sera notamment à mettre en corrélation avec le profil de la clientèle : la composition du foyer, son pouvoir d'achat, l'âge des occupants, la capacité de son congélateur... Les renseignements suivants vous aideront à déterminer le poids de colis le plus adapté aux attentes de votre clientèle.



	Type de consommateurs	Avantages	Inconvénients
<b>Colis de 2 à 5 kgs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Ménages modestes</li><li>◆ Ménages urbains</li><li>◆ Ménages de petite taille (moins de 4 personnes)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Possibilité de développer un autre mode de commercialisation en parallèle</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Difficile de produire des lots de viande homogène</li><li>◆ Il faut trouver davantage de clients pour écouler un animal entier</li><li>◆ Disposer d'une clientèle particulière importante</li></ul>
<b>Colis de 10 ou 20 kgs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Ménages plus aisés</li><li>◆ Ménages de taille importante</li><li>◆ Collectivités ou restauration collective</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Permet d'écouler plus rapidement le stock et limite le gaspillage</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ Souvent plus compliqué de trouver des clients pour une telle quantité</li></ul>

### b) La vente au détail

La vente au détail répond mieux aux attentes des clients recherchant des morceaux en particulier et permet au producteur de gérer son stock librement. Néanmoins, elle pose un problème d'écoulement de certaines parts qui attirent moins le consommateur. Des solutions existent

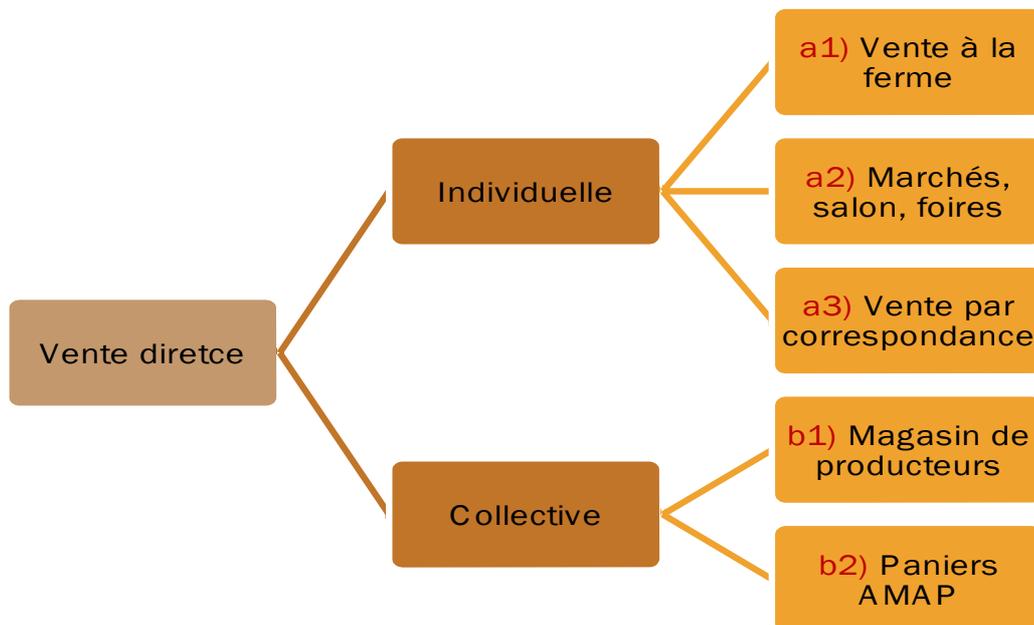
toutefois pour les utiliser en ayant recours à la surgélation ou encore en les transformant en steak haché. Si vous avez recours à ce type de solutions il faudra particulièrement faire attention aux règles sanitaires associées (voir page 53 : « Les bonnes pratiques d'hygiène »).

La **vente au détail** peut se faire :

- Via des emplacements de vente à l'étalage et des vitrines, tels que les camions de boucherie ambulants (pour les marchés),
- Sur les étals dans les points de vente collectifs (type magasins de producteurs ou coopératives),
- Dans les Grandes et Moyennes Surfaces,
- Directement sur le lieu de production.

## 2. Vente directe

Les différentes formes de vente directe sont les suivantes :



### a) Forme individuelle de la vente directe en circuit court

#### (1) Vente à la ferme

**Principe et fonctionnement :** La vente des produits se fait directement sur le site de production. Le producteur gère sa « boutique » comme il l'entend en fonction du volume de production à écouler et de la nature des produits.



© <http://charlythibault.e-monsite.com/>

**Lieux et horaires de vente :** La vente a lieu sur le site même de production. Les horaires d'ouverture de la structure de vente sont fixés par le producteur en fonction de son calendrier de travail, de ses obligations (dans le cas d'une activité annexe à la production de viande) mais également des besoins de la clientèle.

**Caractéristiques de la clientèle :** Il s'agit souvent d'une clientèle fidèle, attachée aux produits et au producteur. Les touristes de la zone considérée peuvent aussi représenter une part importante de la clientèle.

**Avantages :** La présence du consommateur sur l'exploitation permet un contact concret avec le producteur qui peut ainsi aisément partager son métier, son savoir-faire, et également faire découvrir le fonctionnement et les activités de l'exploitation. Ce système de vente permet souvent au producteur de mieux valoriser ses produits, notamment lorsqu'il s'agit de produits transformés ou cuisinés, car il est alors aisé de les faire déguster sur place. Enfin, ce mode de vente permet au producteur de limiter les coûts de transport étant donné que c'est le client qui se déplace à la ferme.

**Limites :** Le producteur doit être présent aux horaires annoncés. Le consommateur, qui peut venir de loin, peut regretter de ne pas toujours bénéficier d'une offre diversifiée de produits.

## Conseils pratiques

### **Pour réaliser un point de vente attractif, il est conseillé de :**

- Réaliser une signalisation claire et bien positionnée pour guider le client jusqu'à la ferme,
- Réserver un bon accueil, notamment à travers le point de vente avec :
  - des abords propres, traditionnels et éventuellement fleuris,
  - une entrée visible et intuitive (porte ouverte durant les horaires d'ouverture, peinte et/ou décorée),
  - un chemin d'accès au point de vente matérialisé (avec du gravier blanc ou un dallage par exemple),
  - les horaires d'ouverture affichés,
  - la mise à disposition de plaquettes informatives, de bons de commande ou encore de documentations touristiques.
- Développer une autre activité touristique en parallèle : visites de l'exploitation, séjours, restauration...
- Adhérer à des groupements d'agriculteurs exploitants dédiés à la vente à la ferme et garantissant au consommateur le respect, par le producteur, d'une charte de qualité et des valeurs (« Bienvenue à la ferme » par exemple).

### (2) Vente sur les marchés locaux ou dans les salons et foires

**Principe et fonctionnement :** Les marchés de producteurs consistent en un regroupement de producteurs locaux pour la vente de leurs produits fermiers. Les producteurs se rendent directement sur les marchés en plein air ou les foires où ils peuvent proposer tout type de produits agricoles, transformés ou non.



© <http://www.sudouest.fr/>

**Lieux et horaires de vente :** La plupart du temps, les marchés ont lieu en plein air sur la place centrale du village ou du quartier, mais il existe aussi des marchés couverts. Les marchés importants ont lieu de façon hebdomadaire voire deux à trois fois par semaine. En revanche, les marchés situés

dans des villages plus petits ne peuvent avoir lieu qu'une à deux fois par mois, ou même une fois par an. Les marchés se déroulent plutôt le matin : de 7 heure à 14 heure environ.

Les salons et les foires sont des événements de plus grande envergure, présentant une fréquence irrégulière et se déroulant généralement sur plusieurs jours.

**Caractéristiques de la clientèle :** En dehors des périodes touristiques, la majorité des clients sont réguliers et locaux. La clientèle est globalement stable sur l'année.

**Avantages :** Lorsque la participation à un marché est régulière, elle permet de fidéliser sa clientèle. De plus, les marchés attirent beaucoup de clients puisqu'ils consistent en un regroupement de producteurs proposant divers produits. Concernant les salons et les foires, l'avantage est de toucher une clientèle plus large (moins locale), qui pourra quand même devenir fidèle notamment si vous couplez votre présence sur les salons et les foires à un moyen de vente par correspondance.



© <http://www.ville-bron.fr/>

**Limites :** Participer à un marché représente énormément de travail et de préparation pour les producteurs. De plus, selon les conditions climatiques et la période, la fréquentation des marchés est variable. Cela ajouté à une concurrence importante, les producteurs ne sont pas toujours assurés de vendre l'ensemble de leurs produits.

## *Conseils pratiques*

### **Pour rendre attractif son stand il est conseillé de :**

- Bien agencer son point de vente avec :
  - Une signalisation claire
  - Un accès agréable
  - Un environnement propre et potentiellement traditionnel
  - Une présentation / information des produits
  - Un agencement reflétant une image de qualité
- Obtenir un emplacement qui est sur un lieu de circulation/passage,
- Proposer une offre de produits régulièrement renouvelée (produits de transformation saisonniers).

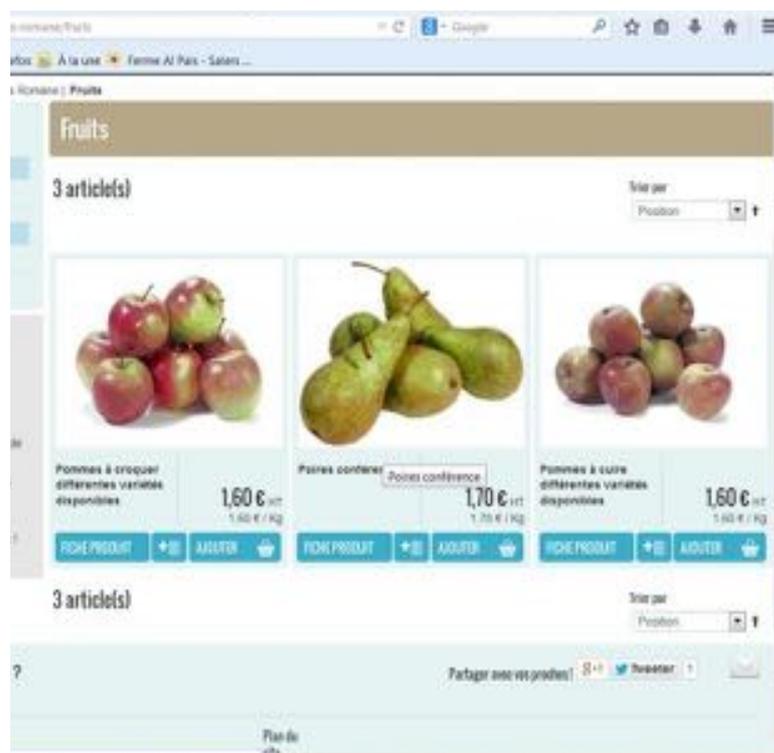
### (3) Vente par correspondance et par internet

La vente en ligne est en **plein essor**.

**Principe et fonctionnement :** Les outils de vente par correspondance sont doublement intéressants car ils permettent d'assurer à la fois la **promotion** et la **distribution** des produits. Avant de mettre en place ce mode de commercialisation, il est conseillé de bien identifier les tâches liées à cette activité, ainsi que leur incidence sur le volume de travail :

- Gestion du stock,
- Temps de préparation des colis et facturation,
- Expédition (modalités et coûts du transport) ou livraison,
- Mise à jour régulière des supports utilisés (disponibilité des produits, prix,...)

Il est souvent intéressant de créer un site avec d'autres producteurs afin de satisfaire plus aisément la demande (quantité et variété de produits). Il y a aussi possibilité d'associer des sites collectifs et individuels et de basculer des uns aux autres via des liens mais ceci est moins pratique pour les consommateurs.



© <http://www.syndicat-agricole.com/actualites/internet-vendre-en-ligne-ses-produits-fermiers.html>

**Lieux et horaires de vente :** Le site internet doit être disponible 24h/24 pour le consommateur. Les dates de livraison doivent être clairement définies, soit par le producteur, soit par le collectif de producteurs, et être indiquées sur le site. Si lieu de livraison il y a, il est préférable qu'il soit un point fixe, et il convient toujours de limiter le temps de trajet du consommateur.

**Caractéristiques de la clientèle :** Ce sont souvent des clients de catégories socio-professionnelles aisées qui mettent l'accent sur la consommation locale. Ils sont plutôt jeunes car c'est un mode de commercialisation récent. L'intérêt est de toucher une clientèle sur une zone géographique large car il suffit d'avoir une connexion internet pour accéder aux produits.

**Avantages :** La vente par correspondance permet de libérer du temps au producteur qui, une fois le site internet mis en place, n'a plus qu'à gérer les mises à jour et les livraisons de produits. De plus, cela n'altère pas la relation avec le client puisque producteurs et consommateurs peuvent se rencontrer lors de la livraison des produits. Ainsi, si le consommateur a des interrogations, il peut toujours en faire part au producteur à ce moment là.

**Limites :** Il est indispensable de s'informer auprès des professionnels de l'informatique et de la communication avant d'entamer cette démarche. Si l'on doit avoir recours à un prestataire de service pour la conception et la mise en place du site, un coût supplémentaire est à envisager.

## Conseils pratiques

### **Avant de se lancer dans la vente par correspondance**

Dans ce type de démarche, la maîtrise de la chaîne du froid est indispensable. Il faut donc prévoir des emballages adaptés au transport de la production agricole conformément à la réglementation sanitaire (voir page 53 : « Les bonnes pratiques d'hygiène »).

### (1) Points de vente collectifs : les magasins de producteurs

Au sein d'un point de vente collectif, chacun des adhérents est soumis :

- **Au règlement (CE) n°178/2002**, qui impose notamment des obligations de traçabilité, et des procédures de retrait-rappel des produits en cas de non-conformité,
- **Au règlement (CE) n°852/2004**, qui fixe les règles générales en matière d'hygiène des denrées alimentaires, et entre autres, l'obligation pour le producteur de déclarer ses activités et l'existence du point de vente collectif à la Direction Départementale de la (Cohésion Sociale et de la) Protection des Populations du département où est implanté le point de vente,
- **À l'arrêté du 21 Décembre 2009**, qui fixe les règles sanitaires applicables au commerce de détail (transport, maîtrise de la chaîne du froid, etc...).

### Note

Les magasins de producteurs locaux connaissent une forte expansion dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. En effet, selon l'annuaire des Magasins de Producteurs, en 2016, on compte 321 magasins sur le territoire national dont 104 uniquement sur la région Auvergne-Rhône-Alpes. Elle possède donc quasiment un tiers de l'effectif total (32,39%).

**Principe et fonctionnement :** un Point de Vente Collectif (PVC) est souvent mis en place suite à une étude de marché spécifique. Il est géré par un groupe de producteurs locaux qui tiennent des permanences au magasin à tour de rôle. Chacun d'eux livre ses produits et en reste propriétaire jusqu'à son achat. Chaque PVC est un magasin autonome (bien qu'il existe dans certaines régions des réseaux de PVC : Terre d'envies en Rhône-Alpes, Réseau des boutiques paysannes en Languedoc-Roussillon), qui peut relever de statuts juridiques divers (associatif, sociétaire ou Groupement d'Intérêt Économique). Les échanges entre producteurs et consommateurs y sont généralement importants, ce qui fait des PVC de véritables espaces de convivialité. Par ailleurs l'association de producteurs permet une offre plus variée et donc plus attractive.

**Lieux et horaires de vente :** Le nombre de journées d'ouverture est variable d'un PVC à l'autre mais est en général de 5 à 6 jours par semaine sur des horaires continus (qui dépendent des disponibilités des producteurs mais également du lieu d'implantation du magasin).



© <http://consommer-local.fr>

**Caractéristique de la clientèle :** La clientèle d'un PVC dépend fortement du lieu d'implantation de celui-ci. On distingue les PVC installés en zone non touristique, bénéficiant d'une clientèle quasi exclusivement locale et régulière sur l'année, des PVC en zone touristique, dont l'origine et l'importance de la clientèle sont variables suivant la saison. Par ailleurs, les clients des PVC sont en général plus âgés que ceux des paniers AMAP ou des marchés, du fait de la praticité et de la convivialité des PVC qui en font des systèmes de vente plus adaptés aux besoins de ces personnes.

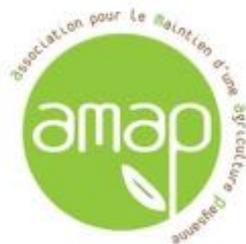
**Avantages :** Le regroupement de producteurs permet d'apporter une clientèle nouvelle. D'une part car il y a beaucoup de produits différents et d'autre part car les magasins de producteurs se rapprochent du système des supermarchés que beaucoup de personnes ont plutôt l'habitude de côtoyer. De plus, le producteur n'a pas besoin d'être présent constamment pour vendre ses produits, d'autres producteurs peuvent le faire du fait des permanences mises en place.

**Limites :** Ce système représente un investissement initial important, et son fonctionnement repose sur la bonne entente entre les producteurs.

## Conseils pratiques

### Pour réussir un point de vente collectif, il est nécessaire de:

- S'adapter à la clientèle :
  - **Clientèle locale** : mettre à disposition davantage de produits frais pour assurer une consommation quotidienne,
  - **Clientèle touristique** : approvisionnement du magasin en produits frais, mais aussi en produits transformés (miel, vins, huiles...).



### (2) Paniers AMAP

Une **Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP)** est un **partenariat de proximité** entre un groupe de consommateurs et des producteurs locaux.

**Principe et fonctionnement** : Un/des producteur(s) fournit(ssent) des produits frais aux consommateurs sous la forme d'un panier, une fois par semaine généralement. Les deux parties établissent un contrat pour une durée de plusieurs mois. Par ce dernier, ils définissent la quantité et la diversité des productions pour la saison, et s'accordent sur les méthodes agronomiques à respecter. Dans ce type de commercialisation, le consommateur s'engage à payer son panier à l'avance et le producteur s'engage à le livrer au jour et à l'heure convenus. Ce système est généralement marqué par une très bonne entente entre producteurs et consommateurs.



© <http://www.equilocal.fr/>

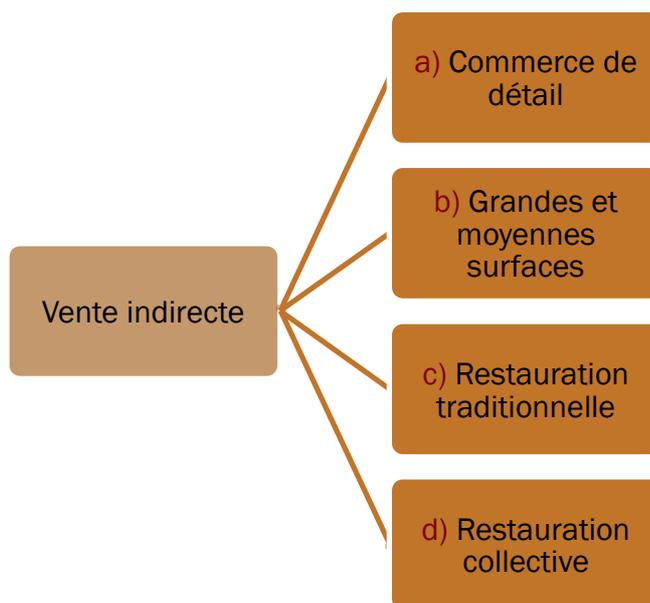
**Lieux et horaires de vente** : Les paniers peuvent être récupérés à la ferme ou bien en un tout autre point de distribution mieux desservi et établi à l'avance. L'horaire de la distribution est fixé afin de convenir au plus grand nombre de personnes, généralement en début de soirée.

**Avantages** : Ce type de fonctionnement permet au producteur d'avoir un minimum de production vendue à l'avance, selon les termes du contrat défini avec le client. Il permet également une meilleure gestion du stock par le producteur grâce à sa régularité.

**Limites :** D'une part les produits proposés sont fonction de la saison et de la région ; la diversité est donc limitée. Ceci est accentué en cas d'aléas climatiques ou pathologiques pouvant détruire une partie importante de la récolte. D'autre part, les clients sont engagés et doivent donc être fidèles au producteur, ce qui peut parfois les freiner dans la démarche.

### 3. Vente indirecte

Les différentes formes de vente indirecte sont les suivantes :



La vente indirecte est considérée comme relevant du circuit court dès lors que le producteur et le consommateur ne sont séparés que par **un seul intermédiaire**. Ce mode de commercialisation a tendance à se développer dans les grandes et moyennes surfaces (GMS), essentiellement pour les légumes, le lait (distributeur de lait frais), les fruits et le vin.

Ce mode de commercialisation est un atout pour promouvoir les morceaux de viande chevaline auprès du grand public. En effet, la fréquentation des restaurants et des GMS est encore bien supérieure à celle des exploitations agricoles. Les éleveurs ont ainsi l'opportunité de faire découvrir leur production au grand public et d'attirer de nouveaux clients vers la consommation de viande chevaline.

Par ailleurs, de plus en plus d'établissements scolaires proposent à leurs élèves des repas provenant directement de producteurs locaux. Si vous souhaitez élargir à ce type d'initiative, il convient de se rapprocher des collectivités locales à la manoeuvre. Il existe également des entités qui peuvent vous aider à exploiter ces marchés tel que l'association AGRILocal qui met à disposition une plate-forme de mise en relation simple, directe et instantanée entre fournisseurs locaux et acheteurs publics ayant une mission de restauration collective (collèges, lycées, maisons de retraite, etc.).

### *a) Commerce de détail*

**Principe et fonctionnement :** Selon l'INSEE, le commerce de détail consiste à « vendre des marchandises dans l'état où elles sont achetées (ou après transformations mineures), généralement à une clientèle de particuliers, quelles que soient les quantités vendues ». Sur les lieux de distribution, les revendeurs s'engagent alors à donner toutes les informations nécessaires au client sur le produit et sur son producteur.



© <http://isarta.com/infos>

**Lieux et horaires de vente :** Les magasins de produits du terroir sont un bon moyen pour faire du commerce de détail en viande chevaline. En effet, les producteurs peuvent déposer leurs produits et le magasin s'occupe de la commercialisation. Il faut donc directement voir avec eux pour les contrats car chaque magasin a sa propre organisation (horaires, type de produits vendus...). Il ne faut pas les confondre avec les magasins de producteurs locaux, gérés directement par les producteurs.

**Caractéristiques de la clientèle :** Ce mode de commercialisation touche une clientèle plus large puisque les produits locaux se retrouvent au même endroit que les autres produits du quotidien.

**Avantages :** L'avantage de ce type de commercialisation est la diversité des produits disponibles sur un même lieu pour les acheteurs. Le lien entre le producteur et le consommateur est préservé et fait partie de la stratégie commerciale de ces magasins. Le commerce de détail nécessite peu de déplacements pour la livraison. Il contribue enfin au développement de la notoriété locale de l'éleveur ce qui peut lui permettre de gagner de nouveaux clients en vente directe.

**Limites :** S'agissant de petits commerces, les volumes vendus sont souvent faibles et à un coût inférieur à la vente directe pour le producteur.

## Conseil pratique

### **Pour assurer une revente optimale de son produit dans un commerce de détail :**

Il est bienvenu de faire des fiches techniques ou des fiches produit destinées aux revendeurs. La viande chevaline est un produit qu'ils ne maîtrisent pas forcément et il leur faut toutes les informations le concernant pour que le partenariat soit un succès.

### *b) Grandes et Moyennes Surfaces (GMS)*

Les enseignes de grande distribution peuvent également intégrer des produits locaux à leurs gammes. Dans ce cas, les volumes de produits vendus sont **variables** et peuvent parfois être importants.

**Principe et fonctionnement :** Pour intégrer des grandes enseignes, il faut se faire référencer auprès de certaines centrales d'achats (Carrefour, la vie Claire, Biocoop...).

**Avantages :** Cela permet de toucher une clientèle qui ne viendrait pas forcément à la ferme. De plus, cela allège la charge de travail du producteur (comparativement à la vente directe) tout en lui assurant un meilleur écoulement de son stock avec des grandes quantités de production vendues.

**Limites :** Ce mode de commercialisation nécessite de s'adapter aux tarifs pratiqués par le magasin et de pouvoir fournir de manière régulière des volumes de produits homogènes et de qualité constante.

### *Note*

Certaines enseignes de distribution ont gardé leur autonomie d'approvisionnement. Il n'est donc pas possible de traiter avec elles (Super U et Intermarché par exemple).

## Conseil pratique

### **Pour convaincre les GMS de travailler avec vous :**

Il peut être intéressant de mettre en place un groupement de producteurs, afin de proposer une gamme ou une quantité adaptées à la demande des grandes et moyennes surfaces.



### *c) Restauration traditionnelle*

**Principe et fonctionnement :** Le producteur démarché lui-même les professionnels de la restauration. Il peut alors délimiter une zone géographique et négocier le prix de vente directement avec les restaurateurs. Ce type de débouché permet de promouvoir la viande chevaline auprès du grand public et de faire découvrir ou redécouvrir ses nombreuses qualités gustatives.



© <http://www.auvergne-tourisme.info/restauration>

**Lieu et horaires de vente :** Étant donné que les restaurateurs travaillent de plus en plus avec des produits « frais » et évitent, dans la mesure du possible, de conserver les aliments, il faut prévoir de les livrer régulièrement et à des horaires spécifiques (tôt le matin généralement).

**Avantages :** Proposer sa production à des restaurateurs est un bon moyen d'accroître sa notoriété car la provenance de la viande est souvent indiquée sur la carte. De plus, cela permet de valoriser davantage son produit grâce aux différentes recettes concoctées par le chef cuisinier.

**Limites :** Aujourd'hui très peu de restaurants traditionnels proposent de la viande chevaline en France. Lorsque c'est le cas, ils sont friands de certains morceaux en particulier, et ils ne permettent pas d'assurer un écoulement régulier du stock (du fait de l'adaptation à la demande de la clientèle).

### *Note*

S'il s'agit d'une **cuisine centrale agréée**, elle ne peut être livrée en produits d'origine animale que par un établissement agréé par le Ministère de l'Agriculture (liste disponible sur leur site).

S'il s'agit d'une **cuisine de restauration collective non agréée**, un producteur ayant obtenu une dérogation à l'agrément peut la fournir (dans la limite de certains volumes et distance).

## *Conseils pratiques*

### **Avant de commencer la distribution en restauration traditionnelle, il est conseillé de :**

- Préparer des arguments en amont (qualité des produits, rigueur de livraison...) pour convaincre les restaurateurs de travailler avec vous,
- Réfléchir à un autre mode de commercialisation parallèle car tous les morceaux ne seront pas écoulés via les restaurants.

### *d) La vente en restauration collective*

La Restauration Collective Hors Domicile (RCHD) a pour objectif de fournir des denrées alimentaires à des consommateurs directs. Elle possède des exigences propres comme une réglementation sanitaire très stricte. Les facteurs nécessaires à son bon fonctionnement sont une durabilité de l'échange, une large gamme de produits, des outils logistiques adaptés, et un bon rapport qualité prix. Elle joue également un rôle social et éducatif, notamment dans les restaurants scolaires, car elle permet de

faire découvrir des saveurs et produits auxquels les enfants n'ont pas accès chez eux, du fait de raisons économiques, culturelles ou éthiques.

**Principe et fonctionnement :** Les acteurs de cette filière ont l'habitude de travailler avec des grossistes dont les prix sont attractifs, et dont les produits sont tracés et répondent à des normes contraignantes. En restauration collective, le prix d'un repas possède trois composantes : le coût matière (coût des produits bruts), représentant un tiers du coût total, le coût du personnel et le coût de structure.

En ce qui concerne la logistique de ce type de commercialisation, elle doit être bien préparée en amont. Il peut être intéressant de constituer un regroupement avec d'autres producteurs pour rassembler les moyens financiers et faciliter le transport.



© [http://www.arehn.asso.fr/dossiers/circuit\\_court](http://www.arehn.asso.fr/dossiers/circuit_court)

**Avantages :** Ce type de commercialisation est intéressant car il permet de faire découvrir ou redécouvrir la viande chevaline à un public large. Il permet également au producteur d'assurer un écoulement régulier du stock (selon le contrat fixé avec la structure) et parfois en grande quantité (selon le type de structure).

**Limites :** La distribution de certains morceaux très demandés par la restauration collective, comme le steak haché, est compliquée pour un éleveur seul puisque sa transformation est onéreuse, demande beaucoup de temps et fera souvent l'objet de quantités importantes. L'éleveur devra également prendre en compte le fait que les produits doivent faire l'objet d'un grammage très précis selon la clientèle concernée.

## *Conseil pratique*

### **Pour être plus attractif aux yeux de la restauration collective :**

La collaboration en amont entre plusieurs producteurs permet au commanditaire d'acheter une grande quantité de produits au même fournisseur (achat « en gros ») et donc de diminuer le coût de matière. Cet aspect, intéressant pour le restaurateur collectif, constitue un argument de plus dans le choix des producteurs avec qui il va collaborer. Une telle collaboration peut se traduire par la mise en place d'une structure coopérative de type société coopérative et participative.

#### 4. Synthèse des différents modes de commercialisation

		Avantages		Limites	
		Producteur	Consommateur	Producteur	Consommateur
<b>Vente directe</b>	Vente à la ferme	Fixe plus librement son prix coûts de transport amoindris	Échanges directement sur le lieu de production	Forte implication personnelle	Déplacement important Produits spécifiques
	Marchés	Clientèle diversifiée	Diversité des produits	Accès limité	Fréquence des marchés
	Vente par correspondance	Gestion du stock facilitée	Facile d'accès Choisi son point de livraison	Compétences informatiques et gestion des livraisons	Prix plus élevés
	Point de vente collectif	Clientèle diversifiée Valorise les produits du terroir	Diversité des produits Confiance sur l'origine du produit	Régularité des approvisionnements Décisions collectives	Producteur pas toujours présent
	Paniers AMAP	Gestion du stock facilité Relation de confiance car engagement	Peu de déplacement Relation de confiance car engagement	Beaucoup de déplacements Tenir les engagements	Tenir les engagements
<b>Vente indirecte</b>	Commerces de détail	Peu de déplacements	Rapport qualité/prix Diversité des produits	Petit volume de vente	Moins de lien avec le producteur
	Grandes et moyennes surfaces	Clientèle diversifiée Commandes conséquentes	Rapport qualité/prix Diversité des produits	Valorisation du produit limitée	Moins de lien avec le producteur
	Restauration traditionnelle et collective	Gestion du stock facilité Valorisation du produit	Accès à des produits locaux Entente directement avec le producteur pour l'approvisionnement	Tenir les engagements d'approvisionnement	Tenir compte des possibilités du producteur

#### 5. Des outils de communication indispensables

La communication est fondamentale pour faire connaître son activité, notamment en démarche de circuit court, puisque le producteur est responsable de sa propre publicité. Elle doit informer les clients potentiels de l'existence de l'activité, des produits proposés et de leur prix. Elle est aussi un excellent moyen de mettre en avant les qualités organoleptiques de la viande chevaline exposées en page 15 de ce vade-mecum.

Il existe différents moyens pour communiquer sur une démarche de circuit court : dépliants, cartes de visite, tenue d'un site internet ou encore banderoles et pancartes de marchés.

## *Conseils pratiques*

### **Le secret d'une communication réussie :**

- ◆ Des photos de qualité,
- ◆ Un texte court et concis, ponctué de MOTS-CLEFS,
- ◆ Une police facile à lire,
- ◆ Une bonne association de couleur,

### **Les informations essentielles à transmettre :**

- Nom de l'entreprise
- Coordonnées et horaires d'ouverture
- Détail des produits proposés
- Tarifs – TTC

### *a) Les flyers et dépliants*

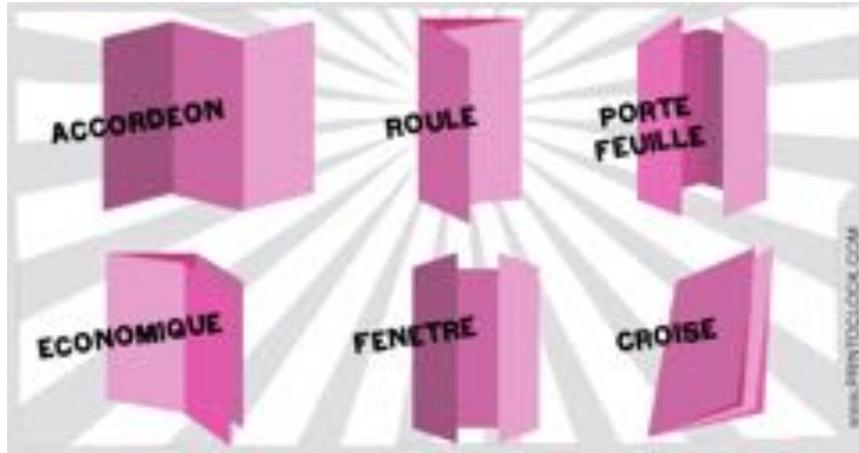
Plusieurs modèles de flyers et de dépliants existent. Il est très facile de les concevoir sur internet, grâce à des sites spécialisés. Ils constituent un moyen de communication intéressant pour un démarrage d'activité.

Le flyer comprend un seul volet, parfois recto verso, où sont recensés l'explication succincte de l'activité et les produits phares.

Le dépliant peut quant à lui se concevoir en 2, 3 ou 4 volets, ce qui permet de décrire plus précisément le fonctionnement du producteur et d'afficher l'intégralité de ses produits ainsi que leur prix. Il existe de nombreuses façons de réaliser un dépliant étant donné qu'il n'y a pas de règle définie sur la taille et sur l'orientation des pliures. Ainsi, libre à vous de créer un dépliant personnalisé tout en conservant toujours clarté et lisibilité.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Peu coûteux</li> <li>✓ Bien perçu du public</li> <li>✓ Message concis et directe</li> <li>✓ Consultable partout</li> <li>✓ Facile à transporter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Nécessite une conception réfléchie afin d'y faire apparaître les bons éléments</li> <li>x Distribution à chaque client potentiel</li> </ul>

Vous trouverez ci-dessous quelques possibilités de conception de dépliants :



**b) Les cartes de visite**

La carte de visite, de la taille d'une carte de crédit, recense toutes les informations essentielles sur le producteur et son activité : logo, nom, prénom, profession ou types de produits proposés (viande chevaline), numéro de téléphone, adresse mail et éventuellement site Internet. L'intérêt de celle-ci est son format qui lui permet de rentrer dans un porte-feuille.



Ce n'est pas au démarrage de l'activité que les cartes de visite ont le plus grand intérêt car elles ne donnent que très peu d'informations sur l'activité et ne permettent donc pas de la faire connaître concrètement au public. Toutefois, elles peuvent être éditées dans un premier temps dans le but d'une diffusion de masse. Une fois l'activité lancée, elle permet aux clients fidèles ou à ceux qui connaissent déjà les produits, de disposer directement des coordonnées du producteur pour des informations complémentaires voire des commandes de produits.

Les cartes de visite sont également faciles à concevoir sur des sites internet spécialisés.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Peu coûteux</li> <li>✓ Rentre dans le porte-feuille</li> <li>✓ Rapide à la lecture</li> <li>✓ Informations claires et précises</li> <li>✓ Peut être mise à disposition dans différents lieux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Sélectionner correctement les informations</li> <li>x Pas de détail sur l'activité et les produits proposés</li> </ul>

### *c) Le site internet et les réseaux sociaux*

De nos jours, la communication sur internet est incontournable. En effet, pour rechercher une information, le premier réflexe est devenu la recherche sur le web. Il est d'autant plus important de soigner ce mode de communication lorsque vous faites le choix de la vente par correspondance puisqu'il sera l'intermédiaire privilégié du client, lui permettant de trouver des réponses à ses questions. Dans ce sens, il vous permet également de gagner du temps car les clients ne sont pas obligés de vous contacter pour accéder à une information si celle-ci est déjà mentionnée sur le site internet. Ainsi, pour les clients fidèles ou les contacts directs que vous pouvez rencontrer, vous pouvez facilement leur communiquer votre site internet pour qu'ils consultent les nouveautés et les mises à jour, sans avoir à vous solliciter systématiquement.

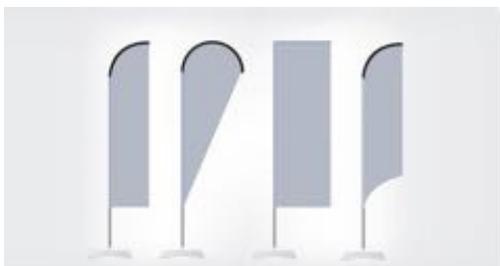
Certains sites vous proposent de créer facilement votre page internet en vous guidant sur son organisation et son illustration notamment.

Par ailleurs, au regard de la prise d'ampleur des réseaux sociaux, il apparaît intéressant de créer une page sur un ou plusieurs de ces vecteurs de communication. En effet, ils peuvent permettre de faire connaître son activité à un public plus large, de partager et de transmettre son métier en publiant des photos, des messages... Enfin, la viande chevaline étant plutôt un produit consommé par les personnes âgées, cela peut permettre de toucher une clientèle plus jeune, potentiellement plus durable.

<b>Avantages</b>	<b>Inconvénients</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Peu coûteux</li><li>✓ Consultable facilement par les clients</li><li>✓ Recense une multitude d'informations, complémentaires aux autres moyens de communication</li><li>✓ Gain de temps pour le producteur et le consommateur</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>x Mise à jour régulière à effectuer</li><li>x Nécessite une connexion internet de bonne qualité</li></ul>

### *d) Banderole, pancarte et kakemono*

Réaliser une banderole, une pancarte ou un kakemono est intéressant si vous souhaitez mettre en place un stand régulier sur un marché ou si vous participez ponctuellement à des foires ou des salons. Dans certains cas, elles peuvent également trouver leur place dans les vitrines des magasins de producteurs ou sur votre point de vente à la ferme.



Ce sont des « grandes affiches » qui permettent d'attirer le client sur son stand ou dans son magasin. Souvent très colorées et imagées, elles recensent peu d'informations

sur l'activité car le but est de susciter la curiosité chez les clients qui viendront ensuite sur le stand pour obtenir de plus amples informations.

Pour réaliser ce type d'affichage, il faut faire appel à des entreprises spécialisées qui peuvent être présentes sur internet.

Avantages	Inconvénients
✓ Réutilisable	x Onéreux selon type et taille de banderole
✓ Attire les clients	x Poids et volume parfois conséquents

### D. Comment fixer son prix de vente

Il est primordial de dissocier **3 valeurs intrinsèques au produit vendu en circuit court** :

- la **valeur classique de production** entendue comme la somme des coûts de production,
- la **valeur d'usage** qui fait référence à la valeur monétaire qu'un consommateur va attribuer théoriquement et plus ou moins inconsciemment à un produit en fonction de l'usage qu'il en fait,
- et enfin la **valeur immatérielle** qui comprend le prix des services, de la qualité spécifique, du goût, de la différenciation, de l'information, ou encore de la relation.

En effet, valoriser une production fermière ce n'est pas simplement valoriser un produit alimentaire basique, c'est valoriser des prestations immatérielles : un métier, une origine, des garanties sanitaires... Ainsi la valeur immatérielle détient une place majeure dans la détermination du prix d'un produit vendu en circuit court mais elle est complexe à évaluer, quantifier et afficher.

Il faut évidemment également tenir compte de l'acceptabilité du prix par le client ou encore de la capacité contributive du client. L'objectif est alors d'atteindre le prix « psychologique », qui représente ce que le client est prêt à déboursier. Au-dessus de ce seuil le consommateur renonce souvent à acheter, au-dessous, il doute de la qualité du produit. Le consommateur arbitre en continu autour de ce rapport qualité/prix du produit.

Si l'on revient sur la valeur de production du produit, plusieurs composantes sont à prendre en compte et notamment :

- Le nombre d'**Unité de Travail Humain (UTH)**,
- Le montant des **charges** (fiscales et opérationnelles),
- Le coût du **transport**,
- Le coût d'**abattage**, de découpe et éventuellement de transformation,
- Le coût d'**emballage** et de **traçabilité** du produit.

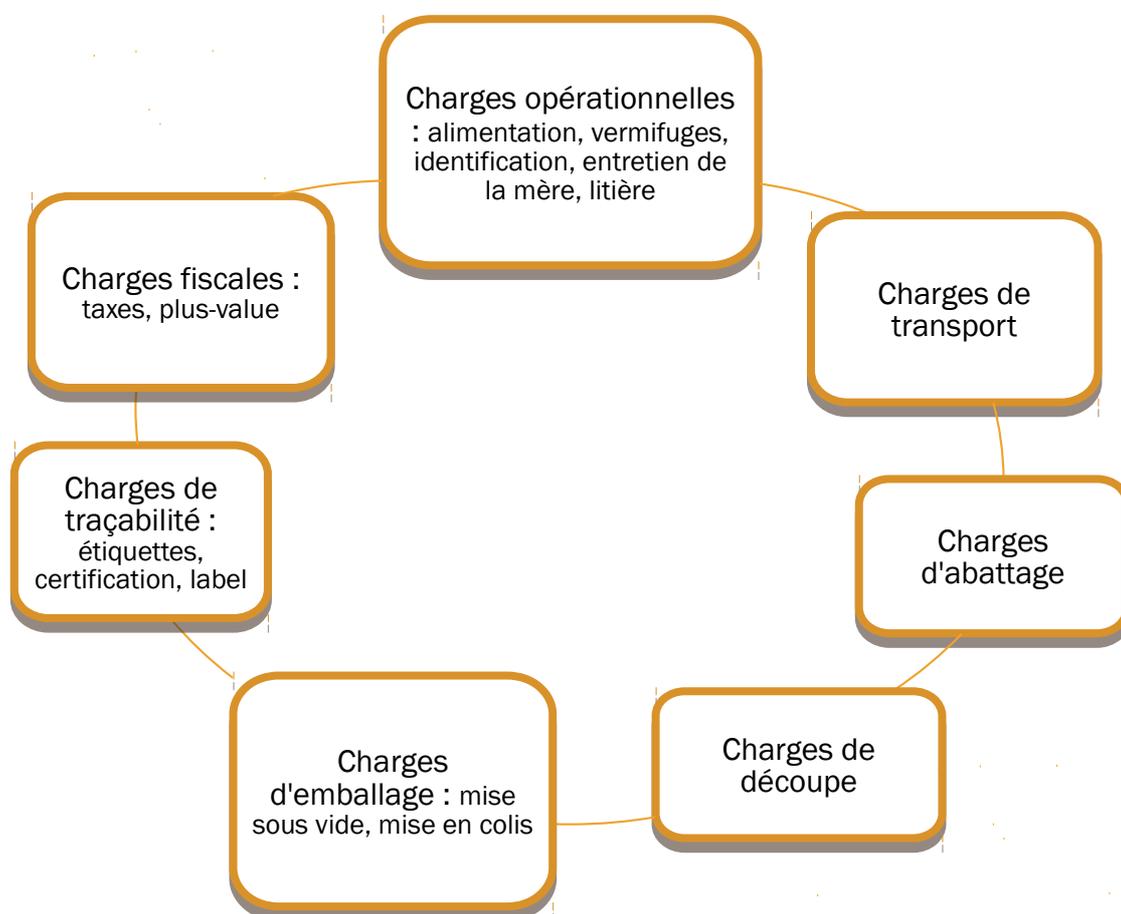
L'un des premiers critères à prendre en compte pour fixer son prix de vente est la quantité d'UTH nécessaire à la production. En effet, commercialiser en circuit court mobilise plus de main-d'œuvre que celle que soit la taille de l'exploitation et les produits vendus. **En moyenne, les exploitations vendant en circuit court mobilisent 2,2 unités de travail manuel, les autres exploitations 1,4.**

Le temps de travail pour commercialiser ne doit pas rentrer en concurrence avec le temps de travail de production. Une organisation en amont doit être réfléchie afin de prévoir un temps supplémentaire d'activités. Par ailleurs, il faut également penser à s'adapter aux heures de disponibilité des clients, soit principalement en dehors des heures de bureau habituelles, soit les week-ends, le soir ou pendant les vacances. Cette réflexion est primordiale lorsque la solution du magasin à la ferme est retenue ; les heures d'ouvertures doivent alors être compatibles avec l'activité professionnelle et la vie privée.

Pour exemple, vous trouverez ci-dessous la liste des principales étapes à prévoir pour la vente de viande chevaline en caissette:

- Se constituer un fichier client,
- Prévoir l'abattage,
- Contacter l'ensemble des clients,
- Amener le cheval à l'abattoir,
- Aller à la salle de découpe et mettre en caissette,
- Distribuer les caissettes.

L'ensemble des **autres charges à supporter** par le producteur et dont il faut tenir compte dans la détermination du prix du produit sont reprises dans le schéma ci-dessous :



Le prix de vente au kg ou à l'unité dépendra enfin de facteurs externes tels :

- **Les prix pratiqués par la concurrence:** les prix doivent être dans la moyenne du marché. S'ils excèdent cette moyenne, ils doivent pouvoir être justifiés par une qualité supérieure (race) ou un service différencié,
- **Le mode de commercialisation:** en direct ou par un intermédiaire. Les intermédiaires achètent généralement moins cher, mais, en parallèle, le temps dédié à la commercialisation est moindre pour le producteur,
- **Le degré de transformation/conditionnement:** le prix de vente en carcasse est inférieur au prix de vente en colis, lui-même inférieur au prix de vente au détail (ou transformé type viande hachée),
- **Les volumes vendus:** en viande chevaline, le prix au kilo d'une caisse de morceaux divers de 5kg est généralement plus élevé que celui d'une caisse de 10kg,
- **La typologie de la zone de chalandise:** clientèle rurale/urbaine, pouvoir d'achat...

Pour exemple, vous trouverez ci-dessous les prix moyens de certains morceaux et produits transformés en charcuterie, constatés en Février 2017, pour de la vente en circuit court sur internet (Source : *ma-boucherie-chevaline.com*) :

<u>Produits transformés</u>	<u>Prix moyen pratiqué en vente directe (€/kg)</u>		<u>Morceaux de viande</u>	<u>Prix moyen pratiqué en vente directe (€/kg)</u>
Brochettes	21,80		Viande à Hacher	14
Saucisson sec	20,50		Rôti	26,30
Saucisson cuit	14,30		Tournedos	55
Cervelas	14,30		Steak	25,60
Andouille	23,60		Filet	38,40
			Hampe	21,30
			Bavette d'loyau	25
			Côte à l'os	25,75
			Pièce à fondue	24,80
			Faux-filet façon tournedos	35

Pour conclure sur ce sujet du prix, la stratégie à avoir est certainement de tenter de déplacer la variable prix vers la variable valeur, afin que le prix reste un facteur secondaire de choix dans les productions fermières.

## E. Principales idées à retenir

### Ce qu'il faut retenir sur le circuit court

- 2 notions liées au circuit court : le **circuit court** et le **circuit de proximité**.....p.9
- 4 avantages à se lancer : **sociaux, économiques, culturels et environnementaux**.....p.9
- Des **qualités** certaines : riche en **protéines**, en **fer**, en **vitamines** et en **collagène**, faible teneur en lipides.....p.15
- 2 formes de vente : la **vente directe** et indirecte.....p.19 et p.27
- 5 possibilités de vente directe : la **vente à la ferme**, la **vente sur les marchés, salons et foires**, la **vente via internet**, les **points de vente collectifs** (magasin de producteurs), les **paniers AMAP**.....p.19 à 26
- 4 possibilités de vente indirecte : via le **commerce de détail**, dans les **grandes et moyennes surfaces**, en **restauration traditionnelle et collective**.....p.27 à 30
- 4 moyens principaux de communication : le **dépliant**, la **carte de visite**, le **site internet** et la **banderole ou pancarte**.....p.32 à 35

### III. Réglementations spécifiques à prendre en compte

La démarche du circuit court en viande chevaline est un phénomène récent. C'est pourquoi il n'existe pas encore une réglementation spécifique et qu'il est nécessaire de s'appuyer sur celle encadrant la production de viande chevaline en générale, et celle relative à la commercialisation de viande en circuit court.

Nous attirons votre attention sur le fait que la réglementation évoluant sans cesse il convient, au moment de votre lecture, de vérifier les éventuelles mises à jour des informations répertoriées dans ce vade-mecum. Cela peut notamment être fait via le site internet : [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr) ou en vous adressant à des organismes conseils maîtrisant le sujet.

#### A. Réglementation liée à l'hygiène et aux obligations sanitaires



## 1. La responsabilité du producteur

Réglementation en vigueur : Règlement (CE) n°852/2004

Chaque producteur est responsable des conditions d'hygiène de son atelier et doit s'assurer que les denrées alimentaires qu'il met sur le marché ne présentent pas de risque pour la santé du consommateur. On exigera ainsi du producteur des obligations de résultats, quels que soient les moyens employés pour les atteindre.



Chaque produit commercialisé en circuit court dispose d'une réglementation qui lui est spécifique. Par ailleurs, chaque mode de commercialisation et chaque volume vendu disposent d'une réglementation qui lui est également caractéristique. Des contrôles dans les ateliers de transformation et sur les lieux de vente (marchés, magasins...) sont effectués par les inspecteurs de l'hygiène alimentaire ou par les inspecteurs des Fraudes de la DD(CS)PP afin de s'assurer du respect de la réglementation.

Les exigences générales liées à la production de viande chevaline concernent le registre d'élevage, la déclaration ou l'agrément sanitaire des exploitations, la mise en place d'un Plan de Maîtrise Sanitaire et la formation aux bonnes pratiques d'hygiène. Il est fortement conseillé à tout producteur souhaitant se lancer dans le circuit court de se former à l'hygiène (voir les éléments d'informations

sur les formations à partir de la page 81) et de conserver ensuite soigneusement l'attestation relative à la formation réalisée.

### 1.2. Législation générale : le Paquet hygiène

Selon le Ministère de l'agriculture, et de l'Alimentation, « Le "**Paquet hygiène**", composé de plusieurs textes législatifs adoptés par l'Union européenne, vise à refondre, harmoniser et simplifier les dispositions très détaillées et complexes en matière d'hygiène auparavant dispersées dans 18 directives communautaires. L'objectif général est de mettre en place une politique unique et transparente en matière d'hygiène, applicable à toutes les denrées alimentaires et à tous les exploitants du secteur alimentaire, y compris ceux de l'alimentation animale, et à créer des instruments efficaces pour gérer les alertes, sur l'ensemble de la chaîne alimentaire. Cette nouvelle législation relative à l'hygiène est entrée en application le 1er janvier 2006 ».

Les **objectifs** du Paquet Hygiène :

- **Assurer un niveau élevé de protection de la santé du consommateur** en tenant compte de la santé et du bien-être des animaux,
- **Garantir la sécurité sanitaire des aliments** : harmoniser les systèmes de surveillance et de contrôle dans l'Union européenne et les pays tiers,
- **Permettre la libre circulation des produits** : des denrées alimentaires, qu'elles proviennent de végétaux ou d'animaux, ainsi que des aliments pour animaux.

En découle 3 **obligations** pour les professionnels :

- Obligation de **traçabilité** pour procéder à des retraits ciblés et rapides en cas de crise,
- Obligation de **retrait de produits** susceptibles de présenter un risque pour la santé publique,
- Obligation **d'information des services de contrôle** : se déclarer à la DD(CS)PP ou RASFF (the Rapid Alert System for Food et Feed) et fournir les mises à jour nécessaires.

### 3. La sécurité alimentaire en pratique

La **sécurité alimentaire** repose sur quatre piliers :

- **L'accès**, autrement dit la capacité à produire sa propre alimentation ou à l'acheter, et donc disposer d'un pouvoir d'achat suffisant pour le faire,
- **La disponibilité**, qui reste un problème dans les zones où la production alimentaire est insuffisante pour couvrir les besoins et qui interroge sur la capacité de charge de la planète pour nourrir une population croissante et de plus en plus gourmande,
- **La qualité de l'alimentation**, des points de vue tant nutritionnel, sanitaire, sensoriel que socio-culturel : la sécurité alimentaire intègre ainsi la sécurité sanitaire ou la salubrité des aliments,

- **La régularité**, à la fois des disponibilités, des moyens d'accès à l'alimentation et de sa qualité. Ce quatrième pilier intègre donc la question de la nécessaire stabilité des prix et des revenus des populations vulnérables.

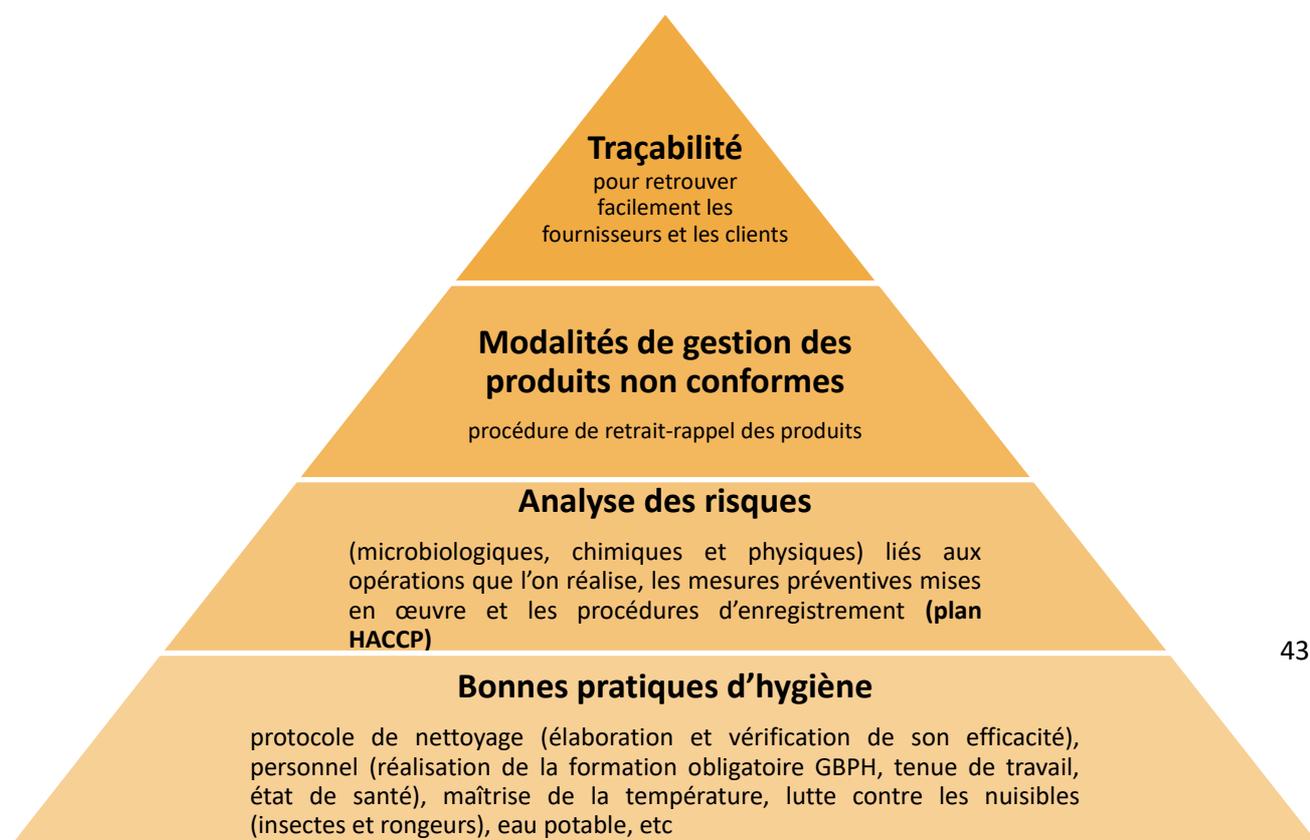
Les **démarches obligatoires** que vous devez réaliser pour respecter la sécurité alimentaire :

- Obtenir un **Certificat médical** d'aptitude à manipuler des denrées alimentaires par son médecin traitant,
- Rédiger un **Plan de Maîtrise Sanitaire** selon les bonnes pratiques d'hygiène, basé sur les principes de la méthode Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) (cf page 43),
- Mettre en place des **procédures de traçabilité** (cf page 47),
- Mettre en pratique les **bonnes pratiques d'hygiène** (cf page 53),
- Mettre en place des **procédures de retrait des lots à risques** (cf page 56).

### a) Le Plan de Maîtrise Sanitaire

Le règlement (CE) n° 852/2004 indique que les exploitants sont responsables de l'hygiène à toutes les étapes, depuis la production primaire jusqu'à la vente ou la mise à disposition des denrées alimentaires au consommateur final (« De la fourche à la fourchette »). Par conséquent, l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire est tenu à une obligation de résultats (et non de moyens), mais dispose d'une certaine latitude sur le choix des moyens.

Le **Plan de Maîtrise Sanitaire** (PMS) décrit les mesures prises par l'établissement pour assurer l'hygiène et la sécurité sanitaire de ses productions vis à vis des dangers biologiques, physiques et chimiques. Dans les faits, c'est un document qui recense toutes les mesures prises (les moyens choisis) pour éviter que les produits vendus soient contaminés (résultat attendu) et les preuves de leur application. Il regroupe :



A votre niveau, dès lors que vous intervenez entre l'abattage et la vente, par une opération pouvant contaminer le produit, vous devez mettre en place un Plan de Maîtrise Sanitaire. Cela semble évident pour la transformation fermière, que ce soit en atelier individuel ou collectif, mais c'est aussi nécessaire dès qu'il y a stockage de produits non stabilisés (saucisses, viande découpée,...) sur l'exploitation, entre la sortie de l'atelier agréé (prestataire) et le moment de la vente.

C'est un document obligatoire que la DD(CS)PP peut demander pour consultation lors d'un contrôle. Il n'est cependant pas à soumettre en amont, sauf dans le cadre d'un agrément, où il doit être présenté lors du montage du dossier (voir page 62 : Agrément sanitaire concernant les denrées d'origines animales). Suivant la nature des « opérations » ou manipulations concernées ainsi que le niveau de risque du produit, ce PMS sera plus ou moins conséquent :

- Pour un **atelier de découpe et transformation à la ferme**, individuel ou collectif, où vous allez intervenir sur plusieurs étapes de la fabrication, le PMS est plus conséquent, car les risques sont plus nombreux.
- En **cas de stockage de produits non stabilisés** (viande découpée, saucissons n'ayant pas perdu 40% de leur poids au séchage, entre la sortie de l'atelier prestataire et la vente) vous devez simplement créer un document dans lequel vous précisez :
  - ◆ le lieu de stockage et son mode d'entretien,
  - ◆ le mode de contrôle de la température,
  - ◆ la traçabilité des produits, permettant de conserver et de retrouver :
    - la date de réception des produits sortis de l'atelier prestataire,
    - les dates de vente,
    - le nom des clients et la quantité vendue.
- En cas de **fin de séchage de saucissons sur l'exploitation**, vous devez réaliser cette fin de process dans un endroit dédié à cet effet. Le séchoir sur l'exploitation doit comporter, à minima, en plus de la pièce de séchage, un SAS d'entrée avec un point d'eau, pour enlever la tenue d'extérieur et mettre une tenue propre, utilisée uniquement pour aller dans le séchoir. Il doit être lessivable et équipé d'un système permettant de contrôler la régularité de la température et éventuellement l'hygrométrie. Dans ce cas, Il doit être **déclaré auprès de la DDPP** et votre PMS doit indiquer :
  - ◆ le lieu de séchage,
  - ◆ le mode d'entretien de celui-ci,
  - ◆ le mode de contrôle de la température,
  - ◆ le lieu de stockage des saucissons en sortie de séchoir,
  - ◆ la traçabilité des produits permettant de conserver et de retrouver :
    - la date de réception des produits sortis d'un atelier prestataire,
    - la date d'entrée et de sortie du séchoir de vente,
    - le nom des clients et la quantité vendue.

(1) La méthode Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP)

La traduction française de l'HACCP signifie « **analyse des dangers et points critiques pour leur maîtrise** ».



La **méthode HACCP** est **obligatoire** dans toute rédaction d'un **Plan de Maîtrise Sanitaire**. C'est un système qui identifie, évalue et maîtrise les dangers significatifs au regard de la sécurité des aliments (NF V 01-002). Cette méthode, clairement identifiée, est un point de départ pour mettre en place son Plan de Maîtrise Sanitaire.

L'HACCP s'intéresse aux 3 classes de dangers pour l'hygiène des aliments :

- les dangers **biologiques** (virus, bactéries...)
- les dangers **chimiques** (pesticides, additifs...)
- les dangers **physiques** (bois, verre...).

*Les 7 principes de la méthode HACCP*



Pour répondre aux 7 principes de la méthode, il faut suivre une séquence logique de **12 étapes** :

**1) Constituer l'équipe HACCP** : s'assurer de disposer d'experts et de techniciens spécialisés dans le produit pour mettre au point un plan HACCP efficace. Le producteur peut très bien répondre aux exigences de formations et de connaissances et constituer à lui seul son équipe.

**2) Décrire le produit** : procéder à une description complète du produit et donner des instructions concernant sa sécurité d'emploi tels que les compositions, la structure physique/chimique, les traitements microbiocides/statiques (traitements thermiques, congélation, saumure, salaison, etc.), le conditionnement, la durabilité, les conditions d'entreposage et les méthodes de distribution.

**3) Déterminer son utilisation prévue** : L'usage auquel est destiné le produit doit être défini en fonction de l'utilisateur ou du consommateur final.

**4) Établir un diagramme des opérations** : Ce diagramme comprendra toutes les étapes opérationnelles pour le produit.

**5) Confirmer sur place le diagramme des opérations** : comparer en permanence le déroulement des opérations de transformation au diagramme des opérations et, le cas échéant, le modifier. La confirmation du diagramme des opérations doit être effectuée par une ou des personne(s) possédant une connaissance suffisante du déroulement des opérations de transformation.

**6) Énumérer tous les dangers potentiels associés à chacune des étapes, effectuer une analyse des risques et définir les mesures permettant de maîtriser les dangers ainsi identifiés (PRINCIPE 1)** : Lorsqu'on procède à l'analyse des risques, il faut tenir compte, dans la mesure du possible, des facteurs suivants :

- probabilité qu'un danger survienne et gravité de ses conséquences sur la santé,
- évaluation qualitative et/ou quantitative de la présence des dangers,
- survie ou prolifération des micro-organismes dangereux,
- apparition ou persistance dans les aliments de toxines, de substances chimiques ou d'agents physiques,
- facteurs à l'origine de ce qui précède.

Il convient d'envisager les éventuelles mesures à appliquer pour maîtriser chaque danger. Plusieurs interventions sont parfois nécessaires pour maîtriser un danger spécifique et plusieurs dangers peuvent être maîtrisés à l'aide d'une même intervention.

**7) Déterminer les points critiques pour la maîtrise (PRINCIPE 2)** : Si un danger a été identifié à une étape où un contrôle de sécurité est nécessaire et qu'aucune mesure de maîtrise n'existe au niveau de cette étape ou de toute autre, il faudrait alors modifier le produit ou le procédé correspondant à cette étape, ou à un stade antérieur ou ultérieur, de manière à prévoir une mesure de maîtrise.

**8) Fixer des seuils critiques pour chaque point de contrôle (PRINCIPE 3)** : fixer et valider des seuils correspondants à chacun des points critiques pour la maîtrise des dangers. Dans certains cas,

plusieurs seuils critiques sont fixés pour une étape donnée. Parmi les **critères** choisis, il faut citer la température, la durée, la teneur en humidité, le pH, le pourcentage d'eau libre et le chlore disponible, ainsi que des paramètres organoleptiques comme l'aspect à l'œil nu et la consistance.

**9) Mettre en place un système de surveillance pour chaque point de contrôle (PRINCIPE 4) :** Un tel système de surveillance permet de mesurer ou d'observer les seuils critiques correspondant à un point de contrôle. Les procédures appliquées doivent être en mesure de détecter toute perte de maîtrise. En outre, les renseignements devraient en principe être communiqués en temps utile pour procéder aux ajustements nécessaires, de façon à éviter que les seuils critiques ne soient dépassés. Dans la mesure du possible, il faudra procéder à des ajustements de procédés lorsque les résultats de la surveillance indiquent une tendance vers une perte de maîtrise à un point de contrôle. Ces ajustements devront être effectués avant qu'aucun écart ne survienne.

**10) Prendre des mesures correctives (PRINCIPE 5) :** Des mesures correctives spécifiques doivent être prévues pour chaque point de contrôle, dans le cadre du système HACCP, afin de pouvoir rectifier les écarts, s'ils se produisent. Ces mesures doivent garantir que le point de contrôle a été maîtrisé. Elles doivent également prévoir le sort qui sera réservé au produit en cause. Les mesures ainsi prises doivent être consignées dans les registres HACCP.

**11) Instaurer des procédures de vérification (PRINCIPE 6) :** On peut avoir recours à des méthodes, des procédures et des tests de vérification, notamment au prélèvement et à l'analyse d'échantillons aléatoires, pour déterminer si le système HACCP fonctionne correctement. De tels contrôles devraient être suffisamment fréquents pour confirmer le bon fonctionnement du système.

**12) Constituer des dossiers et tenir des registres (PRINCIPE 7) :** La tenue de registres précis et rigoureux est indispensable à l'application du système HACCP. Un système de registres simple peut être efficace et facilement communiqué aux employés.

### **b) La traçabilité**

*Réglementation en vigueur : Règlement (CE) n°178/2002, issu du Paquet Hygiène*

Le règlement définit la traçabilité comme la « capacité de retracer, à travers toutes les étapes de la production, de la transformation et de la distribution, le cheminement d'une denrée alimentaire, d'un aliment pour animaux, d'un animal producteur de denrées alimentaires ou d'une substance destinée à être incorporée ou susceptible d'être incorporée dans une denrée alimentaire ou un aliment pour animaux ».



La **traçabilité** est donc une technique obligatoire qui permet de retrouver l'historique, l'utilisation et la composition de produits industriels ou alimentaires à partir de la chaîne de production jusqu'à la chaîne de distribution et de consommation. Les produits sont donc suivis tout au long de leur durée de vie au moyen d'une identification enregistrée (ISO 8402).

En viande chevaline, la traçabilité passe par la tenue du registre d'élevage, la déclaration du détenteur, l'identification des équidés via le document d'accompagnement (pré abattoir) et la traçabilité du produit (post abattoir).

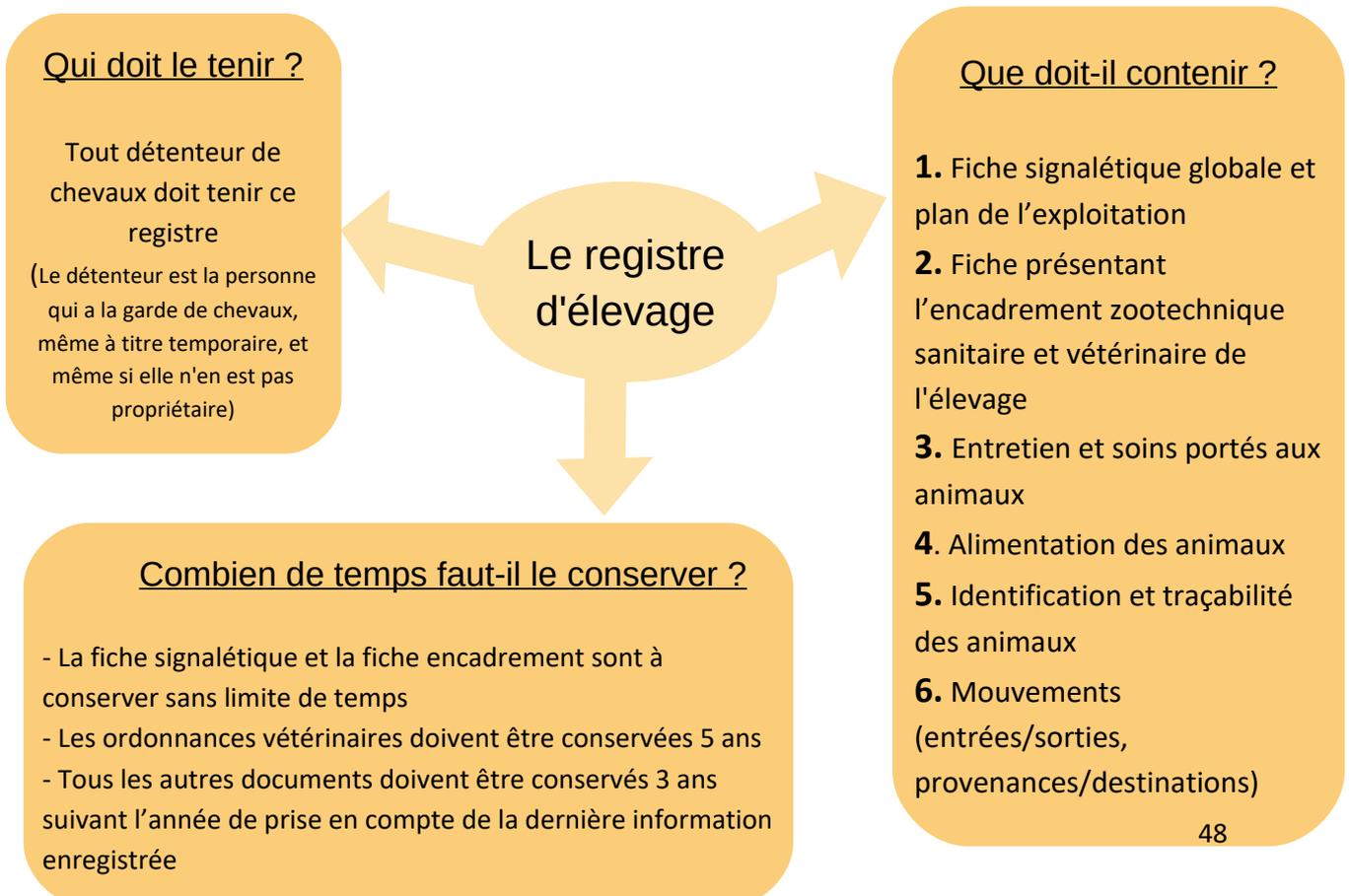
**La traçabilité permet ainsi l'identification de :**

- toutes les étapes du parcours de fabrication du produit,
- la provenance des composants et des fournisseurs,
- des lieux où le produit ou les composants ont été entreposés,
- tous les contrôles effectués sur le produit et ses composants,
- tous les échanges commerciaux entre les différents grossistes, fournisseurs et revendeurs,
- tous les équipements utilisés pendant le cycle de fabrication,
- tous les clients qui ont consommé le produit.

**(1) Le registre d'élevage**

*Réglementation en vigueur : Article L234-1 du code rural, Article L214-9 du code rural et l'Arrêté du 5 juin 2000 relatif au registre d'élevage (version consolidée au 16 février 2017).*

Au même titre que les autres élevages d'espèces animales de rente, l'élevage de chevaux, ou d'équidés en général, est soumis à l'obligation réglementaire de tenue d'un registre d'élevage, régulièrement mis à jour. Il permet d'identifier les lieux de détention et les mouvements des équidés. Il garantit la mise en œuvre d'une politique sanitaire efficace et rapide afin notamment d'éviter la propagation des épidémies.



## **Précisions sur le contenu :**

### **3. Entretien et soins portés aux animaux**

Tous les soins apportés aux animaux doivent être consignés en enregistrant :

- la référence à tout résultat d'analyse et à toute ordonnance concernant les animaux,
- la mention de toute visite vétérinaire,
- l'administration de médicaments ou d'aliments médicamenteux (*quoi ? comment ? combien ? Quand ?*).

**Il est nécessaire d'archiver aussi :**

- les comptes-rendus de visites sanitaires,
- les résultats d'analyses,
- les ordonnances pour les médicaments soumis à prescription (à conserver pendant 5 ans),
- les bons de livraison ou factures pour les médicaments non soumis à prescription,
- les résultats de toute inspection sanitaire post-mortem.

### **4. Alimentation des animaux**

Conserver les bons de livraison ou factures ou étiquettes décrivant la composition des aliments (y compris pour les matières premières).

### **5. Identification et traçabilité des animaux**

Les mouvements de chaque animal doivent être consignés dans le registre :

- type ou race de l'animal,
- identification de l'animal,
- date et cause d'entrée et de sortie,
- nom et adresse du propriétaire,
- nom et adresse de l'exploitation (de provenance ou de destination).



**Un modèle type de registre d'élevage est téléchargeable sur le site internet de l'ifce.**

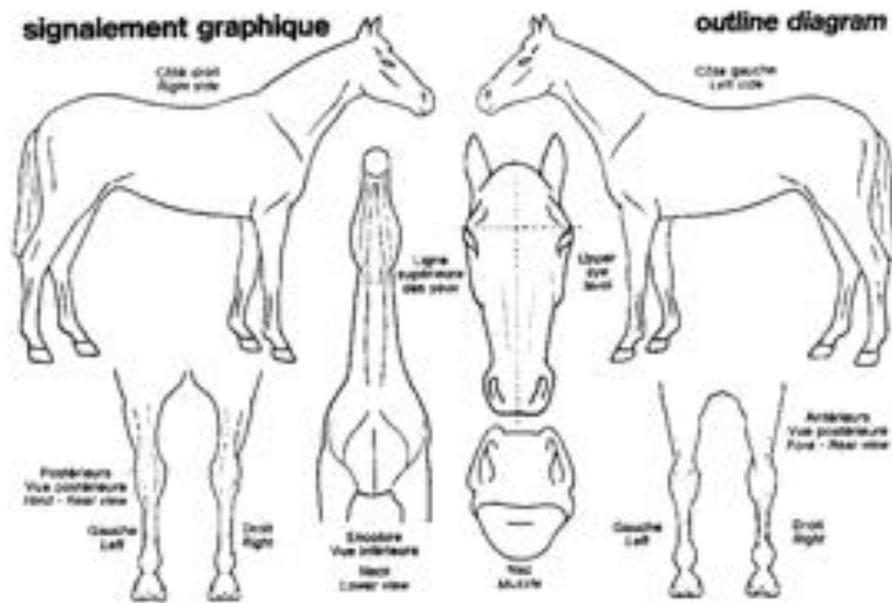
## **(2) L'identification des équidés**

*Réglementation en vigueur : Règlement d'exécution (UE) 2015/262 de la Commission du 17 février 2015 établissant des règles conformément aux directives du Conseil 90/427/CEE et 2009/156/CE en ce qui concerne les méthodes d'identification des équidés (abroge et remplace le règlement 504/2008 à partir du 1er janvier 2016).*

*Comme le précise l'Article D212-58 du Code Rural et de la Pêche Maritime, l'identification d'un équidé peut être réalisée uniquement par des personnes habilitées qui sont les vétérinaires et les agents des Haras Nationaux.*

Depuis 2008, l'identification est obligatoire pour tous les équidés, qu'ils soient nés en France ou importés, qu'ils soient destinés à la consommation humaine ou non. Elle passe par plusieurs processus décrits ci-après.

- Le **signalement** : relevé des caractéristiques physiques du cheval effectué par un agent habilité, avant le sevrage du poulain ou avant le 31 décembre de l'année de naissance.



©www.cheval-creme.com

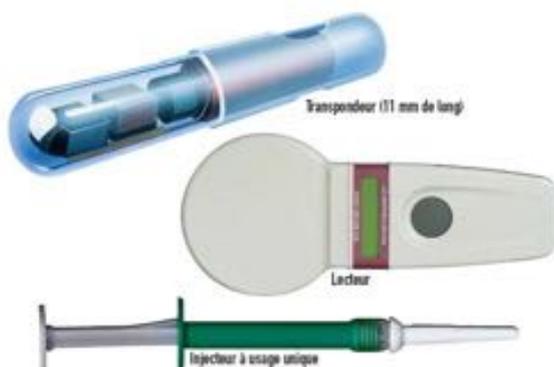
- Le **document d'identification** : établi suite au relevé de signalement, il doit rester en permanence avec le cheval et il l'accompagne tout au long de sa vie.



©ifce

- Le **transpondeur électronique** (« puce » électronique) : implanté dans le tiers supérieur gauche de l'encolure du cheval. Il porte un numéro unique infalsifiable enregistré dans la base de données du Système d'Identification Répertoire des Équidés (SIRE) et inscrit sur le document d'identification.

©Ifpcheval



©ifce

Par ailleurs, les chevaux qui ne sont pas élevés pour la consommation humaine ont la possibilité d'y être **exclus à vie**. En effet, chaque propriétaire peut décider de cocher la case correspondant à ce choix qui se trouve dans le Feuillelet « traitement médicamenteux » du document d'identification. Ce choix est définitif, il ne peut ensuite plus être modifié, même si le cheval change de propriétaire.

**TRAITEMENT MÉDICAMENTEUX :**

Numéro d'identification (1) : 52236563 8 Nom : POMPON

Ce document ne peut être utilisé qu'associé au document d'accompagnement de l'équipe

**PARTIE I :**  
 Personne ayant rédigé ce document dans le document d'identification : Les HARAS NATIONAUX - SIRE  
 Date d'insertion de ce chapitre dans le document d'identification (11) : 1e: 29/09/2003

**PARTIE II (10) : Avertissement** l'animal de l'abattage pour la consommation humaine. À viser par chaque nouveau propriétaire.

Je soussigné, propriétaire (2) représentant du propriétaire (2), déclare que l'animal décrit dans le présent document d'identification n'est pas destiné à l'abattage pour la consommation humaine (3)

Date et Lieu	Nom en lettres capitales et signature du propriétaire de l'animal ou de son représentant / sa représentante	Nom en lettres capitales et signature du vétérinaire sanitaire

VISA des propriétaires suivants :

Date et Lieu	Nom en lettres capitales et signature du propriétaire de l'animal ou de son représentant / sa représentante	Date et Lieu	Nom en lettres capitales et signature du propriétaire de l'animal ou de son représentant / sa représentante

**PARTIE III-A**, valable uniquement en relation avec les informations de la partie II-B

Je soussigné, propriétaire (2) représentant du propriétaire (2), déclare que l'animal décrit dans le présent document d'identification **peut être destiné à l'abattage** pour la consommation humaine (4)

Date et Lieu	Nom en lettres capitales et signature du propriétaire de l'animal ou de son représentant / sa représentante	Nom en lettres capitales et signature du vétérinaire sanitaire

(1) Numéro d'identification initial ou le nouveau transpondeur.  
 (2) Peut le haras noble.  
 (3) Cevisol peut être traité avec des médicaments contenant des substances autorisées aux animaux (1, 10 ou 11 du règlement (CEE) n° 2377/90) et d'autres substances. L'accompagnement du traitement médicamenteux doit se faire conformément à la disposition (partie II-B) du formulaire. L'animal ne sera jamais abattu pour la consommation humaine.  
 (4) L'animal peut être traité avec des médicaments contenant des substances autorisées aux animaux (1, 10 ou 11 du règlement (CEE) n° 2377/90) et d'autres substances. L'accompagnement du traitement médicamenteux doit se faire conformément à la disposition (partie II-B) du formulaire. L'animal peut uniquement être abattu pour la consommation humaine après expiration du délai d'attente prévu de six mois suivant la date d'abattage indiquée (partie II-B). Avant la date d'abattage des médicaments ou d'autres substances qui contiennent des substances autres que celles qui sont autorisées aux animaux (1, 10 ou 11 du règlement (CEE) n° 2377/90).  
 (5) À vérifier dans les arrêtés publiés au règlement (CEE) n° 2377/90.  
 (6) Cette information est facultative. Toutefois, cette information doit permettre de vérifier le délai d'attente si la substance autorisée est incluse dans les animaux (1, 10 ou 11 du règlement (CEE) n° 2377/90) après qu'elle a été administrée. Les autres, d'autres médicaments doivent être indiqués sur le formulaire 4, paragraphe 4, de la dernière 31-001-020.  
 (7) Nom, adresse, code postal et lieu en caractère d'imprimerie.  
 (8) Téléphone (à vide pour l'usage réservé).  
 (9) Non applicable si document est délivré avec le document d'identification.  
 (10) Un animal traité avec un médicament contenant une substance figurant à l'annexe IV doit de ce fait être inscrit en partie II.  
 (11) La personne inscrite dans cette partie dans le document d'identification doit le reporter à la page de ses coordonnées.

### (3) Les conditions d'éligibilité à l'abattage

Les chevaux élevés spécifiquement pour la viande peuvent eux aussi être exclus définitivement de la filière bouchère. Pour s'assurer qu'un cheval n'est pas dans ce cas, il convient de vérifier les points suivants :

- **La case « Exclu de la consommation humaine » sur le feuillet traitement médicamenteux ne doit pas être cochée,**
- **Le respect des délais d'identification :**
  - les chevaux nés avant le 1<sup>er</sup> juillet 2009 doivent avoir été identifiés avant le 1<sup>er</sup> janvier 2010, et doivent posséder un transpondeur électronique (quelle que soit sa date de pose),

- les chevaux nés après le 1<sup>er</sup> juillet 2009 doivent avoir été identifiés (édition du document d'accompagnement) dans les 12 mois après leur naissance, et posséder un transpondeur électronique.

- **Les modalités d'insertion du feuillet traitement médicamenteux :**

- le feuillet doit avoir été inséré avant le 1<sup>er</sup> janvier 2010 pour les chevaux nés avant 2010 et ne doit pas présenter la mention d'exclusion de la consommation humaine,
- le feuillet doit avoir été inséré et relié par l'*ifce* au document d'accompagnement pour les chevaux nés à partir de 2010,
- l'absence de feuillet exclu définitivement le cheval de la consommation humaine.

- **L'indication ou non de médicaments résiduels sur le feuillet traitement médicamenteux, 2 cas de figures :**

- **l'exclusion temporaire :** administration au cheval d'un médicament vétérinaire autorisé, bénéficiant d'une limite maximale de résidus. L'éleveur doit simplement respecter le temps indiqué par le vétérinaire, avant lequel il ne pourra pas faire abattre son cheval.
- **l'exclusion définitive :** administration au cheval d'un médicament présent sur la liste des médicaments interdits.



**Renseignez-vous auprès de votre vétérinaire pour connaître la liste des médicaments interdits.**

- **Le cas particulier des duplicatas de document d'identification :**

- un cheval né avant le 1<sup>er</sup> juillet 2009 et présenté avec un duplicata émis avant le 1<sup>er</sup> janvier 2010 n'est pas exclu, sauf si ce dernier présente une mention indiquant que le cheval est exclu de la filière bouchère,
- un cheval, quelle que soit sa date de naissance, présenté avec un duplicata émis après le 1<sup>er</sup> janvier 2010 est exclu de la consommation humaine sauf s'il a une dérogation accordée par le Préfet.



**Renseignez-vous auprès de votre DDPP pour connaître les conditions de dérogations propres à votre département.**

**Remarque :** l'exclusion d'un équidé de la consommation humaine indique qu'il est également exclu de la consommation animale.



**Pour plus d'informations concernant l'éligibilité de votre cheval à la consommation humaine, consultez le flyer « Respectez les obligations sanitaires pour protéger votre équidé » disponible sur le site internet de l'*ifce*.**

#### (4) La traçabilité du produit

Deux types de « traçabilité produit » sont possibles pour les producteurs de viande chevaline : la traçabilité logistique et la traçabilité produit.

- ✓ La **traçabilité logistique**, appelée également **tracking**, permet de suivre un produit au niveau quantitatif.

Le tracking permet :

- la localisation d'un produit,
- l'identification de sa destination et de ses origines.

Pour assurer la traçabilité logistique, les producteurs doivent munir chaque produit/lot d'un identifiant. Un lecteur doit être en mesure d'interpréter cet identifiant et de rapporter l'information liée.

Les techniques couramment utilisées par les entreprises pour assurer le suivi logistique sont :

- le code à barres,



- la radio identification (RFID) : utilisation de radio étiquettes autoadhésives associées à une puce électronique qui émet et reçoit des requêtes radio.



- ✓ La **traçabilité produit**, également appelée **tracing**, correspond davantage à un suivi qualité du produit.

Le tracing permet de :

- tracer un produit et de contrôler la qualité tout au long de son parcours,
- d'identifier les causes d'un problème qualité.

Ces techniques de traçabilité permettent de capturer, de stocker et de gérer toutes les informations du produit. Ainsi, si un produit est identifié comme non conforme, le producteur devra démontrer qu'il a respecté des normes rigoureuses de qualité.

### *c) Les bonnes pratiques d'hygiène*

Les Bonnes Pratiques d'Hygiène (BPH) reprennent l'ensemble des conditions et des règles à mettre en place dans une structure afin d'assurer la sécurité et la salubrité des aliments et de la production.

Pour le producteur, l'objectif est de s'entourer de garanties pour **produire et vendre des produits sains**. Les BPH concernent donc la conduite de l'élevage, les installations, le stockage, la transformation, le conditionnement et le transport. Elles doivent être clairement définies par le producteur et rédigées dans le Plan de Maîtrise Sanitaire.



### ● La maîtrise de la chaîne du froid

Le froid limite voire stoppe la prolifération des micro-organismes et assure la conservation des qualités nutritionnelles et organoleptiques. La maîtrise de la chaîne du froid est donc indispensable afin de maintenir constamment les aliments réfrigérés à une température basse, et les garder sains, du lieu de production à la cuisine du consommateur.

De ce fait, les denrées alimentaires doivent être maintenues entre 0°C et 4°C pour les produits très périssables, et à une température inférieure à 8°C pour les denrées périssables. Les viandes crues, cuites et la charcuterie peuvent être conservées entre 0°C et 4°C dans le frigo ou congelées à température inférieure ou égale à -18°C.

Ces exigences de températures doivent bien sûr être également respectées au cours des étapes de stockage et de transport.

### ● La détermination de la Date Limite de Consommation (DLC) :

La réglementation impose que les produits alimentaires non stables à température ambiante, et faisant l'objet d'une conservation prolongée, soient soumis à des analyses réalisées à la Date Limite de Consommation prévue par le producteur, afin de vérifier que les critères microbiologiques s'appliquant au produit sont bien respectés jusqu'à cette date. Cette vérification est implicite dans le cadre de l'application de la méthode HACCP.

Il faut donc faire appel à un laboratoire agréé, qui, dans un premier temps, pourra conseiller le producteur sur une DLC temporaire, basée sur des produits déjà connus. Il procédera ensuite à la réalisation de tests qui permettront de fixer la DLC finale du produit.

Le producteur peut, en complément, faire réaliser des tests permettant de vérifier le goût de la viande avant et après la DLC.

**Tableau des Durées Limites de Consommation (DLC) moyennes par type d'aliment :**

Catégorie de denrée	Durée de conservation au frigo	Durée de congélation
<b>Abats comestibles : foie, rognon, cœur</b>	1 à 2 jours	3 à 4 mois
<b>Steak ou rôti</b>	3 à 5 jours ; 28 jours sous vide	6 à 12 mois
<b>Jambon cuit tranché</b>	3 à 4 jours	12 mois
<b>Jambon fumé : bacon, Bayonne, Parme</b>	7 jours	12 mois
<b>Saucisses fraîches</b>	1 à 2 jours	1 à 2 mois
<b>Viande coupée pour ragoût et sautée</b>	2 jours	6 mois
<b>Viande cuite</b>	3 à 4 jours	2 à 3 mois
<b>Viande hachée ou boulettes</b>	1 jour	2 à 3 mois

### ● Les critères relatifs aux locaux :

Tous les locaux (laboratoires de découpe, chambres froides...) où les produits sont entreposés, manipulés, refroidis, transformés, stockés, etc, doivent être situés et construits de façon à limiter les risques de contamination. Le principe de « la marche en avant »<sup>1</sup> doit être respecté afin de prévenir tout risque de contamination supplémentaire. Les locaux doivent être propres et en bon état d'entretien, faciles à nettoyer et à désinfecter, tout comme les équipements présents.

L'eau de nettoyage des installations doit être potable, d'où la quasi nécessité d'être raccordé au réseau. En cas d'utilisation d'eau de forage, il est obligatoire d'obtenir une autorisation préfectorale.

### ● Les analyses et les autocontrôles :

Les autocontrôles concernent les analyses microbiologiques de la matière première et des produits finis. Les critères microbiologiques (listeria, salmonella, staphylocoque...) et les seuils de sécurité sont définis par la réglementation (règlement (CE) n°178/2002).

Des analyses régulières des produits sont à prévoir et à mentionner dans le plan de maîtrise sanitaire. Aucune fréquence n'est imposée mais elle doit être définie et ensuite respectée par l'éleveur. Les germes à rechercher sont en priorité les germes de trichinellose.

Si l'éleveur découpe et/ou transforme lui-même ses produits, il devra assurer un autocontrôle régulier de ceux-ci ; Mettre en place un système d'autocontrôle consiste à prendre toutes les mesures nécessaires pour que les produits répondent aux prescriptions réglementaires relatives à la sécurité alimentaire, et assurer le respect de ces prescriptions. En cas de non-conformité, le producteur (éleveur) devra apporter les mesures correctives.

### ● Le transport :

Les produits découpés doivent être transportés à une température maximum de +4°C.

Pour un transport dans des conditions optimales, plusieurs solutions s'offrent à vous en fonction du trajet à réaliser :

- Distance **inférieure à 80 km sans rupture de charge** : utilisation d'une glacière ou d'un caisson frigorifique conventionnel recommandée,
- Distance **supérieure à 80 km avec rupture de charge** (ex : livraison de plusieurs clients) : il apparaît nécessaire de disposer d'un véhicule ou d'une remorque réfrigéré (type fourgon frigorifique) destiné à transporter des volumes importants. Le véhicule réfrigéré doit avoir une attestation de conformité technique ATP (valable 6 ans ; après 12 ans, passage en station d'essai ATP officielle) délivrée par l'autorité compétente : le Cémafroid.

Dans le cadre réglementaire lié à l'hygiène, il n'y a aucune obligation de moyens, mais une obligation de résultat qui est le maintien de la chaîne du froid durant le transport.

---

<sup>1</sup> Mise en place d'une démarche qualitative de l'hygiène avec pour principe de base que les produits sains ne doivent pas croiser le chemin des produits souillés.

● **Se former aux bonnes pratiques d'hygiène :**

Des guides de bonnes pratiques d'hygiène ont été réalisés pour chaque métier (boucher, traiteur, charcuterie artisanale...) par les différentes confédérations professionnelles, et validés officiellement par les Directions Générales de l'Alimentation, de la Santé et de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes. Ils sont disponibles dans leur intégralité sur le site du Ministère de l'Agriculture. Il n'existe pas de guide spécifique pour l'élevage de chevaux destinés à la viande, mais vous pouvez tout à fait vous inspirer de ceux disponibles pour rédiger votre propre Plan de Maîtrise Sanitaire.

Les producteurs de viande chevaline en circuit court ne sont pas soumis à l'obligation de réaliser une formation à l'hygiène, mais elle est fortement conseillée car elle est un gage de confiance supplémentaire pour les consommateurs. Si vous envisagez de suivre une telle formation, sachez qu'il faudra y dédier environ 14 heures et qu'elle ne peut être dispensée que par des centres ou des personnes agréés (voir annexe 4 : Cahier technique Auvergne-Rhône-Alpes).

*d) Les procédures de retrait des produits ou lots à risques*

Certains produits de consommation peuvent présenter des risques pour la santé ou la sécurité des personnes, en raison d'un défaut de manutention (découpage, transformation). Lorsque ces risques sont détectés après la mise sur le marché, le produit doit être retiré de la vente.

Le retrait de produit est une mesure administrative, intervenant à la suite d'un contrôle de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF), après le signalement d'un accident, ou dans le cadre d'une alerte communautaire. Ainsi, si une anomalie est détectée sur un produit, le producteur s'engage à retirer l'intégralité du lot à risque de la vente.

**4. Cas particuliers des AMAP**

*Réglementation en vigueur : réglementation européenne du 28 juin 2007*

Les clients des AMAP sont souvent désireux de consommer des produits de qualité, provenant d'une agriculture biologique. Les producteurs se voient ainsi soumis à une réglementation très stricte concernant leurs méthodes de travail et l'interdiction d'utiliser des produits phytosanitaires et autres pesticides.



Les contrôles sanitaires réalisés chez les producteurs fonctionnant en AMAP portent sur 3 points :

1. Les règles sanitaires,
2. Le partenariat AMAP (au regard de la charte des AMAP),
3. La production (au regard de la charte des AMAP ou contrôle classique lié à une labellisation par exemple).

Ces contrôles sont réalisés par la Direction des Services Vétérinaires (DSV), ou la DD(CS)PP, sur le lieu même de production (et non pas sur le lieu de vente du produit).

## B. Transport

### 1. Transport des animaux vivants

*Réglementation en vigueur : Règlement (CE) n°1/2005 du 22 Décembre 2004 applicable dans tous les États membres depuis le 01/01/2007, relatif à la protection des animaux pendant le transport et les opérations annexes.*

Ce règlement encadre le transport des animaux vivants **entre les pays de l'Union européenne (UE)** et définit les modalités de contrôles opérés **à l'entrée ou à la sortie de l'UE**. Il a donc pour objectif d'améliorer le **bien-être des animaux vertébrés** lors des transports : « **Toute activité de transport de chevaux effectuée dans le cadre d'une activité économique est soumise à des exigences réglementaires en matière de protection animale, indépendamment des distances et durées de transport puisque dès le 1<sup>er</sup> kilomètre (dès la 1<sup>ère</sup> minute du chargement du 1<sup>er</sup> animal dans le véhicule) cette réglementation s'impose** ».

Pour rappel, les 5 besoins fondamentaux, indispensables pour le bien-être d'un animal (normes issues de l'OIE (Organisation mondiale de la santé animal) sont:

- absence de faim, de soif et de malnutrition ;
- absence de peur et de détresse ;
- absence de stress physique et thermique ;
- absence de douleur, de lésions et de maladie ;
- possibilité pour l'animal d'exprimer les comportements normaux de son espèce.

La notion de transport dans le cadre d'une activité économique doit s'interpréter au sens large. Ainsi, soit le transport lui-même est réalisé dans le cadre d'une activité économique, soit c'est sa finalité qui est économique (vente d'animaux, transactions diverses, conduite à l'abattoir ou en centre de rassemblement...). Le transport effectué par un particulier de ses propres animaux, pour son propre compte n'est pas à considérer comme relevant d'une activité économique.

Le règlement fixe plusieurs obligations concernant la capacité du transporteur, l'aménagement adéquat du véhicule, afin notamment de répondre à des exigences de manipulation et contention, et la prise en compte de l'animal afin de respecter notamment son aptitude au transport (chevaux identifiés, vaccins à jour, etc.).

Les démarches administratives nécessaires au transport de chevaux dans le cadre d'une activité économique se font auprès de la DDPP (Direction Départementale de la Protection des Populations) ou la DDCSPP (Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection des Populations) de votre département.

Tableau récapitulatif des obligations à respecter en fonction du trajet :

		Documents officiels	Exigences réglementaires	
Éleveurs d'animaux de rente	Propre animaux Rayon < 50Km de leur exploitation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas d'autorisation administrative</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respecter l'aptitude au transport des équidés</li> <li>• Répondre aux exigences de manipulation et contention</li> <li>• Conditions d'aménagement du véhicule</li> </ul>	
	Transhumance saisonnière	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pas d'autorisation administrative</li> </ul>		
Tous opérateurs économiques > 0 Km et Éleveurs > 50 Km (hors transhumance)	< 65 Km A/R	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenue du registre de transport</li> </ul>		
	> 65 Km A/R	Durée < 8 H		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autorisation de <b>Type 1</b> de l'établissement transporteur</li> <li>• Détention du CAPTAV : convoyeur</li> <li>• Tenue du registre de transport</li> </ul>
		Longue durée > 8 H France		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autorisation de <b>Type 2</b> de l'établissement transporteur</li> <li>• Certificat d'agrément des moyens de transport                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Détention du CAPTAV : convoyeur</li> <li>• Tenue du registre de transport</li> </ul> </li> </ul>
Longue durée > 8 H International (Europe et Pays tiers)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autorisation de <b>Type 2</b> de l'établissement transporteur</li> <li>• Certificat d'agrément des moyens de transport                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Détention du CAPTAV : convoyeur                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificat sanitaire</li> </ul> </li> <li>• Tenue du registre de transport</li> </ul> </li> <li>• Tenue du carnet de route (équidés non enregistrés)</li> </ul>			

- **Le CAPTAV : Certificat d’Aptitude Professionnelle au Transport d’Animaux Vivants**

Ce certificat reconnaît la **compétence professionnelle** du convoyeur pour le transport des équidés domestiques ou des animaux domestiques des espèces bovine, ovine, caprine et porcine ou des volailles. Ce certificat peut s'obtenir soit par équivalence (sous couvert de la possession d'un autre diplôme rentrant dans une liste pré-définie), soit en suivant une formation spécifique auprès d'un établissement agréé (voir page 81 : Se former).

- **L’autorisation du transporteur :**

La compagnie de transport en charge de l’acheminement des animaux doit être autorisée pour le transport d’animaux vivants.

Cette autorisation est délivrée et signée par la DD(CS)PP du département de la raison sociale du transporteur tout en précisant les espèces qu'il peut transporter.

Il existe deux modèles officiels d’autorisation du transporteur :

- **Autorisation de type 1** : pour les transports de courte durée (< 8h),
- **Autorisation de type 2** : pour les transports de longue durée (> 8h).

- **Le registre du transporteur :**

Pour tout transport d’animaux vertébrés vivants, le convoyeur doit être en mesure de présenter un document réunissant :

- La date et l’heure de chargement, ainsi que la raison sociale et l’adresse du lieu de chargement des animaux,
- La date et l’heure prévues de livraison des animaux, la durée escomptée du voyage ainsi que la raison sociale et l’adresse du destinataire,
- L’espèce et le nombre d'animaux transportés,
- La date et le lieu de la dernière désinfection du véhicule,
- Les documents d’accompagnement des animaux (passeports bovins...), y compris le numéro de série des véhicules.

Il n’existe pas de modèle officiel pour ce document, bien qu'il soit indispensable pour tout voyage sur le territoire national. Toutefois, dans le cadre des transports de longue durée incluant une traversée de frontière, ces informations doivent être réunies dans un document officiel : **le carnet de route**.

- **Le certificat d’agrément des moyens de transport pour le transport de longue durée :**

S’ajoute à l’autorisation de transport pour les voyages de longue durée (type 2), un certificat d’agrément des moyens de transport qui est également délivré et signé par les DDPP. En effet, chaque véhicule utilisé par la compagnie de transport doit également être conforme aux normes réglementaires (surface, ventilateurs, abreuvoirs, immatriculations...).

- **Le carnet de route (ou plan de marche, plan de route) :**

Ce document essentiel doit accompagner tout transport international de longue durée d’équidés, de bovins, de caprins ou de porcins.

Il s’agit d’un carnet à 5 volets, comprenant toutes les informations relatives à :

- La planification du voyage (trajet prévu et durée escomptée du voyage, identité de l’organisateur, espèce transportée, poids du lot, postes de contrôles prévus pour le repos des animaux, etc...),
- Aux lieux de départ et de destination des animaux,
- Au trajet réellement effectué et à toute anomalie survenue durant le voyage.

## 2. Véhicule utilisé pour le transport des carcasses

La **réglementation ATP** (Accord sur le Transport de denrées Périssables) fixe un ensemble de normes auxquelles doivent satisfaire les véhicules transportant des denrées périssables. Ces normes ATP prévoient également les modalités de contrôle de la conformité des engins de transport sous température dirigée. En France, tous les véhicules transportant des denrées périssables, quelle que soit leur taille, doivent avoir reçu l'attestation de conformité technique ATP, délivrée par le Cemafroid, centre d'expertise français de la chaîne du froid.

Il existe une attestation de conformité technique spécifique à chaque type de véhicule transportant des denrées périssables :

- Isotherme
- Réfrigérant
- Frigorifique
- Calorifique

À 6 ans puis 9 ans de service, le véhicule doit subir un test de conformité technique. Si le résultat est conforme, le test permet le renouvellement de l'agrément ATP pour une nouvelle période de 3 ans.

Il existe 3 catégories différentes de certificat ATP qui, par une température extérieure moyenne de +30°C, imposent que le véhicule frigorifique soit muni d'un dispositif de production de froid susceptible de maintenir la température à l'intérieur de la caisse :

- **entre +12 et 0°C** : Classe A ou ATP-FRA,
- **entre +12 et -10°C** : Classe B ou ATP-FRB,
- **entre +12 et -20°C** : Classe C ou ATP-FRC.



**Pour le transport sous température dirigée ou de denrées périssables, il existe également une réglementation spécifique relative aux conditions hygiéniques ou sanitaires, consultable sur le site de l'Union Nationale du Transport Frigorifique (UNTF).**

Le transport de viande pendue est une activité de niche du transport routier de marchandise ; il est le maillon d'une logistique complexe où l'on transforme le "vivant" en produit de consommation. Il doit donc impérativement s'adapter aux différentes spécificités du produit et du secteur d'activité dans son ensemble :

- ➔ À l'abattoir, le produit carné se transforme à mesure qu'il progresse sur son rail, un peu comme une voiture sur une chaîne de montage. L'animal est crocheté par les pattes dès sa mise à mort et c'est ce même crochet qui le soutiendra jusqu'au quai d'expédition ou jusqu'au client si le camion utilisé est habilité,
- ➔ À l'autre extrémité de la chaîne, en boucherie ou en salaison, on travaille donc sur des carcasses : découpage et désossage. L'animal arrive soit entier soit en quartiers (sur crochet). L'avantage du transport sur crochet est d'expédier « en gros », sans emballage, optimisant ainsi la quantité de viande transportée et réduisant les coûts pour l'acheteur,
- ➔ Plusieurs paramètres (nature du produit, sensibilité, altération, exigences de température et ventilation...) ne permettent pas d'utiliser les supports habituels de chargement (palettes, box, rolls...).

Acquérir un camion équipé d'un système de refroidissement pour le transport de l'animal entier, ou un camion dédié au transport sur crochet a un coût. Il faut compter entre 10 000 et 30 000€ pour un camion frigorifique de 19 tonnes et moins de 10 000€ pour un utilitaire léger. Afin de ne pas avoir à réaliser un tel investissement, il est possible de faire appel à un prestataire.

### C. Autorisations administratives

La déclaration de votre activité en circuit court auprès du Centre de Formalité des Entreprises (CFE) de la Chambre d'Agriculture départementale est obligatoire pour obtenir un n° SIRET qui sera l'identifiant de l'entreprise dans la chaîne alimentaire.

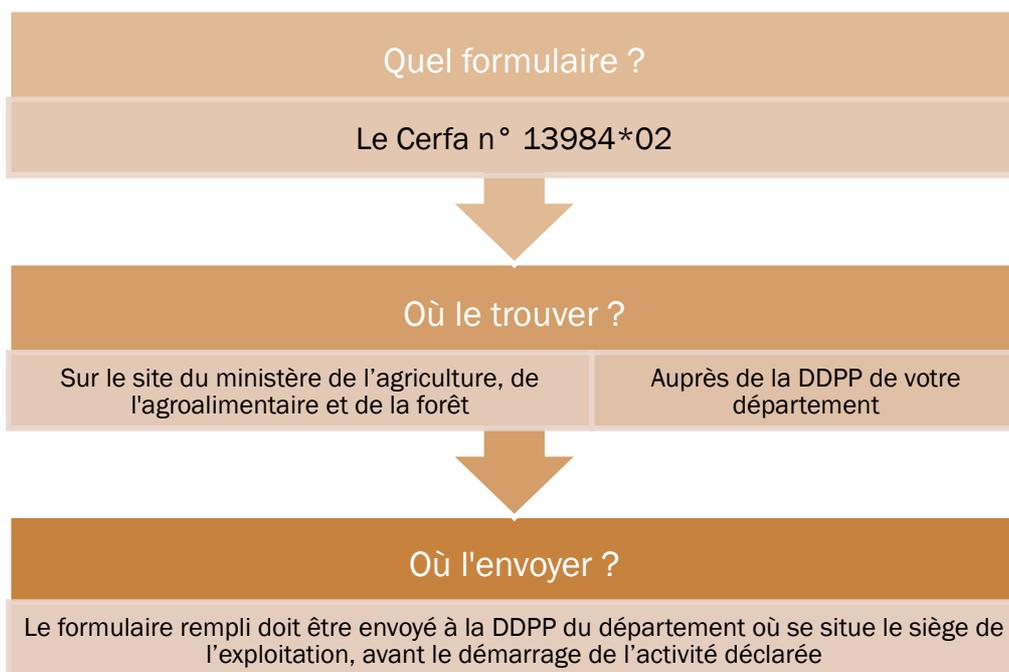
De plus, les activités de production et/ou de commercialisation de denrées alimentaires contenant des produits d'origine animale doivent être déclarées auprès de la DDPP.

En parallèle, pour tout établissement préparant, manipulant, transformant ou entreposant des produits d'origine animale, il faut faire une demande d'agrément sanitaire européen.

Les paragraphes ci-après explicitent chacune de ces obligations.

#### 1. Déclaration de l'activité

Avant de démarrer sa démarche de vente en circuit court, il est nécessaire de déclarer son activité auprès de la DDPP. Pour cela, il faut envoyer un formulaire de déclaration de l'activité à la DDPP.



#### Note

Votre activité doit être déclarée auprès de la DDPP quand bien même toutes les opérations de découpe et/ou de transformation sont réalisées par un prestataire (qui peut de plus ne pas intervenir directement chez vous).

La DD(CS)PP peut éventuellement vous contacter pour obtenir des précisions sur votre déclaration. Elle vous adresse ensuite un récépissé, qu'il vous faut scrupuleusement conserver car il pourra être sollicité à l'occasion de contrôle.

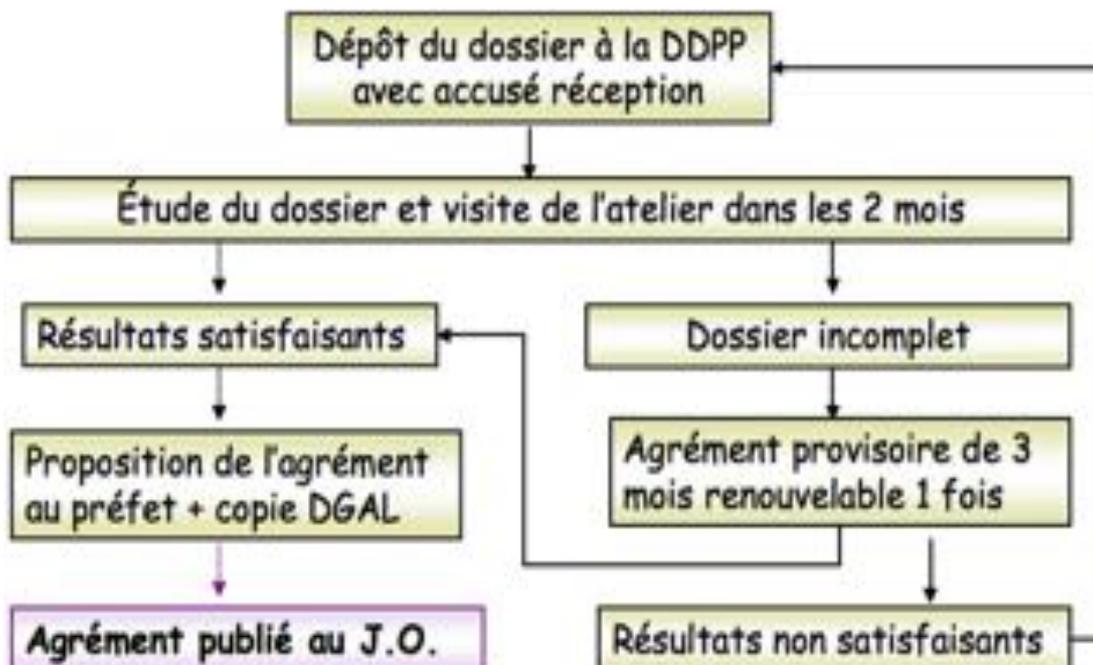
## 2. Agrément sanitaire concernant les denrées d'origine animale

*Réglementation en vigueur : réglementation européenne de 2006 relatif au « Paquet Hygiène »*

L'agrément sanitaire est une autorisation qui permet aux établissements préparant, transformant, manipulant ou entreposant des produits d'origine animale (viande, charcuterie, plats cuisinés à base de viande, poissons...), de fabriquer et mettre leurs produits sur le marché. Il est délivré par le préfet de département. Cette obligation découle de la réglementation européenne de 2006, le « Paquet Hygiène », qui responsabilise chacun des maillons de la chaîne alimentaire par rapport à la qualité sanitaire des produits mis sur le marché.

L'agrément sanitaire est délivré à un établissement pour une activité donnée. Ainsi, si l'entreprise a plusieurs activités, plusieurs agréments doivent être demandés.

Pour obtenir un agrément, les professionnels doivent, dans un premier temps, préciser par écrit toutes les démarches mises en place pour garantir la sécurité sanitaire des produits qu'ils mettent sur le marché. Ils détaillent ainsi leur « plan de maîtrise sanitaire » réalisé préalablement. Ensuite, l'établissement reçoit la visite d'un inspecteur des services du ministère chargé de l'agriculture (DDPP ou DAAF) qui vérifie les locaux et les équipements, le bon fonctionnement du site et la bonne application sur le terrain du plan de maîtrise sanitaire. Si tous ces éléments sont satisfaisants, l'agrément est accordé.



©www.elevageidf.fr

Le **dossier d'agrément** devra intégrer :

- Le personnel :
  - Plan de formation à la sécurité sanitaire des aliments,
  - Descriptif de la tenue vestimentaire professionnelle ainsi que de la méthode d'entretien,
- L'organisation du suivi médical,
- L'organisation de la maintenance des locaux et des équipements, justifiée par des contrats de maintenance,
- Les mesures d'hygiène au quotidien :
  - Plan de nettoyage et de désinfection,
  - Affichage des instructions relatives à l'hygiène,
  - Affichettes reprenant le lavage des mains, les plats témoins pour les cuisines...
- Le plan de lutte contre les nuisibles,
- L'approvisionnement en eau,
- La maîtrise des températures,
- Le contrôle à réception : les documents d'enregistrement, agrément de vos fournisseurs.



**Tous les établissements agréés, certifiés et autorisés par la Direction Générale de l'Alimentation du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation sont régulièrement mis à jour. Renseignez-vous auprès de la DDPP de votre département.**

## D. Fiscalité : les bénéfices agricoles

*Réglementation en vigueur : Code général des impôts, articles 63 et 75*



La vente de produits animaliers doit être incluse dans les bénéfices agricoles dès lors que la personne qui perçoit ces bénéfices participe au cycle de production. Ce type de bénéfices tient également compte de toutes les activités de transformation des produits si ces derniers proviennent de l'exploitation agricole.

De plus, les activités d'achat/revente, les locations de biens meublés ou encore la prestation de service sont considérées comme générant des Bénéfices Industriels Commerciaux (BIC). Cependant, ces bénéfices sont valables lorsque l'activité agricole est minoritaire vis-à-vis de l'activité commerciale ou industrielle.

Pour les exploitants agricoles, deux régimes d'imposition sont prévus, le forfait agricole et le régime réel :

Recettes annuelles TTC ou produits d'exploitation (montant moyen sur 2 ans)	Régime d'imposition des bénéfices agricoles	
	Régime de droit	Régime optionnel
< 82 200€ (3 ans)	Micro Bénéfices Agricoles	Réel simplifié ou réel normal
Compris entre 82 200€ et 350 000€	Réel simplifié	Réel normal
> 350 000€	Réel normal	Impôt sur les sociétés

**Régimes fiscaux auxquels les producteurs de viande chevaline en circuit court peuvent dépendre :**

<b>AGRICULTEURS AU FORFAIT AGRICOLE (BA &lt; 76 300 € TTC)</b>	<b>AGRICULTEURS AU RÉEL AGRICOLE (BA &gt; 76 300 € TTC)</b>
Impossible de faire une déclaration confondue des revenus de l'activité agricole et de ceux de l'activité commerciale.	Possibilité de faire une déclaration confondue des BA et BIC, dans une double limite :
2 possibilités d'assujettir vos BIC : <b>Créer une micro-entreprise</b> à condition de ne pas dépasser 80 000 € HT de CA/an pour les activités commerciales et d'être exonéré de TVA pour les activités de tourisme. Il s'agit d'un régime qui exclut les Sociétés Agricoles.	Les BIC représentent moins de 30 % des recettes agricoles de l'exploitation Le Chiffre d'Affaires non agricole est plafonné à 50 000 € TTC
<b>Déclarer au réel BIC (BIC &gt; 76 300 € HT/an) :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Réel BIC sans dénonciation du Forfait Agricole si recettes BIC &gt; 50 000 € et 30 % des recettes agricoles TTC</li> <li><b>Passage à l'Impôt sur les Sociétés si recettes &gt; 50 000 € &gt; à 30 % des recettes agricoles TTC</b></li> </ul>	Passage à l'Impôt sur les Sociétés si recettes > 50 000 € > à 30 % des recettes agricoles TTC

Si la vente directe de la production agricole relève du régime des bénéfices agricoles, les profits venant d'opérations commerciales ou non commerciales réalisés par un exploitant agricole doivent en principe être imposés d'après les règles prévues pour les bénéfices commerciaux et non commerciaux. Sont visées par exemple, les activités de tourisme à la ferme telles que fermes-auberges, tables d'hôtes, dégustation de produits régionaux cuisinés mais également la revente de produits achetés.

### Agriculteurs soumis au régime du réel

L'article 75 du Code Général des Impôts (CGI) prévoit que les produits des activités accessoires relevant des catégories des bénéfices industriels et commerciaux ou des bénéfices non commerciaux, réalisés par un exploitant agricole soumis à un régime réel d'imposition (simplifié ou normal) peuvent être pris en compte pour la détermination du bénéfice agricole. Pour ce, il est indispensable qu'au titre de l'année civile précédant la date d'ouverture de l'exercice, les recettes retirées de telles activités accessoires n'excèdent ni 30 % des recettes tirées de l'activité agricole ni 50 000€ TTC.

### Agriculteurs soumis au régime du forfait agricole

Les produits des activités accessoires doivent être imposés séparément du forfait agricole. Ils seront déclarés dans la catégorie du régime MICRO BA avec une limite de 83 200€. Au-delà de cette limite, le régime du réel s'applique.

Des règles spécifiques s'appliquent aux diverses formes sociétaires.

**Les taux de TVA en vigueur au moment de la publication de ce vade-mecum sont les suivants :**

<b>Produits agricoles non consommables en l'état ou non destinés à la consommation humaine :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Animal sur pied vendu vivant (au maquignon, particulier, autre éleveur...)</li></ul>	20%
<b>Restauration et vente de produits alimentaires préparés destinés à une consommation immédiate (il n'est pas possible de les conserver)</b>	10%
<b>Restauration et vente de produits alimentaires préparés vendus sous un emballage permettant leur conservation</b>	5,5%
<b>Animaux vivants de boucherie et de charcuterie vendus à des non-assujettis</b>	2,1%



**Pour se tenir informé des évolutions des taux de TVA pour les produits agricoles, rendez vous sur le site des services publics pour les professionnels, rubrique « fiscalité » ([www.service-public-pro.fr](http://www.service-public-pro.fr)).**

Pour un appui comptable ou sur le sujet de la fiscalité, vous pouvez contacter le **centre de gestion agréé agricole** le plus proche de chez vous.

Ces associations sont la plupart du temps créées à l'initiative :

- d'une chambre d'agriculture ;
- d'une organisation professionnelle d'agriculteurs légalement constituée ;
- ou de membres de l'ordre des experts-comptables.

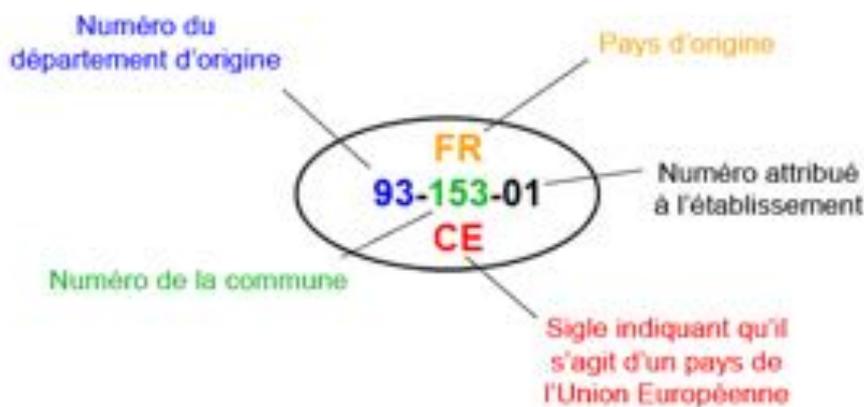
## E. Informations sur le produit

### 1. L'étiquetage

Réglementation en vigueur : Code de la consommation, articles L.113-3 et suivants et L.121-1, Règlement n°1169/2011 concernant l'information du consommateur sur les denrées alimentaires.

L'étiquetage général des denrées alimentaires est obligatoire et doit être conforme au règlement européen concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires. Ce règlement, qui vise à assurer un niveau élevé de protection de la santé et des intérêts du consommateur, fixe les informations qui doivent obligatoirement figurer sur un emballage. La liste des mentions obligatoires comprend des informations sur :

- l'identité de la denrée (dénomination de vente, liste des ingrédients, pays d'origine...),
- son usage (date limite de consommation, mode d'emploi,...),
- ses caractéristiques nutritionnelles .



### Note

Pour les produits de viande chevaline, seul le numéro d'agrément CE doit obligatoirement apparaître sur l'étiquetage des produits.

Toute information présente sur un produit doit être loyale et ne pas être de nature à induire le consommateur en erreur, notamment sur l'origine des produits vendus. Il convient ainsi d'utiliser systématiquement les mentions spécifiques appropriées :

- « *Fabrication artisanale* » : Seules les entreprises inscrites au registre de la Chambre des Métiers peuvent utiliser le terme d'« artisan » ou « fabrication artisanale » sur les produits qu'ils fabriquent pour leur propre marque. Cette mention est utilisable uniquement si le produit a été conçu par l'éleveur-transformateur dans un atelier connu des services vétérinaires.
- « *Produit de la ferme* » : Cette mention est utilisable uniquement si le produit à été transformé par l'éleveur-transformateur dans un atelier connu des services vétérinaires.

Dans le cadre d'une fabrication 100% fermière (réalisée par l'éleveur lui-même, dans un atelier connu par les services vétérinaires), le numéro de lot doit être indiqué par l'éleveur, de préférence sur l'étiquette.

### Estampille sanitaire :

Si le produit est fabriqué ou stérilisé à façon, dans un atelier extérieur, ce dernier doit apposer son numéro ou son estampille sanitaire.

*Nota Bene : Dans ce dernier cas il est possible d'utiliser la mention « produit de la ferme » (voir ci-dessus), qu'il est alors conseillé de mettre sur l'étiquette.*

En ce qui concerne **l'étiquetage de la viande chevaline**, aucun règlement spécifique n'existe, contrairement aux productions bovine, ovine, caprine, porcine et avicole. De ce fait, toutes les mentions relatives à l'origine, à la race, ou au mode d'élevage relèvent d'initiatives volontaires de la part des professionnels de la filière. Il faut retenir que ces initiatives sont très appréciées du consommateur !

Il existe par ailleurs une démarche interprofessionnelle, qui, via la signature « **Viande Chevaline Française** », met en avant l'origine de la viande de cheval commercialisée. Ce logo garantit une viande issue d'animaux nés, élevés, abattus et transformés en France (voir Annexe 6 : Règlement d'usage de la signature Viande Chevaline Française).



©Interbev

## 2. L'affichage des prix

*Réglementation en vigueur : Arrêté du 18 mars 1993 relatif à la publicité des prix des viandes de boucherie et de charcuterie, modifié par l'arrêté du 10 juillet 2014.*

### Arrêté du 10 juillet 2014 – art. 1

« L'information du consommateur sur les prix par marquage ou étiquetage, ainsi que celle donnée sur tout support publicitaire consistent, pour les viandes de boucherie et de charcuterie, à indiquer le **prix au kilogramme**. »

En vente directe comme en vente indirecte, **l'affichage du prix est obligatoire** pour tous les produits dont la viande chevaline.

*Exemple de mise en forme d'un affichage de prix :*

BOUCHERIE CHEVALINE	
CHEVAL	
	€
Filet	
Faux filet	
Rumsteck	
Entrecôte	
Noix d'entrecôte	
Aloyau à l'os	
Côte	
Tranche	
Tende de tranche	
Bavette d'aloyau	
Araignée	
Onglet	
Hampe	
Pièce parée	
Bavette de flanchet	
Bifteck haché	
Basse côte	
Macreuse	
Rond de gîte	
Gîte	
Gîte noix	
Collier	
Jarret	
Plat de côte	

POULAIN	
	€
Filet	
Noix	
Quasi	
Côte filet	
Jarret	
Poitrine	
Noix pâtissière	
Sous-noix	

## F. Principales idées à retenir

### Ce qu'il faut retenir sur la réglementation...

5 textes communautaires réunis dans un seul et unique règlement : Le Paquet Hygiène.....p.42

4 piliers constituant la sécurité alimentaire : l'accès, la disponibilité, la qualité de l'alimentation et la régularité.....p.42

4 actions à décrire dans le Plan de Maîtrise Sanitaire : la traçabilité, les modalités de gestion des produits non conformes, l'analyse des risques (plan HACCP) et les bonnes pratiques d'hygiène.....p.43

3 règles à respecter pour assurer la traçabilité : tenir le registre d'élevage, faire identifier ses équidés et mettre en place une traçabilité produit.....p.47 à 52

1 formulaire pour déclarer son activité : le Cerfa n°13984\*02 et 1 agrément sanitaire à demander.....p.61

2 régimes fiscaux possibles : le forfait ou le réel.....p.63

## IV. Aides pratiques, conseils et exemples concrets

### A. Les questions à se poser avant de mettre en place une activité viande chevaline en circuit court

Pour passer de l'idée au projet, plusieurs étapes sont à franchir et elles soulèvent elles-même de nombreuses questions. Nous vous proposons ci-après une trame de réflexion vous permettant de préciser et cadrer vos envies et projets.

#### Étape 1 : Faire un état des lieux personnel

- Quelles sont mes satisfactions, mes difficultés et mes contraintes ?
- Quels sont mes connaissances et mes savoir-faire dans ce domaine ?
- Dois-je suivre des formations pour acquérir des compétences ?
- Un temps d'expérience professionnelle (stage ou salariat) serait-il profitable pour approfondir la technique et cerner l'ensemble de l'activité ?
- Pour quelles raisons je souhaite commercialiser mes produits en circuit courts ?

- Quelles sont mes motivations pour me lancer dans cette nouvelle activité ?
- Quelles sont mes attentes en terme de revenu provenant de la vente de viande chevaline ?
- Quelles sont mes perspectives de production ?
- Quel temps de travail puis-je consacrer à cette activité ? Chaque année ? Chaque mois ? Chaque semaine ? Chaque jour ?
- Quel temps je veux consacrer à ma vie personnelle ?
- Ai-je l'appui de mon/ma conjoint(e), de mon entourage ?

#### Étape 2 : Clarifier les objectifs

#### Étape 3 : Analyser le contexte du territoire

- Quelles sont les caractéristiques du territoire dans lequel je vis (population, tendances de consommation, autres activités de circuit court...) ?
- Existe-t-il localement un appui technique à mon activité et mon projet ?
- Quels sont les réseaux d'agriculteurs qui peuvent me conseiller dans mon projet ?

- Quelles sont les tendances de consommation sur mon territoire ?
- Comment m'implanter dans la culture alimentaire locale ?
- Quelle place est déjà prise par mes concurrents ?
- Quels sont les débouchés envisageables dans mon secteur ?
- Quels produits vais-je transformer pour répondre à la demande locale ?
- Comment puis-je transformer un produit afin qu'il acquiert une vraie identité locale ?
- Comment ce produit phare sera-t-il profitable pour l'écoulement de mes produits chevalins ?
- En quoi mon produit va-t-il plaire aux consommateurs (qualité, gamme, services...) ?

#### **Étape 4 : Étudier le marché**

#### **Étape 5 : Bâtir le projet**

- Mon élevage est-il suffisant pour en consacrer une partie ou la totalité à la vente en circuit court ?
- Ai-je un bâtiment disponible pour installer mon atelier de transformation, mon local de vente ?
- Ai-je les ressources financières et humaines pour me lancer dans une activité de transformation de produits carnés ?
- Comment vais-je concevoir mon laboratoire au regard des contraintes sanitaires ?
- Comment vais-je financer mon projet ?
- Si besoin, ma capacité d'emprunt auprès de la banque sera-t-elle suffisante ?
- Quelle rentabilité pourrais-je dégager de cette nouvelle activité ?

- Le projet mis en place répond-il à mes attentes initiales ?
- Quels sont les risques et les points forts de mon projet au niveau de : la commercialisation, la conduite technique, la communication, la charge de travail, la rentabilité, la trésorerie et l'endettement ?

#### **Étape 6 : Évaluer les risques et les atouts du projet**

## B. Organisation pratique d'un circuit court, de la production à la commercialisation

L'objectif de cette partie du vade-mecum est de vous apporter une multitude de conseils pratiques, pour chacune des étapes du circuit court allant des modalités d'élevage à la commercialisation du produit en passant par la transformation et le conditionnement de la viande.

### 1. Les modalités d'élevage

Dans le cadre de la gestion d'un cheptel d'équidés, et d'autant plus si celui-ci est destiné à la consommation humaine, il est important de connaître et respecter la législation en vigueur dédiée à l'élevage (voir Annexe 2 : Tableau des réglementations liées à l'élevage).

Il s'agit également d'obtenir la confiance du consommateur, notamment en termes de traçabilité des produits. La maîtrise de ce sujet est d'autant plus nécessaire lorsque vous commercialisez vos produits en circuit court, étant donné que vous avez à justifier directement aux clients de la mise en marché de produits sains.



Le respect du **bien-être animal** est également au cœur des débats actuels.

**Définition du bien-être animal – Broom 1986 : État dans lequel un individu est en harmonie physique et mentale avec son environnement, en fonction des efforts qu'il doit faire pour s'y adapter ».**

Ainsi il est bon de mettre en place des conditions de vie et de logement satisfaisant au mieux les besoins suivants des équidés :

- s'alimenter et s'abreuver régulièrement,
- avoir une activité locomotrice quotidienne,
- se reposer,
- avoir des contacts sociaux avec ses congénères,
- vivre dans de bonnes conditions d'hygiène pour sa santé.

Il apparaît in fine intéressant de présenter et mettre en avant votre travail et votre savoir-faire en terme de modalités d'élevage, et notamment en précisant systématiquement les notions suivantes aux consommateurs (à l'oral, via l'étiquetage ou encore des fiches présentant les produits) :

- âge et race des équidés,
- les différents types de viande produits (maigre, gras) : cheval engraisé ou non,
- les méthodes de production (alimentation, hébergement, soins,...),
- les modalités sanitaires (absence ou non de traitements antibiotique ou hormonal),
- les modalités d'abattage et de transformation le cas échéant (d'autant plus si cela permet de mettre en avant un travail en collaboration avec les abattoirs et ateliers de transformation locaux).

## 2. De l'animal vivant au produit carné

### a) Fixer la date d'abattage

Il apparaît intéressant de décider d'une date d'abattage dès lors que l'on est certain de vendre entre 50% et 70% de l'animal. Si vous commercialisez vos produits en colis de 5 à 10 kilos, il est même conseillé d'avoir vendu entre 60 et 75% du volume de viande avant d'envoyer l'animal à l'abattoir.

A contrario, les éleveurs qui abattent sans avoir pré-vendu l'animal le font selon un planning établi à l'avance ou selon une périodicité fixée et connue des clients. Ce fonctionnement se justifie notamment par les arguments suivants :

- ces éleveurs sont certains de vendre l'intégralité de la production (bon potentiel de clients, forte proportion d'ateliers avec transformation),
- ces éleveurs doivent approvisionner leur clientèle de façon régulière ou à la demande,
- Un planning est établi à l'avance pour la réservation d'une prestation (boucher) ou d'un local.

### b) Lieu d'abattage

Afin d'assurer la protection des consommateurs, l'admission des équidés dans le circuit de la consommation humaine est fortement encadrée.

*Réglementation en vigueur : Le règlement (CE) n°853/2004 définit notamment les règles d'hygiène spécifiques à chaque catégorie animale (bétail, gibier sauvage, poisson, mollusque, miel, lait, œuf...). Il s'applique aux produits d'origine animale transformés et non transformés. Cette réglementation aboutie à l'obligation d'agrément des établissements travaillant sur les denrées alimentaires d'origine animale (voir page 62 : « Agrément sanitaire concernant les denrées d'origine animale »).*

Tous les établissements qui préparent, transforment, manipulent ou entreposent des produits d'origine animale (viande, charcuterie, plats cuisinés à base de viande, poissons...), doivent, pour exercer leur activité, obtenir un agrément sanitaire CE délivré par le préfet de département.

L'abattoir doit enfin disposer d'une chaîne d'abattage conçue pour traiter des équidés.

Les abattoirs pouvant traiter des équidés sont malheureusement de moins en moins nombreux, il est donc important de bien anticiper cette recherche dans la mise en place de votre circuit court.

### c) L'abattage

Pensez à vous munir des carnets d'identification de vos équidés lorsque vous vous rendez à l'abattoir car ils doivent être fournis au vétérinaire du site pour le contrôle de l'identité de l'animal, du feuillet dédié au traitement médicamenteux, et donc vérification de l'éligibilité à l'abattage.

Les coûts liés à l'abattage sont très variables d'un établissement à l'autre. De même, les services proposés peuvent être très différents (découpe et transformation sont parfois réalisables directement en abattoir). Prenez donc le temps de bien vous renseigner sur tous ces points avant de sélectionner un établissement plutôt qu'un autre.

### 3. Lieu et mode de découpe

Plusieurs solutions s'offrent aux éleveurs en matière de lieu et mode de découpe. Le choix s'orientera principalement en fonction du temps et du budget dont l'éleveur dispose.

La découpe de la viande chevaline est spécifique et doit donc être réalisée par une personne maîtrisant le sujet, un professionnel ou toute personne qui y est formée.

Dans le cadre d'un élevage, l'activité de découpe et de transformation de la viande s'inscrit dans la continuité de l'activité agricole. Par conséquent, les animaux découpés et/ou transformés ne feront pas l'objet d'une activité de grossiste ou de prestation de service.

Lorsque cela n'est pas le cas, la personne devra a minima être titulaire d'un CAP de boucher afin d'attester de ses connaissances et compétences en découpe et transformation de viande. Il est toutefois recommandé de compléter ce CAP avec l'option boucher chevalin, compte-tenu des spécificités de traitement de la viande chevaline.

La découpe peut avoir lieu dans différents endroits :

- Société de découpe,
- Atelier attenant à l'abattoir,
- Chez un boucher,
- Centre de formation,
- Atelier individuel personnel,
- Atelier d'un autre producteur voisin,
- Atelier collectif.

Lorsque vous ne disposez pas de votre propre atelier de découpe, il apparaît intéressant d'en chercher un à proximité du lieu d'abattage afin de diminuer les charges de transport.



**La liste des établissements agréés à la découpe de la viande chevaline est disponible auprès de la Direction Départementale de la Cohésion Sociale et de la Protection de Populations (DDCSPP) de votre département.**

#### *a) La prestation de service*

Les éleveurs ne sont pas obligés de se former et/ou d'investir dans un atelier individuel s'ils délèguent la découpe et la transformation à un prestataire de service (atelier de découpe-transformation attenant à un abattoir, centre de formation, société de découpe...).

En effet, certains abattoirs proposent une prestation complémentaire de découpe, facturée très souvent au kilo de carcasse. Ainsi, les producteurs récupèrent leur viande découpée et conditionnée en caissette directement à la sortie de l'abattoir. Ils peuvent ensuite se charger de la commercialiser à la ferme ou chez les clients, en respectant bien sûr les obligations légales liées au paquet Hygiène (voir page 42 : Législation générale : le Paquet Hygiène).

Certains bouchers peuvent également proposer un service de découpe, avec ou sans conditionnement, dans leur propre atelier ou dans un autre mis à disposition. Dans ce cas, ils doivent détenir l'agrément sanitaire ou la dérogation à cet agrément. (voir page 62 : Agrément sanitaire concernant les denrées d'origines animales).

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Évite d'investir dans un atelier personnel et d'avoir à respecter des normes en matière d'hygiène très contraignantes,</li> <li>✓ L'éleveur bénéficie de l'expertise et du savoir-faire d'un professionnel, ce qui n'empêche pas de pouvoir, dans certains cas, participer à la découpe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Contrainte d'organisation de temps due à la prise en compte des disponibilités du prestataire.</li> </ul>

### *b) Atelier collectif*

Plusieurs éleveurs peuvent faire le choix de se regrouper au sein d'une structure indépendante de leur propre exploitation (SARL, GIE, CUMA), afin d'investir dans un atelier collectif dédié à la découpe et à la transformation de l'ensemble de leurs produits.

Pour ce qui est de la main-d'œuvre nécessaire au fonctionnement de l'atelier collectif, elle peut être constituée:

- Par une ou plusieurs personnes de l'une ou des exploitations impliquées et bénéficiant du statut de boucher (l'exploitant lui-même, son conjoint ou un salarié de l'exploitation),
- Par de la main-d'œuvre salariée qui implique ensuite une facturation à chaque éleveur. Les éleveurs peuvent ensuite reprendre la main sur leurs produits pour le conditionnement et la commercialisation de la viande ou peuvent également déléguer le conditionnement à un prestataire de service.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Investissement partagé,</li> <li>✓ Évite d'investir dans un atelier individuel si l'on souhaite découper et/ou transformer de petits volumes (quelques équidés par an),</li> <li>✓ La découpe peut être faite par un boucher qui vient sur place.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Nécessite que l'ensemble des éleveurs participant à l'atelier soit en accord sur la manière de travailler,</li> <li>x Nécessite de trouver suffisamment d'éleveurs à proximité les uns des autres afin que l'atelier ne soit pas trop éloigné des lieux de production et d'abattage de chacun.</li> </ul>

### c) Atelier individuel

Les éleveurs peuvent enfin faire le choix d'investir dans la création d'un atelier individuel au sein duquel seront réalisées la découpe et la transformation de leur production. Si la possibilité de pouvoir maîtriser toutes ces étapes sur l'exploitation est tentante, attention toutefois aux coûts induits. En effet, le matériel nécessaire à ces tâches est particulièrement coûteux et l'investissement doit toujours être réalisé au regard des volumes de viande produits et vendus.

L'existence d'un atelier individuel sur l'exploitation permet de faire intervenir sur les tâches de découpe, transformation et conditionnement toute personne rattachée à l'exploitation (l'éleveur lui-même, un associé, le/la conjoint(e), un salarié...) qui aura préalablement suivi les formations nécessaires (voir page 81 : Se former). Cependant il est également possible de faire appel à un boucher qui interviendra en prestation à domicile.

Les investissements à réaliser pour mettre en place un atelier individuel dépendent de nombreux facteurs : la taille des locaux, le type d'équipements déterminés selon la transformation envisagée, l'achat neuf ou non, la construction neuve ou l'aménagement de locaux existants, la part d'auto-construction...

A noter que le matériel et les équipements pour le conditionnement de la viande (balance, étiqueteuse, mise sous vide) sont très majoritairement achetés neufs. Ceux nécessaires aux travaux de découpe-transformation et les équipements frigorifiques, qui représentent des budgets plus conséquents, peuvent être trouvés en occasion.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Permet de proposer de la prestation à d'autres éleveurs,</li><li>✓ Limite considérablement le temps de transport,</li><li>✓ N'importe quelle personne rattachée à l'exploitation et formée peut réaliser le travail de découpe et/ou de transformation,</li><li>✓ L'éleveur maîtrise toute la chaîne et organise son temps plus librement.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>x Constitue un investissement financier important,</li><li>x La découpe de la viande nécessite une formation spécifique,</li><li>x Nécessite une expérience préalable dans les circuits courts pour connaître les attentes des clients, notamment pour l'activité de transformation.</li></ul>

#### 4. Transformation de la viande

Le choix de se lancer dans la transformation de la viande dépendra de plusieurs facteurs :

- les attentes de la clientèle de la zone de chalandise,
- la disponibilité et la qualification de la main-d'œuvre,
- la présence d'un lieu de transformation à proximité.

Si toutes les conditions nécessaires sont réunies alors il semble intéressant d'opter pour la transformation car elle permet :

- d'augmenter la gamme de produits à vendre,
- d'attirer une clientèle qui a moins l'habitude de cuisiner et qui préfère les produits prêts à l'emploi,
- de valoriser tous les produits de façon à réduire la proportion de morceaux à cuisson longue à mettre à la vente (par exemple : collier, plats de côtes).

Il apparaît souvent plus intéressant de faire appel à un prestataire pour cette activité afin d'éviter les lourds investissements nécessaires à la mise en place d'un atelier individuel. Il ne faut cependant pas hésiter à comparer les prix des prestations proposées car ils peuvent varier d'un atelier à un autre.

### *a) Gammes de produits transformés*

L'éventail de produits transformés à base de viande chevaline est très large : brochette, saucisson sec, saucisson cuit, cervelas, andouille, terrine de cheval et rillettes. Certains produits sont plus appréciés et consommés que d'autres. Ceci dépend fortement des caractéristiques de la clientèle, et c'est pourquoi la transformation doit être adaptable dans le temps.

De manière générale, on distingue les **préparations froides** (tartares), des **préparations chaudes** (steaks hachés, saucisses, chipolatas, plats préparés). Quant aux **produits secs** (saucisson, jambon fumé) et aux **conserves** (pâtés, terrines, rillettes), s'ils permettent une vente échelonnée tout au long de l'année, ils nécessitent toutefois de maîtriser des techniques de fabrication spécifiques sur les plans sanitaire et gustatif.

### *b) Lieux de transformation de la viande*

A l'image de la découpe, l'activité de transformation peut avoir lieu dans un atelier individuel, un atelier collectif ou encore via le recours à un prestataire. Les avantages et inconvénients de chacune de ces modalités sont à peu près similaires à ceux exposés dans la partie dédiée à la découpe.

Nous allons toutefois évoquer plus en détail les éléments principaux à avoir en tête dans le cas de la mise en place d'un atelier de transformation à la ferme. En effet, cette option doit être mûrement réfléchie en amont, et nécessite une étude sur des points autant techniques, économiques, que juridiques.

Certaines contraintes réglementaires sont importantes à prendre en compte afin d'évaluer la faisabilité technique du projet. L'atelier doit notamment être conçu de façon à respecter « **la marche en avant** » du produit (voir page 45 : La méthode HACCP). Ce grand principe de base sert à éviter la contamination du produit au cours de son élaboration : l'arrivée des carcasses se fait par un côté et la sortie des produits finis se fait par un autre côté.

Entre les deux, au cours du processus de fabrication, la viande passe par des états où elle est plus ou moins sensible au risque de contamination. Par exemple, la viande découpée a plus de risque d'être

contaminée qu'une carcasse, car la surface de contamination est plus grande. **Deux produits de niveau de sensibilité différente** ne peuvent pas être travaillés dans la même pièce en même temps.

L'atelier doit ainsi comporter au minimum :

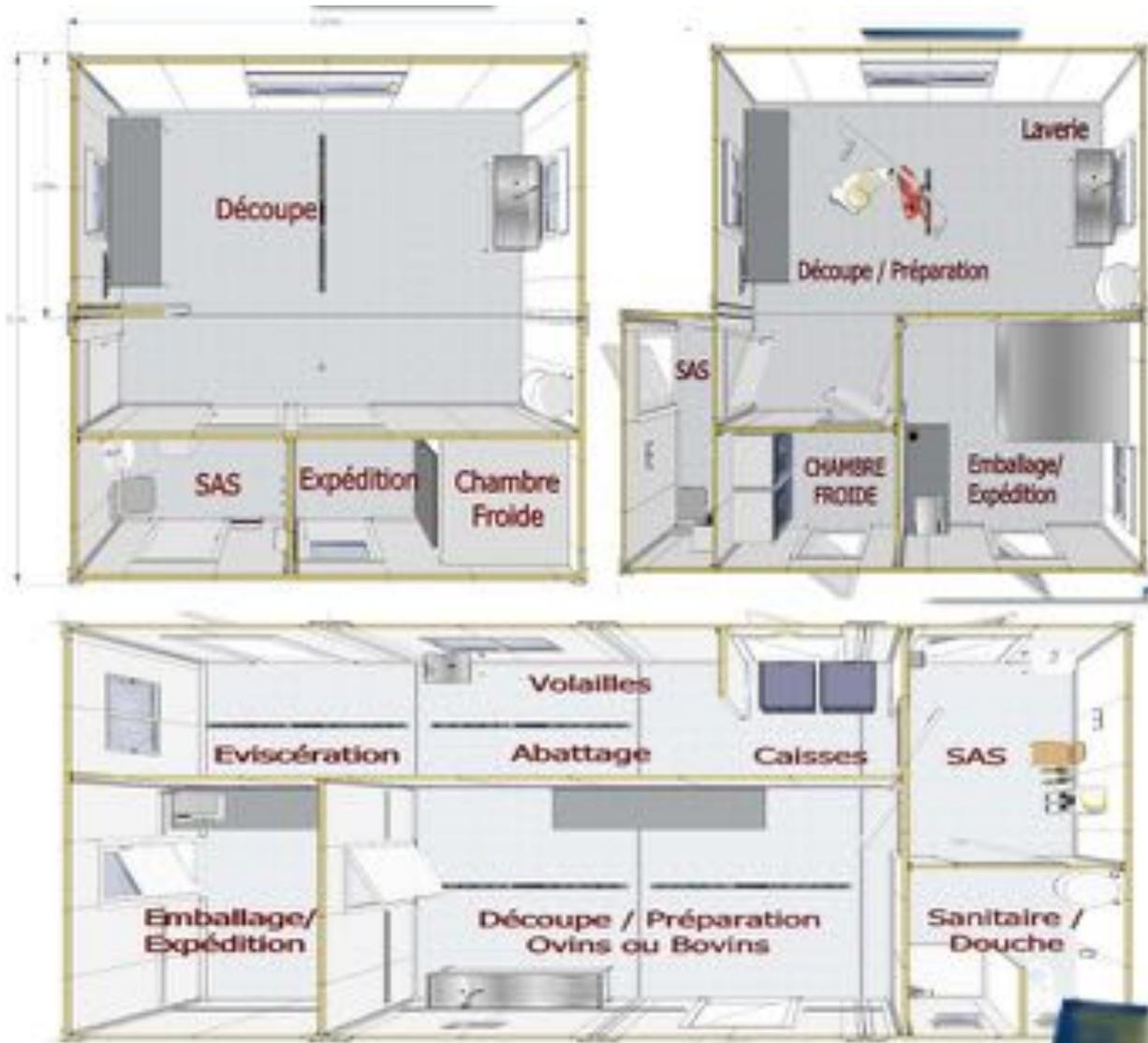
- Un SAS d'entrée, par lequel le personnel pénètre dans l'atelier et où il peut se changer pour mettre une tenue propre réservée au travail,
- Une chambre froide pour la réception des carcasses,
- Une salle de découpe et de conditionnement,
- Une chambre froide pour les produits finis.



Attention à bien évaluer la taille de l'atelier en fonction des quantités de viande à transformer.

**Un guide spécifique dédié à la mise en place d'ateliers de transformation carnée à la ferme a été rédigé par Yves Arnaud, formateur à l'École Nationale des Industries du Lait et de la Viande d'Aurillac.**

### *3 exemples d'aménagement d'un atelier de découpe et de transformation*



À noter enfin que le lieu de transformation peut s'associer au lieu de découpe s'il y a mise en place et respect d'un protocole de désinfection entre chaque activité.

Vous trouverez enfin ci-dessous un extrait du Code des Usages de la Charcuterie, de la Salaison et des Conserves de Viandes .



**Pour connaître la liste des ingrédients autorisés dans les produits de qualité supérieure, choix ou standard, le Code des Usages sert de référence au charcutier fabricant. Il est en vente à l'Institut de la Filière Porcine (IFIP) [www.ifip.asso.fr](http://www.ifip.asso.fr). Certaines informations sont également disponibles auprès du pôle d'innovation de la charcuterie.**

**Charte nutritionnelle**  
Des valeurs maximums en sel ou sodium et en lipides ont été fixés pour les produits les plus représentatifs de la charcuterie.

	Lipides, en maximum	Sel (sur la masse totale du produit) ou sodium, en maximum
Jambon cuit supérieur	4 (g/100 g)	2,1 % de sel ou 830 mg/100 g de sodium
Saucissons à pâte fine	28 (g/100 g)	2,1 % de sel ou 827 mg/100 g de sodium
Pâtés de campagne	33 (g/100 g)	1,8 % de sel ou 704 mg/100 g de sodium
Pâtés et mousses de foie	39 (g/100 g)	1,8 % de sel ou 704 mg/100 g de sodium
Saucissons secs par porc (sauf pièces supérieures à 300 g)	44 (g/100 g)	1 % de sel ou 390 mg/100 g de sodium
Saucissons secs supérieurs (hors grosses pièces)	49 (g/100 g)	1 % de sel ou 390 mg/100 g de sodium
Billettes	43 (g/100 g)	/
Jambon sec	/	6,9 % de sel ou 2 750 mg/100 g de sodium
Lardons et poitrine	/	3,2 % de sel ou 1 260 mg/100 g de sodium

Calcul du taux de Sodium = taux de sel x 0,5 en mg/kg

Source : Guide Pratique « le savoir-faire artisan charcutier » Pôle d'innovation de l'artisanat et des petites entreprises

## 5. Conditionnement de la viande

Le conditionnement permet le transport et la conservation des viandes. Le conditionnement majoritaire est la mise en colis ou caissettes.

Deux emballages sont nécessaires pour assurer le conditionnement de la viande. Le premier, l'emballage primaire, est en contact avec le produit et doit donc être de qualité alimentaire. L'emballage secondaire protège le produit emballé dans son emballage primaire. Pendant l'entreposage et le transport, la viande doit être emballée conformément aux normes européennes suivantes :

- Carcasse et Quartier :
  - Réfrigéré avec ou sans emballage,
  - Congelé/surgelé, conditionné pour protéger les produits.
- Découpe réfrigérée
  - Emballée individuellement,
  - Conditionnée en vrac (contenant à doublure en plastique ou paraffinée),
  - Emballée sous vide,
  - Emballée sous atmosphère protectrice,
  - Autre emballage.
- Découpe congelée/surgelée
  - Emballée individuellement,
  - Emballée sous vide,
  - Autres emballages.
- Conditionnée en vrac (contenant à doublure en plastique ou paraffinée)

Les conditions d'entreposage avant l'expédition et les moyens utilisés pour le transport doivent être adaptés aux caractéristiques physiques et, en particulier, aux caractéristiques thermiques de la viande (réfrigérée, réfrigérée sous atmosphère protectrice, congelée ou surgelée), et être conformes aux prescriptions du pays importateur. L'attention est appelée sur les dispositions de l'Accord relatif aux transports internationaux de denrées périssables et aux engins spéciaux à utiliser pour ces transports (ATP) ([www.unece.org/trans/main/wp11/atp.html](http://www.unece.org/trans/main/wp11/atp.html)).

#### *a) Le conditionnement sous vide*

La viande est conditionnée sous vide dans un emballage hermétique et un suremballage opaque. Sa Date Limite de Consommation (DLC) peut aller jusqu'à 3 semaines. En effet, l'option du conditionnement sous vide permet d'afficher une DLC jusqu'à 3 fois plus longue que les autres modes de conditionnement, ce qui est un argument de vente à mettre en avant.

Toutefois, la mise sous vide nécessite :

- de s'équiper en matériel,
- de connaître le bon réglage de la machine,
- de réaliser des tests de vieillissement des produits pour valider une DLC,
- de respecter les conditions d'hygiène et la chaîne du froid,
- d'intégrer ce process au sein du Plan de Maîtrise Sanitaire (voir page 43 : Le Plan de Maîtrise Sanitaire).

**NB** : Le prix moyen d'une machine sous vide vendue sur internet est de 1 000€.

**Remarque :** La mise sous vide de la viande entraîne un changement de couleur du rouge vif au rouge foncé, voir marron, et libère une odeur forte à sa réouverture. Ces changements sont tout à fait normaux et n'altèrent en rien les qualités de la viande.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Permet une conservation longue de la viande,</li> <li>✓ Se transporte facilement,</li> <li>✓ Permet la surgélation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Demande un matériel spécifique,</li> <li>x Nécessite de maîtriser la technique de la mise sous vide,</li> <li>x La viande semble moins « fraîche » de visu, ce qui peut freiner le consommateur.</li> </ul>

### *b) Le conditionnement sous atmosphère protectrice*

Le conditionnement sous atmosphère protectrice est une technique de conservation associée au froid. Elle consiste à modifier l'ambiance gazeuse en contact avec le produit. L'aliment est disposé dans une barquette (ou un sac) et l'air présent est évacué et remplacé par une atmosphère composée d'environ 78% d'azote, 21% d'oxygène et 1% de gaz rares.

Le conditionnement sous atmosphère protectrice entraîne une date limite de consommation qui varie de 5 à 10 jours.

**Remarque :** Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 1997, tout produit conditionné sous atmosphère protectrice doit porter la mention « conditionné sous atmosphère protectrice » sur son emballage.

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Augmente la durée de conservation du produit,</li> <li>✓ Se transporte facilement,</li> <li>✓ Conserve la couleur rouge vif de la viande,</li> <li>✓ Facilite l'emballage des produits délicats (morceaux avec os par exemple).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>x Affecte la tendreté, et le goût de la viande,</li> <li>x La maturation est très marquée (peut repousser le consommateur),</li> <li>x Nécessite le respect strict de la chaîne du froid dû au changement d'atmosphère.</li> </ul>

### *c) Le conditionnement pré-emballé ou à l'air*

La viande est conditionnée en barquette sous film plastique étirable, perméable à l'air. Sa date limite de consommation, indiquée sur l'étiquette informative, est de 3 à 4 jours. Il s'agit d'un conditionnement de présentation et de protection utilisé pour un large éventail de morceaux de

viandes de boucherie (à mijoter, à rôtir, à griller...) et pour les produits de triperie les plus courants (cœur, foie...).

Avantages	Inconvénients
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Facile à utiliser,</li><li>✓ Convient pour tout type de morceau,</li><li>✓ Conserve la couleur rouge vif de la viande.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>x Durée de conservation limitée.</li></ul>

## C. Se former

Dans le cadre d'un projet de diversification de compétences et d'activités, il n'est pas forcément nécessaire d'être titulaire de qualifications, cela dépend du projet et des partenaires.

L'offre de formation courte sur la transformation de produits fermiers fleurit dans les régions. Cependant très peu, voire aucune, ne concerne la découpe et la transformation de viande chevaline.

### 1. Les formations continues pour adultes

Dans le cadre d'un projet d'installation mûrement réfléchi, plusieurs formations qualifiantes peuvent être intéressantes :

#### Pour les adultes en reconversion

- Contrat de Qualification Professionnelle Technicien boucher

#### Niveau V

- Brevet Professionnel Agricole Transformations alimentaires, option transformation des viandes

#### Niveau IV

- Certificat de Spécialité Transformation de produits carnés
- Certificat de Spécialité Transformation et commercialisation des produits fermiers

#### Niveau III

- Brevet de Technicien Supérieur Agricole Sciences et technologies des aliments, option viandes et produits de la pêche



**Pour plus d'informations concernant les formations longues, rendez-vous sur le site [www.educagri.fr](http://www.educagri.fr).**

## 2. Les formations courtes

Les formations courtes à la découpe de viande chevaline sont peu nombreuses. Néanmoins, plusieurs peuvent être intéressantes avant de se lancer dans la mise en place d'un circuit court, d'autant plus si vous faites le choix d'avoir sur l'exploitation des ateliers de découpe et/ou de transformation. Ces formations touchent à divers sujets dont :

- Rédiger son plan de maîtrise sanitaire,
- Hygiène, auto-contrôle et étiquetage des denrées alimentaires,
- Inspection ante mortem, pour maintenir son agrément CE,
- Gestion d'un atelier de transformation,
- Maîtrise du sous vide,
- Fabrication, conditionnement – sous-vide, conserves,
- Contexte réglementaire (sécurité sanitaire des aliments, paquet hygiène, traçabilité, ICA, mise en place du Plan de Maîtrise Sanitaire),
- Maîtrise des risques dans un atelier de découpe (risques, étapes clés, plan de nettoyage, de désinfection, bonnes pratiques d'hygiène, risque salmonelle, auto-contrôles).

Pour suivre ces formations courtes adressez-vous à des établissements spécialisés type CFPPA, ENILV (Etablissements National de l'Industrie de la Viande)...



**Pour plus d'informations concernant les formations courtes, rendez-vous sur le site [www.vivea.fr](http://www.vivea.fr).**

## 3. Obtenir le Certificat d'Aptitude Professionnelle au Transport d'Animaux Vivant (CAPTAV)

Conformément à la réglementation en matière de transport assez dense exposée à partir de la page 57 de ce vade-mecum, la détention d'un CAPTAV (Certificat d'Aptitude Professionnelle pour le Transport d'Animaux Vivants) est obligatoire (il doit pouvoir être présenté lors des contrôles routiers par exemple) pour tout transport d'animaux vertébrés (bovins, ovins, caprins, porcins, volailles, équidés, chiens, chats...), y compris pour le transport de ses propres animaux, seulement si ce transport se fait sur plus de 65 Km et qu'il a une vocation commerciale (exemple : transport vers un marché, un élevage, des courses, une animalerie...). A ce titre, ne sont donc pas concernés les transports pour les compétitions et concours, la chasse, l'élevage d'agrément.

Les conditions d'obtention du CAPTAV sont les suivantes (article R.214-57 du code rural) :

- Détention d'un diplôme, titre ou certificat figurant sur la liste prévue dans l'arrêté modifié du 17 juillet 2000 (voir la liste complète des diplômes dans la fiche Equi-paedia Transport : <http://www.ifce.fr/haras-nationaux> ; Rubrique connaissance / Equi-paedia)  
OU
- Attestation de formation continue provenant d'un centre de formation habilité assurant le suivi du référentiel de formation défini par arrêté par le ministère de l'Agriculture. Cette formation est pérenne et ne nécessite pour l'heure pas de recyclage.

Si vous remplissez une de ces deux conditions vous devez ensuite prendre contact avec la DD(CS)PP de votre département afin d'obtenir et compléter le formulaire de demande du CAPTAV. La DD(CS)PP instruit votre demande et vous délivre le CAPTAV le cas échéant.

Vous trouverez ci-après un modèle de demande de renseignements à compléter et transmettre à votre DD(CS)PP afin d'obtenir le CAPTAV.

NOM D'USAGE (1)	(1) Joindre une copie de la carte d'identité
NOM DE NAISSANCE	
PRÉNOMS	
QUALIFICATION Convoyeur pour le transport d'animaux vivants (2), (3), (4)	Si la ligne ci-dessous n'est pas pré-remplie : (2) Joindre le justificatif de la qualification (3) Barre les mentions inutiles détenteur d'un diplôme, titre ou certificat figurant sur la liste prévue dans l'arrêté modifié du 17 juillet 2000 (3) attestation de formation dans un centre de formation agréé par le ministre chargé de l'agriculture (3)
	Espèces animales pour lesquelles la qualification est valable :
	(4) Barre les mentions inutiles
	Equidés
	Bovins
	Ovins, Caprins
	Porcs
	Vivipères
DATE DE NAISSANCE	
LIEU ET PAYS DE NAISSANCE	
NATIONALITÉ	
COORDONNÉES POSTALES DU DOMICILE	
Point de repère	
Complément de localisation	
Numéro de la voie	
Type de la voie	
Nom de la voie	
Lotif-08	
Code postal	
Date de signature	Signature du convoyeur :
Date de signature	Signature du transporteur (1)
	(1) signature inutile si la demande émane d'une personne n'exerçant pas l'activité de transporteur au moment de la demande

Vous trouverez enfin ci-dessous la liste des établissements habilités (du 01/09/2016 au 31/08/2021) à mettre en œuvre les formations requises pour les personnes exerçant une fonction de convoyeur d'équidés :

CFPPA de Rethel, route de Novion, 08300 RETHEL
CFPPA du Lauragais, 935, avenue du Dr-Laënnec, BP 1101 11491 CASTELNAUDARY CEDEX
MFR Rhône-Alpilles, 2 rue de la Garrigue, 13310 SAINT-MARTIN-DE-CRAU

CFPPA La Barotte, route de Langres, 21400 CHATILLON-SUR-SEINE
Association Centre MFR pôle des métiers de Landivisiau, Moulin de la Gare, BP 20255, 29402 LANDI-VISIAU CEDEX
CFPPA du Gers, Valentées, 32300 MIRANDE
CFPPA Rennes-Le-Rheu, rue des Chardonnerets, BP 55124, 35651 LE RHEU
CFPPA de Montmorot, 514, avenue Edgar-Faure, 39570 MONTMOROT
CFPPA Yssingaux, BP 41, 43200 YSSINGEAUX
CFPPA du Lot, avenue de la Garenne, 46200 SOUILLAC
IFCE (et ses délégations territoriales qui couvre toutes les régions), BP 207, Terrefort, 49411 SAUMUR CEDEX
AFASEC, allée de Jardy, BP 70419, 60500 CHANTILLY
CFPPA du Pas-de-Calais, route de Cambrai, 62217 TILLOY-LÈS- MOFFLAINES
CFPPA de Charolles, chemin d'Ouze, 71120 CHAROLLES
CFPPA du CEZ de Rambouillet, Parc du Château, CS 40609, 78514 RAMBOUILLET CEDEX
CFPPA Montmorillon, Château Ringuet, BP 47, 86501 MONTMORILLON CEDEX
CFPPA de Mirecourt, 22, rue du Dr-Grosjean, 88500 MIRECOURT
CFPPA Auxerre-La Brosse, 89290 VENOY
Le Domaine canin, aéroport Pôle Caraïbes, zone Nord, 97139 LES ABYMES
CFPPA Matiti Guyane, Savane Matiti, BP 53, 97355 MACOURIA

## D. Aide à la mise en œuvre

Vendre en circuit court ou transformer à la ferme est un processus coûteux et long à mettre en place. Ce type de projet nécessite des connaissances et compétences techniques, économiques, commerciales et sanitaires spécifiques. Les possibilités d'aides financières et techniques présentées ci-après ne sont pas exhaustives mais pourront vous permettre d'enclencher certaines démarches.

### 1. Soutien financier

**Soutien à la mise en place de circuit court :**

Entité gestionnaire : Conseil Régional

Fonds déployés : le Fonds Européen Agricole pour le Développement Rural (FEADER)

Document à consulter : *Programme de Développement Rural (PDR) Régional 2014-2020*

Dans le cadre des Programmes de développement rural 2014-2020, des appels à candidatures spécifiques sont lancés chaque année pour soutenir l'activité des agriculteurs. Ces aides peuvent toucher à un grand nombre de sujets et notamment les investissements permettant une augmentation ou une diversification de la production.

**Renseignez-vous auprès du Conseil Régional ou de la Direction Départementale des Territoires (DDT) de votre département pour obtenir des informations complémentaires.**

#### **Soutien aux investissements liés à l'activité d'élevage :**

Entité gestionnaire: DDT

Fonds déployés : multiples

Document à consulter : Plan de Compétitivité et d'Adaptation des Exploitations Agricoles (PCEA)

L'objectif du PCEA est de soutenir les investissements réalisés par les exploitations agricoles afin de moderniser l'appareil de production, d'innover, de combiner performance économique, environnementale, sanitaire et sociale, et de favoriser l'installation de nouveaux agriculteurs. Un seul dossier est à compléter pour obtenir des aides de plusieurs niveaux (Europe, Région, Département...).

**Renseignez-vous auprès de la DDT de votre département pour obtenir des informations complémentaires.**



#### **Soutien au maintien des races menacées :**

Entités gestionnaires : Conseil Régional, Ministère de l'agriculture

Fonds déployés : FEADER

Document à consulter : *PDR Régional 2014-2020*

Le but de ce soutien est de conserver sur les exploitations des animaux des espèces asine, bovine, équine, ovine, porcine ou avicole appartenant à des races locales menacées de disparition. Ce soutien se présente sous la forme d'un engagement sur 5 ans, pour prétendre à une aide annuelle. Sur cette période, l'éleveur s'engage à respecter certains critères notamment en termes de nombre d'Unité de Gros Bétail (UGB), de mises à la reproduction et d'enregistrement de saillies et de naissances.

Les bénéficiaires de ce dispositif sont les éleveurs détenant des animaux relevant de la liste des races menacées de disparition (Ardennais, Auxois, Boulonnais, Breton, Cob Normand, Comtois, Mulassier du Poitou, Percheron et Trait du Nord). Par ailleurs, les animaux doivent être en race pure ou conduit en croisement de sauvegarde.

**Rendez-vous sur le site internet Télépac ou renseignez-vous auprès de la DDT de votre département pour obtenir des informations complémentaires.**



#### **Aide à la création d'AMAP :**

Entités gestionnaires : Mouvement Inter-régional des AMAP (MIRAMAP), Coopérative de finances solidaires (NEF), France active

Fonds déployés : Fond solidaire de garantie pour le maintien et le développement d'une agriculture paysanne

## 2. Appui technique

Par le biais du projet Référence en Circuit Court (RCC) des Chambres d'Agriculture, il est désormais possible d'obtenir des informations concrètes sur la mise en place ou le renforcement de son activité en circuit court. Ces documents de références sont regroupés par famille de produits. Même s'il n'en existe pas encore sur la commercialisation de viande chevaline en circuit court, il est toutefois intéressant de prendre connaissance et de s'inspirer des documents existants.

De manière générale, les Chambres d'agriculture proposent un **conseil individualisé** et accompagnent des groupes d'agriculteurs dans des **démarches collectives**. De plus, elles sont sensibles tant au développement des produits du terroir que de la réussite des exploitations agricoles présentes sur le territoire. N'hésitez donc pas à les contacter pour un appui technique ou du conseil.

D'autres organismes techniques régionaux ont également la technicité et les compétences pour vous accompagner et animer un réseau de producteurs, notamment :

- ➔ Les Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu Rural (CIVAM)
- ➔ Les Groupements d'Agriculteurs Bio (GAB) pour les éleveurs labélisés ou qui souhaitent intégrer le label.

## E. Exemples de mise en œuvre de circuit court en viande chevaline

Depuis 2006, l'Institut français du cheval et de l'équitation (IFCE), l'Institut de l'Élevage (Idele), la Fédération des Conseils des Chevaux et/ou des Equidés (FCC) et l'Assemblée Permanente des Chambres d'agriculture (APCA) ont associé leurs compétences pour améliorer la connaissance économique au sein du Réseau Economique de la Filière Equine (REFErences). Les actions menées concernent toutes les entreprises et activités liées aux équidés, l'emploi et l'occupation du territoire qui en découlent.

Le réseau REFErences fournit ainsi des repères techniques et économiques fiables et actualisés pour mieux connaître les entreprises de la filière équine et leur fonctionnement : activités, emplois générés, structures (effectifs d'équidés, surfaces), etc. Il est un outil précieux pour mieux comprendre la filière équine.

Un des objectifs du réseau est de mettre en place une approche microéconomique qui consiste à connaître le fonctionnement des entreprises et des marchés, en produisant des référentiels technico-économiques à l'échelle de l'entreprise. Elle permet notamment aux candidats comme aux décideurs financiers d'évaluer la viabilité de projets d'installation. Ces référentiels sont élaborés à partir d'un dispositif de collecte de données auprès d'exploitations équines suivies dans le cadre du Réseau équin, impliquant en particulier l'Institut de l'élevage et les Chambres d'agriculture.

**C'est grâce à ces travaux que vous sont proposés, en annexe 1 de ce vade-mecum, 2 témoignages riches et illustrés sur la mise en œuvre et l'intérêt de la vente directe par 2 éleveurs de chevaux de la Région Auvergne-Rhône-Alpes. Des témoignages intéressants dont il faut sans nul doute s'inspirer.**

## F. Principales idées à retenir

### Ce qu'il faut retenir en pratique

Mener une **réflexion large** en **amont** de la mise en œuvre du circuit court en prenant en compte sa **personne**, les **objectifs à atteindre**, le **territoire**, le **marché**, le **projet** et ses **risques** et **atouts**.....p.69 et 70

Des **conseils pratiques** à avoir en tête pour organiser son circuit court, des modalités d'élevage à la commercialisation du produit.....p.71 à 80

Se renseigner sur les **formations courtes et continues** intéressantes pour un projet de circuit court en viande chevaline....  
.....p.81 à 83

Des **aides financières et techniques** à solliciter pour appuyer et faciliter mon projet.....p.84 à 86

S'inspirer de **belles réussites**.....p.86

## Bibliographie

- Article « Viande de cheval, Traçabilité déficiente Outre-Atlantique », Magazine *Que choisir*
- La production de viande chevaline en France des années 50 à aujourd'hui – *FranceAgriMer*, janvier 2015
- « La filière viande chevaline, traçabilité et contrôles », *Centre d'Information des Viandes*, 2007
- « Le paquet hygiène », Ministère de l'agriculture et de la pêche

- divers sites internet dont :

<http://www.ifce.fr/>

<http://www.sfet.fr/>

<http://idele.fr/>

<http://www.chambres-agriculture.fr/>

<http://agriculture.gouv.fr>

<http://legifrance.gouv.fr>

<http://www.economie.gouv.fr>

<http://www.la-viande.fr>

<http://www.interbev.fr>

<http://www.civ-viande.org>

## Annexe 1 : Témoignages recueillis par le réseau REFÉrences

RÉFÉrences - Réseau Économique de la Filière Équine

### La vente directe

#### *Une stratégie pour mieux valoriser ses poulains de trait ?*

En 2015, dans le cadre de la relance du Réseau Equin National, les professionnels de la filière équine ont choisi de maintenir **le suivi de quelques élevages de chevaux de trait**. L'objectif de ces suivis est d'étudier des systèmes qui parviennent à bien valoriser leurs poulains et dégager un revenu satisfaisant.

↳ **La vente directe de viande chevaline** est un des circuits de commercialisation utilisé par quelques-uns des exploitants suivis.



*Cette stratégie permet-elle de mieux valoriser ses poulains ?  
Y a-t-il une clientèle qui souhaite acheter de la viande chevaline ?  
Comment la viande est elle vendue : au détail ou en caissettes ?  
Quels sont les tarifs pratiqués ?  
Quelles sont les charges liées à l'abattage, à la découpe et à la transformation ?  
Quelle organisation cela demande ?*

Nombreuses sont les questions qui se posent lorsqu'on souhaite développer cette activité.

Bien qu'après une seule année de suivi nous ne pouvons prétendre « avoir fait le tour de la question », il nous a néanmoins semblé intéressant de présenter le témoignage de 2 des éleveurs suivis. Dans la mesure du possible, d'autres cas viendront progressivement compléter ces retours d'expériences.

# Témoignage



Installé en Savoie depuis 1993, cet élevage familial spécialisé en chevaux de trait s'est progressivement développé pour atteindre aujourd'hui un cheptel de 71 chevaux dont 28 poulinières et 4 étalons.



*Passionné par cet élevage, j'ai choisi de réorienter mon système dès 2007 pour développer le revenu de cette activité et pouvoir salarier ma femme.*



*Sur 24 naissances par an en moyenne, 2 pouliches sont gardées pour le renouvellement, 2 pouliches sont vendues pour la reproduction et tous les autres poulains sont commercialisés en vente directe.*

*Un animal est abattu tous les 15 jours en moyenne. Il s'agit de poulains âgés de 9 à 24 mois pesant entre 350 et 500 kg vifs.*

*Pour les produits transformés, on utilise également de la viande de porc produite sur l'exploitation (6 porcs/an).*



## Un éleveur de chevaux de trait Comtois spécialisé qui a opté pour la vente directe

### De la vente de laiton maigre pour l'export à la vente au détail sur les marchés locaux

Initialement vendus laiton maigre pour l'export en Italie, les poulains ont été vendus en caissettes en 2007, puis au détail sur les marchés dès 2008.

La main d'œuvre mobilisée par cette activité représente 1,9 Equivalent Temps Plein (ETP), l'exploitant, son épouse ainsi que son père.

L'exploitant est double actif. Il gère le cheptel au quotidien aidé par son père et assure le transport des animaux à l'abattoir tandis que sa femme assure la transformation de la viande et la commercialisation sur les marchés.

Les animaux sont conduits en plein air sur une surface totale de 30 ha de surface agricole utile en fermage auxquels s'ajoutent 150 ha d'estives collectives.

### 20 poulains commercialisés en vente directe

Les poulains sont choisis par l'exploitant qui assure le transport à l'abattoir situé à 29 km. La découpe et la mise sous vide sont faites à l'abattoir et la transformation des produits (saucisson, terrine, jambon) est assurée par la conjointe de l'exploitant dans un camion frigorifique acheté en 2012.

Au final, la viande est vendue au détail soit en morceaux sous vide (morceaux à griller vendus par deux - morceaux à bouillir en portions de 500 g à 1 kg), soit sous forme de produits transformés.

<b>Total des ventes de chevaux en 2016</b>	<b>50 500 €</b>
20 poulains transformés et vendus en direct	46 000 €
2 pouliches d'un an vendues à l'élevage	2 200 €
1 jument âgée réformée vendue en direct	2 300 €

Les poulains sont vendus en moyenne 2 190 €/tête.



*Une personne est mobilisée 1h00 la veille de chaque marché pour charger le camion et 8h00 le jour du marché de 5h00 à 13h00 comprenant le transport et la vente des produits.*

*On participe aussi à des fêtes de village.*

*J'ai des commandes toutes les semaines voire tous les quinze jours.*

*Depuis cette année, je travaille avec une personne indépendante qui propose de la vente de produits locaux en ligne. Les commandes sont faites les mardi et les colis sont récupérés sur les marchés les mercredi et jeudi pour livrer les clients.*



*La clientèle s'est développée progressivement par le bouche à oreilles à partir de mon réseau (collègues de travail et voisins).*

*Les consommateurs apprécient cette viande, ils savent d'où elle vient.*



*La vente directe m'a permis d'augmenter mon chiffre d'affaires mais mon volume d'activités n'est pas encore suffisant pour dégager un salaire. J'ai dû augmenter mon cheptel en gardant parfois jusqu'à 4 pouliches par an et investir dans un camion frigorifique pour être autonome sur la transformation. Aujourd'hui, mon fils s'intéresse à cette activité et souhaite se former au métier de boucher.*

## **Une commercialisation sur les marchés avant tout mais aussi sur d'autres circuits**

La viande est vendue essentiellement lors de quatre marchés hebdomadaires situés à moins de 20 minutes de l'exploitation (mercredi, jeudi, vendredi et samedi matin).

5 journées de fête ont lieu à proximité de l'exploitation (de juillet à octobre). Là aussi, une personne est mobilisée 1h00 la veille pour charger le camion et la journée du marché 11h00, de 7h00 à 18h00.

L'exploitant commercialise également des produits auprès d'un magasin de producteurs. Une personne livre le magasin à chaque commande et les invendus sont récupérés.

## **Des clients satisfaits et une demande en constante évolution**

L'exploitant a bénéficié aussi de la reprise d'une clientèle d'un boucher chevalin qui a cessé son activité. Les clients sont majoritairement des personnes de classe moyenne, plutôt âgés (> 60 ans). La jeune génération (30-40 ans) consomme très peu ces produits. Les marchés ayant lieu très souvent la semaine, c'est peut-être une des raisons de cette « apparente désaffection ». La clientèle est régulière et fidèle et elle continue à se développer avec la demande de produits transformés.

## **Mais un volume d'activités qui ne permet pas encore en système spécialisé de dégager un revenu**

Malgré de nombreux atouts : un cheptel de qualité issu d'une sélection sur 20 ans, une autonomie et de bons résultats sur le plan de la reproduction, une autonomie alimentaire, un bon réseau de clientèle et des produits de qualité, la rentabilité du système est encore fragile. Les marges de progrès semblent passer plutôt par l'augmentation du volume d'animaux vendus, car la réduction des charges paraît difficile. Celles-ci sont liées au montant du fermage de l'estive (8 000 €), aux frais d'assurance (8 000 €) et aux frais de transformation (incompressibles dans la situation actuelle).

## Un poulain mieux valorisé qu'en circuit traditionnel ?

### Exemple d'un poulain de 9 mois

**350 kg vifs**

**210 kg carcasse** (60% de rendement)

119 kg de viande (57% de rendement) – 8 kg d'abats - 83 kg de déchets

60% à griller - 40% à braiser/bouillir

#### Prix du poulain

**2 387 € TTC - 2 256 € HT**

72 kg à 23,10 € TTC

soit 1 663 € TTC

47 kg à 15,40 € TTC

soit 724 € TTC

#### Cout abattage/découpe/transformation

**798 € HT**

Abattage et prestation de découpe

2,80 € HT/kgc, soit 588 €

Emballage et de transformation

1 € HT/kgc, soit 210 €

#### Tarifs viande sous vide (TTC)

Morceaux à griller 23,10 €/kg

Morceaux à bouillir 15,40 €/kg

Steak haché 15,40 €/kg

Steak 23,10 €/kg

Abats 15,40 €/kg

#### Tarifs produits transformés (TTC)

Pâté en croûte 19,70 €/kg

Jambon sec 59 €/kg

Merguez-chipolatas 15,40 €/kg

Terrine cheval 16,40 €/kg

Saucisson 25,90 €/kg

Diots 19,95 €/kg

2 256  
- 798  
-----  
1 458

**Le prix de vente du poulain est de 1 458 € HT** frais d'abattage, de découpe et de transformation déduits. Complémentés seulement en foin l'hiver, à cet âge, la marge est d'environ 858 € par rapport à un débouché pour le marché Italien en 2016 (2,86€/kg carcasse Cotation France Agrimer 2016). Pour les poulains vendus plus vieux, il faudra ajouter les charges liées à un an d'élevage en plus.

# Témoignage



Éleveur installé dans l'Allier en 1998 sur 85 ha, suite à la reprise d'une partie de l'exploitation familiale, avec des vaches allaitantes Charolaises et une production de broutards et de 2 juments de trait Comtoises.



*Je travaille seul sur l'exploitation à plein temps. Vu la baisse constante des prix du marché et l'évolution de la demande des consommateurs vers plus de traçabilité et une viande de qualité, j'ai choisi de mieux valoriser une partie de mon cheptel en utilisant la vente directe.*

*Actuellement, je vends 5 à 7 femelles, génisses de 30 mois et vaches de réforme, soit sous forme de carcasses commercialisées auprès d'un supermarché local, soit vendues en caissettes aux particuliers, ainsi qu'1 à 4 poulains de 10 à 12 mois par an commercialisés également sous forme de colis que les gens viennent retirer à la ferme.*



## Un éleveur de chevaux de trait en système mixte bovin-équin

qui a saisi l'opportunité de la vente directe pour mieux valoriser une partie de ses produits, génisses et poulains

### Une exploitation qui s'est développée au fil du temps...

L'exploitation s'est agrandie à plusieurs reprises pour atteindre 140 ha de surface agricole utile aujourd'hui. Le foncier est réparti en trois îlots, dont l'essentiel est regroupé autour du siège de l'exploitation. Cet agrandissement s'est accompagné d'un développement des cheptels bovin et équin, accompagné d'une recherche de qualité par le biais de la génétique sur les deux troupeaux. A ce jour, l'exploitant est à la tête de 200 bovins dont 76 vaches et de 25 chevaux Comtois dont 8 poulinières. Le circuit de la vente directe a été introduit en 2014 sur l'exploitation.

### ... en diversifiant ses débouchés et à la recherche de qualité

**Sur l'atelier bovin**, orienté initialement uniquement sur la vente de broutards, l'exploitant a orienté sa production vers plus de finition, avec signe de qualité d'une partie des produits : broutards repoussés sous CCP<sup>1</sup>, génisses de 30 mois label.

**Pour l'atelier chevaux de trait**, l'exploitant entretient 3 circuits de commercialisation avec une clientèle pour chacun d'entre eux :

- **Pouliches de 1, 2 et 3 ans** destinées à l'élevage et poulains mâles, plus accessoirement approuvés et vendus à 3 ans comme étalons.

Les poulains destinés à ce circuit sont choisis sur leurs papiers, origines et conformation irréprochable. Ils sont vendus à des éleveurs à la recherche d'animaux pourvus de papiers, d'origines.

<sup>1</sup> CCP : Certification de Conformité Produit

- **Poulains débourrés à l’attelage et vendus à 2 ou 3 ans pour une utilisation de loisir.** C’est avant tout le caractère, le comportement des poulains, ou de leur mère, qui influencent le choix de ce circuit, plus que le papier et le modèle. Ils sont achetés par des particuliers à la recherche de chevaux calmes, qu’ils vont utiliser à l’attelage dans le cadre de leurs loisirs. Cette clientèle est nationale, captée essentiellement par le biais d’annonces sur internet.
- **Poulains mâles essentiellement, et pouliches qui ne conviennent pas aux deux autres circuits.** Ils sont commercialisés pour la viande en caissettes à une clientèle locale. Les clients sont attirés par la tendreté de la viande proposée par l’éleveur, ou spécifiquement amateurs de viande de cheval, en l’absence de tout point de vente localement.

### ... qui permet d’optimiser le produit de chaque atelier

**En bovins**, sur 47 animaux commercialisés sur la campagne 2016, l’exploitant a valorisé 7 animaux en vente directe et circuit court auprès d’une GMS locale :

- la GMS a acheté 2 génisses de 30 mois de 390 kg carcasse (4,72 €/kgc) et 1 vache de 520 kgc (4,57 €/kgc),
- 4 animaux ont été valorisés en caissettes : 3 génisses de 30 mois de 400 kgc (4,58 €/kgc) et 1 veau de 10 mois de 157 kgc (6,42 €/kgc).

**En chevaux de trait**, sur les cinq à six poulains sevrés en moyenne par an, une pouliche est gardée pour le renouvellement et les autres poulains sont valorisés sur différents circuits de commercialisation afin d’optimiser leur niveau de valorisation.

L’éleveur privilégie les animaux vendus pour la reproduction et le loisir : en 2016, 2 pouliches d’un an ont été vendues à 1 300 €/tête et une pouliche de 3 ans débourrée à l’attelage à 2 000 €.

Les poulains non vendus sur les précédents circuits sont commercialisés en vente directe sous forme de caissettes. Il s’agit de poulains de 12 à 15 mois pesant entre 500 et 550 kg vifs : en 2016, 1 poulain de 14 mois de 282 kgc a été vendu à 1 668 € HT (5,91/kgc) et en 2015 3 poulains de 320 kgc en moyenne avaient été vendus à 1 650 €HT/tête (5,91/kgc).

Quand l’exploitant n’est pas en capacité d’assurer la demande de sa clientèle en viande chevaline, il achète des poulains supplémentaires de 8 à 12 mois à 300 kg vifs en moyenne, qu’il engraisse sur une saison d’herbe avant de les abattre. Ce sera le cas pour la campagne 2017.

	2016	2015
<b>Produit total équin</b>	<b>5 119 €</b> (dont 4 achats)	<b>8 358 €</b> (dont 2 achats)
dont total des ventes	9 788 € (7 animaux vendus)	6 639 € (5 animaux vendus)
dont ventes de poulains en vente directe	1 668 € (1 poulain)	4 950 € (3 poulains)
Prix moyen du poulain	1 668 €	1 650 €
Prix moyen kgc	5,91 €/kgc	5,15 €/kgc

### ... qui nécessite tout de même de l’organisation et une adaptation à la demande

Les poulains sont vendus à une clientèle locale de particuliers, résidant à 30- 40 min de trajet de l’exploitation. Il s’agit d’un réseau de clientèle créé par l’exploitant par le bouche à oreilles. Cette clientèle est plutôt fidèle voir se développe. En termes d’organisation, les poulains sont vendus avant de partir à l’abattoir. C’était un boucher qui récupérait les carcasses et réalisait la découpe et le conditionnement en caissettes dans son laboratoire. Depuis son départ à la retraite cette année, la découpe va se faire également sur le site de l’abattoir. L’exploitant va ensuite chercher les colis avec son véhicule équipé d’un caisson isotherme (1h de route). Les clients ont préalablement été prévenus du jour de livraison et viennent chercher leur colis.



*J'ai introduit le circuit court sur mon exploitation à une période où les poulains se vendaient très mal.*

*Aujourd'hui, les cours sont remontés, mais je continuerai à proposer de la viande chevaline à ma clientèle, qui apprécie ce que je lui vends.*

*C'est aussi une sécurité pour l'avenir, la filière est tellement déstructurée, on ne sait pas ce que le marché va devenir.*

## Au final une stratégie qui permet d'optimiser la marge de chaque atelier et de s'adapter au marché

Les résultats économiques de ce système sont très satisfaisants, de l'ordre de 59 000 € d'excédent brut d'exploitation<sup>2</sup> par unité de main d'œuvre exploitant. Il résulte à la fois d'une bonne valorisation des produits grâce à la diversification des débouchés, d'une économie de charges liée à son autonomie alimentaire et à la complémentarité des différents ateliers. L'exploitant a su développer son exploitation et faire évoluer ses produits pour répondre à de nouvelles demandes. Les limites de ce système sont le temps de travail, l'éloignement de l'abattoir et l'organisation autour de la découpe et de la commercialisation.

Des marges de progrès sont possibles sur le plan de la gestion de la clientèle, par exemple en établissant un fichier clients qui faciliterait la gestion des commandes.

### Un poulain mieux valorisé qu'en circuit traditionnel ?

#### Exemple d'un poulain de 14 mois

**500 kg vif**

**282 kg carcasse** (56% de rendement)

**166 kg de viande** (59% de rendement)

24 colis de 6,5 kg : assortiment de morceaux à griller, à braiser, et bourguignon

10 kg de morceaux à griller, vendus au détail - 20 € TTC/kg

**Prix du poulain** 1 668 € HT - 1760 TTC

**Tarifs viande (TTC)**

10 € /kg viande

**Cout abattage/découpe** 420 € HT - soit 1,48 €/kgc HT

65 € /colis de 6,5 kg

1 668  
- 420  
-----  
1 248

**Le prix de vente du poulain est de 1 248 € HT** frais d'abattage, de découpe déduits. Par rapport à un prix de marché de 2,86 €/kgc (Cotation France Agrimer 2016), la marge est de 440 € par rapport à une vente sur le marché de l'export.

Les poulains vendus en direct sont généralement rentrés l'hiver en bâtiment et nourris avec une ration de foin et de céréales produite sur l'exploitation. S'il s'agit d'une femelle, elle sera ressortie au pâturage en fin de saison d'herbe avant la vente.

<sup>2</sup> Excédent brut d'exploitation (EBE)= produit total – (charges opérationnelles et charges de structures hors amortissements et frais financiers). L'EBE doit permettre de payer ses annuités, faire de l'autofinancement et se rémunérer.

# La vente directe

## Une stratégie pour mieux valoriser ses poulains de trait ?

### Ont contribué à ce document

- **Maryline Jacon**- Chambre d'Agriculture de l'Ain - Tél. : 04 74 45 80 07 - maryline.jacon@ain.chambagri.fr
- **Catherine Tourret**- Chambre d'Agriculture de l'Allier - Tél. : 07 70 48 42 42 - ctourret@allier.chambagri.fr
- **Sophie Boyer** - Institut de l'Élevage - Tél. : 05 73 83 51 - sophie.boyer@idele.fr
- **Roger Palazon**- Institut de l'Élevage - Tél. : 04 72 72 49 71 - roger.palazon@idele.fr

Document édité par l'Institut de l'Élevage  
Octobre 2017

ISSN : demande en cours

Référence Idele : 00 17 602 018

Crédit photos : Idele, Ifce, Chambre d'agriculture

Réalisation : Xkatia brulat (Institut de l'Élevage)



RÉFÉRENCES - Réseau Économique de la Filière Équine



## Annexe 2 : Tableau des réglementations liées à l'élevage

	références	Contenu
<b>Alimentation &amp; Abreuvement</b>		
<b>Granulés et autres aliments industriels, Céréales non transformées, fourrages, paille</b>		
Production et qualité	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	Utilisation d'aliments destinés aux équidés pas de poussières ou moisissures
Conditionnement et stockage	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	aliments concentrés non accessibles aux animaux (sécurisation de l'accès) conditions permettant une bonne conservation pas de poussières ou moisissures
Eau	RSD Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	Eau d'abreuvement de bonne qualité : pas de mauvaises odeurs, de turbidité excessive...
<b>Accès eau et nourriture</b>		
Accès à l'eau	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	Accès à l'eau régulier et sans contraintes particulières, n'engendrant pas de concurrence ou agressivité entre animaux Eau d'abreuvement de bonne qualité : pas de mauvaises odeurs, de turbidité excessive... solutions en cas de gel ou coupure anticipées
Accès au fourrage (pâturage inclus)	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	Pas de situation de manque durable et évident d'alimentation fourragère
Adaptation de la ration	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	Ration raisonnée pour chaque type d'équidé, consommation connue et vérifiée évaluation de l'état corporel des équidés (notation IFCE) sauf cas particulier dûment justifié : aucun équidé n'a un état corporel inférieur ou égal à 1,5 aucun équidé n'a un état corporel supérieur ou égal à 4,5

<b>Gestion du Cheptel</b>		
Registre d'élevage	Article L214-9 du Code rural complété par l'article L234-1 II Arrêté du 05 juin 2000	Présence d'un registre d'élevage papier et / ou dématérialisé
Déclaration de détention	Article R215-14 du Code rural Article D212-47 du Code rural Arrêté du 26 juillet 2010	Déclaration de détenteur d'équidés et de lieu de stationnement Classée et présentée à la demande
Déclaration de vétérinaire sanitaire	Arrêté du 23 juillet 2012	Déclaration de vétérinaire sanitaire Classée et présentée à la demande
Identification des équidés	Règlement d'exécution (UE) 2015/262 de la Commission du 17 février 2015 Article L212-9 du CR Article L212-12 du CR	Identification des équidés conformément à la réglementation en vigueur : Document d'identification Présence d'un transpondeur (ou exception : marques auriculaires) numéro SIRE les documents sont classés, regroupés et présentés à la demande
Cartes d'immatriculation et enregistrement	Article D212 49	Tous les équidés avec cartes d'immatriculation (ou photocopie ou dématérialisées) Les cartes sont classées, rangées et présentées à la demande
<b>Bien-être du cheval</b>		
<b>Manipulations et travail des équidés</b>		
Manipulations	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	Manipulations sans mauvais traitements, raisonnées de façon à éviter souffrances, blessures ou accidents Emploi du tord nez ou tord oreille exceptionnel Absence de craintes excessives des équidés vis-à-vis de l'homme Aucun usage d'outil contondant, coupant ou piquant toléré
Intégrité physique et psychologique	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	Tout équidé présentant une plaie, blessure, traumatisme fait l'objet d'un soin Pas d'animaux agressifs, apeurés, ou présentant des symptômes permanents de stress Pas de travail ou d'utilisation d'animaux malades, blessés... de nature à aggraver leur état Les soins aux membres et pieds sont réguliers (curage, parage, ferrures adaptés...)

<b>Qualité du logement</b>		
Taille et confort des logements	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	<p>Pas d'isolement total de l'équidé vis-à-vis de ses congénères</p> <p>hauteur plafond mini 2,7 m, surface devant permettre le couchage des équidés</p> <p>surface boxe 2,5 x 2,5 m mini (à adapter à la taille du cheval), stalle 3m x 1,45 m mini</p> <p>surface stabulation permettant les déplacements libres, et d'éviter les conflits entre animaux</p> <p>litière entretenue quotidiennement</p>
Isolation, lumière et aération des écuries "confort chevaux"	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	<p>Pas de courant d'air excessif</p> <p>Volume d'air suffisant (mini 30m3/ équidé) et renouvellement de l'air suffisant (aérations hautes et basses),</p> <p>Lumière naturelle suffisante dans tous les espaces, éclairages artificiels hauts (2,1 m mini) et protégés (grilles, hublots...)</p> <p>Ambiance saine, température stable (pas de variations brusques)</p>
Clôtures	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17 L.24-18	<p>Clôture ne présentant pas de danger pour les équidés</p> <p>Clôture permettant d'éviter fuites et divagations</p> <p>Grillage (type grillage à mouton) et barbelé interdits si accueil du public</p> <p>Clôture électrique : minimum un fil entre 70 et 90 cm de haut, bien électrifié (mini 2000 V en tout point), panneaux de signalisation de clôture électrique</p>
Sols, murs et matériaux des logements animaux	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17	<p>Sols non glissants, mais facilitant le nettoyage, imperméables à la pénétration des urines, pente de 1% mini vers les évacuations</p> <p>Murs lisses jusqu'à 1,5 m. Matériaux pleins et résistants aux coups de pieds souhaitables.</p> <p>Matériaux non dangereux (clous, aspérités, tranchants...)</p>
Abris dans les pâtures	Code Rural articles L.214-1 L.214-3 L.214-17 L.214-18	<p>Présence d'abris naturels (arbres, taillis, haies, ...) ou artificiels accessibles</p> <p>Si abri artificiel : orienté et conçu en fonction des conditions locales (vents dominants, zones sèches...), hauteur mini 2,5 m , surface permettant à tous les équidés de s'abriter (mini 5 m2 par équidé), ouverture sur au moins un côté devant permettre d'éviter les conflits excessifs.</p>
<b>Soins vétérinaires</b>		
Zone d'isolement prophylactique		Sensibilisation de l'exploitant ou d'un membre du personnel à la nécessité d'un lieu ou local d'isolement
<b>Gestion des traitements</b>		
Gestion des produits (stockage, inventaire)		<p>Stockage dans un lieu dédié (pas de pharmacie humaine), fermé à clé, réfrigérateur pour les produits nécessitant d'être conservés au frais</p> <p>Pas de produits périmés, produits ouverts avec date d'ouverture mentionnée</p> <p>pas de réutilisation de matériel à usage unique</p>
Vermifugation		<p>Plan de vermifugation appliqué</p> <p>Traçabilité : animaux, produits, doses, dates (sur registre d'élevage ou de santé ou BSE ....)</p> <p>Solutions de limitation de réinfestation mises en oeuvre ou envisagées</p>

## Annexe 3 : Aménagement d'un atelier de découpe et transformation

Les conseils suivants concernent l'aménagement d'un atelier individuel, en remise directe ou dérogation d'agrément.

### Les principes à respecter :

- **La marche en avant** afin d'éviter les contaminations croisées entre produits :
  - soit dans l'espace : la carcasse rentre d'un côté et ressort en viande découpée par un autre côté ;
  - soit dans le temps : la carcasse et la viande découpée passent au même endroit mais pas en même temps.
- **La spécialisation des pièces** : une pièce par type d'activité et d'ambiance (par exemple séparer la découpe de la transformation chaude).
- **La séparation des secteurs** propres et « sales » (laverie), zones humides et sèches, froides et chaudes.

### Les locaux à prévoir a minima :

<b>Chambres froides :</b> - Carcasses - Tampon (produits en cours) - viande découpée (produit fini)	Possibilité d'utiliser la même chambre froide pour les carcasse et produits finis mais pas en même temps. Chambre froide tampon non obligatoire mais utile selon le type et la quantité de produits fabriqués.
<b>Pièce de découpe</b>	Pas d'obligation de groupe froid mais la viande doit rester à des températures satisfaisantes (< 12 °C). Utile pour de bonnes conditions de conservation.  <i>Conditionnement de la viande</i> : peut se faire dans la salle de découpe au fur et à mesure du travail. Des animaux d'espèces différentes peuvent être découpés dans les mêmes locaux mais pas en même temps. Un protocole de nettoyage/désinfection très rigoureux est à prévoir pour limiter les risques de contamination croisée.  Préparations froides (saucisses, etc.) : Peut se faire dans la pièce de découpe, à un autre moment (selon type et quantité de produits). Préparations chaudes : pour la cuisson prévoir une pièce à part.
<b>Local de lavage</b>	Prévoir un local séparé en cas de transformation (il y a beaucoup plus de matériel à laver).
<b>Toilettes Vestiaires</b>	Obligatoire en cas de salariés. Pas d'accès direct sur les pièces de fabrication.
<b>Séchoir Saloir</b>	Selon les produits fabriqués.

<b>Stockage</b>	Pour les emballages, les différents ingrédients... Selon les produits fabriqués et les quantités. Les produits de nettoyage et désinfection ne doivent pas être stockés dans les zones où des denrées alimentaires sont manipulées.
-----------------	---

### **L'agencement des locaux :**

- siphon pour évacuer les eaux usées ;
- sol lisse, avec pente de 1-2 % vers le siphon, facile à nettoyer et à désinfecter ;
- murs lisses, lavables, inaltérables, résistants aux chocs et aux acides, de couleur claire ;
- plafonds lisses, imperméables, lavables, clairs, peints si nécessaire ;
- portes et fenêtres lisses lavables, assez larges pour le passage du matériel, les fenêtres ouvrant sur l'extérieur doivent être équipées de moustiquaire ;
- arrivée d'eau courante (froide et chaude) potable (réseau ou captage privé si autorisation préfectorale) ;
- sources électriques d'intensité suffisante et sûre ;
- éclairage naturel ou artificiel suffisant ;
- système d'aération et ventilation suffisant pour évacuer chaleur, humidité et odeurs ;
- dispositifs contre les animaux nuisibles et indésirables.

### **Nota bene :**

La consommation d'eau étant importante, il est conseillé de vérifier auprès de la commune la disponibilité en quantité et débit du réseau.

Pour les effluents des locaux de découpe (eaux de lavage principalement), il est nécessaire de prévoir un système de traitement.

### **Les équipements à acquérir :**

- Table de découpe (avec plateau polyéthylène) et table inox pour préparation/conditionnement ;
- Billot bois : autorisé pour les grosses coupes des os (avec piétement inox) ;
- Plonge eau chaude et froide pour le lavage du matériel et des petits équipements : peut se faire dans la salle de découpe (sauf cas transformation cf. § précédent) ;
- Etagère pour le stockage du matériel propre ;
- Vestiaires ou penderies pour entreposer sa tenue de travail ;
- Lave-mains à commande non manuelle, eau chaude et froide, essuie-mains à usage unique + distributeur de savon + poubelle (pour le papier) ;
- couteaux, bacs, etc...
- scie à os, cutter, pétrin, four, hachoir, etc... en fonction des produits.

### **Nota Bene :**

1- Le matériel doit être fait de matériaux non toxiques, faciles à nettoyer et désinfecter : inox, verre, plastique alimentaire.

2- Le stockage des déchets doit être réalisé dans des conteneurs fermés et étanches enlevés par l'équarrissage.

## **Annexe 4 : Cahier technique dédié à la Région Auvergne-Rhône-Alpes**

*Nous proposons dans ce cahier technique bon nombre d'informations pratiques concernant la Région Auvergne-Rhône-Alpes, afin de faciliter la mise en œuvre ou l'évolution de votre démarche en circuit court dans ce territoire.*

*Nous attirons votre attention sur le fait que cette liste de données et contacts ne se veut pas exhaustive et pourra donc être complétée sur sollicitation expresse et lors de prochaines mises à jour de l'outil.*

### **Informations générales p.96**

#### **Démarches et investissements pour mettre en place son circuit court p.97**

Les aides financières

Valorisation de l'origine des produits

Valorisation des producteurs locaux

Organismes certificateurs « bio »

Cabinets d'études de marché

Aménageurs de camion ambulancier

Aménageur d'atelier de transformation

Aménageurs de présentoirs et de vitrines pour la vente en PVC et sur les marchés

#### **Vendre sa viande chevaline p.103**

Vente à la ferme

Vente sur les salons et les foires

Vente par internet

Vente par correspondance (AMAP)

Vente en restauration traditionnelle et collective

#### **Les adresses pour se former p.110**

Formation à l'hygiène alimentaire

Formations découpe de viande chevaline et CAPTAV

#### **Les prestataires en abattage, découpe et transformation p.112**

Abattoirs chevalins

Découpe et transformation de la viande chevaline

Bouchers chevalins

**Informations complémentaires, démarche globale de mise en place de circuit court :**

- *Chambre régionale d'agriculture d'Auvergne-Rhône-Alpes*

Parc technologique La Pardieu  
 9, allée Pierre de Fermat 63170 Aubière  
 Tel : 04 73 28 78 30 - Fax : 04 73 28 78 59  
 E-mail : [accueil@auvergne.chambagri.fr](mailto:accueil@auvergne.chambagri.fr)

- *Chambres d'agriculture départementales*

<b>Département</b>	<b>Nom du contact</b>	<b>Adresse email</b>
Ain	Guillaume PETIT	g.petit@ain.chambagri.fr
	Céline FACUNDO	c.facundo@ain.chambagri.fr
Ardèche	Sophie TRINTIGNAC-BAUJEU	sophie.trintignac@ardeche.chambagri.fr
	Lucia LATRE	lucia.latre@ardeche.chambagri.fr
Drôme	Nathalie SEAUVE	nseauve@drome.chambagri.fr
Isère	Virginie THOUVENIN	virginie.thouvenin@isere.chambagri.fr
	Gilles TESTANIERE	gilles.testaniere@isere.chambagri.fr
Loire	Mireille FONCEL	mireille.foncel@loire.chambagri.fr
	Sophie DOUILLON	sophie.douillon@loire.chambagri.fr
	Jean-Pierre SAUVAGE	jean-pierre.sauvage@loire.chambagri.fr
Rhône	Marie-Pierre COUALLIER	marie-pierre.couallier@rhone.chambagri.fr
	Anne-Marie SCHMUTZ-POUSSINEAU	anne-marie.schmutz@rhone.chambagri.fr
Savoie Mont-Blanc	Maelle TALICHET	maelle.talichet@smb.chambagri.fr
	Julien COSME	julien.cosme@smb.chambagri.fr
Allier	Aude GIROU	agirou@allier.chambagri.fr

Puy-de-Dôme	Martine FALGOUX	mvalgoux@puy-de-dome.chambagri.fr
Cantal	Lisiane LACANAL	llacanal@cantal.chambagri.fr
Haute-Loire	Anne-Sophie PASSEMARD	aspassemard@haute-loire.chambagri .fr

## ***Mettre en place un atelier viande chevaline en circuit court***

### ***Les aides financières possibles : soutien aux investissements liés à l'activité d'élevage, à la mise en place de circuits courts et au maintien des races menacées :***

Ce sont des dispositifs de soutien mis en place au niveau national, en lien avec le Plan de Compétitivité et d'Adaptation des Exploitations Agricoles (PCAE) et les Programmes de Développement Rural d'Auvergne et de Rhône-Alpes. Ils fonctionnent sous la forme d'appels à projet pour lesquels il faut monter un dossier de candidature. Dans chacun de ces 3 dispositifs, il faut se soumettre à un nombre de critères et respecter plusieurs engagements pour prétendre aux aides qui sont associées. Le détail des appels à projets et les dossiers de candidature à remplir sont disponibles sur les sites internet des Régions :

Site internet : <https://www.europe-en-auvergnerhonealpes.eu/>

- *Contacts pouvant vous aider dans la formation du dossier de candidature :*
  - DDT de votre département
  - Conseil de la Filière Cheval Auvergne-Rhône-Alpes  
4-6 Avenue Pierre Mendès France  
69676 Bron  
Tél : 04 78 01 04 63  
Fax : 04 78 01 71 69  
E-mail : [contact@cheval-rhone-alpes.com](mailto:contact@cheval-rhone-alpes.com)
  - Chambre d'Agriculture Auvergne-Rhône-Alpes  
Arapole 23 rue Jean Baldassini 69000 Lyon  
E-mail : [accueil@aura.chambagri.fr](mailto:accueil@aura.chambagri.fr)  
Tél : 04 72 72 49 10
  - Institut Français du Cheval et de l'Équitation, Délégation Territoriale Auvergne-Rhône-Alpes  
604 Le Luizard  
01150 Chazey-sur-Ain  
Tel : 04 37 61 01 60  
E-mail : [dt.ra@ifce.fr](mailto:dt.ra@ifce.fr)

### Valorisation de l'origine des produits :

La marque agroalimentaire collective, « La Région du Goût » a été mise en place en février 2017 par la Région Auvergne-Rhône-Alpes. Elle vise à valoriser les productions spécifiques à la région en leur apposant un identifiant circulaire au centre duquel se trouve le logo bleu de la collectivité régionale. Cette mesure permet aux consommateurs de reconnaître facilement les produits issus (fabriqués ou transformés) de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Par ailleurs, cette marque a pour ambition d'éduquer au goût. Pour cela, la Région s'est également engagée à faciliter l'approvisionnement des lycées en produits régionaux avec l'objectif d'atteindre 60 % de consommation de produits régionaux (laitages et produits avicoles, viandes, fruits et légumes, pain) dans les cantines scolaires.

L'ambition de cette marque est de valoriser les productions agricoles régionales et permettre aux exploitations d'être plus compétitives, davantage créatrices de valeur ajoutée et donc mieux rémunératrices pour les agriculteurs. L'enjeu est donc que les productions agricoles trouvent facilement des débouchés, sur le marché régional de consommation en priorité, ainsi qu'à l'export.



### Valorisation des producteurs locaux :

- *Les Rencontres « Made in viande » (Action organisée par Interbev, consistant à mettre en relation les consommateurs avec les professionnels de la filière française élevage et viande, grâce à l'organisation de portes ouvertes destinées à valoriser les métiers et les pratiques)*

*Site internet : [www.madeinvienne.fr](http://www.madeinvienne.fr)*

*Interbev Auvergne Rhône-Alpes*

*Tel : 04 73 28 77 81*

*04 72 72 49 01*

*E-mail : [contact@interbevaura.fr](mailto:contact@interbevaura.fr)*



- *Cap à l'Ouest (Fédération valorisant la consommation locale dans des actions d'animation et de promotion du commerce de proximité)*

*Fédération des Unions commerciales et artisanales de l'Ouest Lyonnais*

*Contact : Etienne Costes*

*Tel : 04 72 31 87 03*



E-mail : [e.costes@ouestlyonnais.fr](mailto:e.costes@ouestlyonnais.fr)

- *M ton Marché-ADPM (Association qui accompagne les professionnels des marchés et met en avant les producteurs présents sur les marchés)*

Contact : Lou Van Assche, Directrice de M ton Marché-ADPM

E-mail : [adpmlou@les-marches.com](mailto:adpmlou@les-marches.com)

Site internet : [www.mtonmarche.com](http://www.mtonmarche.com) et [www.geomarches.com](http://www.geomarches.com)



- *Le Lyonnais Monts et Coteaux (Association qui met en relation les professionnels de l'alimentation au niveau départemental)*

Contact : Nicolas Mourgeon, Directeur

E-mail : [marquecollective@le-lyonnais.org](mailto:marquecollective@le-lyonnais.org)

Tel : 06 38 81 32 70

Site internet : [www.produits-lyonnais.fr](http://www.produits-lyonnais.fr)



### **Organismes certificateurs « bio » :**

*NB : ils peuvent également vous renseigner voire vous accompagner dans votre démarche « bio ».*

- *Alpes Contrôles Certification*

3 bis impasse des prairies

PAE Les glaisins 74940 Annecy-le-vieux

Tel : 04 50 64 99 56

E-mail : [certification@alpes-contrôles.fr](mailto:certification@alpes-contrôles.fr)

Site internet : [www.certification-bio.fr](http://www.certification-bio.fr)



- *Certipaq Bio*

52 avenue des Iles 74994 Annecy Cedex 09

Tel : 02 51 05 41 32

E-mail : [fsoulard@certipaq.com](mailto:fsoulard@certipaq.com)

Site internet : [www.certipaqbio.com](http://www.certipaqbio.com)



### **Cabinets réalisant des études de marché pour les structures agricoles :**

- *ALTIMAX*

PARC ALTAIS ANNECY

21 - A Rue Andromède 74650 Chavanod

Tél : 04 50 10 06 55 - Fax : 04 50 10 12 57



E-mail : [pbrunet@altimax.com](mailto:pbrunet@altimax.com)  
Site internet : [www.altimax.com](http://www.altimax.com)

● **ACCORDS EN VERT**

Le Croibier  
54, Les Balcons du Guiers 73330 Le Pont de Beauvoisin  
Tél : 04 76 07 99 39 - Fax : 04 76 07 99 39  
E-mail : [info@accords-en-vert.fr](mailto:info@accords-en-vert.fr)  
Site internet : [www.accords-en-vert.fr](http://www.accords-en-vert.fr)

● **ATEMIA**

Parc d'activités de Côte Rousse Bâtiment B  
180 rue du Genevois 73000 Chambéry  
Tél : 0479652407  
E-mail : [contact@atemia.org](mailto:contact@atemia.org)  
Site internet : [www.atemia.org](http://www.atemia.org)



● **AVISO CONSEIL**

11, quai Rambaud 69002 Lyon  
Tél : 04 72 41 16 20 - Fax : 04 78 42 16 10  
E-mail : [sandrine.chabret@avisofr.fr](mailto:sandrine.chabret@avisofr.fr)  
Site internet : [www.avisofr.fr](http://www.avisofr.fr)



● **BLEZAT CONSULTING**

18, rue Pasteur 69007 Lyon  
Tél : 04 78 69 84 69 - Fax : 04 78 72 28 65  
E-mail : [didier.gindre@blezatconsulting.fr](mailto:didier.gindre@blezatconsulting.fr)  
Site internet : [www.blezatconsulting.fr](http://www.blezatconsulting.fr)



● **CONNIVENCE CONSEIL**

9 allée de la Santé 69005 Lyon  
Tél : 04 78 28 16 66 - Fax : 04 78 28 16 66  
E-mail : [annie.chanu@connivenceconseil.com](mailto:annie.chanu@connivenceconseil.com)  
Site internet : [www.connivenceconseil.com](http://www.connivenceconseil.com)



● **EUROEKA MARKETING CONSEIL**

23, rue Jules Vallès 69100 Villeurbanne  
Tél : 04 72 74 60 52 - Fax : 04 72 74 00 41  
E-mail : [euroeka.marketing.conseil@wanadoo.fr](mailto:euroeka.marketing.conseil@wanadoo.fr)  
Site internet : [www.euroeka.fr](http://www.euroeka.fr)



● **FAENA GROUPE**

ZI, 3 ch. Les Echavagnes 38160 Saint Marcellin  
Tél : 04 76 38 92 48  
E-mail : [etudes@faena.fr](mailto:etudes@faena.fr)  
Site internet : [www.faena.fr](http://www.faena.fr)



● *MEDIEVAL AFDP*

12 quai Maréchal Joffre 69002 Lyon  
Tél : 04 72 60 92 64 - Fax : 04 72 60 92 51  
E-mail : [contact@medieval.fr](mailto:contact@medieval.fr)  
Site internet : [www.medieval.fr](http://www.medieval.fr)



● *SWITCH*

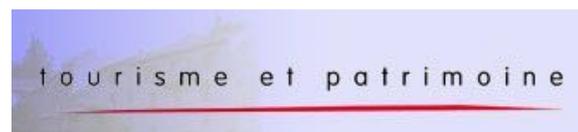
La Touvière 74320 Leschaux  
Tél : 33 (0)6 75 70 58 59  
E-mail : [info@switchconsulting.fr](mailto:info@switchconsulting.fr)  
Site internet : [www.switchconsulting.fr](http://www.switchconsulting.fr)



*SWITCH* - Annecy  
Le Transformateur  
3 Avenue des Harmonies 74960 Cran Gevrier

● *TOURISME ET PATRIMOINE*

5, route de Marcilloles 38260 Thodure  
Tél : 04 74 53 60 02 - Fax : 04 59 64 01 43  
E-mail : [william.meyer@tourisme-et-patrimoine.fr](mailto:william.meyer@tourisme-et-patrimoine.fr)  
Site internet : [www.tourisme-et-patrimoine.fr](http://www.tourisme-et-patrimoine.fr)



● *TPCD*

62 rue Chanvillard 69630 Chaponost  
Tél : 04 78 45 25 25 - Fax : 06 63 40 07 58  
E-mail : [c.duguy@tpcd-conseil.com](mailto:c.duguy@tpcd-conseil.com)  
Site internet : [www.tpcd.net](http://www.tpcd.net)



● *KIPIK Consulting-e*

Fortunies 15300 Dienne  
Tel : 00 (33) 06 98 48 69 26  
E-mail : [kipikplus@gmail.com](mailto:kipikplus@gmail.com)  
Site internet : <http://www.kipik-consultinge.com/>



● *SIRVENTES développement*

Cité Clairvivre 15000 Aurillac  
Tel : 04.71.64.34.21  
Site internet : <http://www.sirventesdeveloppement.com/>



● *ACADIL*

26 rue Henri Dunant 63540 Romagnat  
Tel : +33. 4 73 62 06 89 / +33. 6 89 35 73 99  
E-mail : [francois.anglade@acadil.fr](mailto:francois.anglade@acadil.fr)



Site internet : <http://www.acadil.fr/>

- *FS conseil*

62 av Edouard Michelin 63 100 Clermont-ferrand

Tél. : 04 73 91 27 45

Site internet : <http://www.fs-conseil.com/>



- *ALTICENTRE*

Auvergne : Le court - 63410 Loubeyrat

Rhône-alpes : 3 rue des Creuses - 42160 Bonson

Tel : 04 73 67 98 56

Site internet : <http://www.alticentre.fr/>



- *Groupe ALTITUDE*

Boulevard du Vialence CS 30639

15006 AURILLAC Cedex

Tél. : 04 71 64 48 48

E-mail : [contactweb@groupealtitude.fr](mailto:contactweb@groupealtitude.fr)

Site internet : <http://www.groupealtitude.fr/default.aspx>



### *Aménageurs de camion ambulancier pour la vente au détail :*

- *ACA Aménagement Camion Ambulant*

ZA les Payots

26140 Andancette

Tél : 04 75 03 05 31



- *EUROMAG Véhicules magasins*

BP 26 – ZA Le Roule 42360 Panissières

Tel : 04 77 28 65 33

E-mail : [euromag@euromag-magasin.com](mailto:euromag@euromag-magasin.com)

Site internet : [www.euromag-magasin.com](http://www.euromag-magasin.com)



### *Concepteurs/fabricants d'équipement frigorifique :*

- *FRIMA CONCEPT*

Rue de la démocratie

ZI du Gier 69700 Givors

Tel : 04 78 07 20 56

Fax : 04 78 07 20 69

E-mail : [commercial@frimaconcept.com](mailto:commercial@frimaconcept.com)

Site internet : [www.frimaconcept.com](http://www.frimaconcept.com)



### **Aménageur d'atelier de transformation :**

**NB : compter 1000 à 1500€ le m<sup>2</sup> pour l'aménagement d'un atelier à domicile.**

- **ALG Aménagement Laboratoires Gaudet**

489 Chemin de Champgravier  
69830 St-Georges-de-Reneins  
Tel : 04 74 67 65 17  
Fax : 04 37 55 18 82  
E-mail : [alg69@wanadoo.fr](mailto:alg69@wanadoo.fr)



### **Aménageurs de présentoirs et de vitrines pour la vente en PVC et sur les marchés**

- **Le Lyonnais Monts et Coteaux (Association qui réalise la promotion des productions agricoles locales par l'aménagement de vitrines dans des lieux touristiques)**

Contact : Nicolas Mourgeon, Directeur de l'association  
Tel : 06 38 81 32 70  
E-mail : [marquecollective@le-lyonnais.org](mailto:marquecollective@le-lyonnais.org)



- **COR Communauté d'agglomération de l'Ouest Rhodanien (Mise à disposition de présentoirs pour les producteurs)**

Contact : Lydia Laurent  
Tel : 04 74 05 51 04  
E-mail : [lydia.laurent@c-or.fr](mailto:lydia.laurent@c-or.fr)  
Contact : Marie Tanguy  
Tel : 04 74 05 51 08  
E-mail : [marie.tanguy@c-or.fr](mailto:marie.tanguy@c-or.fr)



### **Vendre sa viande chevaline**

#### **Aide à la mise en place de la vente à la ferme :**

*Le réseau « Bienvenue à la ferme » est un regroupement d'agriculteurs, répondant à une charte qui garantit aux clients des produits et des services de qualité. Rapprochez-vous de votre Chambre d'Agriculture départementale pour plus d'informations.*

- **Bienvenue à la Ferme en Ardèche / Chambre d'Agriculture de l'Ardèche**

Dominique BRICHET : Conseillère spécialisée Accueil à la Ferme, Marchés de Producteurs de Pays ; Service Economie - Filières / Chambre d'Agriculture de l'Ardèche.  
4 avenue de l'Europe Unie - BP 114  
07001 PRIVAS CEDEX  
Tél : 04 75 20 28 00 - Fax : 04 75 20 28 01



E-mail : [dominique.brichet@ardeche.chambagri.fr](mailto:dominique.brichet@ardeche.chambagri.fr)

- ***Chambre d'agriculture - Bienvenue à la ferme de l'Ain***  
Animatrice : Céline FACUNDO  
4 Avenue du champ de foire BP 84  
01003 Bourg en Bresse Cedex
  
- ***Association Bienvenue à la Ferme en Drôme***  
Séverine MOUNIER : [severine.mounier@drome.chambagri.fr](mailto:severine.mounier@drome.chambagri.fr)  
Fanny GAIFFE: [fanny.gaiffe@drome.chambagri.fr](mailto:fanny.gaiffe@drome.chambagri.fr)  
Chambre d'agriculture - 95 avenue Georges Brassens - CS 30418  
26504 Bourg les Valence  
Tél : 04 75 82 40 08 - Fax : 04 75 42 85 76
  
- ***Chambre d'Agriculture - Bienvenue à la ferme de l'Isère***  
Animatrice Bienvenue à la ferme Isère : Céline LEGEAY  
40 avenue Marcelin Berthelot 38100 GRENOBLE  
Tél : 04 76 20 67 42 - Fax : 04 76 33 38 83
  
- ***Association Départementale du Tourisme Rural de la Loire - Bienvenue à la ferme***  
Conseiller Chambre d'agriculture de la Loire : Xavier Valette  
43, avenue Albert Raimond - BP 50  
42272 Saint Priest en Jarez  
Tél : 04 77 92 12 12 - Fax : 04 77 93 93 66
  
- ***Association Départementale du Tourisme Rural du Rhône - Bienvenue à la ferme***  
Animatrice "Bienvenue à la Ferme" :  
Florence LUCAS [f.lucas@bienvenue-a-la-ferme-rhone.com](mailto:f.lucas@bienvenue-a-la-ferme-rhone.com)  
Directrice ADTR Rhone GDF/BAF :  
Dominique LEGRAND [d.legrand@bienvenue-a-la-ferme-rhone.com](mailto:d.legrand@bienvenue-a-la-ferme-rhone.com)  
1 rue Générale Plessier  
69002 LYON  
Tél : 04 72 77 17 - Fax : 04 72 41 66 30
  
- ***"Bienvenue à la Ferme" des Savoie / Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc***  
Animatrice "Bienvenue à la Ferme" des Savoie / Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc :  
Corinne LAVOREL [corinne.lavorel@haute-savoie.chambagri.fr](mailto:corinne.lavorel@haute-savoie.chambagri.fr)  
52 avenue des Iles  
74994 ANNECY CEDEX 9  
Tél : 04 50 88 18 27 - Fax : 04 50 88 18 08
  
- ***Bienvenue à la ferme, Cantal***  
26, rue du 139e R.I. - BP 239  
15002 Aurillac

Tél : 04 71 45 55 73 - Fax : 04 71 48 97 75

- **Bienvenue à la ferme, Allier**

Chambre d'Agriculture de l'Allier  
60 Cours Jean Jaurès  
03000 Moulins  
Tél : 04 70 48 42 42

- **Bienvenue à la ferme, Haute Loire**

Immeuble Interconsulaire  
16 av B.Bertrand  
43012 le Puy en Velay cedex  
Tél : 04 71 07 21 00 ou 04 71 07 21 09 - Fax : 04 71 09 03 42

- **Bienvenue à la ferme, Puy de Dôme**

11, allée Pierre de Fermat - BP 70007  
63171 Aubière  
Tél : 04 73 44 45 52 - Fax : 0473444550

**Salons, foires et événements permettant de mettre en avant votre circuit court :**

- **Sommet de l'élevage**

17 allée Evariste Galois  
63170 Aubière  
Tel : 04 73 28 95 10 - Fax : 04 73 28 95 15



- **Salon saveurs et terroirs**

Parc des Expositions  
Avenue du Grand Ariétaz 73000 CHAMBERY  
Tél. : 04 79 62 22 80 - Fax : 04 79 69 30 11



- **Salon Terroir et Gastronomie**

Palais des Congrès Sud Rhône-Alpes  
Lac d'Aiguille, Quartier des Communaux  
26300 Châteaufort-sur-Isère  
Tél : 04 75 71 97 10  
Site Web : <http://www.palaisdescongressudrhonealpes.com>



- **Salon de printemps**

Alpexpo – Parc événementiel de Grenoble  
Avenue d'Innsbruck, CS 52408



38034 Grenoble Cedex 2  
Loren REY-JOLLY  
Tel : 04 76 39 64 47 ou 06 29 36 86 30  
E-mail : [loren.rey-jolly@alpexpo.com](mailto:loren.rey-jolly@alpexpo.com)

● *Les européennes du goût à Aurillac*

Informations générales : Tél : 04 71 46 86 50  
Site internet : [www.aurillaccongres.com](http://www.aurillaccongres.com)  
Contact exposant : Service Commerce de la Ville d'Aurillac - Stéphanie LASSALE  
15000 Aurillac  
Tél : 04 71 45 46 32 - Fax : 04 71 45 46 42

● *Les foires chevalines de Maurs*

Comité des Foires Chevalines de Maurs  
Président : Gilbert FIGEAC, Le Gènevrier-Bas  
15600 Saint Santin-de-Maurs  
Tel : 04 71 49 11 18 (Heure des repas)



● *Foire de Riom-ès-Montagne*

● *Foire de Faye sur Lignon*

*Office de tourisme du pays du mézenc et de la loire sauvage*  
32 rue Saint-Pierre 43430 Fay-sur-Lignon  
Tél : 04 71 08 31 08 - 04 71 08 37 76  
E-mail : [oti.paysdumezenc@wanadoo.fr](mailto:oti.paysdumezenc@wanadoo.fr)  
Site internet : [www.jeuneloiremezenc.com](http://www.jeuneloiremezenc.com)

● *La foire du Dauphiné*

BP 15 - 26101 Romans  
Tél. : 04 75 02 00 06 – Fax : 04 75 02 03 05  
E-mail : [romans@foire-dauphine.com](mailto:romans@foire-dauphine.com)  
Site web : [www.foire-dauphine.com](http://www.foire-dauphine.com)



● *Foire internationale de Saint-Etienne*

Plaine Achille - 31 Bd Jules Janin - BP 50254  
42006 Saint-Étienne Cedex 1  
Tél : 04 77 45 55 45 - Fax : 04 77 25 54 63  
E-mail : [accueil@parc-expo42.com](mailto:accueil@parc-expo42.com)



● *Foire de Savoie*

Parc des Expositions  
Avenue du Grand Ariétaz 73000 Chambéry  
Tél. : +33(0)4 79 62 22 80  
Fax : +33(0)4 79 69 30 11



- **Foire internationale de Lyon**

Eurexpo  
Avenue Marius Berliet, 69680 Chassieu  
*Elise PRUDENTE*  
Tél. : 04 78 17 63 11  
Port. : 07 86 15 56 36  
E-mai : [elise.prudente@gl-events.com](mailto:elise.prudente@gl-events.com)



- **Foire de Grenoble**

SPL ALPEXPO  
Avenue d'Innsbruck, CS 52408 38034 Grenoble Cedex 2  
André REBETEZ  
Tél. : 04 76 39 64 24  
E-mail : [andre.rebetez@alpexpo.com](mailto:andre.rebetez@alpexpo.com)

- **Foire de la Saint-Loup**

Place des Ramacles  
63170 Aubière  
Tel. : 04 73 44 83 52  
Site web : [www.ville-aubiere.fr](http://www.ville-aubiere.fr)

- **Les foires de Beaucroissant**

Régisseur : Patrick Bouchet  
Service foires  
Mairie de Beaucroissant  
120 rue Louis Durand 38140 Beaucroissant  
E-mail : [foire.beaucroissant@wanadoo.fr](mailto:foire.beaucroissant@wanadoo.fr)  
Tel. : 04 76 65 34 97



- **Salon Planète Appro**

Chambre d'agriculture du Rhône  
18 avenue des Monts d'Or 69890 La Tour de Salvagny  
Tel. : 04 78 19 61 40  
E-mai : [planete-appro@rhone.chambagri.fr](mailto:planete-appro@rhone.chambagri.fr)  
Site internet : [www.planete-appro.fr](http://www.planete-appro.fr)



- **La France de Ferme en Ferme (Organisation de circuits de randonnée passant par des fermes, pour découvrir les moyens et systèmes de production et découvrir leurs produits)**

**Région Auvergne**



FR CIVAM Auvergne  
Tél : 04 73 61 94 04  
E-mail : [coudert.civam@orange.fr](mailto:coudert.civam@orange.fr)

### Région Rhône-Alpes

CIVAM Rhône-Alpes  
Tél : 04 75 78 46 49  
E-mail : [defermeenferme@civam.org](mailto:defermeenferme@civam.org)

- *La Fête des récoltes*

Quai Victor-Augagneur  
69003 Lyon  
Contact : Gaëlle Desorme, Le Bol  
58 rue Raulin 69007 Lyon  
Tel : 06 58 49 82 58  
E-mail : [lebol@potager.org](mailto:lebol@potager.org)



- *Projet FESTITABL' (faire consommer des produits locaux dans les festivals et événements de la Région)*

Pôle métropolitain  
Contact : Camille Citerne, Chargée de projet économie  
E-mail : [c.citerne@polemetropolitain.fr](mailto:c.citerne@polemetropolitain.fr)  
Tel : 04 37 20 17 56 ou 06 27 72 48 58



### Intermédiaires facilitant la vente par internet :

- *La ruche qui dit oui !*

Possède 80 points de vente sur Auvergne-Rhône-Alpes  
Site web : <https://laruchequiditoui.fr/>



- *Mes producteurs, mes cuisiniers (Met en relation les producteurs, les cuisiniers et les consommateurs. Il sert également d'outil de commande et de vente en circuit court pour le producteur)*

Adresse du site : [www.mesproducteursmescuisiniers.com](http://www.mesproducteursmescuisiniers.com)



- *E-senslocal (Consiste en drive fermier où les consommateurs commandent et payent sur internet et retirent leur colis complet dans un point relais choisi préalablement)*



E-senslocal  
266 rue Descours 69220 Belleville  
Contact : Julien Masquelier  
Tel : 06 40 83 86 23  
E-mail : julien.masquelier@e-senslocal.fr

### *Sites internet répertoriant les producteurs locaux :*

- [www.mon-producteur.com](http://www.mon-producteur.com)

*188 producteurs de la région Auvergne-Rhône-Alpes répertoriés*



- [www.acheteralasource.com](http://www.acheteralasource.com)

*2524 producteurs de la région Auvergne-Rhône-Alpes répertoriés*

- [www.ouestrhodanien.fr](http://www.ouestrhodanien.fr)

*La Communauté d'agglomération de l'Ouest Rhodanien (COR) met à disposition un annuaire en ligne des producteurs locaux depuis mars 2017. Pour y figurer, il suffit de compléter un formulaire disponible auprès de la COR.*



### *Vente par correspondance (AMAP Auvergne-Rhône-Alpes) :*

NB : AMAP = Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne

- <http://amap-aura.org>

*300 AMAP, 600 producteurs répertoriés  
Réseau AMAP Auvergne-Rhône-Alpes  
58 rue Raulin 69007 Lyon  
Tel : 04 81 91 65 34  
Contact : Amélie Charveriat  
E-mail : [coordination@amap-aura.org](mailto:coordination@amap-aura.org)  
Contact : Thérèse Arnaud  
E-mail : [pole-admin@amap.org](mailto:pole-admin@amap.org)*



### *Mise en lien de producteurs avec des chefs cuisiniers :*

- *Cultures Chefs (marché en ligne permettant de mettre en relation des producteurs avec des chefs cuisiniers)*

*Site internet : [www.viaterroirs.com/](http://www.viaterroirs.com/)*

### *Restaurant proposant de la viande chevaline :*

- **Carnegie Hall**  
253 rue Marcel Merieux  
69007 Lyon  
Tel : 04 78 58 85 79  
Site web : <http://www.carnegie-hall-69.com/>

### *Aide pour la vente en restauration collective*

- **Les Paniers des Vallons (Association participant à l'approvisionnement de restaurants scolaires et d'entreprises)**  
20 Chemin du stade  
69670 Vaugneray  
Tel : 06 18 00 21 76  
E-mail : [lespaniersdesvallons69@yahoo.fr](mailto:lespaniersdesvallons69@yahoo.fr)  
Site internet : [www.paniersdesvallons.fr](http://www.paniersdesvallons.fr)



### *Les adresses pour se former :*

#### *Formation à l'hygiène alimentaire :*

- **Hygiène et HACCP**
  - Clermont-Ferrand : 04 72 89 08 21
  - Lyon : 04 81 13 02 99
  - Grenoble : 04 22 13 51 45
- **Centre National de Formation en Sécurité et Environnement**  
Site web: <http://formation-haccp.info/formation-hygiene-alimentaire-haccp-lyon/>
- **CCI Haute-Savoie**  
Clémence ROURE  
CCI FORMATION  
6 rue André Fumex 74000 ANNECY  
Tel : 04 50 33 72 59
- **Site de la Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt**  
Liste complète des organismes de formations en Auvergne-Rhône-Alpes : [www.draaf.auvergne-rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/](http://www.draaf.auvergne-rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/)



- **CFPPA d'Aurillac**

ENILV Lycée Georges Pompidou BP 537  
15005 Aurillac Cedex  
Tel : 04.71.46.26.75 – Fax : 04.71.46.26.45  
E-mail : [cfppa.aurillac@educagri.fr](mailto:cfppa.aurillac@educagri.fr)  
Site : [www.cfppa-aurillac.fr](http://www.cfppa-aurillac.fr)



- **CFPPA Yssingaux**

BP 41, 43200 Yssingaux  
Tel: 04 71 65 70 69



**Formation courte de découpe et transformation de viande chevaline :**

- **CFPPA d'Aurillac**

ENILV Lycée Georges Pompidou BP 537  
15005 Aurillac Cedex  
Tel : 04.71.46.26.75 – Fax : 04.71.46.26.45  
E-mail : [cfppa.aurillac@educagri.fr](mailto:cfppa.aurillac@educagri.fr)  
Site : [www.cfppa-aurillac.fr](http://www.cfppa-aurillac.fr)



**Formation transport préalable à l'habilitation du CAPTAV :**

- **IFCE site de Chazey-sur-ain**

Correspondant formation : Jean-Baptiste Lafforgue  
Mail : [formation.rhone-alpes@ifce.fr](mailto:formation.rhone-alpes@ifce.fr)  
Tel : 04 37 61 19 16



- **Chambre d'agriculture de l'Ardèche :**

Bernadette BARNIER  
Tel : 04 75 20 28 00  
E-mail : [formation@ardeche.chambagri.fr](mailto:formation@ardeche.chambagri.fr)

- **Centre de formations animalières GTAAF**

20 rue de la Guillotière  
38260 Marcilloles  
E-mail : [contact@gtaaf.fr](mailto:contact@gtaaf.fr)  
Tél. : 04.74.87.18.47 - Port. : 06 61 84 09 93

- **CFPPA Yssingaux**

BP 41,  
43200 Yssingaux  
Tel: 04 71 65 70 69



## ***Les prestataires en abattage, découpe et transformation :***

### ***Abattoirs qui traitent des équidés (2015) :***

- 01200, **Bellegarde-sur-Valserine**, ZI d'Arlod, 6 rue Louis Armand  
Tel : 04-50-48-04-51  
E-mail : [abattoirs.bellegarde@orange.fr](mailto:abattoirs.bellegarde@orange.fr)
  
- 07100, **Annonay**, 81 route de la roche Péréandre  
Tel : 04-75-33-30-51  
E-mail : [abattoir.annonay@wanadoo.fr](mailto:abattoir.annonay@wanadoo.fr)
  
- 26100, **Romans sur Isère**, Quartier des Ors, 8 Avenue Salvador  
Tel : 04-75-02-05-63  
E-mail : [carbec@wanadoo.fr](mailto:carbec@wanadoo.fr)
  
- 38120, **Le Fontanil Cornillon**, 2 avenue de la Louisiane  
Tel : 04-76-75-27-81  
E-mail : [sas.abag@orange.fr](mailto:sas.abag@orange.fr)
  
- 42190, **Charlieu**, ZI route de St Bonnet  
Tel : 04-77-60-04-97  
E-mail : [s.a.e.m@wanadoo.fr](mailto:s.a.e.m@wanadoo.fr)
  
- 69490, **Saint Romain de Popey**, ZA La poste  
Tel : 04-74-26-80-10  
E-mail : [d.couple@orange.fr](mailto:d.couple@orange.fr)
  
- 69960, **Corbas**, 4-10 rue du Mont Blanc  
Tel : 04-78-20-74-14  
E-mail : [direction.cibevial@orange.fr](mailto:direction.cibevial@orange.fr)
  
- 73130, **Saint Etienne de Cuines**, Route des Iles  
Tel : 04-79-56-27-87  
E-mail : [abattoirmaurienne@wanadoo.fr](mailto:abattoirmaurienne@wanadoo.fr)
  
- 73270, **Beaufort sur Doron**, Sica Viande du Beaufortain, ZA de Marcôt  
Tel : 04-79-38-70-88 ou 04-79-38-38-42
  
- 73700, **Bourg Saint Maurice**, ZA des Colombières  
Tel : 04-79-41-06-81  
E-mail : [geda.seez@wanadoo.fr](mailto:geda.seez@wanadoo.fr)

- 74120, **Megève**, 101 chemin des grandes sources  
Tel : 04-88-72-88-65  
E-mail : [abattoir.monts.et.vallees@gmail.com](mailto:abattoir.monts.et.vallees@gmail.com)
- 15150 **Laroquebrou**, rue trémolière  
 Abattoir Municipal  
Tel : 04-71-46-00-81 ou 09-67-81-06-25
- SO.VI.AB Société Vichyssoise d'Abattage  
 Rue de Vichy, 03300 **Creuzier-le-Vieux**  
Tel : 04-70-98-49-58

*Établissements réalisant le découpage et/ou la transformation de la viande chevaline :*

- **DÉCOUPE** : *Ste Bellegardienne d'Abattage*  
 ZI d'Arlod, 6 rue Louis Armand  
 01200, Bellegarde-sur-Valserine  
Tel : 04-50-48-04-51  
E-mail : [abattoirs.bellegarde@orange.fr](mailto:abattoirs.bellegarde@orange.fr)
- **DÉCOUPE** : *Comptoir Drômois des Viandes, Roux Joël*  
 Rue Marius Chatte  
 26120 Chabeuil  
Tél : 04 75 59 09 79  
E-mail : [comptoirdesviandes@wanadoo.fr](mailto:comptoirdesviandes@wanadoo.fr)
- **DÉCOUPE + TRANSFORMATION** : *Romans Viande*  
 265 rue des Escoffers  
 26380 Peyrins  
Tel : 04 75 05 99 11  
E-mail : [rv8@wanadoo.fr](mailto:rv8@wanadoo.fr)
- **TRANSFORMATION** : *SARL Saucissons Moiroud*  
 Contact : Pascal Moiroud  
 7 rue des Sayes  
 38080 L'isle d'Abeau  
Tel : 04 74 18 74 05  
E-mail : [saucissons.moiroud@orange.fr](mailto:saucissons.moiroud@orange.fr)  
Site internet : [www.saucissonsmoiroud.com](http://www.saucissonsmoiroud.com)
- **DÉCOUPE** : *Abattoir de Grenoble ABAG*  
 2 avenue de la Louisiane  
 38120, Le Fontanil Cornillon  
Tel : 04 76 75 27 81

E-mail : [sas.abag@orange.fr](mailto:sas.abag@orange.fr)

- **DÉCOUPE** : *Abattoir du pays de Charlieu*  
Contact : Mr Tixier  
ZI route de St Bonnet  
42190, Charlieu  
Tel : 04 77 60 04 97  
E-mail : [s.a.e.m@wanadoo.fr](mailto:s.a.e.m@wanadoo.fr)
  
- **TRANSFORMATION** : *Les saveurs Lyonnaises*  
Contact : Mr Granjon  
ZA Des Andres, 30 rue du chapitre  
69126 Brindas  
Tel : 06 99 56 22 01  
E-mail : [lessaveurslyonnaises@gmail.com](mailto:lessaveurslyonnaises@gmail.com)  
Site internet : [www.saveurs.lyonnaises.free.fr](http://www.saveurs.lyonnaises.free.fr)
  
- **DÉCOUPE** : *Abattoir de Corbas, Cibevial*  
Contact : Duperret Jean-luc  
4-10 rue du Mont Blanc  
69960, Corbas  
Tel : 04 78 20 74 14  
E-mail : [direction.cibevial@orange.fr](mailto:direction.cibevial@orange.fr)
  
- **DÉCOUPE** : *Abattoir du Beaufortain*  
Sica Viande du Beaufortain, ZA de Marcôt  
73270, Beaufort sur Doron  
Tel : 04 79 38 70 88 ou 04 79 38 38 42
  
- **DÉCOUPE** : *Abattoir de Bourg-Saint-Maurice*  
ZA Les Colombières  
73700, Bourg Saint Maurice  
Tel : 04 79 41 06 81  
E-mail : [geda.seez@wanadoo.fr](mailto:geda.seez@wanadoo.fr)
  
- **DÉCOUPE** : *Abattoir de Megève*  
101 chemin des grandes sources  
74120, Megève  
Tel : 04-88-72-88-65  
E-mail : [abattoir.monts.et.vallees@gmail.com](mailto:abattoir.monts.et.vallees@gmail.com)
  
- **TRANSFORMATION** : *Charles Frères (spécialiste boyaux)*  
75 Route de l'Étrat BP 108  
La Lichère  
42580 L'étrat  
Tel : +33 4 77 92 80 80



● **TRANSFORMATION : CFPPA Yssingaux**

BP 41,  
43200 Yssingaux  
Tel: 04 71 65 70 69

● **TRANSFORMATION : Lycée agricole de Saint Flour**

Volzac, 15100 Saint-Flour  
Tél: 04 71 60 08 45



**Bouchers chevalins :**

● **Landry Patrick**

01800 Bourg-Saint-Christophe  
Tel: 04 74 61 13 90

● **Le Cheval'Ain, Viallon Pascal**

01160Druillat  
Tel: 04 74 39 13 82

● **Gauthier Thierry**

30 rue Bains  
38850 Charavines  
Tél: 09 65 26 05 12

● **Gonzalez Serge**

31 rue Doyen Gosse  
38600 Fontaine  
Tél: 04 76 26 14 58

● **Jimenez-Payan Jésus**

156 cours Berriat  
38000 Grenoble  
Tél: 04 76 96 14 70

● **Servy Philippe**

5 Allée des Magnolias  
38610 Gieres  
Tél: 04 76 24 10 82 ou 06 15 42 47 71

● **Messina Salvatore**

Halles Ste Claire 19 place Ste Claire  
38000 Grenoble  
Tel: 04 76 54 22 12

● **Merle Michel**

1 rue du Marché  
42700 Firminy  
Tél : 04 77 10 04 31 ou 06 81 02 89 45

● *Gachet Alain*

Le Bas Bourg  
42310 Le Crozet  
Tel : 04 75 34 72 29 ou 09 60 14 35 45

● *Lambert Jacques*

76 rue Grande Rue Jean Jaurès  
26300 Bourg de peage  
Tél : 04 75 72 43 96

● *Comptoir Drômois des Viandes, Roux Joël*

Rue Marius Chatte  
26120 Chabeuil  
Tél : 04 75 59 09 79  
E-mail : [comptoirdesviandes@wanadoo.fr](mailto:comptoirdesviandes@wanadoo.fr)

● *L'Artisan Boucher, Deverchere Romain*

Place Pierre Victor Léger  
03200 Vichy  
Tél : 04 70 31 65 77  
Site internet : [www.boucherie.info](http://www.boucherie.info)



● *Rabut Damien*

35 avenue Victor Hugo  
69550 Saint-Jean la Buissière  
Tel : 04 74 63 36 84 ou 06 82 41 34 48

● *SARL Chevaline Aixoise Fazende, Fazende Jean-Pierre*

215 Rue Dionysos  
73410 Entrelacs  
Tel : 04 79 54 64 50

● *Boucherie chevaline Peysson Claude*

10 rue Paul Bert  
74100 Annemasse  
Tel : 04 50 92 11 99

● *Comptoir de la charcuterie chevaline, Revol Olivier*

19 B Chemin de Ronde  
74200 Thonon-les-Bains  
Tel : 04 50 71 91 43

## Annexe 5 : Présentation de la démarche et de la marque Hippolyte lancées par la SFET



**Hippolyte : une marque de qualité nationale pour soutenir la production locale !**

Hippolyte est une marque de qualité créée par la Société Française des Équidés de Travail en 2016. Elle a pour objectif de promouvoir la production de Viande de Cheval de Trait Française, née, abattue et transformée en France. Les produits Hippolyte sont labellisés Viande Chevaline Française.

Elle valorise la Viande de Cheval de Trait comme un produit de luxe, un produit d'exception !

Hippolyte répond à plusieurs problématiques contemporaines chères aux éleveurs et aux consommateurs :

- Une marque de Qualité,
- Valoriser la production locale,
- Assurer une offre à l'année,
- Assurer la traçabilité des produits,
- Proposer une diversité de produits,
- Valorisation des bas-morceaux,
- Un soutien technique,
- Un soutien à la commercialisation pour les éleveurs.

Hippolyte accompagne les éleveurs pour la promotion et la commercialisation de la Viande de Cheval sur le marché français, sur le modèle des circuits-courts.

### Les modalités de production :

- Chevaux de l'année n, centralisés sur un centre d'engraissement fin d'automne-début d'hiver, à la descente des estives,
- Les poulains ont passé les premiers mois de leur vie en pâture ou estive, en troupeau,

- Les poulains doivent être dans un état de santé leur permettant de supporter la période d'engraissement dans de bonnes conditions.

#### Les modalités d'engraissement :

- ◆ 1 centre d'engraissement collectif adapté à l'accueil des laitons ; qui permet le regroupement des poulains de l'année n et un écoulement sur l'année suivante, en fonction du carnet de commande,
- ◆ Logement en stabulation paillée, par petits lots : en fonction du sexe, de l'âge, et de l'état d'engraissement initial,
- ◆ Alimentation : fourrage à volonté, accès à l'eau illimité, et aliments concentrés en 3 repas adaptés à l'âge et à l'état physiologique du cheval, dans un objectif d'engraissement,
- ◆ Suivi sanitaire par un vétérinaire référent,
- ◆ 1 personne gère le centre au quotidien, accompagné par les autres éleveurs du collectif sur les opérations de soins : vaccins, etc.

#### Transport et abattage :

- Camion et conducteur avec CAPTAV,
- Abattoir agréé Cheval et situé à moins de 50 kms du Centre d'engraissement,
- Atelier de découpe et de transformation, spécialisé dans la découpe Chevaline : à proximité de l'abattoir,
- Cadence d'abattage – 1 laiton tous les 15 jours,
- Poids moyen à l'abattage : 500 – 600kgs.

#### Produits vendus

- Produits : caissette de 2 à 4 kg,
- Produits transformés permettant de valoriser les bas-morceaux : saucissons nature ou au piment d'espelette, plats cuisinés, spécialités locales (Carbonnade, Axoa,...).

#### Commercialisation

Elle est coordonnée par la SFET, avec le soutien des éleveurs.

La SFET développe des actions promotionnelles et de développement. Elle assure un réseau de commercialisation en point-relais partenaires, leur approvisionnement, ainsi que le suivi et la fidélisation d'un portefeuille de clients.

#### L'exemple de la Vallée d'Ossau en 2016

Lancement de la démarche en 2016

- 18 chevaux abattus,

- Abattage tous les 15 ou 21 jours,
- Développement d'une gamme de produits régionaux,
- Développement d'un portefeuille client : 200 clients sur Nouvelle-Aquitaine.

Hippolyte se veut également être un réseau d'amélioration : détecter l'amélioration des pratiques, la formation des éleveurs, mais également des autres acteurs de la filière (découpe, vente, etc).

Hippolyte est accessible à l'ensemble des éleveurs de Chevaux de Trait qui souhaite diversifier leurs activités, au titre d'un collectif ou à titre individuel.

Pour toute question supplémentaire : [hippolyte@sfet.fr](mailto:hippolyte@sfet.fr)

Et si vous osiez  
surprendre vos  
papilles ?



 Téléphone : 06 07 58 34 55  
 Email : Hippolyte.chevaline@gmail.com



Découvrez tous nos produits

Distribution en point-relai près de chez vous

**Colis Le choix du boucher (4kg)**

Steacks haché (2kg),  
Morceaux de choix (2kg) **56 €**

**Colis Marmiton (4kg)**

Daube (2kg),  
Morceaux de choix (2kg) **52 €**



**Colis La part du lion**

Morceaux de choix, 2 steacks  
hachés, 1 saucisson  
le Pti Néo (2.5kg) **45 €**

**Colis Bambino**

Steaks hachés (2kg) **30 €**

**Les Saucissons**  
à base de 90% de Viande  
Cheval Française

**Le pti Néo** - Au Piment d'Espelette  
**Baxa** - Au Poivre  
**100%** - Au Poivre



**Les Conserves**

**Axa** - Spécialité Basque  
**Carbonnade** - Spécialité

Téléphone : 06 07 58 34 55  
Email : Hippolyte.chevaline@gmail.com

## Annexe 6 : Règlement d'usage de la signature Viande Chevaline Française

*Extraits du cahiers des charges Viande Chevaline Française, Interbev, 2014*



# Règlement d'usage de la Signature Viande Chevaline Française

**Pour INTERBEV Equins**

Nom : Monsieur Michel BEAUBOIS

Fonction : Président.

Date : 19/03/2014

Visa :

## SOMMAIRE

ARTICLE 1.	LA SIGNATURE VIANDE CHEVALINE FRANÇAISE (VCF) ET SON CHAMP D'APPLICATION...	3
ARTICLE 2.	OBJET DU REGLEMENT.....	3
ARTICLE 3.	PROPRIETE.....	3
ARTICLE 4.	ATTRIBUTION DU DROIT D'USAGE DE LA SIGNATURE.....	3
○	CRITERES A RESPECTER.....	3
○	PROCEDURE D'ATTRIBUTION DU DROIT D'USAGE.....	3
○	UTILISATION DE LA SIGNATURE.....	3
ARTICLE 5.	CRITERES DE TRAÇABILITE.....	4
✓	EXIGENCES TECHNIQUES RELATIVES AUX ELEVEURS.....	4
✓	EXIGENCES TECHNIQUES RELATIVES AUX APORTEURS EN VIFS.....	4
✓	EXIGENCES TECHNIQUES RELATIVES AUX ABATTEURS.....	4
✓	EXIGENCES TECHNIQUES RELATIVES AUX ATELIERS DE DECOUPE.....	4
✓	EXIGENCES TECHNIQUES RELATIVES AUX GROSSISTES.....	5
✓	EXIGENCES TECHNIQUES RELATIVES AUX ATELIERS DE FABRICATION DE VIANDE HACHEE, DE PREPARATION DE VIANDES HACHEES, PREPARATION DE VIANDE, OU DE FABRICATION DE PLATS CUISINES	5
✓	EXIGENCES TECHNIQUES RELATIVES AUX DISTRIBUTEURS.....	5
ARTICLE 6.	ETIQUETAGE.....	6
ARTICLE 7.	COMMISSION TECHNIQUE.....	6
ARTICLE 8.	SURVEILLANCE ET CONTROLE.....	6
ARTICLE 9.	REPRISE D'ENTREPRISE.....	6
ARTICLE 10.	LITIGES.....	6

## **ARTICLE 1. LA SIGNATURE VIANDE CHEVALINE FRANÇAISE (VCF) ET SON CHAMP D'APPLICATION**

La signature «Viande Chevaline Française» est un logo destiné à être porté à la vue du consommateur sur les lieux de vente de viande chevaline (tout type d'équidés) de façon à désigner de la viande et des abats d'équidés nés, élevés, abattus en France et qui sont transformés en France.

Les mouvements ponctuels hors du territoire français n'excluent pas les équidés du critère « élevé » (cf. compétitions équestres, hippiques, concours d'élevage, saillies à l'étranger, etc.).

## **ARTICLE 2. OBJET DU REGLEMENT**

Les opérateurs respectant le règlement d'usage de la signature « Viande Chevaline Française » peuvent bénéficier du droit d'utilisation du logo associé. Ces opérateurs sont alors appelés « concessionnaires ».

## **ARTICLE 3. PROPRIETE**

Le logo « Viande Chevaline Française (VCF)» est déposé à l'INPI (Institut National de la Propriété Industrielle) sous le N° 4065121 par INTERBEV qui en est le propriétaire exclusif.

## **ARTICLE 4. ATTRIBUTION DU DROIT D'USAGE DE LA SIGNATURE**

### **4.1 Critères à respecter**

La signature ne peut être utilisée que pour des viandes et abats dont les exigences de traçabilité et d'étiquetage sont au moins équivalentes aux dispositions prévues aux articles 5 et 6.

### **4.2 Procédure d'attribution du droit d'usage**

Le droit d'usage de la signature « Viande Chevaline Française (VCF)» est concédé par INTERBEV Equins aux :

- Abatteurs,
- Ateliers de découpe,
- Grossistes,
- Ateliers de fabrication de viande hachée ou préparation de viande hachée,
- Ateliers de fabrication de préparation de viande, fabricants de plats cuisinés,
- Distributeurs
  - GMS (commercialisant la viande chevaline en rayon traditionnel ou ayant un atelier de découpe attenant au magasin pour la commercialisation d'UVCN),
  - Artisans Boucher, bouchers abatteurs, artisans tripier,
  - Restaurateurs,
  - Distributeurs en direct.

qui en font la demande au moyen du Formulaire d'engagement au respect du présent règlement.

Cette concession du droit d'usage est matérialisée par la transmission à l'entreprise d'un récépissé d'engagement et l'inscription de l'entreprise dans le Registre national Viande Chevaline Française visible sur le site internet INTERBEV.

### **4.3 Utilisation de la signature**

Le droit d'usage est concédé à l'entreprise qui en a fait la demande pour des viandes et abats d'équidés nés, élevés, abattus en France, et qui sont transformés en France.

Cette signature s'appuie sur :

- Le règlement CE 178/2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires,
- Le règlement CE 853/2004 fixant des règles spécifiques d'hygiène applicables aux denrées alimentaires d'origine animale,
- Le Code de la Consommation (notamment les articles R 112 – 9 et R 112 – 27)

## **ARTICLE 5. CRITÈRES DE TRAÇABILITÉ**

La signature "Viande Chevaline Française" est réservée à des viandes et abats d'équidés, entrant dans le champ d'application de l'article 1, et dont la traçabilité est assurée à chaque stade de la filière par les dispositions suivantes.

### **5.1 Exigences techniques relatives aux éleveurs**

- L'identification individuelle des équidés conformément à la réglementation en vigueur (Règlement (CE) 504/2008) :
  - L'équidé porte un transpondeur électronique faisant référence à un numéro.
  - L'équidé possède un document d'identification conforme aux exigences du règlement (CE) 504/2008. Le numéro du transpondeur de l'équidé est apposé sur le document d'identification.
  - L'équidé est enregistré dans la base de données SIRE.
- L'inscription dans le registre d'élevage

### **5.2 Exigences techniques relatives aux apporteurs en vifs**

- L'achat d'équidés nés et élevés en France.

### **5.3 Exigences techniques relatives aux abatteurs**

Les exigences techniques relatives aux abatteurs portent sur :

- Le respect de la réglementation en vigueur, pour les viandes et abats, et notamment pour ce qui concerne :
  - Les modalités de contrôle de l'identification des équidés en abattoir à la réception des animaux vivants (rapprochement entre le numéro de transpondeur et le passeport de l'animal ainsi que l'enregistrement dans la base de données SIRE) ;
  - Les modalités de contrôle à l'abattage (rapprochement entre le numéro SIRE de l'animal et le numéro de tuerie).
  - Les procédures d'identification et de traçabilité interne pour les viandes et abats.
- L'identification des produits à l'aide du logo VCF dans le respect de la charte graphique ou la mention équivalente (lettres « VCF » ou « Viande Chevaline Française »)
- La traçabilité des carcasses, des viandes ou abats, marqués du logo VCF ou équivalent.

#### **5.4 Exigences techniques relatives aux ateliers de découpe**

Les exigences techniques relatives aux ateliers de découpe portent sur :

- Le respect de la réglementation en vigueur pour les viandes et abats, et notamment pour :
  - Les modalités de contrôle à réception des matières premières (identification des quartiers ou abats entrés en découpe)
  - Les modalités de contrôle lors de la découpe/fabrication (constitution de lots et suivi de traçabilité, comptabilité matière)
  - Le suivi d'une procédure d'identification et de traçabilité des viandes et abats.
- L'identification et la traçabilité des viandes ou abats découpés avec le logo VCF dans le respect de la charte graphique ou la mention équivalente (lettres « VCF » ou « Viande Chevaline Française »).

#### **5.5 Exigences techniques relatives aux grossistes**

Ce paragraphe ne concerne que les opérateurs ayant une activité exclusive de grossiste.

Les grossistes ayant une activité d'abatteur et/ou d'atelier de découpe doivent répondre aux exigences 5.3 et 5.4.

Les exigences techniques portent sur :

- Le respect de la réglementation en vigueur pour les viandes et abats, et notamment pour :
  - Les modalités de contrôle à réception des produits (viandes, abats)
  - Les modalités de contrôle lors de la constitution de lots (suivi de traçabilité, comptabilité matière)
  - Le suivi d'une procédure d'identification et de traçabilité des viandes et abats.
- La traçabilité des viandes ou abats avec le logo VCF dans le respect de la charte graphique ou la mention équivalente (lettres « VCF » ou « Viande Chevaline Française »).

#### **5.6 Exigences techniques relatives aux ateliers de fabrication de viande hachée, de préparation de viande hachée, préparation de viande, ou de fabrication de plats cuisinés.**

Les exigences techniques relatives aux ateliers de fabrication de viande hachée, de préparation de viande hachée, de préparation de viande et aux fabricants de plats cuisinés portent sur :

- Le contrôle à réception des matières premières,
- Le suivi de l'identification et de la traçabilité en fabrication et le suivi de la comptabilité matière,
- L'identification et la traçabilité des viandes hachées, préparations de viandes hachées, préparations de viandes, et plats cuisinés avec le logo VCF sur les UVC dans le respect de la charte graphique de VCF.

#### **5.7 Exigences techniques relatives aux distributeurs**

Les GMS commercialisant uniquement des UVCI ne sont pas concernées par ce paragraphe car les UVCI sont contrôlées au niveau des ateliers de découpe.

Les exigences techniques relatives aux distributeurs (GMS en rayon traditionnel ou UVC, Artisan Boucher, boucher-abatteur, artisan tripier, restaurateur, distributeur en direct) portent sur :

- Pour les distributeurs exerçant une activité de découpe : se référer au point 5.4,
- Le respect des procédures d'identification et de traçabilité lors de la réception des carcasses, des quartiers, des PAD et des abats,
- Le suivi d'une comptabilité matière,
- L'identification de la viande ou des abats avec le logo VCF dans le respect de la charte graphique de VCF.

Les bouchers abatteurs et les vendeurs en direct doivent également respecter les exigences techniques propres aux abatteurs (5.3).

## **ARTICLE 6. ÉTIQUETAGE**

La signature ne peut être utilisée que sur des viandes et abats entrant dans le champ d'application de l'article 1. Les opérateurs s'engagent à utiliser des étiquetages ou du matériel de PLV qui respectent la charte graphique du logo.

## **ARTICLE 7. COMMISSION TECHNIQUE**

La commission technique est composée par le comité de pilotage des démarches interprofessionnelles, ainsi que par des représentants désignés par Interbev Equins.

Elle est chargée de :

- veiller à la bonne application et au respect des objectifs et exigences de la signature VCF,
- se prononcer si nécessaire sur la validité des demandes d'engagement pour l'usage du logo.

Toute proposition de modification du règlement d'usage sera soumise à Interbev Equins. Les membres de la commission sont tenus à la plus stricte confidentialité.

## **ARTICLE 8. SURVEILLANCE ET CONTRÔLE**

Les concessionnaires mettent en place et réalisent leurs autocontrôles et se soumettent le cas échéant aux contrôles des administrations, chargées notamment de vérifier la fiabilité des allégations en matière d'étiquetage des produits alimentaires sur les lieux de vente.

INTERBEV Equins se réserve le droit d'ester en justice à l'encontre des opérateurs ayant utilisé la signature de façon frauduleuse.

## **ARTICLE 9. REPRISE D'ENTREPRISE**

En cas de reprise d'une entreprise bénéficiant du droit d'usage de la signature par une autre entreprise, celle-ci en informe INTERBEV Equins par un nouvel engagement du représentant légal de l'entreprise.

## **ARTICLE 10. LITIGES**

Tous différends relatifs à l'interprétation, l'exécution ou la résiliation du présent règlement seront de la compétence exclusive des Tribunaux de PARIS même en cas de pluralité de défendeurs.

