

# Un guide pour accompagner les démarches collectives de valorisation des produits des races à petits effectifs

COUZY C. (1), MARKEY L. (2), LAUVIE A. (3), AUDIOT A. (4), THUAULT F. (5), OLLIVIER D. (6), CHIRON G. (7)

(1) Institut de l'Élevage, Agrapole, 23 rue Baldassini, 69364 Lyon Cedex 07

(2) Institut de l'Élevage, BP 42118, 31321 Castanet Tolosan

(3) INRA UR LRDE, Quartier Grossetti, 20250 Corte

(4) INRA SAD, Domaine Expérimental, 545 Route du Bois Maché, 17450 Saint Laurent de-la-Prée

(5) Association de la Chèvre des Pyrénées, 32 avenue du Général de Gaulle, 09000 Foix

(6) TRAME, 16 rue de la Rochefoucauld, 75009 Paris

(7) ITAVI, Agrapole, 23 rue Baldassini, 69364 Lyon Cedex 07

## RESUME

Quand le souci de la pure sauvegarde d'une race à petits effectifs est écarté, apparaît celui de la commercialisation des produits, qui sont souvent loin des standards et toujours en faibles volumes. L'analyse de 29 démarches observées a confirmé et étoffé la connaissance des opportunités ou des verrous liés à la valorisation des races à petits effectifs (RPE). Elle a montré que les collectifs d'éleveurs peuvent tirer parti des caractéristiques de leurs races en transformant en atouts ce qui, au départ, pouvait paraître comme des contraintes. Mais certains restent plus difficiles à dépasser. L'analyse des expériences a également nourri le guide « Varape » (VALorisation des RAcés à Petits Effectifs) en identifiant les bonnes questions à se poser, et les conditions de réussite des différentes options (marque, AOP...). Ce guide est un outil à destination des groupes d'éleveurs désirant mettre en place une filière collective de valorisation d'une race à petits effectifs. Il permet de diagnostiquer où en sont la race, ses produits et le collectif qui la porte afin de l'aider à se fixer des objectifs et un plan d'actions réalistes. De plus, il offre des ressources diverses (par exemple sur les signes officiels de qualité, les circuits courts, les analyses d'expériences...), pour nourrir les réflexions.

## A guide, for rare breeds, to accompany the collective valuation of their products

COUZY C. (1), MARKEY L. (2), LAUVIE A. (3), AUDIOT A. (4), THUAULT F. (5), OLLIVIER D. (6), CHIRON G. (7)

(1) Institut de l'Élevage, Agrapole, 23 rue Baldassini, 69364 Lyon Cedex 07

## SUMMARY

After a rare breed is out of danger of extinction, the question of its products' adding value arrives. But these products are often far from standards and always rare. The analysis of 29 projects confirmed and reinforced the knowledge about opportunities or difficulties related to rare breed value-creation. It brought to light that breeder groups can take advantage of their breed characteristics by transforming their assets to attractive features. But some points are hard to overcome: small number of breeders and animals, dual-purpose of ancient breeds or lack of technico-economic knowledge. The analysis also helped to create the "Varape" - for "Valorization of the Rare Breeds" - guide, by identifying what questions the breeder groups have to ask themselves, and what are the conditions of success of different quality labels (brand, PDO, joint marketing...). This tool is destined for breeder groups who plan to create a collective network for adding value to a rare breed's products. The guide provides the breeder with information on the breed, its products and the organization that manages it so that breeder's can set up realistic aims and a plan of action. The guide also proposes a variety of resources (about official quality labels, short distribution channels...) as food for thought.

## INTRODUCTION

A la faveur d'une diminution des soutiens institutionnels, d'une augmentation du nombre de leurs animaux et d'un contexte porteur, les éleveurs de race à petits effectifs (RPE) qui souhaitent développer la commercialisation de leurs produits sont de plus en plus nombreux. Un objectif parfois radicalement nouveau qui les laisse, ainsi que leurs animateurs, un peu démunis. L'intérêt de telles démarches de valorisation pour le maintien de la biodiversité domestique a été souligné aussi bien en France, qu'ailleurs dans le monde (Mathias et al., 2010, FAO, 2011). Toutefois, les connaissances pour donner aux éleveurs qui s'engagent dans cette voie, des clés leur permettant de dépasser les difficultés liées aux spécificités des RPE restent à étoffer. A quel moment et à quelles conditions les démarches collectives deviennent-elles une voie pour promouvoir, développer voire protéger les produits ? C'est à cette question que le projet CASDAR Varape (2012-2014), animé par l'Institut de l'Élevage en partenariat avec l'IFIP, l'ITAVI pour leurs filières respectives ainsi que l'INRA, Trame, 2 lycées agricoles et 13 associations de races a tenté de répondre. Ce projet s'est appuyé sur l'analyse d'une diversité d'expériences en cours pour fournir des repères,

guider la réflexion et faciliter l'évolution commerciale des éleveurs des races parties prenantes. Le guide d'accompagnement des démarches collectives de valorisation des produits des races à petits effectifs (guide Varape) élaboré au terme du projet se nourrit des enseignements tirés de ces démarches.

## 1. MATERIEL ET METHODES

Le travail piloté par une « cellule méthode » a été organisé autour de l'analyse de 16 démarches de races dont les éleveurs étaient déjà lancés dans la valorisation collective des produits et des 13 associations de races partenaires du projet, qui y réfléchissent. Il s'agit au final de 29 démarches assez différentes à la fois en termes de type de produit (tableau 1) et de démarcation.

Dans cette liste figurent des expériences qui ne sont pas liées à des RPE mais qui sont intéressantes par le faible volume de leur produit (AOP Fin gras du Mézenc), par leur ancienne appartenance aux RPE (vache Rouge des prés et son produit l'AOP Maine Anjou), par leur démarcation (IGP en cours agneau des Pyrénées). Les races étudiées ont des effectifs bien sûr limités, mais très variables (par exemple pour les

bovins, de 100 femelles en Froment du Léon à 4716 vaches Vosgienne répertoriées en 2010<sup>1</sup>). Parallèlement, le nombre d'éleveurs dits professionnels<sup>2</sup> varie fortement (de 4 en poule de Barbezieux à environ 40 en Bretonne pie noir.

**Tableau 1** : orientation produit des 29 démarches analysées

Orientation	Race ou <i>démarche</i>
Lait	<b>Vaches</b> Salers laitière, Froment du Léon, Rouge Flamande, <b>chèvres</b> Provençale, Rove, Poitevine
Lait et viande	<b>Vaches</b> Vosgienne, Bretonne Pie Noir (BPN), Ferrandaise, Maraichine, <b>mouton</b> Thônes et Marthod, <b>chèvre</b> des Pyrénées
Viande et laine	<b>Mouton</b> Landes de Bretagne
Viande / charcuterie	<b>Bovins</b> : Rouge des Prés, Mirandaise, <i>Fin gras du Mézenc</i> / <b>Ovins</b> : Barégeois, Boulonnais, Solognot, Shetland, <i>agneau des Pyrénées</i> / <b>Porcs</b> : Basque, Cul Noir du Limousin, <i>Nustrale</i> / <b>Poules</b> : Coucou de Rennes, Gasconne, Barbezieux, Noire du Berry, Grise du Vercors

Ces initiatives ont été analysées à partir de l'interview des principaux acteurs de chaque démarche (3 à 7 personnes clés). Seules 3 d'entre elles l'ont été sur une base bibliographique. Les entretiens portaient sur le recueil de données factuelles d'une part et sur le point de vue, l'analyse des personnes interrogées d'autre part. Il s'agissait de caractériser la race, les éleveurs, les produits et leurs modes de valorisation. Une attention particulière a été portée aux étapes clés, aux relations entre gestion raciale et commercialisation des produits, au collectif qui porte la valorisation et à la nature de ce qui est mis en commun (promotion des produits de la race par un logo, transformation et/ ou valorisation en commun, construction d'une marque ou obtention d'un signe de qualité). L'analyse de l'intérêt et des limites de chacune de ces formes de valorisation collective, rapportée au contexte qui la sous-tend, constitue un axe fort du projet Varape.

Pour construire le guide Varape, la cellule méthode s'est appuyée sur les éclairages d'experts, sur les signes de différenciation possibles et sur les questions d'animation d'un collectif. Le guide a été enrichi du regard critique des acteurs de la gestion des 13 races du projet, réunis à intervalles de 6 mois et représentant 5 filières de production. Puis un test grandeur nature organisé par plusieurs des associations partenaires a permis de consolider et de finaliser l'outil.

## 2. RESULTATS

### 2.1. DES ENSEIGNEMENTS TIRES DES DEMARCHES ETUDIÉES...

Les races à petits effectifs ont des spécificités qui les ont écartées des systèmes productifs, essentiellement après la seconde guerre mondiale, avec la concentration des moyens de sélection sur quelques races (Audiot, 1995). Certaines de ces singularités ont été transformées en atouts par une partie des RPE observées grâce à des stratégies innovantes, à un renversement d'image, autant d'initiatives portées par des hommes et des femmes investis et motivés. D'autres contraintes semblent plus difficiles à dépasser.

#### 2.1.1. Des contraintes transformées en atouts...

Les RPE produisent des animaux **hors des standards**, en **petites quantités**, ce qui les rend peu attractives pour les circuits classiques. Les coûts de transformation sont généralement plus élevés car des savoir-faire particuliers sont nécessaires (pour la découpe des carcasses des ruminants ou

le plumage à sec des volailles par exemple) et les charges fixes pèsent souvent plus lourd au regard du nombre d'animaux voire du poids des carcasses. Ainsi les carcasses de vaches Rouges des Prés étaient mal payées aux éleveurs par les abatteurs distributeurs avant la création d'une micro-filière spécifique par les éleveurs de la race. De la même façon, le mouton de Barèges-Gavarnie, longtemps boudé par les bouchers, est maintenant un produit qu'ils recherchent, suite au travail du collectif (AOC, notoriété...). Ajoutons aussi que les faibles volumes de production, lorsqu'ils sont liés à une zone d'élevage restreinte, sont plus facilement mobilisables dans des logiques de développement territorial. Par ailleurs, l'**hétérogénéité** des produits, d'un animal à l'autre et entre élevages, est souvent un frein à une démarche collective. Si certaines races espèrent diminuer cette diversité, elles s'adaptent aussi en diversifiant leurs marchés afin de trouver les clients pour chaque produit. Pour la poule Gasconne, obligée de trier sa production pour fournir des restaurateurs réputés, la restauration collective et les particuliers permettent d'écouler les animaux plus légers. En Maraichine, la vente directe en caissettes a permis de gommer l'hétérogénéité des produits, en mélangeant les animaux. Cette caractéristique lorsqu'elle est expliquée aux consommateurs est généralement acceptée.

La **saisonnalité** des produits a aussi longtemps été vue comme un handicap par les circuits longs. Présentée comme un argument du respect du cycle physiologique de l'animal (lait de chèvre) ou des conditions de production traditionnelles, elle est aujourd'hui assumée, voire revendiquée par une partie des races concernées. L'exemple le plus frappant est celui de la filière Fin Gras du Mézenc qui s'est construite sur un produit haut de gamme vendu uniquement de février à juin. Et, pour écouler les animaux « hors saison », l'association Fin Gras du Mézenc a également déposé une marque « bœuf terroir du Mézenc ». Une autre spécificité des RPE est la **croissance lente** des animaux qui, exigeant des durées d'élevage plus longues, entraîne des coûts d'alimentation élevés, voire des risques de pertes (volailles). Mais, en contrepartie, elle confère aux produits une qualité particulière. Pour compenser ces coûts de production par un débouché suffisamment rémunérateur, plusieurs races se sont positionnées sur des niches de luxe. Le Porc Basque a fait le choix d'un produit haut de gamme. Vendu en épicerie fine, il est exporté au Japon, au Canada. La poule Gasconne est vendue à Rungis et pour des grands chefs ; elle a diversifié sa gamme avec des volailles festives telles la poularde et le chapon. D'autres races investissent également les marchés de proximité (poule Coucou de Rennes). Enfin, la **rusticité** de la majorité des RPE permet des modes de production plus simples en limitant les contraintes de mise bas, les coûts vétérinaires... Si cette rusticité, et l'adaptation des animaux à des systèmes d'élevages spécifiques est aujourd'hui peu caractérisée (Hubert, 2010), elle est fortement mise en avant par les éleveurs qui soulignent l'adaptation des animaux à des milieux difficiles.

#### 2.1.2. ... grâce à une dynamique humaine ad hoc

Mais ne nous méprenons pas ! Lors de nos observations, toutes les «RPE» rencontrées n'avaient pas dépassé les contraintes qui viennent d'être listées. Si le contexte est à chaque fois singulier, et ne peut être tenu pour négligeable, le poids des « hommes » est prépondérant.

Même s'ils ne sont pas nombreux, les éleveurs des RPE ont souvent un fort attachement à leur race et l'envie de la faire reconnaître. Par ailleurs, l'existence de **leaders** et de **collectifs** forts est un atout considérable. Ils permettent d'innover pour dépasser les difficultés rencontrées. Dans certains cas, le partenariat avec un **entrepreneur de l'aval** permet d'apporter les compétences qui complètent utilement

<sup>1</sup> Source : extraction BDNI mentionnée sur <http://www.racesdefrance.fr/bovins?id=113>, consultation le 27/08/2014

<sup>2</sup> La distinction entre amateurs et professionnels étant floue, et les éleveurs eux-mêmes récusant parfois cette distinction.

celles des éleveurs (Porc Basque, Poule Gasconne, Salers laitière...). La présence de relais institutionnels, qui guident, encouragent, et encadrent ces démarches n'est pas neutre non plus. Le soutien financier des collectivités et l'appui technique des conservatoires régionaux et/ou des chambres d'agriculture est souvent considéré comme essentiel par ces collectifs restreints qui ont peu de moyens.

Nombre de RPE ont aussi la spécificité de compter des **éleveurs amateurs** aux côtés de ceux qui se sont professionnalisés. Tantôt vécue comme une richesse, comme en mouton boulonnais où les amateurs conservent l'ensemble des souches de brebis quand les éleveurs les plus productifs choisissent de n'en utiliser que certaines, cette diversité peut être aussi source de conflits.

Au final, la commercialisation est d'autant plus aisée que le collectif peut s'appuyer sur « **une belle histoire** » au service de la typicité des produits. Elle combine les spécificités de la race, le mode d'élevage, la tradition, les paysages même, et le goût voire les usages, les recettes (cuisson lente de la Poule Noire du Berry...) et permet l'adhésion des éleveurs, des partenaires et consommateurs finaux (tests de dégustation pour montrer la valeur gustative des produits).

A l'inverse, certaines races, comme la chèvre commune provençale ont fait le choix de ne pas avoir de dynamique collective autre que la gestion de la race.

### 2.1.3. Des verrous plus difficiles à dépasser...

Certaines caractéristiques des RPE semblent cependant difficiles à dépasser. Au premier rang, se situe le **petit nombre d'éleveurs** impliqués dans la commercialisation et porteurs de démarches collectives. Compte-tenu de l'âge avancé de la génération des éleveurs qui ont assuré la sauvegarde de la race, les départs à la retraite, au sein de petits collectifs, peuvent déstabiliser fortement les dispositifs mis en place.

Parallèlement, **l'installation** tant espérée peut s'avérer difficile. L'accès au foncier est rarement aisé et la validation des projets pour les aides à l'installation peut obliger les éleveurs à débiter avec un troupeau mixte en intégrant une race productive avant de passer progressivement à la RPE pure, ou à augmenter la taille du troupeau par rapport à ce qu'ils auraient jugé nécessaire. De plus, les races sont souvent dans un contexte de **rareté des animaux**, ce qui rend difficile l'achat de reproducteurs par les nouveaux arrivés. Certains dispositifs solidaires peuvent néanmoins prendre le relais. Notons aussi que la masse de travail à fournir pour un jeune éleveur qui veut se lancer en vente directe est souvent importante, même s'il n'a pas beaucoup d'animaux. Contrairement à ce que l'on peut observer pour d'autres filières, les difficultés proviennent plutôt de la **rareté des produits**, due aux petits nombres d'animaux « actifs ». Cela entraîne des frustrations des consommateurs et des restaurateurs qui, n'arrivant pas à obtenir les produits espérés à un moment donné, risquent de s'en détourner. Certes, la difficile régulation de l'offre et de la demande n'est pas spécifique aux RPE, mais elle pèse parfois sur la crédibilité des dispositifs commerciaux mis en place. De fait, la **concurrence** entre commercialisation et vente de reproducteurs peut être forte. D'autre part, la **mixité** des aptitudes de nombreuses races (viande et lait, chair et œufs) est à la fois un potentiel de ces races mais aussi une complexité supplémentaire à gérer pour les éleveurs. Si la plupart des RPE ne sont pas à proprement parler en sélection, les choix des orientations de sélection peuvent s'avérer plus complexes pour celles qui s'y engagent. De façon générale, **l'absence de références techniques et économiques** est un facteur limitant les entreprises solides de valorisation et de développement de ces races. Une autre limite, spécifique à la filière volaille, concerne le coût très élevé de la **sélection et de la production de poussins**, étapes obligatoires, qui est aujourd'hui pris en charge par les collectivités.

### 2.1.4. ... et parfois l'illusion de l'AOP « miracle »

On a pu observer que 50% des démarches analysées visent ou ont visé l'obtention d'une AOP. Cette démarche **prestigieuse** est vue par nombre d'associations de race comme la possibilité de créer selon les cas, une notoriété, une protection, d'attirer de nouveaux éleveurs, de développer des marchés... et de satisfaire les institutions de soutien.

Or l'on sait que (i) les AOP sont associées à de nombreuses races locales et qu'elles impactent leur gestion génétique (Lambert-Derkimba et al., 2006), (ii) les démarches d'obtention d'une AOP sont longues, difficiles et pas toujours couronnées de succès et (iii) par ailleurs, elles ne créent pas spontanément de débouché, de renom. Un important travail de structuration commerciale, d'organisation est nécessaire pour cela. La diversité des produits issus des RPE montre aussi qu'il est important de bien adapter la démarche à la **réalité de la race** (produit, volumes, débouchés...). En effet, si certaines races ont des produits bien identifiés (Brousse du Rove, Gwell de BPN, Chapon et poularde pour la Poule Gasconne, Jambon sec et viande fraîche pour le porc Basque...), d'autres ont des produits divers (multiples fromages de chèvres Poitevine, autres produits laitiers ou viande de BPN...) ou pas encore totalement caractérisés (lait Ferrandaise...). De fait, le propos du guide Varape est d'aider les collectifs gérant ces races à faire le point sur leurs forces et faiblesses, de préciser leur objectif de valorisation et ensuite, de s'orienter, ou non, vers une démarche collective de commercialisation, de différenciation (AOP, IGP, marque collective, marque parc, marque régionale, Label Rouge...), en connaissance de cause.

## 2.2. ... A LA CREATION D'UN OUTIL POUR STRUCTURER ET ETAYER LES PROJETS

Le guide Varape, construit en concertation avec les associations de races partenaires du projet, se compose de 4 grandes parties.

La première est conçue pour attirer l'attention du collectif sur certains points, pour l'amener à se poser les bonnes questions et l'inciter à y répondre. Elle consiste en un **diagnostic de situation de la race** étudiée selon différentes dimensions : (i) la race et ses éleveurs, (ii) les formes de valorisation en cours, (iii) le(s) produit(s) actuels ou anciens, (iv) le(s) mode(s) d'organisation des producteurs et les outils collectifs utilisés, (v) l'organisation et le fonctionnement du collectif qui se prête à l'analyse. Ce diagnostic met en exergue l'existence (ou non) de l'information permettant de renseigner ces différentes dimensions et son partage au sein du collectif. La seconde partie du guide dresse le **bilan des forces et faiblesses** identifiées par le collectif au regard d'un objectif de valorisation des produits. Moins guidée que la première, cette partie permet une expression libre, concrète et propre à chaque situation. Ce bilan permet de (re)formuler collectivement les objectifs... La troisième partie, plus classique, consiste à établir un **plan d'actions** précisant les objectifs, les responsabilités, les moyens à mobiliser et les échéances. Enfin, la dernière partie est composée d'une **base de ressources** destinée à faciliter l'accès à différentes sources d'informations (documents et/ou sites de référence) concernant les signes officiels de qualité, marques et autres signes distinctifs, les circuits courts, les fiches des 16 démarches avec leurs objectifs et verrous spécifiques, la gestion et le fonctionnement d'un collectif... Cette partie comporte également des fiches qui résument et précisent à la fois les conditions d'obtention des différentes différenciations possibles (AOP, IGP, marque collective, marque parc, marque régionale, Label Rouge, STG, CCP...) et leur intérêt (ou non) pour les RPE (tableau 2). Les critères sont des balises pour réfléchir, plus que des repères stricts. Ils précisent néanmoins le champ des possibles et seront discutés avec les 13 races en fin de projet.

**Tableau 2** : Fiche résumé des caractéristiques et conditions d'obtention de l'AOP pour une RPE (en cours d'élaboration).

Caractéristiques de l'AOP				
Protection		Complète		
Limite géographique		Précise		
Coût de fonctionnement		Elevé		
Coût de création		Elevé		
Test organoleptique		Obligatoire		
Temps moyen d'obtention		7,5 ans		
Facilité d'obtention		- - -		
Attitude des institutions		Positive		
Autres spécificités		+ : Prestige démarcation - : Contrôles externes coûteux		
Place race ?		Possible		
Critères influençant la facilité d'obtention de l'AOP				
Ⓞoids du critère	Critère	condition favorable	condition moins favorable	condition défavorable
ⓄⓄⓄ	Motivation du collectif	"++++"		"+/-"
ⓄⓄⓄ	Appui de l'INAO	"++++"	"++"	"+/-"
ⓄⓄⓄ	Structuration commerciale	Existante	En création	En réflexion
ⓄⓄ	Présence d'un animateur	Temps plein		aucun
ⓄⓄ	Renommée du produit	Très bonne		Limitée/inexistante
ⓄⓄ	Homogénéité (=) des produits	1 produit et =	produit ≠	plusieurs produits
ⓄⓄ	Facilité preuve lien au terroir	ruminants	porcins	volailles
ⓄⓄ	Appui collectivité	Fort		Aucun
Ⓞ	Disponibilité prod.	Bonne		Faible
Ⓞ	Nb d'éleveurs	>30		<10
Ⓞ	Changt animateur	aucun	1	≥ 2

Au final, ce guide n'oriente pas les RPE vers une forme de différenciation unique. Quasiment **toutes permettent de mettre en avant leur race** (sauf la marque Parc et la marque régionale qui ne peuvent être spécifiques). Elles ont, par contre, des caractéristiques très différentes et des conditions d'obtention parfois difficilement accessibles aux RPE... mais pas impossibles à réaliser. Le recours à une **marque collective**, avec ou sans logo, et avec un cahier des charges qui se précise petit à petit, semble se généraliser. Il est considéré soit comme une étape pour accéder ensuite à une différenciation plus exigeante, ou comme une simple finalité (mouton Boulonnais...). Une attention particulière doit cependant être accordée au nom de la marque pour anticiper d'éventuels changements exigés par certaines démarches et qui peuvent perturber les consommateurs.

### 3. DISCUSSION

Les résultats issus de l'analyse confirment globalement les contraintes et opportunités liées à la valorisation des races à petits effectifs mentionnés dans des travaux qui ont précédé ce projet (e.g., Audiot et Rosset, 2005, Verrier et al., 2005). Ces démarches ne sont par ailleurs pas neutres par rapport à la gestion génétique de ces populations (Audiot et al., 2005, Lauvie et al., 2011). Cependant une importante plus-value du projet réside dans la production d'un outil d'accompagnement qui propose à la fois une forme de capitalisation d'expériences et un guide pour accompagner les réflexions des collectifs. En effet si de nombreuses études de cas de valorisation de races locales ou à petits effectifs ont été menées depuis plusieurs décennies, et si des synthèses globales ont parfois été produites par la recherche, la question sur la manière de capitaliser ces expériences pour les rendre mobilisables par d'autres collectifs porteurs de projets restait posée. Notre méthode alternant analyse transversale de démarches par diverses entrées (objectifs et verrous rencontrés, solutions explorées, types de démarcations disponibles et leurs intérêts et limites etc.), et test de la pertinence des synthèses produites

par les collectifs gestionnaires des races concernées a permis d'ajuster le contenu à la diversité des attentes.

De plus l'essence même du guide produit est de faciliter la réflexion, en situation, de tout collectif ou groupe non formalisé (par exemple groupes d'éleveurs ayant un objectif commun), impliqué dans un projet de valorisation de produits d'une race à petit effectif, qu'il soit en cours de réflexion ou de création. Là aussi, le test « grandeur nature » réalisé auprès des collectifs a permis de vérifier et peaufiner son caractère opérationnel. Ainsi, l'ensemble du guide Varape, outil d'accompagnement co-construit avec des acteurs de terrain, sera, à l'issue du projet, accessible sous format électronique. Se voulant suffisamment générique, il pourra être utilisé, par différents collectifs autour d'une même race et à différents moments de la réflexion. Il pourra être enrichi de l'expérience de chacun et servir d'autres démarches qui ne se veulent pas exclusives des races à petits effectifs.

Se pose aujourd'hui néanmoins, la question de **l'utilisation autonome** de cet outil par les 13 races du projet dans un premier temps, puis par d'autres races qui sont extérieures au projet Varape. En effet, comme nous l'a confirmé la phase de test, un accompagnement externe des réflexions semble fort utile même si les collectifs peuvent se saisir des outils et faire progresser leur connaissance et leur réflexion.

### CONCLUSION

A la question de savoir à quel moment et à quelles conditions les démarches collectives sont une voie pour promouvoir, développer voire protéger les produits des RPE, le projet Varape propose plusieurs réponses. Le « guide Varape », outil d'accompagnement à la réflexion que nous proposons à des groupes d'éleveurs désirant mettre en place un projet de valorisation d'une race à petits effectifs, est une production clé du projet du même nom. En les amenant à se poser les bonnes questions, il leur permettra de mieux se repérer dans le champ des possibles. En effet les collectifs gestionnaires de races qui ont une réflexion collective sur la valorisation semblent, malgré les difficultés, mieux armés que les autres pour affronter l'avenir car ils cherchent activement à se projeter et à installer de nouveaux éleveurs. Néanmoins la cristallisation des attentions sur l'AOP est révélatrice d'attentes multiples vis-à-vis d'une démarcation, parfois « idéalisée », qu'il est intéressant de distinguer pour bien identifier les objectifs prioritaires avec réalisme, et de les travailler par étape.

**Audiot A. 1995.** Races d'hier pour l'élevage de demain. INRA Eds.

**Audiot A. Bouche R. Brives H. Casabianca F. Gaillard C. Roche B. Trift N. Steyaert P. 2005.** Les Actes du BRG, 5,577-592.

**Audiot A. Rosset O. 2005** IN Guintard C. Mazzoli-Guintard C. Elevage d'hier, élevage de demain. PUR, pp. 161-189.

**FAO, 2011.** Donner de la valeur ajoutée à la diversité du bétail. League for pastoral people and endogenous livestock development, LIFE, UICN, FAO.

**Hubert, B. (Ed.), 2010,** La rusticité: l'animal, la race, le système d'élevage? Pastum et cadère éditeur

**Lauvie A. Audiot A. Couix N. Casabianca F. Brives H. Verrier E. 2011.** Livestock Science 140, 1-3,161-170.

**Lambert-Derkimba A. Casabianca F. Verrier E. 2006.** Prod.Anim. 19, 5,357-370.

**Mathias E. Mundy P. Koehler-Rollefson I. 2010.** Animal Genetic Resources, 47, 59-71.

**Verrier E. et al., 2005.** AGRI. 36