



HAL
open science

Valorisation de la qualité : cas de la filière avicole en région Centre-Val de Loire

Marion Ferrand

► **To cite this version:**

Marion Ferrand. Valorisation de la qualité : cas de la filière avicole en région Centre-Val de Loire. Sciences du Vivant [q-bio]. 2020. dumas-02974986

HAL Id: dumas-02974986

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02974986>

Submitted on 22 Oct 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

AGROCAMPUS OUEST

CFR Angers CFR Rennes

<p>Année universitaire : 2019-2020</p> <p>Spécialité : Sciences et Ingénierie en Productions Animales (SIPA)</p>	<p>Mémoire de fin d'études</p> <p>X d'ingénieur de l'École nationale supérieure des sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage (AGROCAMPUS OUEST), école interne de l'institut national d'enseignement supérieur pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement</p> <p><input type="checkbox"/> de master de l'École nationale supérieure des sciences agronomiques, agroalimentaires, horticoles et du paysage (AGROCAMPUS OUEST), école interne de l'institut national d'enseignement supérieur pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement</p> <p><input type="checkbox"/> d'un autre établissement (étudiant arrivé en M2)</p>
--	---

Valorisation de la qualité : cas de la filière avicole en région Centre-Val de Loire

Par : Marion FERRAND



©Christele Assegond

Soutenu à Rennes le 11/11/2020

Devant le jury composé de :

Président : Lucile Montagne

Maître de stage : Christele Assegond

Co-encadrante : Elsa Delanoue

Enseignant référent : Justine Faure

Rapporteur : Maryline Kouba

Les analyses et les conclusions de ce travail d'étudiant n'engagent que la responsabilité de son auteur et non celle d'AGROCAMPUS OUEST

Ce document est soumis aux conditions d'utilisation

« Paternité-Pas d'Utilisation Commerciale-Pas de Modification 4.0 France »

disponible en ligne <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.fr>



Remerciements

En tout premier lieu merci à mes deux supers encadrantes Christele et Elsa, qui ont su toujours répondre présentes mêmes avec un confinement sur les bras et un planning bien souvent overbooké. Merci pour m'avoir tant appris.

Un immense merci à l'équipe du CETU-ETIcs pour leur accueil pendant ces 6 mois de stage, bien que je ne vous aurais pas côtoyé physiquement aussi longtemps que prévu... Céline A, Céline D, Hélène et Lucie vous êtes toutes des femmes formidables et j'ai eu un immense plaisir à travailler à vos côtés.

Merci à Magali pour sa grande disponibilité et réactivité à toute épreuve. Dommage qu'on ne se soit jamais rencontrées !

Merci à l'ensemble du corps enseignant d'Agrocampus Ouest pour leur enseignement et leurs conseils. En particulier merci à Justine Faure de m'avoir accompagnée dans mes aventures à Saint-Gilles et maintenant à Tours.

Merci à Charles, mon héraut solaire du quotidien depuis plus de 4 ans maintenant, qui n'a pas hésité à me suivre dans cette « aventours », à me supporter et à me soutenir en toutes circonstances.

Merci à ma famille : Papa, Maman, mes deux supers frangines Périne et Léna, my very dear brother in law Daniel et les petits poussins Eloïse, Etienne et Elio. A vous qui n'avez jamais douté de mes compétences et qui m'avez donné force et motivation où que j'aie.

Merci aux copines d'ACO : Elise, Marine, Mélody, Cyrielle, Ariane et Anne-So qui ont embelli mes 3 années d'école d'ingé de leur compagnie à la fois radieuse, drôle et touchante.

Merci aux élèves que j'ai rencontrés qui ont gentiment donné de leur temps pour une novice en sociologie comme moi, malgré une situation délicate.

Merci à Amadis, véritable guide spirituel dans le monde de l'agronomie que je n'aurais pas pensé découvrir il y a encore quelques années.

Enfin merci à Lucas, Elodie, Arnaud et Mickaël nos supers voisins qui égayent notre quotidien et nos soirées par leur aura positive, leur douceur et leur excentricité.

Sommaire

Remerciements

Table des annexes

Liste des abréviations

Liste des figures

Introduction 1

Etat de l'art : l'agriculture en région CVL, les notions de qualité et de patrimoine 3

I/Le projet VOLAILLES et ses objectifs..... 3

II/L'agriculture en région CVL 3

1. La région CVL, un territoire majoritairement céréalier..... 3

2. L'élevage est moins présent que la culture céréalière 4

III/Qualité et patrimonialisation 5

1. Les productions de qualité en région CVL..... 5

a. Des labels locaux qui assurent une visibilité des produits..... 5

b. Une identité gastronomique à renforcer malgré la bonne appréciation des signes de qualité5

2. Le patrimoine peut-il intervenir dans la valorisation de la qualité ? Le spectre de la Gélina de Touraine..... 6

Matériel et méthodes 7

I/Le choix de l'enquête qualitative 7

II/Constitution de l'échantillon et prise de contact..... 8

III/Déroulement et traitement des entretiens 8

IV/Etude de la valorisation des volailles de qualité..... 10

1. Observations chez les commerçants 10

2. Observations sur internet et sur des réseaux sociaux 10

Résultats et discussion..... 11

I/Analyse des entretiens : comment les éleveurs s'approprient la notion de qualité ? 11

1. Les éléments de définition les plus récurrents concernent surtout les moyens matériels 11

2. La qualité chez les éleveurs de la CAFO, et son opposé 12

a. La maîtrise, l'autonomie et la fierté sont des notions essentielles pour les éleveurs interrogés 12

b. Identification de catégories repoussoir 13

b.1. Le modèle de l'élevage industriel 13

b.2. L'élevage qui dépasse la taille humaine..... 13

3.	Typologie des manières de penser la qualité chez les éleveurs du SVO	13
a.	La qualité, c'est le cahier des charges.....	14
b.	La qualité, c'est le résultat de la mobilisation des compétences	14
c.	La qualité, c'est la réponse aux attentes des consommateurs	15
<u>II/Analyse des observations réalisées sur les marchés et sur internet : les consommateurs peuvent se rassurer eux-mêmes sur la qualité des volailles.....</u>		15
1.	La valorisation des volailles commercialisées ne porte pas sur l'ancrage au territoire	15
2.	Le commerçant a un rôle de prescripteur	16
3.	La communication via internet ou les réseaux sociaux répond à un enjeu de proximité entre l'éleveur et les consommateurs	16
a.	Le site internet met en valeur les animaux pour la vente	16
b.	Le blog, le compte Instagram et la page Facebook montrent la dimension humaine de l'élevage en décrivant le quotidien.....	17
c.	Conclusion des résultats	18
<u>III/Limites et perspectives</u>		18
1.	Des profils à confirmer et des pistes à approfondir	18
2.	Un contexte délicat pour une première expérience en sociologie	19
Conclusion		20
Références bibliographiques		21

Table des annexes

<u>Annexe I</u> : Guide d'entretien utilisé pour les enquêtes auprès des éleveurs	23
<u>Annexe II</u> : Exemple d'un entretien retranscrit intégralement.....	25
<u>Annexe III</u> : Exemple d'un entretien retranscrit de manière synthétique	42
<u>Annexe IV</u> : Extrait de la grille d'analyse des entretiens.....	47

Liste des abréviations

AOC : Appellation d'Origine Contrôlée

AOP : Appellation d'Origine Protégée

CAFO : Coopérative Agricole des Fermiers de l'Orléanais

CETU : Centre d'Expertise et de Transfert de l'Université

CRIAVI : Comité Régional Interprofessionnel de l'AViculture

CVL : Centre-Val de Loire

IGP : Indication Géographique Protégée

INAO : Institut National de l'Origine et de la qualité

INRAE : Institut National de Recherche en Agriculture, alimentation et Environnement

ITAVI : Institut Technique de l'AViculture

OGM : Organisme Génétiquement Modifié

STG : Spécialité Traditionnelle Garantie

SVO : Syndicat des Volailles fermières de l'Orléanais

SYSAAF : SYndicat des Services Avicoles et Aquacoles Français

VOLAILLES : Valorisation de l'Origine, Liens entre Acteurs, Identités Locales, Evolutions du Secteur avicole

Liste des figures

Tableau 1 : Récapitulatif des données propres aux éleveurs interrogés

Figure 1 : Schéma de la répartition géographique des fromages AOP, des volailles IGP et de quelques vins AOP et IGP en région Centre-Val de Loire (Tours – FERRAND – 2020)

Figure 2 : Logo de la signature [®]Cducentre

Figure 3 : Schéma de la répartition géographique des entretiens réalisés (Tours – FERRAND -2020)

Figure 4 : Localisation des marchés où ont été réalisées les observations (Tours – FERRAND -2020)

Figure 5 : Fréquence d'apparition des éléments définissant la notion de qualité pour les éleveurs interrogés

Figure 6 : Fréquence d'apparition des catégories de termes définissant la notion de qualité pour les éleveurs interrogés

Figure 7 : Etalage de volailles au marché des Halles de Tours (FERRAND – 2020)

Figure 8 : Etalage de volailles au marché Coty de Tours (FERRAND – 2020)

Figure 9 : Stand d'un éleveur local au marché des Halles de Tours (FERRAND – 2020)

Figure 10 : Capture d'écran du site internet « Des poules et des vignes », catégorie Produits frais

Figure 11 : Capture d'écran du blog « Des poules et des vignes » - publication du 5 juillet 2020

Figure 12 : Capture d'écran du compte Instagram « Des poules et des vignes »

Figure 13 : Capture d'écran de la page Facebook « Des poules et des vignes à Bourgueil » - publication du 17 juillet 2020

Figure 14 : Capture d'écran de la page Facebook « La Garenne » - publication du 5 juin 2020

Introduction

La modernisation de l'alimentation, entamée au milieu du XX^{ème} siècle, est allée de pair avec une diversification des processus de fabrication des aliments, ainsi qu'une modification des pratiques d'élevage ou d'agriculture. L'emploi de produits phytosanitaires et l'intensification des systèmes de culture et d'élevage en sont des exemples. Plusieurs scandales sanitaires et agricoles ont ébranlé la confiance des consommateurs dans le secteur alimentaire, comme la crise de la « vache folle » (encéphalite Spongiforme bovine) dans les années 1980 ou encore le poulet à la dioxine à la fin des années 1990. A la suite de ces différentes affaires, les consommateurs ont alors réclamé davantage de transparence sur les modes d'élevage des animaux et sur les procédés de fabrication des aliments en général. Ils ont établi un lien entre les conditions d'élevage des animaux, la qualité de l'alimentation animale et la qualité des produits consommés.

Aujourd'hui, la qualité des produits alimentaires implique plusieurs dimensions (Birlouez, 2019) : la qualité sanitaire, la qualité organoleptique, la qualité nutritionnelle et la qualité de service, c'est-à-dire la praticité de consommation d'un produit alimentaire. Birlouez observe que l'importance des différentes dimensions dans cette notion de qualité varie d'un individu à l'autre, selon la classe sociale ou l'âge notamment. Cela crée une confusion autour de la définition de la notion de qualité par les consommateurs.

Pourtant, il existe de nombreux labels et signes distinctifs de la qualité, tels que les AOP (Appellation d'Origine Protégée), les IGP (Indication Géographique Protégée) ou encore les STG (Spécialité Traditionnelle Garantie) qui sont des labels officiels certifiés par l'Etat. Les consommateurs ont confiance en ces labels et signes officiels de la qualité (Tavoularis et al., 2007). En 2007, leur image auprès des consommateurs était même aussi bonne que celle des marques (ibid.).

Dans la même démarche de rassurance du consommateur, les démarches qualité se sont multipliées, surtout depuis l'épisode de la crise de la « vache folle » (Roguet et al., 2018). La marque « Nouvelle agriculture » de Terrena ou la filière « Le porc authentique élevé sur paille » initiée par le Réseau Cohérence en sont des exemples. Celles-ci peuvent avoir pour objectif de répondre aux préoccupations des consommateurs concernant leur santé ou le bien-être des animaux élevés. Mais elles sont également synonymes de contraintes de production pour les éleveurs. Dans le cahier des charges de « Nouvelle agriculture », pour la filière Poulet, il y a des contraintes kilométriques entre l'élevage et l'abattoir. Les parcours extérieurs doivent disposer de points d'ombre et d'abris, et des enrichissements tels que des perchoirs ou des objets à piquer doivent être proposés dans le cas des élevages en bâtiment (ibid.). Ainsi, au vu des contraintes auxquelles sont soumises les productions dites de qualité, nous pouvons nous interroger sur la manière dont cette notion de qualité est perçue par les éleveurs. Par la suite, nous prendrons l'exemple des éleveurs de volailles de l'Orléanais, qui suivent un cahier des charges Label Rouge.

Le présent travail s'inscrit dans un projet de recherche d'intérêt régional intitulé VOLAILLES (Valorisation de l'Origine, Liens entre Acteurs, Identités Locales, Evolutions du

Secteur avicole). L'objectif du projet VOLAILLES est de contribuer à l'identification des conditions favorables au développement et à la structuration d'une filière avicole de qualité en région CVL (Centre-Val de Loire). Plusieurs pistes sont explorées par le projet, comme la valorisation des races patrimoniales (la Poule de Contres par exemple). Le projet s'interroge sur ces races comme levier de développement et de distinction pour une filière volaille de qualité en région CVL.

La plus grande référence en termes de volailles de qualité est la volaille de Loué, dont la notoriété est nationale. Une partie des élevages est située en région CVL ou à proximité, en Mayenne. La filière locale de l'Orléanais voudrait pouvoir se positionner plus favorablement face à la puissance de la marque Loué, appuyée par des références historiques et des siècles de savoir-faire (loue.fr). Mais les arguments tels qu'« un savoir-faire traditionnel » ou la volonté des éleveurs de « sauver leur poulet fermier » qui semblent fonctionner pour Loué sont-ils portés par les éleveurs de l'Orléanais ? Les notions de « patrimoine », de « tradition » et d'« ancrage au territoire », arguments qui semblent être associés à la notion de qualité sont-ils perçus comme pertinents pour les éleveurs ? Dans les faits, quels sont les leviers qui permettent une réelle valorisation de la qualité des volailles produites en région CVL ?

Dans le cadre de ce stage, nous avons travaillé en collaboration avec le SVO (Syndicat des Volailles fermières de l'Orléanais), qui est un organisme de gestion partenaire du projet VOLAILLES. Au sein du SVO, il y a trois organisations de producteurs ou coopératives : la CAFO (Coopérative Agricole des Fermiers de l'Orléanais), Nouri'vrai et Force Centre. Nous avons mené une enquête auprès d'éleveurs appartenant majoritairement à la CAFO et à Nouri'vrai, qui regroupent toutes deux réunies 98% des bâtiments d'élevage du SVO. La circonscription territoriale de la CAFO couvre les départements de la région CVL mais également quelques départements voisins.

L'objectif de ce stage était de comprendre comment les éleveurs du SVO s'approprient la notion de qualité. La problématique qui se pose est la suivante : **quelles sont les stratégies mises en place par les éleveurs de l'Orléanais pour valoriser la qualité, et ainsi se positionner favorablement sur le marché national de la volaille ?** Nous partons de l'hypothèse que la notion de qualité n'est pas nécessairement partagée par l'ensemble des éleveurs du SVO. Nous posons également l'hypothèse que les termes de « patrimoine », de « tradition » et d'« ancrage au territoire » font sens pour les éleveurs du SVO.

Dans une première partie, nous exposerons **le contexte de l'étude** ainsi que **l'état de l'art** scientifique sur les concepts mobilisés. Nous présenterons tout d'abord le projet VOLAILLES ainsi que l'agriculture en région CVL. Cela nous permettra de situer la production avicole dans le paysage agricole de la région. Les notions de qualité et de patrimoine seront ensuite discutées afin d'explicitier ces deux concepts. **La méthodologie qualitative** mise en œuvre pour l'obtention des résultats sera présentée dans une deuxième partie. Les **résultats** de la démarche d'enquête seront ensuite présentés et discutés dans la troisième partie. Enfin, nous évoqueront en quatrième partie les **limites** de ce travail ainsi que les **perspectives** ouvertes par la démarche engagée et les résultats.

Etat de l'art : l'agriculture en région CVL, les notions de qualité et de patrimoine

Cette partie présente le contexte dans lequel ce stage s'est déroulé, en commençant par le projet VOLAILLES et ses objectifs. Nous verrons également que dans la région CVL, les grandes cultures sont majoritaires. Nous aborderons ensuite les concepts de qualité et de patrimoine afin d'approfondir ces deux notions évoquées en introduction.

I/Le projet VOLAILLES et ses objectifs

Lancé en 2018, le projet VOLAILLES a pour objectif de contribuer à l'identification de leviers de développement et de structuration d'une filière avicole de qualité en région CVL. Une dizaine de partenaires institutionnels sont associés au projet VOLAILLES, dont l'INRAE (Institut National de Recherche en Agriculture, alimentation et Environnement) et l'ITAVI (Institut Technique de l'AViculture). Le projet VOLAILLES, pluridisciplinaire, cherche à analyser les conditions de valorisation des productions avicoles de qualité de la région par des arguments historiques et culturels. Une autre finalité du projet est d'étudier si l'élevage de races patrimoniales peut avoir un intérêt pour la filière.

Pour réaliser l'ensemble de ces objectifs, le projet comprend une étude de l'élevage avicole en région CVL sur une période historique très longue, remontant jusqu'à la période gauloise. Une autre tâche du projet concerne la compréhension de la perception de la qualité et de l'identité patrimoniale par les éleveurs de volailles, grâce à une enquête sociologique qui est l'objet de la présente étude. Enfin, les résultats permettront d'alimenter la dernière tâche visant à élaborer la proposition d'itinéraires biotechniques et valoriser les produits.

II/L'agriculture en région CVL

La région CVL n'est pas un territoire où l'élevage est la production agricole majoritaire. Nous verrons que les fromages et les vins originaires de la région sont particulièrement réputés. La région CVL comptabilise en effet cinq fromages de chèvres AOP, vingt-neuf vins AOP et IGP ainsi que cinq volailles IGP.

1. La région CVL, un territoire majoritairement céréalier

Entre 2013 et 2017, la production céréalière de la région représentait 14% de la production céréalière nationale (centre-valdeloire.chambres-agriculture.fr). Les céréales produites sont majoritairement du blé tendre avec une récolte moyenne annuelle de 4,8 Mt (3^e région en termes de production), l'orge avec 2 Mt (2^e région), le maïs avec 1,2 Mt et le blé dur avec 550 kT (passioncereales.fr). Surnommée historiquement « le grenier à grain de la France », la majorité des céréales produite en région CVL est exportée hors des frontières régionales (83% d'export pour le blé tendre). Sur son site web promotionnel, la région CVL vante le bon positionnement

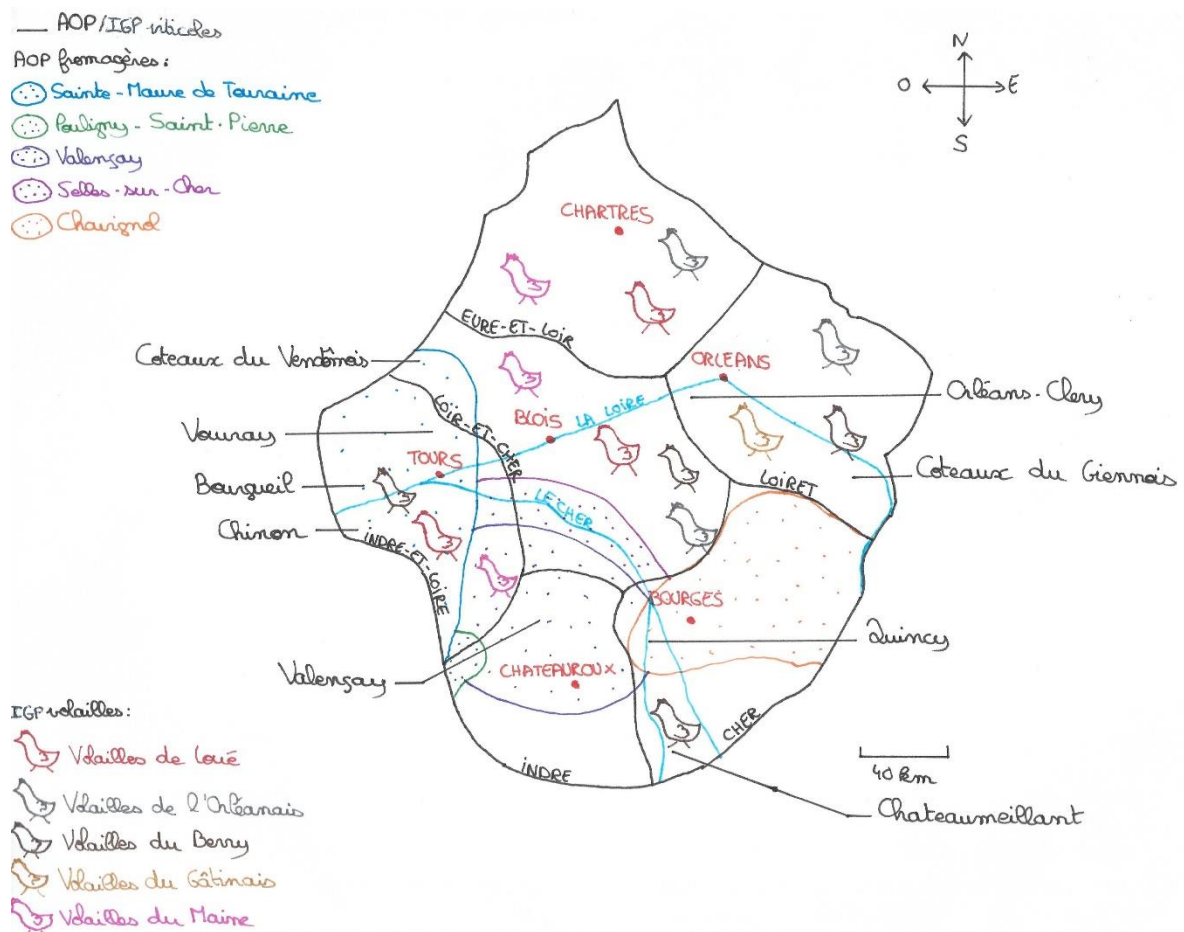


Figure 1 : Schéma de la répartition géographique des fromages AOP, des volailles IGP et de quelques vins AOP et IGP en région Centre-Val de Loire (Tours – FERRAND – 2020)

de celle-ci en termes de logistique et justifie la part importante d'exportation des céréales par la faible transformation régionale au regard de la production.

La région CVL se distingue également par ses cultures d'oléo protéagineux comme le colza, le tournesol, le lin, les féveroles et le pois protéagineux qui représentent 14% de la production française. La production de pommes de terre en région CVL représente également 14% de la production française avec un rendement moyen de 47,8 T/ha entre 2013 et 2017 (centre-valde Loire.chambres-agriculture.fr). D'autres productions végétales sont également développées dans la région, comme l'arboriculture, l'horticulture ou encore le maraîchage.

Enfin, la viticulture en région CVL se distingue par la majorité des vins produits sous label AOP. Cela concernait 90% des vins produits en 2017 (agriculture.gouv.fr). Plus de la moitié (57%) de la région est orientée vers la production de vins blancs, comme le Sauvignon ou le Chardonnay.

2. L'élevage est moins présent que la culture céréalière

Presque toutes les productions animales sont présentes en région CVL, malgré la prédominance des productions végétales.

L'élevage caprin est la forme d'élevage majoritaire. En 2017, le cheptel caprin de la région représentait 10,9% de l'effectif national (centre-valde Loire.chambres-agriculture.fr). 36% du lait de chèvre produit était alors consacré à la fabrication de produits fermiers. Par ailleurs la région CVL est le berceau d'origine de 5 fromages de chèvre labellisés AOP : le Sainte-Maure de Touraine, le Crottin de Chavignol, le Valençay, le Pouligny Saint-Pierre et le Selles-sur-Cher (*Figure 1*).

En 2017, le cumul des cheptels bovin viande (gros bovin et veau), bovin lait, ovin et porcine ne représentait qu'à peine 10% de l'effectif national pour toutes ces filières confondues (centre-valde Loire.chambres-agriculture.fr). La production avicole quant à elle ne représentait que 6,9% de l'effectif national en 2017, poules pondeuses et poulets de chair confondus. De plus, l'élevage de volailles est souvent une activité annexe aux cultures. En revanche, le poids en tonne équivalent carcasse de dindes et de dindons produits en 2017 représentait 15,1% du poids national produit. La production de volailles de chair de qualité en région CVL représentait 21% de la production régionale en 2015 ; cette qualité étant souvent associée à un cahier des charges stipulant un élevage en plein air, comme celui du Label Rouge ou du bio. La moitié des exploitations avicoles en région CVL propose un parcours extérieur aux volailles, le plus souvent arboré (draaf.centre-val-de-loire.agriculture.gouv.fr). A ce titre, 4 types de volailles IGP qui seront également présentées par la suite, sont originaires de la région et élevées selon un cahier des charges Label Rouge.

L'identité agricole de la région CVL est hétéroclite et souvent méconnue du grand public. D'un point de vue gastronomique, comme nous l'avons vu, quelques produits labellisés AOP ou IGP sont originaires de la région, et résultent des productions végétale et animale. Il y a une volonté de mieux identifier ces produits régionaux pour les faire connaître.



Figure 2 : Logo de la signature[®] Cducentre

III/Qualité et patrimonialisation

Nous allons maintenant présenter plus en détail les concepts de qualité et de patrimoine. Ces deux termes sont cruciaux dans le cadre de cette étude car nous avons cherché à comprendre si ces deux notions étaient liées pour les éleveurs de l'Orléanais.

1. Les productions de qualité en région CVL

Le Larousse définit la qualité comme « l'ensemble des caractères, des propriétés qui font que quelque chose correspond bien ou mal à sa nature, à ce qu'on en attend ». Pour rappel, quatre grandes dimensions de la qualité alimentaire ont été identifiées : la qualité sanitaire, la qualité organoleptique, la qualité de service et la qualité nutritionnelle (Birlouez, 2019). En ce qui concerne les volailles dites « de qualité », la qualité organoleptique est souvent mise en avant par les éleveurs. Par exemple, le Poulet pattes bleues (ou volaille de Bresse), race phare de la CAFO, bénéficie d'une finition aux produits laitiers, conférant ainsi un goût unique à la chair.

a. Des labels locaux qui assurent une visibilité des produits

Dans le but de faire connaître les produits alimentaires issus de la région CVL et de souligner leur qualité historique, la signature régionale[®] Cducentre a été créée. Il s'agit d'une réponse à la demande des consommateurs d'avoir accès à des produits locaux, dont la provenance est facilement identifiable (cducentre.com). En effet, les produits locaux sont appréciés par 89% des consommateurs européens, et reconnus à 84% pour leur qualité (agro-média.fr). Le logo (*Figure 2*) atteste qu'un produit alimentaire est originaire de la région CVL. Des déclinaisons de la signature existent selon 7 « régions naturelles » : la Beauce, le Perche, le Gâtinais, la Sologne, le Berry, la Touraine et le Val de Loire. L'objectif de la signature[®] Cducentre est également d'unifier les acteurs du secteur alimentaire (agriculteurs, transformateurs, restaurateurs etc.) sous une même identité visuelle et de développer ainsi l'économie de la région CVL. Cette signature appuie l'aspect « produit en région Centre-Val de Loire » des aliments portant son logo, notamment avec la silhouette qui rappelle le Château de Chambord dans le Loir-et-Cher. Cela suit une tendance générale à développer des labels régionaux, au même titre que le label « Produit en Bretagne » ou la gamme Ibaïama de charcuterie basque par exemple.

b. Une identité gastronomique à renforcer malgré la bonne appréciation des signes de qualité

Une étude réalisée par Tavoularis et al. en 2007 a mis en lumière l'appréciation de l'aspect gustatif global des volailles Label Rouge par les consommateurs français. L'élevage des volailles en plein air comme indiqué dans le cahier des charges propre au Label Rouge est perçu par les consommateurs comme mettant en valeur la « naturalité » du produit, ce qui les rassure. Dans cette même étude, les volailles Label Rouge sont déclarées « délicieuses et sûres » par les consommateurs français. L'étude révèle également que la mention AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) est encore plus connue auprès des consommateurs français que le Label Rouge. Les produits labellisés AOC et Label Rouge originaires de la région CVL jouissent donc d'une reconnaissance de leur qualité.

2. Le patrimoine peut-il intervenir dans la valorisation de la qualité ? Le spectre de la Géline de Touraine

D'après le Larousse, le patrimoine se définit comme « l'héritage commun d'un groupe ». Dans le cadre de notre étude, le patrimoine se retrouve dans les races de volailles anciennes, ou patrimoniales (comme la Poule noire du Berry par exemple) élevées au même titre que des volailles plus « contemporaines » (comme le Poulet jaune ou le Poulet blanc, couramment élevés par les éleveurs du SVO). Le rôle du projet VOLAILLES est de valoriser la qualité de la filière volaille de la région CVL grâce à des arguments historiques et culturels. Concrètement, cela s'illustre par la potentielle (ré)introduction de races patrimoniales dans les élevages de l'Orléanais. Une tentative de revalorisation de la Géline de Touraine a déjà eu lieu il y a environ quinze ans dans la région CVL.

Nous avons eu l'occasion de nous entretenir avec les partenaires du SYSAAF (SYndicat des Services Avicoles et Aquacoles Français), de l'INRAE, du CRIAVI (Comité Régional Interprofessionnel de l'AViculture) et de la CAFO, au sujet d'une race patrimoniale qu'est la Géline de Touraine. Baptisée la « Dame noire », la Géline de Touraine était surtout élevée au début du XX^e siècle (cducentre.com). Aujourd'hui, on compte une dizaine d'éleveurs tourangeaux. Il y a une quinzaine d'années, un mélange de plusieurs interprofessions dont l'INRAE et le SYSAAF a tenté de relancer l'élevage de Géline de Touraine sous forme de coopérative, voire d'un Label Rouge. Cependant, il s'agissait d'un marché de niche dont les débouchés étaient trop faibles au regard de la production. Et comme seules les femelles étaient commercialisées, ce qui représentait une perte de 50% en termes de coût de production, sachant que le poussin représente 10% de ce coût de production. La tentative de création d'une coopérative élevant la Géline de Touraine a échoué faute de rentabilité pour les éleveurs. En réalité, la Géline de Touraine est particulièrement adaptée aux circuits courts en termes de commercialisation, puisque l'éleveur a toute la mainmise sur les prix de vente. Mais cela implique que l'éleveur doive se fournir lui-même en poussins, trouver les reproducteurs, les couvoirs, etc. Or, comme le marché de la Géline de Touraine est très petit, il n'est pas aisé de trouver tous ces éléments, qui ont un coût élevé du fait de leur spécificité. La vente directe des volailles représente pour les éleveurs un moyen de rémunération valable, mais ce n'est pas l'objectif premier d'une coopérative.

Suite à cet échec, les éleveurs de l'Orléanais affichaient une réticence globale à l'élevage de races de volailles patrimoniales. Une difficulté majeure pour la relance d'une telle race est la difficulté à se procurer des souches d'animaux correspondant aux standards et à en obtenir une rentabilité satisfaisante. Nous supposons donc que le contexte ne semble pas favorable à l'élevage de races patrimoniales en région CVL.

Nous avons vu que la puissance agricole de la région CVL réside dans ses grandes cultures, pour leur productivité et leur quantité exportée chaque année. La viticulture est également un atout de taille comme en attestent certains vins AOP natifs de la région (Chinon, Bourgueil etc.). Même si toutes les formes d'élevage sont présentes en petits effectifs, la région se démarque toutefois par la production de fromages de chèvre AOP ainsi que de volailles IGP.

Mais concernant l'élevage de volailles, il s'agit la plupart du temps d'une activité annexe aux cultures. Dans cette même logique de renforcement de l'identité gastronomique, l'aspect patrimonial dans l'élevage de volailles de l'Orléanais est étudié par le projet VOLAILLES. Cet argument du patrimoine semble avoir porté ses fruits pour le géant de la volaille Loué, mais l'échec de la relance à grande échelle de la Géline de Touraine est encore trop récent pour les éleveurs de la région de l'Orléanais.

La marque Loué s'appuie sur des arguments historiques pour valoriser ses produits. Sa force de frappe est telle que deux des éleveurs sur les quatorze que nous avons interrogé souhaitaient initialement rejoindre Loué. L'effet de concurrence entre la filière de Loué et la filière de l'Orléanais est accentué par le fait que cette première bénéficie d'une marque à son nom. Ce n'est pas le cas pour la filière de l'Orléanais, qui ne bénéficie pas de la même ampleur en termes de communication et de notoriété. C'est pourquoi nous avons choisi d'étudier les moyens de communication des éleveurs de l'Orléanais pour valoriser leurs volailles, en coexistence avec celles de Loué.

Après la présentation de la méthodologie qualitative que nous avons appliquée, nous allons voir comment ceux-ci s'approprient la notion de qualité et quels sont les moyens dont ils disposent pour la valoriser.

Matériel et méthodes

Dans cette partie, nous expliquerons le choix de l'enquête qualitative, l'organisation et le déroulé des entretiens ainsi que la manière dont nous avons exploité les discours recueillis. Nous verrons également comment nous avons procédé pour étudier les moyens de communication des éleveurs de l'Orléanais.

I/Le choix de l'enquête qualitative

La deuxième tâche du projet VOLAILLES relève de l'ITAVI et des sociologues de l'Université de Tours appartenant au CETU (Centre d'Expertise et de Transfert de l'Université) Etics. Cette tâche devrait permettre de mieux cerner les freins et les motivations à l'élevage de races patrimoniales en région CVL. Nous avons fait le choix de raccrocher cette question aux notions de « qualité », de « tradition » d'« identité patrimoniale » et d'« ancrage au territoire ». Ainsi, nous avons voulu analyser les rapports qu'entretiennent les éleveurs avec ces notions. Au cours de cette tâche, nous avons notamment souhaité identifier les manières dont les éleveurs s'appropriaient ces notions dans leurs pratiques quotidiennes et leur manière de commercialiser les volailles.

La démarche de stage consistant en une enquête exploratoire, notre objectif était d'accéder à une diversité de points de vue sur les notions de « qualité », de « tradition », de « patrimoine » et d'« ancrage au territoire ». Nous voulions également relier cette diversité aux différents parcours personnels et professionnels des éleveurs ainsi qu'aux raisons les ayant motivés à se lancer dans la production de volailles de qualité.

Tableau 1 : Récapitulatif des données propres aux éleveurs interrogés

N°entretien	Sexe	Âge	Nombre de bâtiments	SVO	Coopérative	Ancienneté dans la coopérative
1	H	41	6	Oui	Nouri'vrai	15 ans
2	H	51	3	Oui	Nouri'vrai	1 an
3	F	50	2	Oui	Nouri'vrai	1 an
4	H	31	4	Oui	CAFO	< 1 an
5	H	26	3	Oui	CAFO	1 an
6	H	46	4	Oui	CAFO	16 ans
7	H	56	4	Oui	CAFO	18 ans
8	H	55	4	Oui	CAFO	5 ans
9	F	54	1	Oui	CAFO	6 ans
10	H	41	3	Oui	CAFO	2 ans
11	H	50	2	Oui	CAFO	11 ans
12	H	36	3	Oui	Nouri'vrai	5 ans
13	H	23	2	Oui	CAFO	< 1 an
14	H	35	?	Non	Aucune	X

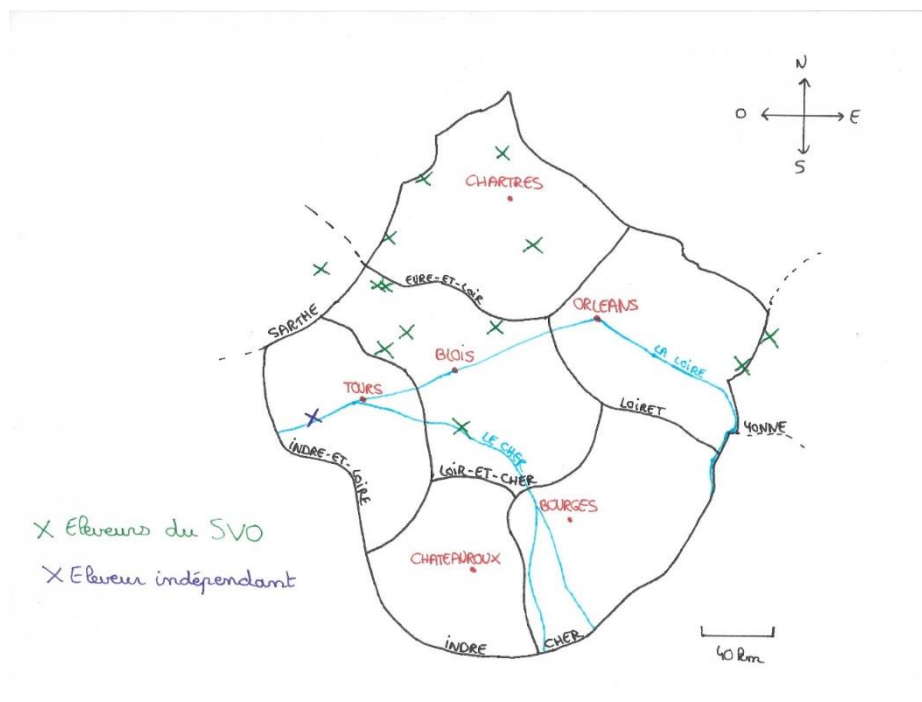


Figure 3 : Schéma de la répartition géographique des entretiens réalisés (Tours – FERRAND -2020)

Pour accéder à ces informations, la méthode choisie est celle de l'entretien semi-directif. Le principe de ces entretiens est d'entretenir une discussion libre et spontanée avec la personne enquêtée, tout en guidant les thématiques abordées grâce à un guide d'entretien construit à partir des hypothèses de travail. Cela incite la personne enquêtée à développer ses propos puisqu'il n'y a pas de réponse prédéfinie aux questions posées. Ces entretiens nous ont permis de tester l'hypothèse sur le partage ou non de la définition de la notion de qualité par les éleveurs du SVO.

II/Constitution de l'échantillon et prise de contact

Afin d'obtenir un échantillon significatif de cette diversité, il était prévu de réaliser une vingtaine d'entretiens auprès d'éleveurs de l'Orléanais. Pour construire notre échantillon, nous sommes passées par l'intermédiaire d'un animateur qualité de la CAFO. Celui-ci nous a fourni une base de données mise à jour en mars 2020, où sont répertoriés tous les adhérents du SVO. Ainsi, nous avons accès aux coordonnées et à la date d'adhésion à l'organisation de producteurs de l'éleveur, ainsi qu'au nombre et à la date de certification des bâtiments. Dans un premier temps, nous avons décidé d'interroger en priorité les éleveurs du SVO, du fait de l'accès facilité à leurs coordonnées. Cependant, nous avons pu interroger un éleveur que nous avons repéré grâce à sa visibilité sur internet.

La base de données fournie étant conséquente (120 adhérents au SVO en mars 2020), nous avons sélectionné les éleveurs sur plusieurs paramètres tels que leur âge, leur ancienneté au SVO, et le nombre de bâtiments (*Tableau 1*). En effet, nous avons supposé que l'âge de l'éleveur avait une influence sur sa perception de la notion de qualité, de même que l'ancienneté au sein de sa coopérative. De même, nous avons supposé que la taille de l'élevage et donc le nombre de bâtiments sur l'exploitation pouvait influencer la perception de cette notion. Notre échantillon comportait quatorze éleveurs de la région CVL et au-delà (*Figure 3*) : douze hommes et deux femmes dont l'âge varie entre vingt-trois et cinquante-six ans. Nous avons commencé par un premier échantillon de dix éleveurs pour tester le guide d'entretien (*Annexe I*). Le premier contact se faisait par mail, dans lequel nous nous présentions et expliquions les raisons pour lesquelles nous allions les contacter par la suite. Environ deux jours plus tard, nous commençons les appels afin de poser un rendez-vous téléphonique à la convenance des éleveurs. Cette procédure était similaire pour les enquêtes en face-à-face, à la différence que nous convenions d'une date de visite au lieu d'un créneau téléphonique. Habituellement, nous appelions ou envoyions un message de rappel du rendez-vous pour les éleveurs la veille de celui-ci.

III/Déroulement et traitement des entretiens

Initialement, nous devions réaliser toutes les enquêtes en face-à-face sur les exploitations, pour aller à la rencontre des éleveurs, faciliter l'établissement d'une relation de confiance nécessaire au bon déroulement des entretiens et éventuellement visiter leur exploitation. A cause du confinement lié à l'épidémie de COVID19, il nous a été impossible d'envisager dans l'immédiat les entretiens en face-à-face. Les premières enquêtes ont donc été réalisées par téléphone. Cependant, après la levée du confinement, il a été possible de rencontrer des éleveurs situés dans un rayon de 100 kilomètres autour de la ville de Tours.

Nous voulions obtenir le maximum de discours concernant le parcours professionnel et personnel des éleveurs, les motivations les ayant conduits à se lancer dans l'élevage de volailles de qualité, leur définition de la notion de qualité, le mode de commercialisation de leurs volailles et enfin leur rapport aux consommateurs. Un entretien débutait généralement par une question très générale : « Pouvez-vous me parler de vous, de votre exploitation ? ». Cette première question avait pour but de détendre l'interlocuteur et de situer dès le départ l'entretien comme une discussion libre. Le déroulement de l'entretien se faisait sous forme d'échange, il s'agissait de rebondir au maximum sur les propos de l'éleveur pour enrichir le dialogue. Les entretiens étaient enregistrés à l'aide d'un dictaphone. Lorsqu'il a été possible de se rendre sur site, une visite des poulaillers a été réalisée soit avant soit après l'entretien. Bien souvent la visite était une opportunité pour poser quelques questions ou approfondir certains sujets.

Les entretiens étaient ensuite retranscrits, de manière intégrale (*Annexe II*) ou synthétique (*Annexe III*). A partir des retranscriptions, une grille d'analyse (*Annexe IV*) a été construite de manière à faciliter l'analyse du discours, en partageant celui-ci en plusieurs thématiques : motivations, définition de la notion de qualité, perception de l'avenir de la filière volailles de qualité etc.

Lorsque nous avons réalisé les quatorze entretiens, nous disposions d'un peu plus de cinq heures d'enregistrement, les premiers entretiens étant bien plus brefs que les derniers. Nous avons donc dû faire des choix quant aux axes d'analyses des entretiens. En l'occurrence, nous avons décidé de nous intéresser particulièrement à la définition de la notion de qualité pour les éleveurs. En effet notre objectif était d'identifier les leviers et les motivations associés à la notion de qualité. Etant donné la place centrale des éleveurs dans une filière avicole de qualité, nous avons jugé particulièrement important de savoir ce que la qualité représente pour eux. Nous voulions également savoir s'il existait une relation entre la définition de la notion de qualité et le parcours personnel de l'éleveur, son ancienneté au sein du SVO ou encore sa relation aux consommateurs.

Afin de comprendre le positionnement des éleveurs par rapport à la notion de qualité, nous avons analysé les termes employés. Nous relevions par exemple la présence ou non de pronoms personnels, impliquant directement l'interlocuteur, comme « je » ou « moi », ou bien impersonnels comme « on » indifférencié, « eux » ou encore « ils », marquant une forme de distance avec les propos tenus. Nous analysions également le vocabulaire en reprenant les mots prononcés tels quels, les verbatims. Par exemple, « plein air » ou « dehors » renvoient tous deux à un accès à l'extérieur possible mais le premier terme est celui employé dans le cahier des charges tandis que le deuxième est plus trivial. Ce vocabulaire pouvait indiquer un discours « emprunté » impersonnel comme par exemple celui employé dans le cahier des charges, ou bien spontané et donc plus personnel.

De manière indirecte, les entretiens avec les éleveurs nous ont permis d'évaluer leur relation avec la notion de patrimoine et de tradition. En effet, en les interrogeant sur leur parcours personnel et professionnel, nous avons pu voir si le mode d'entrée dans le milieu de l'élevage résultait d'une transmission familiale, avec un savoir-faire qui allait avec, ou bien d'une découverte de l'activité d'élevage.

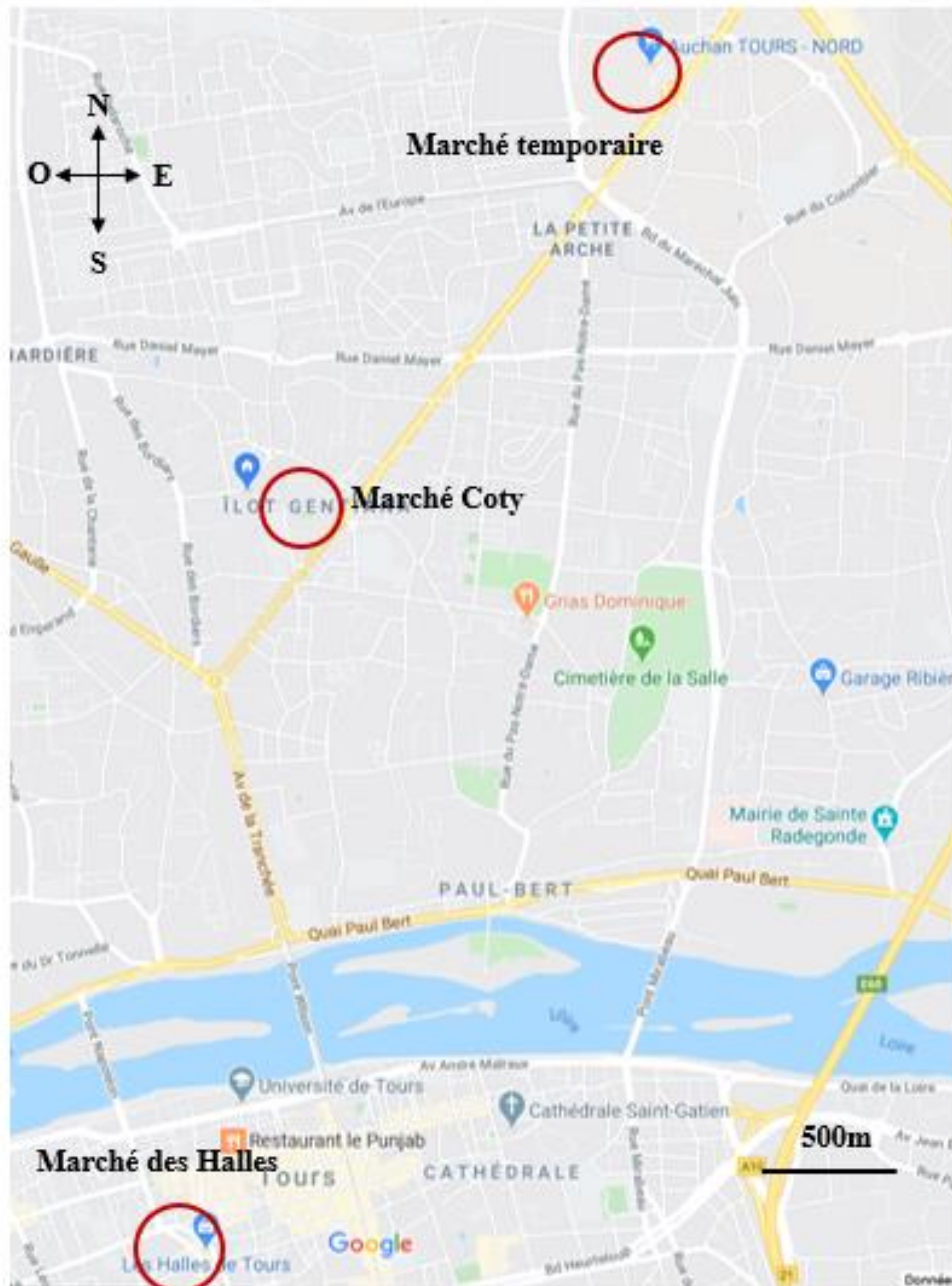


Figure 4 : Localisation des marchés où ont été réalisées les observations (Tours – FERRAND -2020)

IV/ Etude de la valorisation des volailles de qualité

Les observations qui seront présentées à la suite nous ont permis de tester le positionnement des éleveurs de l'Orléanais vis-à-vis de la notion de territoire. En effet, nous avons voulu vérifier si l'argument de l'ancrage au territoire était employé pour valoriser les volailles de l'Orléanais dans un but commercial.

1. Observations chez les commerçants

Pour compléter cette étude, nous avons eu l'idée d'observer des étalages de volaillers sur les marchés. En effet, nous voulions observer in situ la mise en valeur des volailles de qualité dans un but commercial. Pour cela nous avons observé comment étaient présentées les volailles des étalages et quelles informations (origine, animal etc.) étaient mises à disposition du client. Pour cette partie, nous nous sommes rendues sur plusieurs marchés tourangeaux : le marché des Halles, le marché Coty ainsi que le marché temporaire de la Petite Arche (*Figure 4*). Le marché des Halles est situé en plein centre-ville et attire une clientèle aisée, voire bourgeoise. Le marché Coty est situé au nord de la ville, dans un quartier plus populaire. Le marché temporaire était situé sur le parking du centre commercial de la Petite Arche, tout au nord de Tours juste devant l'entrée du magasin Auchan. Celui-ci a été mis en place lors de la période de confinement, pour que les producteurs locaux puissent continuer à vendre leurs productions. A la fin du confinement, ce petit marché a perduré mais le volailler a repris ses marchés initiaux. Nous avons pu prendre quelques photos lorsque cela était possible et même échanger avec un volailler des Halles.

Nous avons porté attention à la présentation des volailles dans la vitrine (présence d'étiquettes, d'emballage, disposition dans l'espace etc.). Nous avons également observé la disposition du corps de la volaille, en particulier celles des pattes et de la tête qui permettent de mieux pouvoir identifier l'animal, en se basant sur la couleur des pattes par exemple. Enfin nous cherchions à savoir si des indications d'origine étaient clairement visibles. En discutant avec quelques volaillers sur leur temps de travail ou bien lors d'achats, il était possible de déterminer quelles relations entretenait un commerçant avec sa clientèle (présence d'habitues, réservations, conseils donnés, paroles échangées etc.) et comment celui-ci valorisait et conseillait sur ses produits.

2. Observations sur internet et sur des réseaux sociaux

Nous avons également porté notre attention sur les moyens numériques utilisés pour valoriser la qualité des volailles. Ainsi, nous voulions observer les arguments utilisés pour la vente ou comment pouvait se présenter la relation entre l'éleveur et les consommateurs. Pour ce faire nous avons analysé la communication réalisée sur le site internet « Des poules et des vignes » ainsi que sur le blog et le compte Instagram qui y sont associés. Nous avons également regardé la page Facebook de ce même élevage ainsi que celle d'un autre élevage qui a créé sa page très récemment.

En ce qui concerne les analyses du site internet et du blog, nous avons porté notre attention sur les arguments avancés pour valoriser les produits. En particulier sur le site internet qui a une vocation commerciale, où nous avons observé la structure du site internet, ainsi que sa

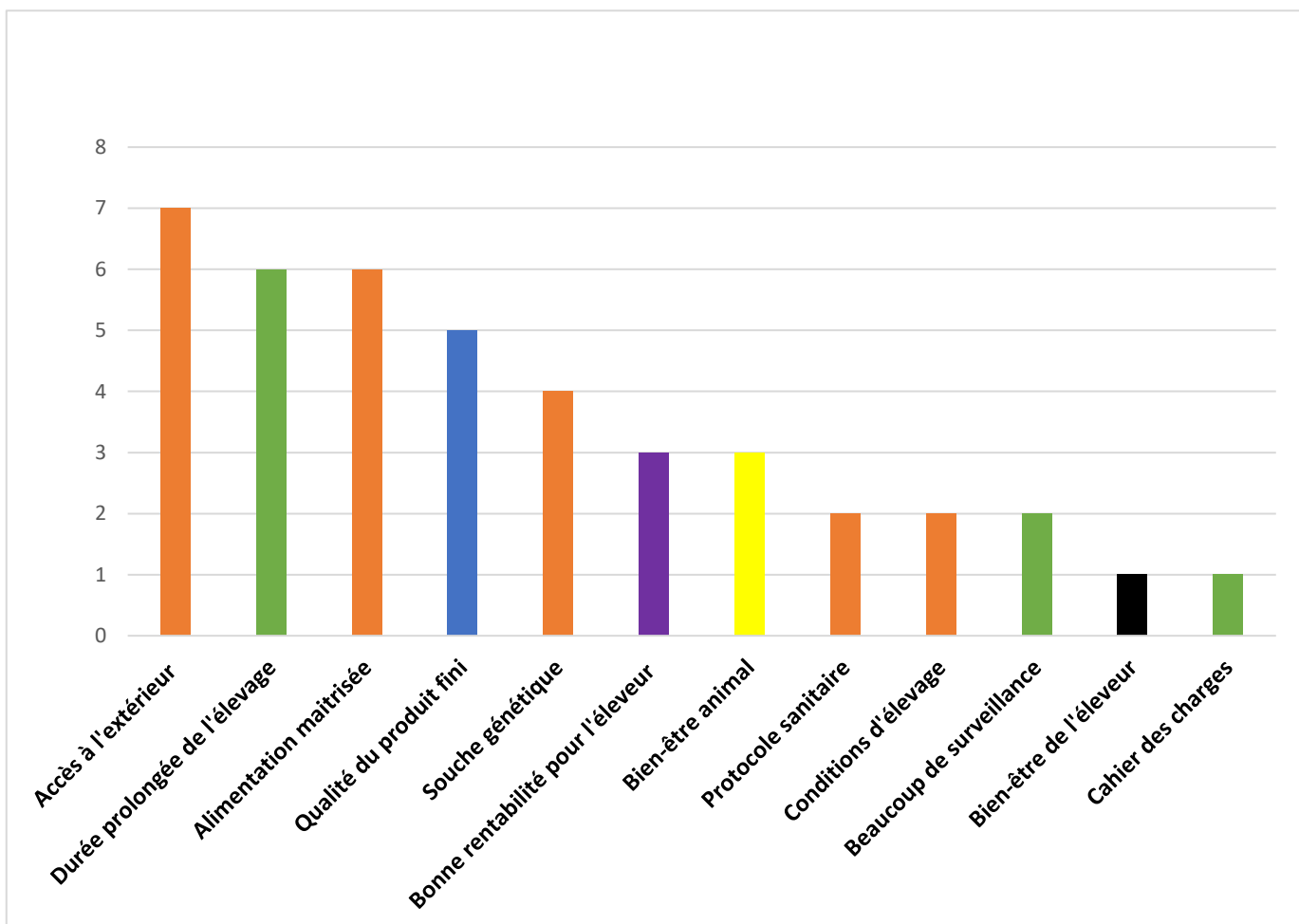


Figure 5 : Fréquence d'apparition des éléments définissant la notion de qualité pour les éleveurs interrogés (les couleurs des barres correspondent aux catégories de la Figure 6)

facilité d'accès et de prise en main par les utilisateurs. Le blog fait davantage office de « journal de bord » accessible à des personnes extérieures au milieu de l'élevage. Nous y avons observé la nature et la fréquence des publications.

Sur la page Facebook, nous pouvions voir le nombre de personnes ayant accès à son contenu, les « fans », et la fréquence à laquelle celle-ci était alimentée. Au même titre que le blog, la page Facebook sert surtout d'interface entre l'éleveur et les consommateurs inscrits dans cette communauté d'utilisateurs de ce réseau social. Nous avons observé le type de contenu publié sur la page (photos, publications etc.). De la même manière, pour le compte Instagram dédié à l'exploitation, nous avons accès au nombre d'abonnés au compte, c'est-à-dire le nombre de personnes qui ont un accès rapide aux publications depuis leur fil d'actualité d'Instagram. Les photos du compte sont visibles même pour des utilisateurs qui n'y sont pas abonnés, elles nous étaient donc accessibles.

Résultats et discussion

Dans cette partie, nous présenterons l'analyse des entretiens que nous avons effectuée ainsi que les premières typologies d'éleveurs que nous avons établies. Nous rendrons compte également de nos observations sur les marchés et sur internet.

I/Analyse des entretiens : comment les éleveurs s'approprient la notion de qualité ?

Pour analyser les entretiens, nous avons porté notre attention sur les termes et les pronoms employés tout au long du discours. A partir de la définition de la notion de qualité donnée par les éleveurs, et toujours en prêtant attention au vocabulaire employé, nous avons pu définir des ébauches de typologies d'éleveurs.

1. Les éléments de définition les plus récurrents concernent surtout les moyens matériels

La question posée à l'éleveur « Pour vous, c'est quoi la qualité d'une volaille ? » survenait généralement au milieu de l'entretien. Les éléments de définition les plus récurrents sont les suivants. Les verbatims sont présentés en italique, et à côté de chaque élément de définition apparaît la fréquence d'apparition d'un verbatim se rapportant à cet élément dans l'ensemble des quatorze éleveurs interrogés :

- L'accès à l'extérieur (7/14) : « *le parcours* », « *dehors* », « *le plein air* » ;
- La durée prolongée de l'élevage, sous-entendu plus longue qu'en élevage standard (6/14) : « *durée de l'élevage* », « *81 jours* », « *100 jours* », « *durée de vie* », « *cycle* », « *un certain temps* » ;
- La maîtrise de l'alimentation (6/14) : « *ils mangent des petits gravillons, de l'herbe...* », « *sans OGM [...] sans antibiotique* », « *à base de céréales et pas de sous-produits ou [...] De trucs qu'on sait pas trop d'où ça vient quoi* »
- La souche génétique (4/14) : « *la souche en label elle est plus rustique [...] des croissances assez lentes par rapport au standard où c'est de la croissance rapide* ».

L'ensemble des éléments de définition recueillis est présenté dans la *Figure 5*. En réalité, le terme « Qualité du produit fini » regroupe plusieurs verbatims individuels : « la qualité de la

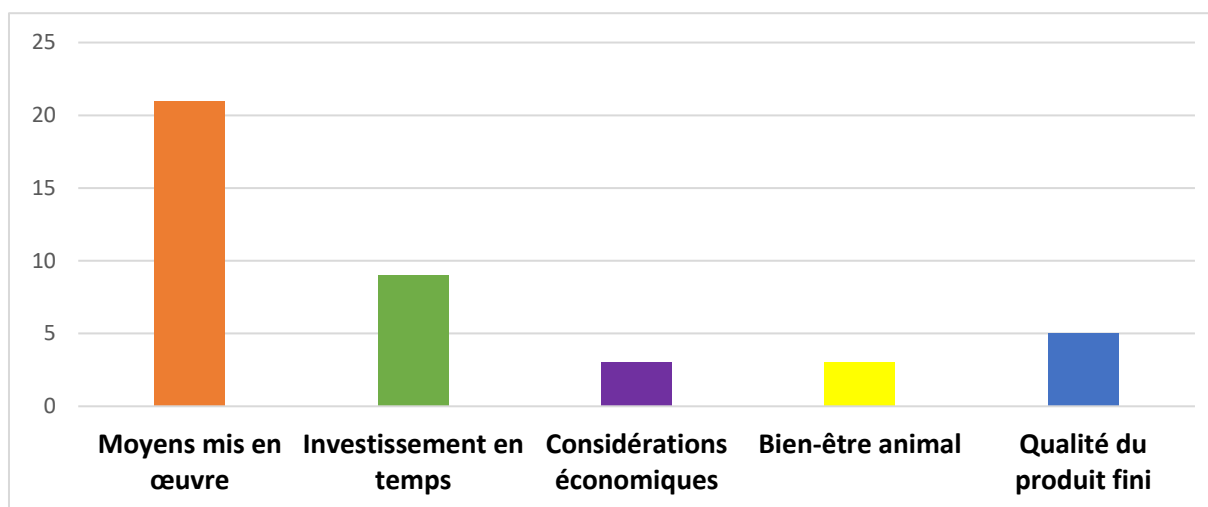


Figure 6 : Fréquence d'apparition des catégories de termes définissant la notion de qualité pour les éleveurs interrogés

viande », « la fermeté de la viande », « la taille de l'animal » et « goût de la viande » qui a été cité deux fois. Par souci de lisibilité, nous avons décidé de regrouper ces verbatims sous le terme « Qualité du produit fini ». Nous pouvons également remarquer que le cahier des charges n'est cité qu'une seule fois en tout. S'il avait été cité davantage, nous aurions pu interpréter cela comme une contrainte pour les éleveurs.

Dans le but de clarifier les éléments les plus importants pour les éleveurs en termes de qualité, nous avons regroupé les termes employés en des catégories encore plus générales, présentées dans la *Figure 6*. Il ne reste alors que cinq catégories qui seront présentées par ordre de priorité pour les éleveurs :

- Les moyens mis en œuvre pour effectuer une production de qualité : ce sont tous les aspects matériels de l'élevage des volailles, qui selon les éleveurs du SVO garantissent une qualité du produit fini ;
- L'investissement en temps : c'est l'investissement des éleveurs sur toute la durée d'élevage des animaux, qui est plus longue qu'en production standard. Il s'agit également d'un investissement en termes de main d'œuvre, de travail accompli. Cette notion de temporalité est intrinsèquement liée au cahier des charges propre au Label Rouge ;
- La qualité du produit fini : comme expliqué précédemment, c'est l'ensemble des éléments qui se rapportent au produit fini, c'est-à-dire à l'animal prêt à être consommé ;
- Les considérations économiques : c'est une bonne rentabilité pour l'éleveur qui investit du temps et des moyens ;
- Le bien-être animal : c'est l'évocation du bien-être animal dans un cadre réglementaire et le respect de l'animal en lui offrant des conditions de vie adéquates.

Ainsi, nous voyons que pour les éleveurs du SVO, la notion de qualité n'est pas associée spontanément aux termes de « tradition », « patrimoine » ou « ancrage au territoire ». Nous pouvons aussi constater que les éleveurs du SVO définissent surtout la qualité comme *un ensemble de moyens* mis en œuvre pour atteindre cette qualité, plutôt que comme un résultat, qui est la volaille prête à consommer. Nous pouvons en déduire que pour les éleveurs du SVO, si des moyens matériels sont mis en œuvre pour atteindre cette qualité, cela se répercute nécessairement de manière positive sur la qualité de la volaille prête à consommer.

Nous pouvons également voir que plusieurs manières de percevoir la qualité par les éleveurs se dessinent.

2. La qualité chez les éleveurs de la CAFO, et son opposé

a. *La maîtrise, l'autonomie et la fierté sont des notions essentielles pour les éleveurs interrogés*

Au vu des définitions de la qualité que donnent les éleveurs interrogés, nous avons pu dégager trois points communs qui leur semblent indispensables pour produire de la qualité :

- La maîtrise de leur production : c'est le fait d'être compétent et de faire les bons choix pour la gestion de son élevage. Cela se traduit par des discours comme « *je voulais faire du label* », « *j'ai jamais mis d'antibios aux poulets moi* » ;

- L'autonomie : c'est avoir une marge de manœuvre suffisante pour mettre en œuvre ses compétences et prendre ses propres décisions. C'est une notion que les éleveurs définissent le plus souvent par l'opposition, comme par exemple « *On veut pas développer plus car sinon on va être esclave de notre travail* » ;
- La fierté : c'est autant la fierté de bien faire son travail (faire les choses dans les règles de l'art), que du travail bien fait (produire une volaille conforme aux attentes). Le terme de « fierté » a été prononcé tel quel par trois éleveurs. Bien souvent, l'élevage est une implication familiale et les éleveurs ressentent de la fierté à exercer une profession en accord avec leurs valeurs et qui demande autant d'investissement personnel : « *On est fiers d'être éleveurs voilà, et de faire de la volaille de qualité* ».

b. Identification de catégories repoussoir

Nous définissons une catégorie repoussoir par « ce que je ne veux surtout pas être ». Ici, nous avons identifié deux catégories de ce type : le modèle de l'élevage industriel et l'élevage qui dépasse la taille humaine.

b.1. Le modèle de l'élevage industriel

Pour les éleveurs interrogés, l'opposition au modèle de l'élevage industriel se marque clairement : « *j'aurais jamais voulu faire de l'industriel* », « *jamais je ferai de l'industriel, c'est pas mon truc* ». Pour eux, ce modèle renvoie à une grande densité d'animaux dans un espace restreint, avec impossibilité pour les animaux d'avoir accès à l'extérieur. En outre, c'est une totale opposition à leur système d'élevage sur le plan matériel. D'autant plus que l'alimentation des poulets en élevage industriel est perçue comme d'origine douteuse « *de trucs qu'on sait pas trop d'où ça vient* », « *au moins [chez nous] on sait ce qu'on donne et on sait ce qu'on mange* ». De manière générale, l'élevage industriel est perçu comme manquant de transparence, avec de mauvaises conditions de vie pour les animaux et donc de mauvaises conditions de travail pour l'éleveur.

Dans ces conditions, il n'apparaît pas possible d'être fier de son travail. A titre anecdotique, un éleveur du SVO a déclaré vendre ses poulets prêts à consommer à un voisin éleveur industriel. Ce dernier disait de ne pas avoir envie de consommer ses propres volailles...

b.2. L'élevage qui dépasse la taille humaine

Ce type d'élevage ne fait pas forcément référence à un élevage industriel, mais plutôt à un élevage où trop d'investissements ont été faits par rapport à la main d'œuvre disponible. Un éleveur a déclaré en ce sens qu'une cause plausible de l'échec d'un élevage est le surinvestissement ou le suréquipement. Dans ce modèle d'élevage, c'est la perte de l'autonomie et de la maîtrise qui est rédhibitoire : « *On veut pas développer plus car sinon on va être esclave de notre travail* ».

3. Typologie des manières de penser la qualité chez les éleveurs du SVO

Les éleveurs du SVO ont décidé d'adhérer à une coopérative, et de partager un même cahier des charges. Mais tous ne s'approprient pas la notion de qualité de la même manière.

Afin d'avoir une idée des différents profils d'élèveurs qu'il peut y avoir au sein du SVO, nous avons décidé de partir des définitions de la qualité données par ceux-ci. En analysant les pronoms et le vocabulaire employés par les éleveurs dans la définition de la qualité, nous avons identifié trois manières de définir la qualité : la qualité perçue à travers un cahier des charges, la qualité en tant que résultat de la mobilisation des compétences de l'éleveur et la qualité comme réponse aux attentes des consommateurs.

a. La qualité, c'est le cahier des charges

Ce premier profil s'illustre par des éleveurs donnant une définition très calquée sur le cahier des charges :

- « *Ah la volaille, c'est le bien-être animal surtout. C'est...beaucoup de surveillance, c'est...je sais pas, c'est le plein air, c'est plein de trucs comme ça* » ;
- « *La durée de l'élevage, les conditions d'élevage, le parcours plein air...voilà. [...] Et puis la durée de l'élevage, l'alimentation...enfin la durée de l'élevage qui va avec le Label Rouge* ».

Ces définitions se caractérisent d'abord par une absence de pronoms personnels, hormis le « je sais pas » qui marque l'hésitation. Les termes employés sont très impersonnels et font appel à des concepts officiels ou génériques : le bien-être animal, le plein air, la durée de l'élevage, les conditions d'élevage, l'alimentation. Nous pouvons voir que ce vocabulaire est issu d'une référence au cahier des charges plutôt qu'à un discours personnel de l'éleveur. Généralement, les éleveurs qui donnent ce genre de définition sont arrivés très récemment au SVO, ce qui laisse à penser qu'ils n'ont pas encore eu le temps de s'approprier la notion de qualité et que se référer au cahier des charges comme gage de qualité les rassure.

b. La qualité, c'est le résultat de la mobilisation des compétences

Ce deuxième profil s'illustre par des éleveurs qui ont toujours le cahier des charges propre au Label Rouge comme référence, mais qui s'impliquent personnellement dans leur discours :

- « *D'ailleurs ça fait quelques années...j'ai jamais mis d'antibios aux poulets moi. S'il y a un problème avant d'en mettre on fait ce qu'on peut pour pas...on essaie des alternatives [...]* » ;
- « *[...] au moins on sait ce qu'on donne et on sait ce qu'on mange aussi. [...] au moins on sait comment ils sont élevés, on sait comment ils sont traités* ».

Ici, nous retrouvons des pronoms personnels : « je » ou « on » qui fait référence au groupe auquel appartient l'éleveur. Leur emploi révèle une implication personnelle dans la définition de la qualité et une forme d'appropriation de cet enjeu par les éleveurs. Il y a une notion d'adhésion, d'appartenance à un groupe avec les mêmes compétences et les mêmes intérêts. Les éleveurs qui se situent dans cette catégorie prennent des initiatives personnelles, font des choix raisonnés et argumentés. Ces éleveurs ont en général fait des études agricoles, appartiennent au SVO depuis cinq ans ou plus et pratiquent la vente directe. Ils accordent beaucoup d'importance à l'autonomie dans le travail qui leur laisse suffisamment de marge de manœuvre pour pouvoir appliquer leur savoir-faire. Avoir de l'autonomie dans le travail



Figure 7 : Etalage de volailles au marché des Halles de Tours (FERRAND – 2020)

implique que le cahier des charges ne soit pas source de contraintes trop importantes et que l'exploitation soit de taille raisonnable, pour ne pas être débordé par la charge de travail.

c. La qualité, c'est la réponse aux attentes des consommateurs

Ce troisième profil s'illustre par des éleveurs qui projettent leur définition de la qualité sur celle des consommateurs de leurs produits :

- « *Les amateurs recherchent de beaux animaux. Les éleveurs recherchent une chair de qualité* » ;
- « *C'est une volaille qui va dehors, qui...qui met un certain temps à pousser. C'est pas du...et puis...faut que la viande et l'os, faut que ça soit bien fini. Ça c'est du poulet sinon c'est pas du poulet [...] le fait qu'ils vont dehors, moi ça me va* ».

Cette catégorie de profil ne regroupe que ces deux éleveurs cités. L'un est éleveur indépendant et l'autre est membre du SVO. Ces deux éleveurs pratiquent la vente directe. C'est d'ailleurs le seul mode de commercialisation de l'éleveur indépendant et le deuxième éleveur cherche à atteindre les 20% d'animaux vendus en vente directe permis par son organisation de production. Ils sont également séduits par le modèle de l'élevage familial, telles les poules autrefois élevées dans la cour de la maison.

Bien souvent les éleveurs ne rentrent pas dans une seule catégorie, ou bien ils peuvent changer de manière de percevoir la qualité au cours de leurs parcours, en fonction des expériences vécues.

Nous avons vu que la qualité regroupait surtout des moyens matériels pour les éleveurs du SVO, sans toutefois tomber dans l'excès d'investissement qui serait contre-productif. Voyons maintenant comment cette qualité est mise en valeur dans un but commercial.

II/Analyse des observations réalisées sur les marchés et sur internet : les consommateurs peuvent se rassurer eux-mêmes sur la qualité des volailles

Nous avons vu dans la partie précédente que l'ancrage au territoire n'était pas porté par les éleveurs du SVO. Ceux-ci vendent essentiellement leurs volailles aux abattoirs : six parmi les quatorze éleveurs interrogés vendent tout ou partie de leurs volailles en vente directe. De plus, les éleveurs n'ont pas d'idée précise des débouchés des volailles vendues à l'abattoir, sauf évidemment pour la part de volailles qu'ils récupèrent éventuellement pour les vendre eux-mêmes. Nous allons voir maintenant les moyens de valoriser la qualité des volailles de l'Orléanais, sur les marchés ou sur internet.

1. La valorisation des volailles commercialisées ne porte pas sur l'ancrage au territoire

Un premier constat est que dans l'ensemble des étalages que nous avons observé, il n'est pas indiqué de manière claire sur l'étiquette la provenance de la volaille (*Figure 7*). Seule une petite indication géographique peut être présentée. Nous pouvons lire par exemple « Poulet de Challans » ou « Poulet jaune des Landes », mais sans manière de savoir explicitement dans quelle commune se situe l'élevage par exemple. Cependant, les rubans aux couleurs du drapeau



Figure 8 : Etalage de volailles au marché Coty de Tours (FERRAND – 2020)



Figure 9 : Stand d'un éleveur local au marché des Halles de Tours (FERRAND – 2020)

Gournay (poule) 28,00 €	Lapin Gris de Touraine 24,00 €	Lapin fauve de Bourgogne 24,00 €	Coucou de Rennes (poule) 26,00 €
Coucou de Rennes (coq) 36,00 €	Canette 18,00 €	Gauloise blanche 28,00 €	Câtinaise 28,00 €
Charolaise 28,00 €	Poule de Houdan 20,00 €		

Figure 10 : Capture d'écran du site internet « Des poules et des vignes », catégorie Produits frais

français induisent forcément une notion de proximité dans l'esprit du consommateur, ou du moins une certitude que la volaille n'a pas été importée.

Dans le même ordre d'idée, sur le marché Coty (*Figure 8*), la présentation des volailles est elle aussi exempte de quelconque mention géographique. Seule la mention « Agriculture biologique » est ici bien mise en avant.

Malheureusement il n'a pas été possible d'obtenir de photos du volailler présent sur le marché temporaire d'Auchan Tours nord. Les volailles étaient présentées entièrement nues, sans aucune étiquette indiquant même la race de l'animal.

2. Le commerçant a un rôle de prescripteur

Les stands des éleveurs qui vendent eux-mêmes leurs volailles ont des étalages souvent plus petits que ceux des artisans volaillers. Le nom et la localisation de l'élevage apparaissent clairement sur le stand (*Figure 9*). Les volailles sont généralement nues et dépourvues d'un quelconque emballage, mais l'éleveur qui vend et donc qui connaît sa marchandise fait le lien de confiance avec les consommateurs.

Dans ce cas, c'est la relation humaine qui remplace l'étiquette ou l'emballage pour certifier la qualité. En effet, un client peut tout à fait satisfaire sa curiosité ou demander des conseils en posant directement ses questions à l'éleveur présent. De plus, le marché est un lieu d'échange par excellence, où il est possible de rencontrer régulièrement les mêmes commerçants. Ce sont des conditions propices à l'élaboration d'une relation de confiance entre un éleveur et les consommateurs.

3. La communication via internet ou les réseaux sociaux répond à un enjeu de proximité entre l'éleveur et les consommateurs

Les éleveurs appartenant à une coopérative commercialisent tout ou partie de leurs volailles aux abattoirs. Parmi ceux que nous avons interrogés, aucun ne possède de site internet pour le commerce de leurs volailles s'ils ne font pas de vente directe. Dans notre échantillon, quatre éleveurs emploient Facebook pour vendre leurs volailles, dont deux qui tiennent une page eux-mêmes. Les deux autres délèguent à leur épouse ou leur fils. Un éleveur que nous avons interrogé dispose d'un site internet, d'un compte Instagram et d'un blog qui seront présentés par la suite.

a. Le site internet met en valeur les animaux pour la vente

Sur le site internet « Des poules et des vignes », il est possible de trouver une présentation de l'exploitation, les animaux disponibles à la vente (*Figure 10*), des idées de recettes ainsi que des produits transformés proposés à la vente. Il est possible d'avoir accès à une brève description de l'animal ou du produit en cliquant sur l'un d'entre eux. Sur la *Figure 10*, les couleurs noires et blanches donnent une impression de vieille photo, accentuant l'aspect patrimonial des races de volailles. De même, les lapins présentés sur paille ou les poules dans les bras de l'éleveur font référence à un élevage où la dimension humaine est très présente, comme dans la représentation classique de la basse-cour. L'objectif du site internet est de mettre en valeur les animaux dans un but commercial, tout en soulignant la relation entre l'éleveur et

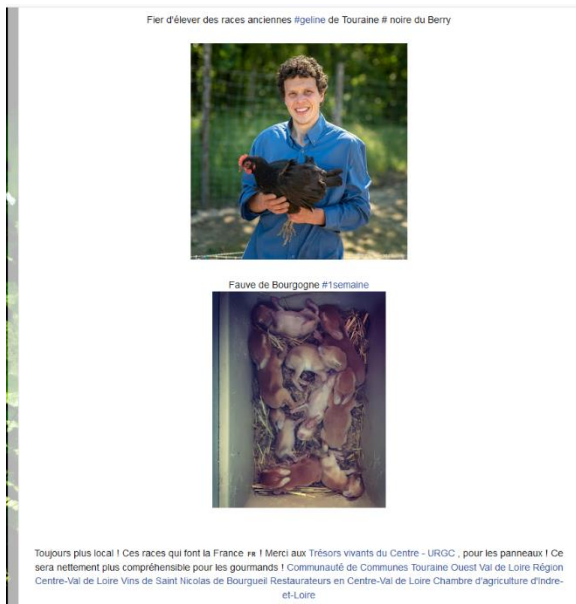


Figure 11 : Capture d'écran du blog « Des poules et des vignes » - publication du 5 juillet 2020

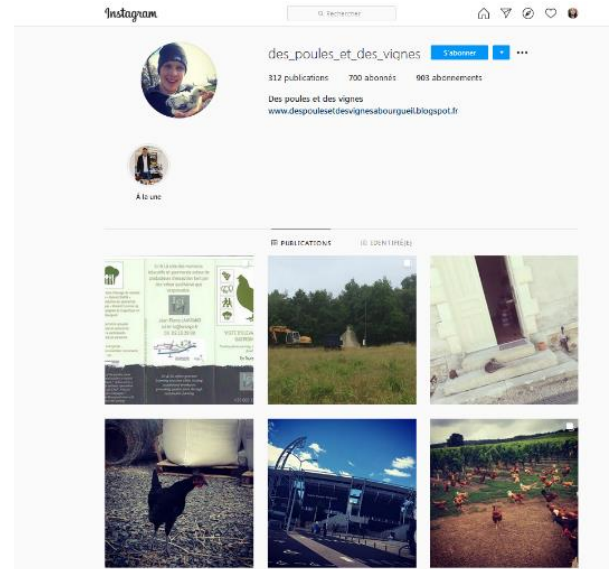


Figure 12 : Capture d'écran du compte Instagram « Des poules et des vignes »



Figure 13 : Capture d'écran de la page Facebook « Des poules et des vignes à Bourgueil » - publication du 17 juillet 2020



Figure 14 : Capture d'écran de la page Facebook « La Garenne » - publication du 5 juin 2020

ses animaux. D'autres moyens sont mis en œuvre pour partager avec les consommateurs le quotidien de l'élevage.

b. Le blog, le compte Instagram et la page Facebook montrent la dimension humaine de l'élevage en décrivant le quotidien

Sur le blog « Des poules et des vignes à Bourgueil », les publications sont plutôt orientées sur les événements concernant l'exploitation. La dernière en date (au moment de la rédaction de ce mémoire) annonce l'ouverture d'un circuit de visite de l'élevage suivi d'une balade en forêt et/ou d'un pique-nique gourmand. Plus généralement, le blog met en avant les animaux vivants au quotidien, comme des animaux nouveau-nés, ou dans leur parcours. Nous pouvons supposer que le choix de photos attendrissantes où l'éleveur porte une poule dans ses bras comme un animal de compagnie (*Figure 11*) suscite la curiosité et confirme le lien éleveur-animal. De même, la photo des lapereaux nouveau-nés peut induire un sentiment de confiance, car elle suggère que l'éleveur prend soin de ses animaux, dès leur naissance. Peut-être que ces mises en scène de l'éleveur et de son élevage servent à rendre l'activité d'élevage plus accessible aux personnes qui ne sont pas issues du milieu agricole.

Le compte Instagram « Des poules et des vignes » est alimenté aussi régulièrement que le blog (*Figure 12*). Parmi les abonnés se trouvent beaucoup de particuliers et quelques entreprises comme des restaurateurs par exemple. Le contenu est sensiblement le même que sur le blog, sans les articles rédigés. En effet, un des intérêts d'Instagram est de communiquer essentiellement via des photos.

Sur la page Facebook « Des poules et des vignes à Bourgueil », on retrouve davantage des actualités liées à l'exploitation (*Figure 13*), des articles de presse et des photos d'animaux dans un but d'exposition et non plus de commercialisation.

Une autre page beaucoup plus récente est celle de « La Garenne » et appartient à un éleveur du SVO ayant été enquêté au mois de mars. Dans le même ordre d'idée que la page « Des poules et des vignes à Bourgueil », le contenu publié sur la page de « La Garenne » concerne surtout les actualités de l'exploitation. Parmi les dernières publications, les travaux de la future boutique à la ferme et la visite récente du sous-préfet de Serazereux (28). Cependant la page Facebook de « La Garenne » est aussi consacrée à la commercialisation des volailles (*Figure 14*). Lors de l'entretien, l'éleveur avait déclaré espérer établir des liens avec ses consommateurs majoritairement grâce à cette page Facebook. Etant donné les deux commentaires positifs visibles sur la *Figure 14*, nous pouvons supposer que celui-ci est sur la bonne voie.

L'instauration d'un lien de confiance entre l'éleveur qui commercialise lui-même ses produits et les consommateurs de ses volailles profite à ces deux parties. D'un côté le consommateur est incité à se rapprocher du monde de l'élevage par une immersion via les réseaux sociaux. De l'autre côté, celui de l'éleveur, la fidélité de sa clientèle illustre la qualité de son travail.

c. Conclusion des résultats

Le projet VOLAILLES fait l'hypothèse que les arguments avancés aux consommateurs tels que le « patrimoine », la « tradition » ou l'« ancrage au territoire » peuvent être efficaces car ces derniers sont en demande de produits locaux élaborés selon un savoir-faire authentique. Cela renvoie à un produit alimentaire loin des standards industriels de production, qui privilégieraient la quantité produite à la qualité intrinsèque des produits.

Mais ces trois termes « patrimoine », « tradition » et « ancrage au territoire » ne sont jamais énoncés spontanément par les éleveurs que nous avons interrogés.

Dans le contexte de notre étude, ces trois mêmes termes ne sont pas employés pour valoriser les volailles de l'Orléanais. Sur les marchés, il n'y a pas d'indication précise quant à l'élevage d'origine des volailles. Cependant pour les éleveurs indépendants, ces notions peuvent être une stratégie pour communiquer et valoriser ainsi leurs produits, puisqu'ils doivent assurer eux-mêmes la commercialisation sans bénéficier de l'appui d'une coopérative. Pour valoriser la qualité des volailles dans le commerce, c'est finalement la relation humaine qui semble le plus efficace. Pour créer et développer cette relation entre le consommateur et l'éleveur, internet peut s'avérer très utiles même si les catégories de personnes ciblées sont bien spécifiques. En effet, les réseaux sociaux tels que Facebook ou Instagram sont surtout employés par de jeunes utilisateurs, les personnes âgées étant rarement concernées par l'emploi de ces médias.

En ce qui concerne l'élevage de races patrimoniales ou anciennes, qui est envisagé comme piste de développement de la filière de qualité par le projet VOLAILLES, ce n'est pas non plus une priorité pour les éleveurs du SVO. Plus généralement, il est compréhensible que les éleveurs ne veuillent pas prendre le risque d'élever des races patrimoniales sachant que bien souvent, l'atelier volaille dans une exploitation est une annexe aux cultures en région CVL. Comme nous l'avons vu, il y a un véritable risque économique à élever des races patrimoniales, surtout si cet élevage n'est lui-même qu'un complément de production. Mais dans le cas de notre éleveur indépendant « Des Poules et des vignes », l'élevage de plusieurs races patrimoniales est une stratégie pour se démarquer. Il partage donc l'objectif du projet VOLAILLES concernant l'intérêt d'une mise en avant du patrimoine. Cependant il avait affirmé lui-même qu'élever ces seules races est difficilement rentable, c'est la raison pour laquelle il élève d'autres animaux plus classiques comme des lapins ou des canards. Mais sa stratégie réside surtout dans le fait qu'il commercialise lui-même ses produits.

III/Limites et perspectives

1. Des profils à confirmer et des pistes à approfondir

Le travail effectué durant ce stage n'est encore qu'une phase exploratoire du projet VOLAILLES. L'échantillon d'éleveurs interrogés étant assez faible pour l'instant, il n'est possible de dégager que des ébauches de résultats. Par la suite, il serait intéressant d'interroger des éleveurs de la coopérative Force Centre, qui appartient également au SVO. En effet, notre échantillon ne comportait pas d'éleveurs de cette coopérative, qui est minoritaire en termes de nombres de bâtiments du SVO (un peu moins de 2% du total des bâtiments). Effectuer davantage d'entretiens dans l'Indre ou le Cher voire même dans les départements n'appartenant

pas à la région CVL permettrait également de mettre en évidence ou non un effet de localisation départementale dans les discours des éleveurs. Toutefois, au vu de ces quatorze premiers entretiens, nous avons identifié plusieurs pistes à approfondir pour la suite du projet.

En premier lieu, la question du rapport au « local » des éleveurs n'a pas été suffisamment traitée et/ou approfondie dans les entretiens réalisés. Comme cette notion est appréciée par les consommateurs européens (agro-média.fr), il serait intéressant à l'avenir de connaître l'opinion des éleveurs. Ceux-ci sont des acteurs clés de la consommation « locale », en tant que fournisseurs de produits alimentaires à destination de ces consommateurs.

Des enquêtes auprès des restaurateurs pourraient être réalisées. Le rôle des restaurateurs a également son importance en tant que promoteurs de la qualité de leurs produits et instaurateurs d'un lien de confiance au même titre que les commerçants. De plus, nous avons identifié plusieurs restaurants qui se fournissent auprès de l'exploitation « Des poules et des vignes ». Malheureusement, le confinement n'a pas permis d'entrer en contact avec ces établissements et une fois le confinement levé, nous nous sommes focalisés sur l'analyse des premiers résultats d'enquêtes.

Enfin, l'analyse du point de vue des consommateurs sur les méthodes de communication déployées par les éleveurs serait bienvenue. Nous pourrions ainsi vérifier si la confiance que les consommateurs accordent aux éleveurs est renforcée par leur présence sur les réseaux sociaux. Nous pourrions également savoir si la perception de la qualité par les consommateurs est influencée par les outils de communication présentés en amont.

2. Un contexte délicat pour une première expérience en sociologie

Etant originaire d'un cursus ingénieur agronome, je n'avais aucune notion académique de sociologie avant de commencer ce stage. L'initiation à cette discipline aurait pu se faire plus en douceur si le confinement n'était pas survenu un mois après mon arrivée au sein de l'Université de Tours. En effet, je n'ai pas pu bénéficier de la présence physique de mon encadrante pour élaborer le guide d'entretien étape par étape, nous devons nous contenter de points téléphoniques quand nos emplois du temps le permettaient. Il en est allé de même pour les premiers entretiens, qui ont dû être réalisés en complète autonomie par téléphone faute de pouvoir se déplacer en binôme. Un accompagnement physique par mon encadrante lors des premières fois aurait permis d'obtenir des premiers entretiens moins « brouillons » et plus en accord avec ce qu'il était attendu dans le cadre d'une enquête sociologique.

Bien que, d'un point de vue logistique, le téléphone comporte plusieurs avantages indiscutables (peu coûteux, moins de logistique à prévoir, moins chronophage), il reste fort peu aisé d'avoir un dialogue serein sur un sujet que l'on maîtrise tout juste sans avoir son interlocuteur en face de soi. Sans compter les bruits parasites et les occasionnelles petites coupures de réseau. En effet, l'échange par téléphone prive les interlocuteurs des expressions faciales mutuelles, ce qui parfois rendait les dialogues difficiles à interpréter sur le moment. Par exemple il était difficile de savoir si un silence était dû à la réflexion ou à une micro-coupure de réseau. De même, il a été difficile d'encourager des éleveurs plus timides à développer leurs propos, car souligner son intérêt par téléphone ne peut se faire autrement que par des « ah », « hmm hmm » ou d'autres expressions bien appuyées. En face-à-face, un simple regard ou un

hochement de tête encouragent généralement le discours. Le dernier inconvénient lié à l'emploi du téléphone est que même si les éleveurs donnaient un créneau horaire dans lequel ils étaient théoriquement disponibles, tous ne l'étaient pas à 100%. Quelques fois il était clairement évident que l'éleveur était en train de faire autre chose (long silence qui n'était pas dû à de l'hésitation, ton distrait, mode haut-parleur activé soudainement par exemple). Par ailleurs, à cause du confinement il a été impossible de visiter les élevages où nous aurions dû nous rendre. Cela aurait indéniablement permis d'enrichir les entretiens, puisque quand elles ont pu être réalisées, ces visites étaient l'occasion pour l'éleveur de montrer concrètement son travail au quotidien. Lors des visites, il était également plus aisé de poser des questions sur les animaux et sur certains paramètres d'élevage comme l'alimentation, la facilité d'élevage, la santé etc. Ces temps sont favorables aux échanges moins formels que lors de l'entretien à proprement parler, et permettent souvent d'accéder à des informations supplémentaires.

Conclusion

L'objectif du projet VOLAILLES est de développer et de structurer une filière avicole de qualité en région CVL, en étudiant l'intérêt d'élever des races patrimoniales. Ce stage s'inscrit dans la deuxième tâche du projet qui consiste à comprendre et à analyser le rapport des éleveurs aux notions de « qualité », de « tradition », d'« identité patrimoniale » et d'« ancrage au territoire ». La problématique que nous avons posée interroge les stratégies mises en place pour valoriser la qualité des volailles de l'Orléanais. Nous avons posé comme hypothèses que la définition de la notion de qualité n'était pas unanime pour les éleveurs du SVO et que les notions de « patrimoine », de « tradition » et d'« ancrage au territoire » sont employées pour valoriser les volailles de l'Orléanais dans un but commercial. Mais ces trois notions sont en réalité davantage des arguments marketing que des concepts réellement appropriés par les éleveurs.

Nous avons vu que, même au sein du groupe d'éleveurs du SVO, la notion de qualité avait différentes significations. Toutefois, pour l'ensemble des éleveurs que nous avons interrogés, la notion de qualité renvoie le plus souvent à des moyens techniques d'élevage tels que l'alimentation des volailles ou l'accès à l'extérieur. Etant donné que les éleveurs donnent chaque jour de leur temps pour s'occuper des volailles, il semble cohérent que ceux-ci priorisent des aspects techniques de leur métier en tant que paramètres garants de la qualité. Ces paramètres techniques sont à mettre en lien avec la maîtrise de leur activité (l'alimentation par exemple), l'autonomie dans leurs décisions (utilisation volontairement limitée d'antibiotiques) et la fierté d'exercer leur métier (les volailles dans leur parcours renvoient une image agréable).

Dans l'ensemble des éleveurs interrogés, la passion et la fierté de leur métier est bien présente. Malgré les difficultés auxquelles ils peuvent faire face (travail permanent, pression sociale etc.), ces derniers prennent du plaisir à travailler chaque jour. La passion et la fierté du métier conditionnent la notion de bien faire son travail et réciproquement. Il est ressorti des entretiens que les éleveurs aimeraient pouvoir communiquer cette passion et cette fierté aux consommateurs. Ce sont en effet deux solides arguments qui attestent de la qualité d'une volaille, qui serait alors issue d'un travail réalisé dans de bonnes conditions et qui a été source de satisfaction pour l'éleveur.

Références bibliographiques

- AGRESTE Centre-Val de Loire, 2019, « Memento de la statistique agricole ». [En ligne]. Disponible sur : http://draaf.centre-val-de-loire.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Memento_2019_PUB_19_12_10_cle0f73e6.pdf (consulté le 26 février 2020)
- Agro-média.fr, 2020, « Les Européens veulent consommer plus local et responsable ». [En ligne]. Disponible sur : <https://www.agro-media.fr/actualite/les-europeens-veulent-consommer-plus-local-et-responsable-37841.html> (consulté le 11 août 2020).
- BENOIT, M. et MEDA, B., 2017, « Enjeux et atouts des productions animales sous signe officiel de qualité pour répondre aux attentes sociétales », INRA Prod. Anim. 2017, n°4, p381-394.
- BIRLOUEZ, E., 2019, « L'évolution de la perception de la qualité alimentaire au cours des âges », INRAE Prod. Anim. 2019, n°32, p25-36.
- BLONDEAU, P., 2001, « Les enjeux d'une agriculture de qualité – Exemple des volailles Label Rouge dans les Pays de la Loire », ESO - UMR 6590, n°15, mars 2001, p7-17.
- C du centre, 2020. « Pourquoi cette signature régionale a-t-elle été créée ? ». [En ligne]. Disponible sur : <https://www.cducentre.com/Pourquoi-cette-signature-regionale-a-t-elle-ete-creee> (consulté le 14 mai 2020).
- Chambres d'agriculture Centre-Val de Loire, 2019. « L'agriculture du Centre-Val de Loire ». [En ligne]. Disponible sur : https://centre-valdeloire.chambres-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/Centre-Val-de-Loire/509_Fichiers-communs/Brochure_agriculture_CVL_VF.pdf (consulté le 26 février 2020).
- Chambres d'agriculture Centre-Val de Loire, 2020. « Au cœur des vins du Val de Loire, une filière active et créatrice de valeur ». [En ligne]. Disponible sur : <https://centre-valdeloire.chambres-agriculture.fr/produire-innover/productions-vegetales/viticulture/> (consulté le 30 avril 2020).
- Chambres d'agriculture Centre-Val de Loire, 2020. « Caprins ». [En ligne]. Disponible sur : <https://centre-valdeloire.chambres-agriculture.fr/produire-innover/productions-animales/caprins/> (consulté le 19 juin 2020).
- Chambres d'agriculture Centre-Val de Loire, 2020. « Volailles ». [En ligne]. Disponible sur : <https://centre-valdeloire.chambres-agriculture.fr/produire-innover/productions-animales/volailles/> (consulté le 10 août 2020).
- CHIRON, G. et al., 2019, « Evaluer les services rendus par un atelier de volailles avec parcours : proposition du cadre conceptuel « bouquet », JRA-JRFG 2019, p339-343.
- DRAAF, Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt, 2016. « Céréales et oléoprotéagineux ». [En ligne]. Disponible sur : http://draaf.centre-val-de-loire.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Dossier_DRAAF_COP_161129_cle8de9da.pdf (consulté le 30 avril 2020).

DRAAF, Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt, 2019. « La filière volaille ». [En ligne]. Disponible sur : http://draaf.centre-val-de-loire.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/Dossier_filiere_volaille_MAJ_2019_190506_cle02fd8e.pdf (consulté le 26 février 2020).

INAO, Institut National de l'Origine et la qualité, 2020. [En ligne]. Disponible sur : <https://www.inao.gouv.fr/> (consulté le 3 mai 2020).

Larousse, 2020. [En ligne]. Disponible sur : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais> (consulté le 10 août 2020).

Loué, 2020. « 60 ans d'histoire ». [En ligne]. Disponible sur : <https://www.loue.fr/article/Histoire-Passion/a5.aspx#passion> (consulté le 19 juin 2020).

Ministère de l'agriculture et de l'alimentation, 2014. « Maladies animales : l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) ». [En ligne]. Disponible sur : <https://agriculture.gouv.fr/maladies-animales-lencephalopathie-spongiforme-bovine-esb> (consulté le 22 juin 2020).

Ministère de l'économie des finances et de la relance, 2019. « Signes officiels de la qualité des produits alimentaires ». [En ligne]. Disponible sur : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Signe-de-qualite> (consulté le 29 avril 2020).

Passion céréales, 2020, « Les céréales en Centre-Val de Loire ». [En ligne]. Disponible sur : <https://www.passioncereales.fr/region/centre-val-de-loire> (consulté le 30 avril 2020).

Région Centre-Val de Loire, 2017, « L'agriculture en région Centre-Val de Loire ». [En ligne]. Disponible sur : <http://www.regioncentre-valdeloire.fr/accueil/les-services-en-ligne/la-region-vous-aide/agriculture.html> (consulté le 26 février 2020).

ROGUET et al., 2018, « Les démarches mises en œuvre par les filières animales en France en réponse aux attentes sociétales en termes de bien-être animal : typologie et perspectives », NESE n°44, décembre 2018, p7-35.

TAVOULARIS, G. et al., 2007, « Perception de la qualité et des signes officiels de qualité dans le secteur alimentaire », Crédoc – Cahier de recherche n°236, novembre 2007.

YANHUI, W. et EL AOUD, N.H., 2015, « Le besoin de réassurance : de la psychologie au comportement du consommateur - Une investigation théorique appliquée au cas de la consommation alimentaire moderne », La Revue Gestion et Organisation, vol7, issue 1, mars 2015, p1-8.

Annexe I : Guide d'entretien utilisé pour les enquêtes auprès des éleveurs

I/Présentation générale

Description de l'exploitation :

- Superficie ?
- Ateliers animaux/végétaux ?
- Associés ?
- Depuis quand l'éleveur y est installé ?
- Reprise ?
- A qui appartenait l'exploitation avant ?

Parcours professionnel :

- Autre activité avant ?
- Autre activité en plus de l'élevage ?

Niveau d'études ?

Projets futurs pour l'exploitation ?

Qui va reprendre l'exploitation ?

Pour compléter : parents éleveurs ? Si reprise, comment s'est-elle organisée ? Date d'adhésion à l'organisation de production ?

II/Définir la notion de qualité

Définition de la qualité d'une volaille

Pour compléter : le patrimoine et la tradition font-ils partie de la qualité ?

III/Le choix d'une production de qualité

D'où vient l'intérêt pour l'élevage de volailles ?

Pourquoi avoir choisi la coopérative ?

Races de volailles élevées en ce moment ?

Satisfaction vis-à-vis de l'élevage ?

Pourquoi avoir choisi de faire de la qualité ?

Pour compléter : Quel a été le déclic pour se lancer dans l'élevage de volailles ?

IV/Commercialisation des produits et relation au consommateur

Vente directe ?

- Si oui : depuis combien de temps ? Organisation de la vente directe ? Marchés ? Contact avec la clientèle ? Quantité d'animaux vendus ?

Perception de la vente directe ?

Destination des volailles après l'abattoir ?

Echanges éventuels avec les consommateurs ?

Comment communiquer l'éleveur avec les consommateurs ?

Présence sur les réseaux sociaux ou internet ?

Portes ouvertes/visites de l'exploitation ?

Pour compléter : qui peut voir l'élevage depuis l'extérieur ? Perception de l'opinion des consommateurs (sur la qualité ou sur l'élevage en général) ?

V/Avenir de la filière avicole de qualité

Opinion sur l'évolution des filières de qualité ?

Ce qu'il faudrait faire à l'échelle la filière ?

Impact du COVID19 pour l'éleveur ?

Impact du COVID19 sur la filière ?

Pour compléter : opinions sur l'élevage ?

A la fin : avez-vous quelque chose à rajouter ?

Annexe II : Exemple d'un entretien retranscrit intégralement

En gras : discours de l'enquêteur. Cet entretien a duré 52 minutes.

Entretien réalisé le 22 mai 2020

Est-ce que pour commencer vous pouvez me faire une petite présentation de vous, de votre exploitation ?

Ouais ok bah moi j'ai des études agricoles, bac pro agricole euh donc tout ce qu'il faut pour s'installer. Donc en 2005 je me suis installé sur cette ferme-là, avec un poulailler label déjà actuel, de 70ha. Donc euh...vu la petite superficie que j'avais au départ je continuais à travailler à l'extérieur en même temps. Et puis pour travailler à plein temps justement sur l'exploitation j'ai décidé de monter un deuxième poulailler label pour pouvoir travailler à plein temps sur l'exploitation.

D'accord.

D'où l'utilité d'en remonter un pour travailler à plein temps sur l'exploitation. Puis par la suite et bein...la conjoncture était tellement...en céréale était tellement pauvre que bein du coup euh...bah j'en ai remonté un troisième pour me développer en volailles label et puis euh...après ma conjointe n'ayant pas de travail extérieur on a décidé d'en remonter un quatrième pour qu'elle puisse travailler avec moi sur l'exploitation.

D'accord.

Et depuis deux ans j'en ai remonté euh...deux autres chez mon père au moment de la reprise de son exploitation, pour me développer encore. Pour produire de la volaille label.

D'accord. Donc cette exploitation c'était à votre père avant ?

Non c'était à des amis à mon père.

Des amis d'accord, ils sont partis à la retraite ?

Ils sont partis à la retraite et ils avaient pas d'enfants qui...qui voulaient continuer du coup...c'est moi qui a repris la ferme.

D'accord et donc vous ça vous intéressait de reprendre une ferme où il y avait déjà donc un poulailler... ?

Ouais ouais ouais après pas spécialement mais du coup euh...l'opportunité a été là euh...avec une...des volailles qui étaient intéressantes donc du coup euh...j'ai continué ça m'a plu et je me suis développé dans cette activité.

D'accord. Parce que vos parents ils étaient éleveurs aussi ?

Hmmm...mes parents étaient éleveurs, ils faisaient des porcs. Et du coup avec la conjoncture qu'il y a eu ils ont arrêté. Et du coup voilà.

D'accord. Et maintenant ils ont plus de porc ?

Maintenant ils sont à la retraite. Donc voilà, j'ai redéveloppé la partie avicole sur leur site aussi.

D'accord. Et euh du coup vous comment ça vous est venu, vous aviez déjà un petit intérêt pour la volaille avant ?

Et bah toujours...ici moi quand j'étais jeune je venais toujours ramasser des volailles, je venais travailler un peu comme ça de temps en temps pour euh...pour aider **petit silence** et du coup les circonstances ont fait que j'ai pu reprendre la ferme ici et du coup comme il y avait déjà un poulailler je l'ai rénové et...je suis reparti avec pour commencer.

D'accord.

Donc après après les animaux on l'a ou on l'a pas quoi c'est...

C'est vrai.

Ça plait ou ça plait pas quoi.

Et donc l'exploitation avant elle était déjà chez la CAFO ou c'est vous qui avez rejoint ?

Euh ouais non l'ancien cédant était déjà...travaillait déjà à la CAFO. J'ai repris les contrats existants. Ils ont été modifiés par la suite mais euh...bon je travaille plus avec la CAFO aujourd'hui, je travaille avec l'Orléanais. Voilà mais bon c'est la même production sauf que j'ai changé d'opérateur.

D'accord et il y avait des raisons particulières à ça ou... ?

Ouais à une époque il y a eu des difficultés euh...j'ai pu partir, retrouver plus proche. Je travaille avec les mêmes produits, la même production donc ça c'est bien passé, il y a aucun souci avec eux. Les circonstances ont fait que j'ai changé et voilà. Mais c'est les mêmes productions, c'est le SVO, c'est le Syndicat des Volailles de l'Orléanais c'est la même chose. On produit les mêmes volailles.

Parce que là du coup vous m'avez dit que vous avez construit alors vous avez combien de bâtiments en tout ?

Au total j'en ai 6.

6 d'accord. Parce qu'en fait il y en a qui sont là et il y en a d'autres qui sont...

J'en ai 4 sur ce site là et j'en ai 2 sur le site que j'ai repris à mon père.

D'accord, parce que du coup le deuxième site c'est un site que vous avez repris quand ?

J'ai repris, mon père est parti à la retraite il y a deux ans.

Ouais.

Donc euh...les poulaillers on les avait montés un an avant donc du coup l'autre site ça fait trois ans que je l'exploite.

D'accord.

En volailles.

Parce que du coup ça a du être pas mal d'investissement j'imagine ?

Ouais après euh...un moindre investissement parce que c'est des poulaillers d'occasion que j'ai remontés. Mais oui voilà un investissement après...faut se développer donc euh...donc voilà.

D'accord. C'est dans une logique...c'était pas tellement pour diversifier la production, c'était vraiment pour étendre...enfin faire la même chose mais en plus...en plus grand quoi.

Ouais en diversifiant aussi quand même parce qu'au jour d'aujourd'hui euh...aujourd'hui c'est comme ça demain on sait pas de trop. Donc en travaillant sur de la céréale et de l'élevage, en volaille euh...on

assure un peu nos arrières, de pas tomber à zéro en cas de pépin quoi. Du coup c'est aussi pour diversifier un peu les...les risques on va dire **petit pouffement**.

D'accord. Parce que là vous avez aussi des cultures euh... ?

Ouais moi j'ai 70ha qui se retrouvent sur la ferme là-bas.

D'accord.

Ça va faire 80 maintenant.

Ouais.

Et du coup euh...plus...plus les 120 que j'ai repris à mon père il y a deux ans.

Et euh...du coup les cultures c'est pour les volailles ou vous les vendez ?

Non ça n'a rien à voir, c'est à part.

D'accord. Mais du coup la volaille c'est quand même votre activité principale ?

Euh c'est 50/50 on va dire.

Et du coup vous avez quoi comme volaille en ce moment sur... ?

Euh là j'ai des poulets blancs et jaunes.

Poulets blancs et jaunes, et ça se passe bien ?

Ouais ça se passe bien.

Parce que vous faites pas de poulet pattes bleues par exemple ?

Euh non, moi j'en ai déjà eu par le passé euh...non j'en ai pas. L'hiver j'ai de la dinde festive, de la dinde noire festive. Des fois des pintades. Voilà c'est les 4 productions que je fais : poulet, pintade euh...blancs, jaunes et dinde. Dinde d'hiver pour les festives.

D'accord. Et euh du coup vous ça se passe comment quand vous vendez les poulets, vous savez comment ils sont vendus un petit peu ?

Après moi...on travaille...mon opérateur travaille avec un abattoir qui est Ronsard à Chartres. Donc lui après il redistribue euh...une partie sur Rungis et une partie en local autour de chez lui euh...dans des petits supermarchés, des bouches des petits trucs comme ça. Après où exactement je sais pas.

Ok. Et vous avez des retours parfois des consommateurs ou pas tellement ?

Pas tellement, on en a un petit parce que...on en a de nos poulets qui reviennent dans les supermarchés dans notre coin et on a des retours positifs hein des poulets euh...oui oui il y a pas de souci. Nous on sait ce qu'on produit après voilà...tout le monde n'aime pas parce que c'est de la viande un peu plus ferme que de l'industriel bien sûr. Donc il y a des gens à qui ça plaît pas mais ça c'est une histoire de goût.

Ouais bien sûr.

Donc euh...voilà. Moi je sais ce que je produis et du coup ça me convient.

Donc du coup vous pensez que les gens qui achètent justement, des poulets qui sont...qui ont été élevés en plein air tout ça, même si la chair est peut-être un peu plus, un peu moins...plaisante au

goût entre guillemets ça leur plait pas du coup de savoir qu'ils ont été produits près de chez eux et dans des conditions...

Il y en a qui font pas du tout attention.

Ouais.

Après il y en a qui...qui mettent un point à manger de la volaille élevée en plein air ou de qualité on va dire. Il y en a qui veulent pas manger autre chose. Et ça après c'est...pour le porte-monnaie aussi il y a des gens qui malheureusement peuvent pas se permettre de manger des produits label. Ça reste des produits pas trop coûteux quand même mais dans une catégorie de prix qui est au-dessus de l'industriel et malheureusement tout le monde ne peut pas, ou ne veut pas c'est un choix aussi, voilà.

Ouais et puis ça dépend aussi du mode de consommation, c'est vrai que ces poulets là c'est plus pour manger entier c'est pas tellement adapté à des plats préparés tout ça...

Ça se mange entier, après ça peut se découper hein mais c'est du poulet que vous pouvez faire rôtir sans problème. La chair se tient bien, après voilà chacun cuisine un peu comme il a envie mais ça tient sur l'os on va dire. C'est du poulet déjà un peu plus vieux que certains et du coup...pour moi de meilleure qualité.

Justement pour vous, ce serait quoi un poulet de qualité ?

ça serait quoi ? Bah euh...ce serait déjà un poulet qui soit un peu plus gros, qui a vécu plus longtemps qu'un poulet industriel avec de la viande un peu plus ferme, un peu plus...un peu plus de goût, élevée en plein air à la lumière du jour quoi.

Donc pour vous il y a aussi des qualités gustatives qui vont avec ?

Ah oui ça va avec oui...ça va avec oui. Gustativement c'est...c'est autre chose que de l'industriel. Si on parle d'industriel bien sûr. Après il y a des intermédiaires mais c'est encore...c'est pas pareil 'fin c'est...après on est pas dans le haut de gamme haut de gamme non plus, parce qu'il y a encore mieux genre pattes bleues, poulet de Bresse tout ça c'est encore une gamme au-dessus en produit mais c'est...c'est encore autre chose quoi. C'est des poulets qui sont encore beaucoup plus chers quoi.

D'accord. Parce que ce serait dû à quoi que ce soit d'une qualité au-dessus, c'est dû à la race ou c'est... ?

C'est dû à la race du poulet, c'est dû...au temps passé dans les bâtiments...du pattes bleues ou du poulet de Bresse euh...c'est plus...on est plus sur du 80j on est sur du 100,120j donc euh...donc voilà il y a la durée d'élevage qui fait augmenter les prix. Après l'alimentation n'est pas la même non plus, quand on est en poulets pattes bleues euh...les finitions, les produits de finition sont à base de produits laitiers donc tout de suite on augmente euh...le prix de revient donc forcément ça augmente le prix de vente.

Après j'ai entendu dire que c'était aussi des inconvénients quand les poulets restaient longtemps parce que par exemple les poulets pattes bleues deviennent agressifs...

Voilà plus on rentre dans l'âge, passé les dates on va dire d'abattage, vous augmentez les risques de griffure, de stress, de mortalité, de coup de chaud parce que...si c'est en hiver ça va si vous tombez comme là, comme des gros coups de chaud comme ça euh...

Oui d'accord.

C'est des sujets qui sont soumis euh...à des crises cardiaques plus faciles, beaucoup plus de pertes. Voilà après c'est autre chose on va dire. On travaille pas de la même manière, on travaille dans des bâtiments souvent beaucoup plus sombres pour les calmer, les apaiser euh...on met d'autres systèmes en place pour essayer de les calmer on va dire.

Ouais.

Voilà après on a des produits de meilleure qualité mais avec des contraintes supplémentaires. Mais c'est des produits de qualité, le patte bleues a été médaille d'or plusieurs fois de suite au Salon de l'agriculture à Paris. Il y a quand même une raison. Il l'est pas devenu comme ça par hasard. Donc là on a vraiment du produit très haut de gamme quoi.

Parce qu'après c'est vrai que les arguments marketing souvent avancés sont le fait qu'il y a des races anciennes par exemple qui soit élevées sur le terroir, enfin dans le terroir dans des élevages en plein air, en fait ça renvoie plus l'image d'élevage un peu authentique qui plait aux consommateurs mais du coup c'est vrai que derrière, ce que les consommateurs mettent derrière la qualité c'est pas forcément ce que vous mettez...

Non.

Parce que vous c'est des raisons plus pragmatiques souvent quoi.

Je pense que la qualité ils voient plus ça au niveau du goût ou du bien-être animal on va dire.

Le bien-être animal vous voulez dire les conditions...

Les conditions de...de liberté de...la place dans les bâtiments, dans les parcours, l'alimentation en font partie euh...après voilà. Tout pour que l'animal se développe dans des conditions...normales on va dire.

D'accord.

Sans stress sans...**petit silence** sans contrainte d'être serré ou...où ils peuvent se déplacer, marcher sans problème. Après...on a des cahiers des charges qui sont établis...qui sont établis et vérifiés en permanence par des contrôleurs, voilà. Pour respecter justement la qualité de vie et la qualité de la viande pour les consommateurs.

D'accord.

Bien sûr il y a un gros suivi qui est fait. On est contrôlés régulièrement euh...tous les lots sont contrôlés et ils passent plusieurs fois dans l'année pour voir si on respecte bien...le cahier des charges et la charte de qualité quoi.

Parce que vous du coup vous avez déjà vu de l'élevage industriel, travaillé avec ou... ?

J'ai jamais travaillé avec parce que ça m'intéresse pas du tout. J'en ai déjà vu parce que via mes études voilà, on est ouverts à aller sur des sites voir et tout ça, mais non ça m'intéresse pas du tout.

Pour vous, faire de la volaille c'était forcément de la volaille de qualité quoi.

Ah oui, moi je me vois pas aujourd'hui faire de la volaille autre que du label. Après voilà c'est des convictions personnelles euh...voilà je me vois pas faire de l'industriel. C'est non.

Parce que c'est par rapport aux...aux conditions d'élevage des animaux que vous vous reconnaissez pas ou... ?

Ouais aux conditions d'élevage aux...pfiou, surtout aux conditions d'élevage après la rémunération je la connais pas en industriel. Je sais pas j'en ai jamais fait. Mais ouais, aux conditions d'élevage au bien-être animal même si malheureusement on sait qu'à la fin ils finiront de la même manière mais...mais voilà quoi. Produire de la qualité quand même, pas de la mauvaise qualité. Je me vois pas faire de l'industriel ça c'est sur ou alors, faudrait vraiment que j'ai pas le choix quoi. Mais on en est pas là.

Ouais, ce serait pas de gaité de cœur.

Non, ouais.

Donc là vous êtes plutôt satisfait de votre élevage ?

Ah oui, si j'étais pas satisfait dans ce que je faisais je me serais pas développé euh...autant sur mon site et je me serais pas embêté à faire des volailles sur un autre site parce que c'est quand même des contraintes euh...surtout quand on est pas sur place comme mon autre site euh...donc après voilà si on fait de l'élevage c'est tous les jours : c'est matin, midi et soir c'est tous les jours toute l'année. Donc c'est quand même des contraintes, si ça vous plait pas vous le faites pas 'fin...vous faites un temps parce que vous avez pas le choix puis au bout d'un moment vous arrêtez, vous vous développez pas.

Hmm ouais.

C'est des contraintes liées à l'élevage mais ça on le sait d'avance donc faut être motivé faut avoir envie de le faire pour euh...pour le faire parce que sinon...on le fait pas.

Hmm hmm. Parce que votre autre site il est loin d'ici du coup ?

Non, à 5km.

5km.

C'est chez mon père justement, de l'autre côté du bourg et c'est à 5km d'ici.

D'accord. Parce que vous faites combien d'aller-retours dans la journée ?

J'y vais pas spécialement tous les jours parce que j'ai mon père à l'heure actuelle qui est encore sur place, qui fait de la surveillance. Après j'y vais tous les jours, je passe quand même là bas tous les jours parce que j'ai besoin d'y aller, pas seulement pour les volailles mais du coup comme j'y vais j'en profite pour jeter un œil il y a toujours des soins à faire, des réparations. Donc du coup j'y passe quand même une fois par jour, pas matin et soir là-bas mais une fois dans la journée...je sais que mon père y passe le matin et le soir sauf cas exceptionnel il est pas là et du coup j'y passe exprès pour aller voir du coup...c'est...c'est lui qui s'en occupe, au quotidien, sur place. Moi je m'occupe d'ici avec ma femme et mon père s'occupe de là-bas. Au quotidien après quand il y a des choses à faire, du nettoyage, du...des trucs spécifiques c'est moi qui va le faire.

D'accord.

Donc ouais voilà.

Et du coup les volailles qui sont ici et là-bas, 'fin c'est les mêmes, elles sont élevées en même temps ?

Non je suis toujours en décalé parce que sinon ça fait beaucoup trop d'un coup.

Ouais.

C'est beaucoup de nettoyage, de mise en place et quand tout tombe en même temps, sachant qu'on a une autre activité agricole à côté euh...moi j'ai pris l'option de...d'échelonner sur plusieurs mois pour

en avoir toute l'année, des petits, des gros, ça arrive tout le temps, ça part tout le temps et...et niveau charge de travail ça permet de répartir le travail. C'est surtout ça.

Parce que les cultures ça demande beaucoup d'astreinte au quotidien ?

Hmmm...c'est des périodes. C'est des périodes en été vous avez la moisson, vous avez, au moment des engrais, des semis tout ça donc là ça prend du temps, donc quand on peut répartir un peu le travail c'est mieux quoi. C'est mieux.

Parce que là vous travaillez avec votre épouse sur l'exploitation ?

Ouais, ma femme est salariée ici sur le site, donc euh...voilà moi j'ai un apprenti qui est là quand même et mon père même s'il est la retraite aujourd'hui il donne un coup de main. Donc oui.

Parce que vous prenez peut-être aussi des stagiaires de temps en temps ?

Euh...bah là j'ai pris un apprenti ça fait trois ans que je l'ai, il est en bac pro en BTS. Après euh...quand les gens se présentent pourquoi pas, ça dépend de la volonté et de l'envie parce que sinon...donc oui on est quand même 4 à travailler ici après j'ai une autre structure avec mon beau-frère où il y a que de la terre. Donc on a 150ha à deux là-bas. Donc ça commence à...à faire, il faut un petit peu de main d'œuvre quoi.

Et vous avez des projets pour cette exploitation avec votre beau-frère ou... ?

Bah c'est une exploitation qu'on a repris il y a deux ans donc euh...bah c'est de la mettre en ligne pour produire des produits, fin des céréales normales, c'était aussi pour amortir un peu notre matériel. Donc euh...les projets non là-bas il y en a pas pour l'instant. Au pire de l'agrandissement s'il y a l'occasion mais aujourd'hui non, au jour d'aujourd'hui je vais déjà faire ce que j'ai à faire parce que ça commence à faire pas mal.

Ouais.

Ici on a des projets enfin chez mon père on a des projets de bâtiment photovoltaïque pour diversifier les productions et...puis voilà quoi. Utiliser les parcours de volailles pour faire du photovoltaïque, utiliser des matières qui permettent de faire de l'ombre aux poulets et...produire de l'électricité. **petit silence** et hangar photovoltaïque pour euh...pour stocker du matériel parce que plus ça va plus il est gros et on a de moins en moins de place. Donc encore une partie pour diversifier l'activité, pour se rémunérer un peu avec une autre source quoi.

Parce que du coup les bâtiments photovoltaïques en fait ça va permettre d'être aussi autonome en énergie... ?

Euh là non parce que c'est une électricité que je revend, c'est vraiment de manière à être un peu plus autonome en tout quoi.

D'accord, parce que sinon vous revendez pas du tout vos poulets en vente directe ou ce genre de chose ? Pas de marché non plus ?

Non parce que c'est encore une autre chose, faut un laboratoire c'est encore une autre contrainte et puis faut avoir le temps aussi. C'est...c'est intéressant mais faut avoir du temps, faut avoir du matériel et au jour d'aujourd'hui je l'ai pas. Et aujourd'hui c'est pas forcément ce qui m'intéresse le plus.

D'accord parce que sinon il y a des consommateurs enfin des gens qui viennent un petit peu sur votre exploitation visiter ou... ?

Ouais on évite parce qu'au jour d'aujourd'hui avec tout ce qui passe et ce qu'on voit à la télé...avec L214 et tous ses dérivés euh...on commence à fermer nos élevages parce que le problème c'est qu'aujourd'hui on détourne des images à votre insu euh...on vous fait pas voir la vérité donc du coup des visites non non. Après des gens que je connais, des amis des trucs comme ça pourquoi pas. Pas de souci c'est des gens qui veulent découvrir mais des gens que je connais pas, je fais pas visiter parce que je vous dit, aujourd'hui on peut être très gentil avec vous et puis demain ils viennent vous foutre un bordel monstre chez vous...pour soutenir leur cause. Après s'il y avait un lycée qui viendrait vraiment pour découvrir pourquoi pas mais euh...moi j'évite parce que je veux pas demain me retrouver avec des partisans qui soutiennent leur cause. Après voilà chacun fait ce qu'il veut mais c'est beaucoup d'embêtements quoi.

Parce que vous avez déjà eu des cas comme ça, dans votre voisinage ?

Non, dans le voisinage dans le secteur il y en a jamais eu mais...je sais que ça se pratique et du coup vous faites voir votre élevage en toute bonne fois et on dérive vos images. On va vous faire voir un truc qu'il faut surtout pas voir et on va montrer ça donc euh...donc non des visites on évite. C'est pas par...parce qu'on a honte de ce qu'on fait c'est parce qu'on...enfin moi je veux pas que ce soit détourné euh...

Ouais, d'accord.

Du contexte quoi.

Après c'est vrai que les élevages en plein air ça bénéficie généralement d'une meilleure image auprès des gens...

Ouais c'est vrai que ceux qui ont été visés par ces associations c'est des élevages industriels. Après c'est vrai que nous en label, en plein air j'ai jamais trop entendu parler mais bon...

Oui.

Au jour d'aujourd'hui on peut jamais trop savoir. Donc euh...donc voilà. Mais jusque là on a jamais été embêtés, à cause de ça.

Parce que sinon vous...vous êtes un peu actif sur les réseaux sociaux pour... ?

Moi non. Ça m'intéresse pas.

D'accord. Et euh aussi...vu que l'élevage est pas tout près, enfin pas au bord de la route quand même il y a pas forcément de promeneurs qui...

Non, parce que c'est un chemin privé...

Ouais c'est ça.

C'est un chemin privé, la route est communale mais ça s'arrête c'est un cul-de-sac à 500m de la route.

Ouais donc les gens ils voient pas, s'ils se baladent...

Non ils sont...il y a personne. Chez mon père c'est près de la route mais c'est un peu caché derrière des arbres et tout ça, du coup on est pas trop embêtés non plus.

D'accord.

Ça nous est déjà arrivé chez mon père.

Ah ouais ?

Ouais des vols des trucs comme ça...

Ah d'accord.

Des dégradations ou des manifestations non jamais. Des vols plus. Après voilà on sait qu'on est dans une position...on sait qu'on élève des animaux pour manger, malheureusement ça plait pas à tout le monde.

Bah non bien sûr.

On est dans le viseur de certaines personnes après voilà on...je fais ce métier là quoi c'est comme ça j'ai décidé de le faire. Après on assume mais euh...on s'expose pas non plus quoi.

Ça doit pas toujours être facile...d'essayer de rassurer les consommateurs...

Non voilà voilà...on les rassure quand ils nous le demande bien sûr hein.

Ouais.

Mais euh...après euh...les consommateurs savent aussi...ils sont pas fous, ils savent un minimum ce qu'il se passe dans nos élevages euh...les gens ne mangent pas c'te viande là par hasard quand même, ils savent nos conditions d'élevage et...et comment ça se passe hein. Après voilà.

Donc vous pensez que ceux qui consomment des poulets de qualité c'est pour se rapprocher des éleveurs ou parce qu'ils sont plus en accord avec les consommateurs ce genre de chose ?

Ouais après les deux je pense aussi. T'as des personnes qui sont issues du milieu euh...urbain qui préfère manger le produit qu'ils voient chez eux après il y en a qui le voient pas c'est...ça passe par les médias aussi. Il y en a qui voient que c'est élevé en plein air et qui savent pas spécialement mais en le voyant, en en parlant...on...il y a des gens qui voient par rapport à ça après c'est pas facile de cibler et de convaincre tout le monde non plus, c'est compliqué des fois.

Donc vous pensez que les consommateurs, c'est s'ils cherchent à se rassurer il faut les informer sur ce qu'il faut mais il faut pas forcément chercher à communiquer.

Non, on communique s'il y a besoin après on fait des fois en supermarché des dégustations avec des éleveurs, des gens de la filiale pour justement argumenter et faire découvrir réellement l'élevage quoi. Et ça, ça se pratique, c'est de la commercialisation enfin c'est du marketing. On en fait de temps en temps.

Parce que vous vous en avez déjà fait par exemple des dégustations en supermarché ?

Moi j'en ai jamais fait parce que ça s'est jamais vraiment produit dans la région mais on essaye comme ça, au sein du SVO de, de mettre les personnes qui sont sur le secteur. Donc moi personnellement j'en ai jamais fait mais si demain il faut le faire j'irai, pour aller défendre ce qu'on fait. Après faut pas avoir honte de ce qu'on fait non plus mais s'il faut aller j'irai, après je sais pas ce que je peux faire parce que c'est pas mon truc mais euh...c'est intéressant des fois d'avoir l'avis de personnes extérieures qui...voir ce qu'ils pensent, voir l'opinion qu'ils ont de ce qu'on fait ou leur faire découvrir ce qu'ils ne savent pas non plus aussi hein. C'est le but aussi de leur faire voir que c'est pas élevé n'importe comment, à notre guise euh...avec n'importe quoi quoi. Il y a beaucoup de gens qui savent pas comment que...comment qu'on pratique hein. Après voilà tout le monde peut pas tout savoir, mais ça permet de développer le marketing, de développer nos élevages, de voir qu'on produit de la qualité et pas...pas n'importe quoi.

Parce que du coup ce qui vous intéresse c'est d'avoir l'opinion des consommateurs, 'fin ce qu'ils pensent aussi de l'élevage ?

Oui tout à fait, si demain euh...ils sont pas satisfaits, ils achèteront pas. S'ils achètent pas demain on produira moins. Indirectement si on produit moins on se rémunérera moins, faut pas se leurrer hein on fait ça parce qu'on aime ça mais à côté il y a une rémunération, on travaille pas pour...c'est valable pour n'importe quel métier, on travaille pas pour rien quoi on essaie de gagner de l'argent et...c'est quand même le but principal. Après on essaie de lier le... **petit rire** la vie pratique, le travail agréable à faire avec voilà...on essaie de pas faire n'importe quoi, on essaie de gagner de l'argent mais pas n'importe comment, à n'importe quel prix.

Bah non. Vous par exemple votre stratégie ça a été de diversifier... ?

Ouais la stratégie à la base ça a été de diversifier à l'époque où les prix des céréales s'écroulaient. Honnêtement si on avait continué comme ça, je serais plus là aujourd'hui. Je me suis diversifié en volailles ce qui a permis de pérenniser l'activité, et puis voilà au jour d'aujourd'hui je regrette pas, on a deux activités euh...qui se complètent un peu du coup et ça permet d'organiser notre temps même si certaines périodes on est un peu plus débordés que d'autres mais voilà, ça permet d'avoir du travail toute l'année on va dire. Et puis un salaire euh...toute l'année aussi quoi, pas spécialement une fois dans l'année, ça permet d'avoir des rentrées quotidiennes quoi.

Parce que là vous pensez que les gens qui font que des grandes cultures ils s'en sortent en faisant que ça ?

Là il y en a qui arrivent en fonction de la surface, en fonction...après c'est un choix personnel, il y en a qui veulent pas faire d'élevage et puis ça dépend des régions aussi. Nous on a une région quand même qui est plus ou moins mixte, il y a toujours de l'élevage et de la culture après on s'aperçoit que dans la Beauce de plus en plus, on monte des bâtiments d'élevage pour se diversifier parce que la conjoncture actuelle est compliquée quoi. Après il y en a c'est une nécessité de se diversifier.

Et vous par exemple, refaire du porc ou un autre type d'élevage ça vous aurait pas... ?

Non. Le porc ça m'intéresse pas.

Pourquoi ? C'est trop contraignant par rapport à... ?

Trop contraignant et puis il y a plus trop de débouchés, il y a plus de prix il y a plus rien. Donc se lancer là-dedans...C'est beaucoup d'investissement aussi donc...sur un produit qui certes est consommé en grandes quantité mais qui est pas très rémunérateur. Non je me vois pas faire du porc.

D'accord.

J'en ai fait au temps de mon père l'été, c'est intéressant c'est autre chose mais je me vois pas développer cette activité.

Sinon en termes de perspectives d'avenir pour la filière volaille vous voyez ça comment, enfin comment vous pensez que ça va évoluer la filière volaille de qualité surtout ?

Ça se développe de plus en plus, doucement. **petit silence** ça se développe de plus en plus et doucement, après euh...faut pas aller trop vite non plus, si on veut rester sur du produit de qualité faut pas faire n'importe quoi. Si on se met à se développer de trop on rentre dans des schémas industriels et on se met à déroger de nos...mais quand même de plus en plus de demandes. Des gens qui sont de plus en plus demandeurs de produits locaux, de comment que c'est produit et surtout plus au jour d'aujourd'hui avec ce qui s'est passé là, depuis trois mois euh...les gens sont revenus un peu aux

sources et à la base quoi. En tant qu'éleveurs et agriculteurs ça a fait du bien, malheureusement ça a pas fait que du bien mais ça nous a permis de nous remettre un peu en avant et de montrer aux gens qu'on fait pas n'importe quoi quoi.

D'accord. Parce que le covid ça vous a impacté comment, personnellement ?

Impacté euh...en tant qu'agriculteur personnellement ça m'a pas impacté, juste en termes de travail quoi. Juste en termes de travail parce que du coup moins de main d'œuvre et donc beaucoup plus de travail pour moi personnellement. Après ça ne m'a pas impacté, il n'y a pas eu de répercussions. Pour l'instant.

Vous dites moins de main d'œuvre parce que vous avez des saisonniers peut-être ?

Bah j'ai un apprenti...

Ah l'apprenti.

J'ai mon père qui a 65 ans qui...on a fait très attention à ce qui se passait donc on l'a pas fait travailler. Mon apprenti qui avait un peu d'école aussi. Ma femme qui est là mais qui du coup avec les enfants bah...elle s'est mise en garde d'enfant donc au lieu d'être 4 à travailler je me suis retrouvé un peu tout seul pendant une période. Ça s'est...plus de travail parce que moins de main d'œuvre surtout. Bon après on s'adapte. On remédie au plus urgent on va dire. Et puis voilà sinon volailles ça a pas...il y a eu un moment de flottement, les gens au début sont venus en supermarché pour tout acheter donc derrière, ce que vous avez acheté aujourd'hui vous allez pas l'acheter demain et donc après ça a duré une semaine, quinze jours et puis c'est revenu à la normale.

Parce qu'au niveau de vos enlèvements par exemple ?

Non ça n'a pas...il y a eu quinze jours où il y a eu un petit peu de report mais c'était 4-5 jours histoire de faire tampon mais il y a pas eu, enfin moi personnellement j'ai pas eu peut-être chez d'autres les vides sanitaires se sont peut-être allongés un petit peu mais...c'est pas...ça a pas une grosse répercussion, pas pour moi en tous cas.

Les consommateurs ils sont retournés un peu aux sources mais ça vous l'avez vu comment ?

Bah parce que on a vu les gens sont demandeurs, ils viennent vous voir, si vous faisiez pas des produits locaux ou...on l'a vu à la télé aussi. Les gens essayaient de récupérer de l'alimentation autour de chez eux pour pas avoir à se déplacer. Donc euh...voilà surtout pour ça.

Hmm hmm.

Et puis les médias...enfin moi personnellement j'ai pas eu de...de plus mais ce qu'on entend dire partout les maraîchers...

Ouais.

On a eu du mal à...eux ont été impactés je pense parce qu'il y a pas de main d'œuvre pour ramasser. Mais on a récupéré de la clientèle euh...de chez eux quoi autour de chez eux. Ils travaillent beaucoup moins avec des supermarchés avec ces gens là, c'est beaucoup en local on va dire.

D'accord. Parce que vous par exemple vous avez été sollicités, même si vous en faites pas forcément, pour savoir si vous vendiez des poulets... ?

Ouais il y en a qui sollicitent pour savoir si vous vendez de la volaille comme ça, aux particuliers. Moi j'en fais pas donc non, mais ceux qui font...des amis, des gens qui font de la vente à la ferme ça s'est développé. Il y a beaucoup plus de demandes.

Parce que vous par exemple vous vendez pas un peu aux amis un petit peu ou... ?

Si un peu, comme ça après j'en garde pour moi mais ça reste euh...c'est des amis quoi c'est...voilà. J'ai pas le temps j'ai pas ce qu'il faut pour le faire. J'en fais pour moi c'est voilà. J'ai pas ce qu'il faut j'ai pas le temps.

D'accord. Alors c'est peut-être un peu loin pour vous mais pour vous, pour la transmission de tous vos sites et tout vous pensez que ça va se passer comment ?

Je sais pas parce que moi je suis encore loin du bout, j'ai encore au moins 20 ans, 25 ans, mes enfants sont encore jeunes euh...honnêtement je sais pas. Après j'aimerais bien que mes enfants reprennent la suite après c'est à eux de voir si ça leur plait. Faut que ça plaise, si ça plait pas c'est pas la peine. Au jour d'aujourd'hui je sais pas, c'est un truc j'y pense pas...

D'accord.

Un minimum parce que quand vous reprenez quelque chose vous pensez toujours à...derrière hein. Mais au jour d'aujourd'hui je vous dit il y a au moins 20 ans avant que je sois à la retraite alors...

Oui il y a le temps.

Il y a le temps de se passer beaucoup de choses. Mes enfants, 10 ans, 13 ans ils ont pas encore la tête à ça. Dans une dizaine d'années je serai sûrement plus orienté pour voir si ça leur plait ou pas mais au jour d'aujourd'hui...on peut pas trop savoir. C'est pas, pour l'instant c'est pas ma priorité. Faut que ça plaise.

C'est vrai qu'on entend que les exploitations ont de plus en plus de mal à trouver des repreneurs.

Ouais il y a de plus en plus de mal à retrouver des repreneurs après il y en a toujours. Parce que...il y a du monde à la porte mais on commence à rentrer dans des investissements, des sommes qui commencent à être colossales parce que quand vous êtes jeunes c'est pas facile quoi, de trouver du monde qui vous suive c'est compliqué. Donc ça se termine souvent sur des agrandissements d'exploitations existantes. Il y en a encore, heureusement d'ailleurs parce qu'il en faut, de jeunes qui s'installent mais ça devient compliqué ouais et puis...la conjoncture des fois fait que...ça vous motive pas non plus.

Bah ouais.

Après oui il y a certaines exploitations qui sont compliquées à reprendre, mais dans notre coin pas trop. Dans d'autres régions peut-être.

Par rapport à quoi, au prix du foncier ?

Ouais du foncier, de ce qui est produit sur l'exploitation. Quand vous avez que de la terre c'est facile à faire reprendre, quand vous avez de l'élevage déjà ça limite le nombre de personnes. Puis après selon les élevages, en vache laitière en...tout ce qui est laitier c'est déjà plus compliqué après faut aimer ça. Donc ça limite un peu plus le nombre de personnes à reprendre, mais on trouve toujours.

Parce que quand il y a de l'élevage il y a moins de marge de manœuvre pour faire autre chose ?

Ouais l'élevage ça donne des contraintes supplémentaires hein. Ça reste des animaux, ton animal faut lui donner à manger faut lui donner à boire hein. Donc que ce soit le samedi, le dimanche, le week-end les jours fériés. Même si on s'est beaucoup automatisés ça empêche pas que ça reste de l'élevage et que ça demande de la surveillance, même si c'est 5 minutes par jour. C'est 5 minutes qu'il faut être là tous les jours, même le dimanche donc euh...donc voilà après il y a des gens qui veulent pas s'embêter à ça, un week-end c'est un week-end et ils veulent pas s'embêter à...à se lever le matin pour aller voir l'élevage. C'est des convictions hein. C'est pas donné à tout le monde.

Ouais pourtant les cultures aussi, je veux dire ça demande...

Ouais un peu de surveillance, après une culture ça peut attendre 24 heures c'est pas urgent à la minute, ça peut attendre 24 heures. L'élevage quand ils ont plus à manger ou plus à boire **petit rire**

Oui ça va pas quoi.

C'est pas demain c'est pas...c'est là justement où on rentre en label dans la qualité, c'est un truc où on met honneur hein à produire un produit de qualité donc c'est beaucoup de surveillance hein. S'il vous arrive un pépin et que vous le réglez deux jours après euh...fin voilà ça impacte un peu...indirectement ça impacte la qualité. Ça donne du stress, des animaux qui ont pas à manger pas à boire, vous les stressez, vous les déshydratez euh...c'est, voilà pour le bien-être animal c'est pas bien quoi. Faut...faut aimer ça quoi.

Hmm hmm. Parce que du coup ça contribue à la qualité quoi je veux dire, de surveiller, d'être là en permanence...

Bien sûr. Après si c'est une fois une journée c'est pas dramatique mais faut pas que ça se répète trop souvent. Après voilà la qualité commence par...par le respect de l'animal déjà **petit rire**

Oui.

'fin c'est...si vous respectez vos animaux en leur donnant à manger à boire, un confort euh...de la paille fraîche euh...de qualité euh...au quotidien euh...un animal pas stressé est un animal de meilleure qualité hein. Après voilà hein c'est comme ça hein, on l'a pas inventé, ça se voit de toutes façons. Ça se voit.

Ça se voit quand ils sont bien vous voulez dire ?

Ouais ouais ça se voit quand ils sont bien, quand ils sont pas bien vous le voyez aussi : ils sont prostrés, ils mangent pas de trop...à force vous...vous vous apercevez de plein de choses c'est une habitude après.

Bah oui ouais.

On devient pas éleveur du jour au lendemain euh...comme ça. Ça se fait, ça se travaille. Voilà.

Sinon dans votre formation, en bac pro vous avez eu beaucoup d'apprentissage sur comment ça se passe l'élevage de volailles ?

Non pas du tout, moi j'ai pas fait une formation sur la volaille, j'ai fait une formation végétale donc vraiment pour produire de la céréale. J'ai pas fait d'étude spécialisée sur la volaille, j'ai appris sur le tas avec un bâtiment et puis, puis voilà j'ai appris au fil du temps. Avec les techniciens avec euh...fin voilà, ma propre expérience et voilà. J'ai pas d'étude spécialisée là-dedans.

D'accord. Parce que je reviens là-dessus mais en termes de soin, j'ai entendu des éleveurs qui faisaient ça mais est-ce que vous faites des huiles essentielles, ce genre de choses ?

Non pas trop euh...j'ai pas trop de problème, donc après j'ai une autre qualité qui contribue déjà bien au...au bien-être de l'animal donc qui évite pas mal de traitement. Après des fois on utilise ouais des trucs comme ça en saison chaude pour les calmer des trucs comme ça mais ça reste des produits naturels on va dire, c'est pas des médicaments. J'utilise très rarement des antibiotiques ou des trucs comme ça sauf cas exceptionnel où ils sont malades et là vous avez pas le choix, c'est le vétérinaire qui vous dit de...de mettre ça mais euh...c'est rare quoi. On essaie de régler le problème sans antibiotique quoi. A base de produits naturels, de techniques qui font que...que ça va se passer tout seul ou voilà quoi. Il se peut que des fois...mais ça reste des traitements naturels quoi.

Et ces traitements 'fin comment vous en entendez parler ?

Bah c'est les vétos qui nous, enfin les vétos, les techniciens surtout les techniciens parce que les vétérinaires pas de trop c'est pas trop leur intérêt mais surtout les techniciens qui nous orientent un peu sur des techniques...pas forcément à base d'huiles essentielles mais d'algues, de trucs comme ça quoi.

D'accord.

Quand il y a besoin quoi, après moi j'utilise...je...j'ai rarement de problème je vais pas dire que j'en ai pas hein. Plus que vous en avez et plus ça vous arrive hein, celui qui a qu'un bâtiment ça va pas lui arriver beaucoup, moi j'en ai 6 grands bâtiments ça arrive plus souvent c'est obligé...

Bah oui c'est sûr.

Les pépins ça revient plus souvent. Donc voilà mais on évite...on dérive de plus en plus vers des produits...de la volaille euh...sans antibiotique, sans OGM sans rien donc à nous aussi d'éviter au maximum de...de prendre des antibiotiques des trucs comme ça. Après des fois on a pas le choix, sinon vous perdez votre lot. Donc euh...c'est pas le but non plus mais les antibiotiques c'est pas mortel non plus on va dire c'est...après il y a des âges où faut plus le faire par rapport à l'abattage bien sûr mais au jour d'aujourd'hui on a pas, malheureusement il y a toujours des pépins qui font qu'on a pas le choix de traiter avec des antibiotiques. Enfin aujourd'hui en tous cas on a pas trop le choix. On évite au maximum bien sûr mais des fois malheureusement il y a des situations qui font intervenir des antibiotiques, sinon c'est une catastrophe. Et là on est plus dans la charte de qualité vous avez des poulets qui sont...prostrés, qui bouffent pas, enfin qui grossissent pas qui sont...enfin qui sont pas bien quoi donc c'est pas le but non plus.

Voilà parce que là c'est ni bien pour le bien-être animal ni pour la qualité derrière.

Tout à fait voilà, pour le bien-être animal si vous laissez les animaux souffrir parce qu'ils ont mal aux intestins bah...c'est pas bien non plus **petit rire**

Non c'est clair.

Le but c'est pas de les emmener au bout comme ça...et de toutes façons vous les emmènerez pas au bout parce qu'ils vont mourir. Quand vous êtes trop malade de toutes façons l'issue c'est toujours la mort. Donc voilà, on évite au maximum mais malheureusement des fois il y a pas le choix.

Parce qu'aussi dans un bâtiment vous mettez combien de...de poulets ?

En poulet on a 4400 pour 400m².

Ok. Et c'est tous les mêmes bâtiments ?

Ouais moi c'est des 400m² après il en existe des un peu plus petits bien sûr, mais nous on a un cahier des charges qui fait qu'on doit mettre tant de poulet maximum au mètre carré et on a pas le droit de dépasser quoi. Ça c'est une charte de qualité et de bien-être animal aussi. En industriel ils sont le double hein. On est à 11 ou 13, en industriel ils sont à 20 quoi.

Ouais.

Et ils sortent pas. Parce que nous ils ont un espace intérieur, et un espace extérieur donc euh voilà. En industriel ils ont qu'un espace intérieur qui est tout petit quoi. Après ici c'est à leur guise, ils ont l'espace pour bouger.

Oui c'est vrai j'ai entendu que parfois quand il faisait pas beau ils restaient tous dans le bâtiment.

Ouais voilà, quand il fait de gros coups de chaud ils vont pas dans les parcours, ils se mettent à l'ombre au maximum, ça c'est naturel on va dire. Après quand il fait beau normalement euh...ils restent pas dans les bâtiments. Ça dépend quand vous les lâchez aussi, si la première fois que vous les lâchez il fait un temps de chien euh...ils sortiront pas, ça c'est une habitude à prendre si un poulet la première fois qu'il sort il tombe des cordes, vous êtes sur qu'il sortira jamais. Il faut le sortir à un moment comme aujourd'hui où il fait beau, pas trop chaud. Il va prendre l'habitude de sortir, il va assimiler d'aller à l'extérieur parce qu'il fait beau. Donc même s'il va tomber de l'eau un jour, il sortira quand même. Si le premier jour que vous les sortez il fait froid, il fait un temps de chien, il y a du vent, il tombe de l'eau, vous êtes tranquilles c'est un lot qui sortira pas. Ou très peu.

D'accord.

Parce qu'ils ont assimilés le jour naturel, ouvrir les trappes à un mauvais temps et puis vous voyez ils sortent pas, ils restent là sur le trottoir, ça fait un mètre et puis c'est tout.

D'accord.

Et ça c'est hyper important, vaut mieux les sortir deux jours avant s'il fait beau plutôt que...que d'attendre le jour J et qu'après il fasse froid, il fasse pas beau. Ça c'est voilà, ça c'est l'habitude 'fin l'expérience qui fait que vous vous apercevez de choses comme ça.

D'accord.

Vous pouvez pas le deviner non plus, juste vous vous apercevez du temps quoi. C'est euh...le temps que vous faites des volailles vous vous apercevez, c'est l'expérience qui fait que...vous voyez des choses au bout d'un moment.

Ouais on ressent plus...

Mais bon c'est une charte de qualité aussi quoi hein...un poulet qui pourra sortir forcément il sera mieux, il restera pas dans le poulailler voilà. C'est plein de petites choses dont on s'aperçoit pas forcément hein. C'est sûr que le consommateur le voit pas.

Non bah ouais j'imagine.

Mais voilà, après à nous aussi de le faire voir et de faire constater que...qu'on produit de la volaille de qualité quoi. C'est là qu'il y a eu une époque de tout cacher. Maintenant la tendance est plutôt à...à s'ouvrir à l'extérieur, à faire voir réellement comment qu'on travaille et comment ça se produit quoi. Aujourd'hui la tendance est plus comme ça quoi. On s'oriente vers...vers ça quoi. De plus en plus et c'est très bien. Je pense que c'est ce qu'il faut.

Oui à condition de pas tomber dans...les gens qui détournent quoi.

Ça voilà, malheureusement vous savez pas hein. C'est un risque qu'il faut prendre un peu mais on fait attention à pas ouvrir à n'importe qui, n'importe quand, n'importe comment quoi.

Oui bien sûr ouais.

Après ils ont pas besoin de ça pour ouvrir les portes, s'ils ont vraiment envie ils y arriveront.

Oui j'imagine oui.

Mais bon ça malheureusement, on y peut rien.

C'est ça, c'est vraiment plein de trucs à prendre en compte quoi.

Voilà.

Ecoutez moi je crois que j'ai fait le tour de mes questions, je sais pas si vous avez quelque chose à rajouter, qu'on aurait oublié ?

Non, que...non c'est plus, c'est une étude qui va vous servir à quoi ?

En fait c'est un gros projet régional, il y a plusieurs institutions on a l'INRAE, l'ITAVI et d'autres instituts techniques. Nous le travail des sociologues ça va être de...justement de faire remonter aux instituts techniques, qui sont moins là-dedans, les motivations des éleveurs, un peu ce qu'il mettent derrière la qualité pour pouvoir euh...comment dire, appuyer les arguments marketing qu'on donne aux consommateurs, les motivations des éleveurs pour justement pouvoir mieux communiquer là-dessus et faire valoir les volailles de qualité comme patrimoine culinaire de la région quoi.

D'accord, OK. Donc à faire voir nos produits à l'échelle régionale.

Ouais voilà c'est ça.

Ouais OK, c'est très bien **petit rire** c'est ce qu'il faut c'est...je pense qu'au jour d'aujourd'hui c'est important de travailler en local, on l'a vu encore récemment avec ce qu'il s'est passé. On s'aperçoit que les gens reviennent un peu aux sources.

Et vous pensez que ça va se maintenir même après... ?

C'est à souhaiter après je pense que les gens ont la mémoire courte des fois et oublient. Mais ça aura quand même un impact bénéfique pour ce genre de trucs quoi. Les gens...pour une certaine génération je pense que les gens vont voir que...on arrive à produire dans nos régions des produits de qualité...à coût peut-être un peu plus cher que d'autres mais est-ce que ça vaut le coup d'aller acheter ailleurs si...si on a ce qu'il faut chez nous ?

Bah ouais c'est ça.

Après il faut voir l'impact aussi écologique hein. Vous achetez local c'est un camion sur la route c'est...enfin voilà c'est tout un ensemble.

Ouais voilà, c'est complexe.

On pense à notre filière à nous, volaille mais à côté de ça il y a un effet écologique qu'il faudrait pas négliger au jour d'aujourd'hui. C'est une volaille qui reste sur le secteur, vous faites venir une volaille qui vient du Brésil euh...bah je suis désolé ça vient par bateau, c'est transporté, c'est du congelé parce que c'est pas du frais, il y a plein de trucs qui font qu'il faut penser à tout ça. Et puis on a quand même en France, des belles régions avec des produits de qualité et je pense qu'on a tendance à l'oublier quand même, locaux euh...un patrimoine culinaire en France qui est exceptionnel. Je pense que là-

dessus on a des arguments à tous les niveaux, au niveau élevage, au niveau fromage enfin...surtout les secteurs agricoles, viticoles on a quand même un patrimoine qui vit, qui est encore là, qui est de qualité quand même. Même si on a pas que de la qualité bien sûr. Mais alors quand même un gros patrimoine, je pense qu'il faut garder et pas tout vendre à l'extérieur. Après c'est pas à notre échelle qu'on va pouvoir faire quelque chose **rire**.

Après faut vraiment solliciter tout, et les consommateurs pour savoir si...

Voilà c'est un tout après, c'est un tout. Et d'où l'intérêt de développer des choses comme vous faites hein c'est sûr. Parce que pour nous ce sera bénéfique on s'en apercevra peut-être pas mais...indirectement ça peut être que bénéfique de toutes façons.

Oui espérons.

Annexe III : Exemple d'un entretien retranscrit de manière synthétique

Il s'agit du même éleveur que dans l'annexe II. En rouge figurent les verbatims afin d'illustrer les propos synthétisés.

Entretien réalisé le 22 mai 2020

Généralités

Bac pro agricole en formation végétale. Installé en 2005 avec un poulailler label, 70ha. Il travaillait à l'extérieur à mi-temps compte tenu de la petite superficie. Pour travailler à plein temps sur l'exploitation il a fait construire un autre poulailler label. Conjoncture céréale tellement pauvre qu'il a monté un 3^e poulailler pour développer l'atelier volaille. Son épouse n'ayant pas de travail à côté, construction d'un 4^e poulailler pour qu'elle puisse travailler sur l'exploitation. Depuis 2 ans, 2 autres poulaillers ont été montés chez son père depuis la reprise de son exploitation, dans une logique de développement. 6 bâtiments au total : 4 sur le site de La Chaise + 2 sur le site de son père. Poulaillers présents sur l'autre site depuis 3 ans. Investissements pas trop coûteux car poulaillers d'occasion qu'il a remontés. But de se diversifier un peu quand même car avenir incertain en céréale + élevage. La volaille permet d'assurer les arrières et de ne pas tomber à 0 en cas de pépin. C'est un peu pour diversifier les risques. Il a appris sur le tas l'élevage de volailles avec son premier bâtiment.

4400 poulets pour 400m² de bâtiments. Ses bâtiments ont tous la même surface. Il existe des bâtiments plus petits mais il a une charte de qualité et de BEA à respecter. Il faut faire attention au premier jour de sortie des poulets, il doit faire beau. Sinon il risque de ne pas sortir. C'est l'expérience qui fait s'apercevoir de choses comme ça. Le consommateur ne voit pas ce genre de choses, c'est à l'éleveur de faire constater qu'il produit de la volaille de qualité. A une époque, tendance à tout cacher mais maintenant tendance à faire voir le travail. Il pense que c'est une bonne chose à condition de ne pas tomber sur de mauvaises personnes. C'est un risque à prendre.

Son épouse est salariée sur l'exploitation et il a un apprenti depuis 3 ans (bac pro puis BTS). Son père donne un coup de main même s'il est à la retraite. 4 à travailler sur l'EA + une autre structure avec son beau-frère où il n'y a que de la terre (150ha à 2). Ils ont repris ce terrain il y a 2 ans et veulent faire des céréales pour amortir le matériel. Projet de bâtiment photovoltaïque chez son père pour diversifier les productions, en utilisant les parcours de volailles. Et hangar photovoltaïque pour stocker le matériel car à force il n'y a plus de place. Le bâtiment photovoltaïque servira à produire de l'électricité qui sera revenue, pour améliorer l'autonomie économique.

Stratégie de diversification car le cours des céréales s'est effondré. Aujourd'hui 2 activités qui se complètent. Travail toute l'année avec le salaire qui suit. Possible de s'en sortir avec seulement des cultures selon la superficie. Tout le monde ne veut pas faire d'élevage, par choix personnel mais ça dépend aussi de la région. Ici, région mixte élevage/cultures. En Beauce, plus de bâtiments d'élevage car les éleveurs se diversifient pour répondre à une conjoncture difficile. Lui n'aurait pas voulu refaire du porc car il n'y a plus de débouché et les prix sont insatisfaisants.

120ha qu'il a repris à son père il y a 2 ans. C'est une activité à part. 50/50 entre les volailles et les cultures. Autre site à 5km, le père est toujours présent pour faire de la surveillance. Mais lui y va à peu près tous les jours (soins, réparations). Le père y passe le matin et le soir sauf cas exceptionnel. Quand il y a du nettoyage ou des travaux à faire, c'est lui qui y va.

EA actuelle appartenait à des amis de son père partis à la retraite et sans enfant pour reprendre. L'opportunité était là avec des volailles intéressantes. Il a rénové le poulailler pour commencer. Ça lui a plu de continuer et il a développé cette activité.

Parents éleveurs de porcs mais ont arrêté à cause de la conjoncture, ils sont retraités maintenant.

En termes de transmission, il a encore 20-25 ans au moins de présence, ses enfants sont jeunes. Il aimerait bien qu'un de ses enfants reprennent si ça leur plait. Mais aujourd'hui il n'a pas ces réflexions-là.

Qu'est-ce que la qualité

Ça serait quoi [la qualité] ? Bah euh...ce serait déjà un poulet qui soit un peu plus gros, qui a vécu plus longtemps qu'un poulet industriel avec de la viande un peu plus ferme, un peu plus...un peu plus de goût, élevée en plein air à la lumière du jour quoi. Qualité gustative va de pair. C'est autre chose que de l'industriel. Il existe des intermédiaires. Lui ne fait pas le top du haut de gamme qui est le PPB, mais qui est aussi plus cher. Cet écart de prix est dû à la race, au temps passé dans les bâtiments et la durée d'élevage en général. L'alimentation n'est pas la même non plus (finitions des PPB aux produits laitiers).

Passée les dates d'abattage, risques accrus de stress, de griffures et de mortalité. Sujets qui font des crises cardiaques plus facilement en cas de coups de chaleur. Bâtiments plus sombres pour les calmer mais d'autres systèmes sont mis en place. On a des produits encore de meilleure qualité mais avec des contraintes supplémentaires. Mais c'est des produits de qualité, le PPB a été médaille d'or plusieurs fois au SIA il y a bien une raison.

Cela rentre dans la qualité, de faire beaucoup de surveillance. La qualité commence aussi par le respect de l'animal (nourriture, boisson, paille fraîche de qualité au quotidien). Un animal pas stressé est un animal de meilleure qualité. Ça se voit quand les poulets sont bien mais aussi quand ils sont pas bien (ne mangent pas, sont prostrés). Habitude de surveiller ses animaux.

Relations avec une production de qualité

Quand il était plus jeune il ramassait des volailles et aidait de temps en temps pour aider et il a pu reprendre l'EA. Les animaux on l'a ou on l'a pas c'est...ça plait ou ça plait pas quoi.

L'ancien cédant de l'EA travaillait déjà avec la CAFO. Il a repris les contrats existants. Il travaille avec l'Orléanais aujourd'hui, qui fait la même production mais avec un autre opérateur (SVO). Changement car difficultés, il a pu trouver plus proche. Aujourd'hui ça se passe bien.

En ce moment PJ et PB et ça se passe bien. Il a eu des PPB par le passé. L'hiver il a de la dinde noire et de la pintade festive. Il est satisfait de son élevage, si ce n'était pas le cas il ne se serait pas développé autant. Ce sont des contraintes, tous les jours de l'année. Si ça vous plait pas vous le faites pas. Volailles élevées en décalé pour éviter les surcharges de travail. Donc il a préféré échelonner sur plusieurs mois pour mieux répartir la charge de travail (arrivées, départ, vides). Les astreintes en cultures sont par période (semis, récoltes).

Il n'a pas trop de problèmes de santé globalement, il a un autre niveau de qualité qui contribue bien au BEA ce qui évite pas mal de traitement. Emploi de produits naturels lors des saisons chaudes pour calmer les poulets, ce ne sont pas des médicaments. Emploie très rarement des antibiotiques si pas le choix. Sinon produits ou traitements naturels. Il est conseillé par les techniciens et un peu moins les vétérinaires : algues, un peu huiles essentielles. Il a 6 bâtiments donc les soucis de santé arrivent

fatalement plus souvent. Aux éleveurs d'éviter au maximum les antibiotiques mais si obligatoire il faut le faire, sinon perte du lot. Trop proche de l'abattage, il ne faut pas. Risque de ne plus être dans une charte de qualité car les poulets ne sont pas bien.

Lui n'a jamais travaillé avec des élevages industriels, ça ne l'intéresse pas du tout. Dans le cadre de ses études il en a vu un peu mais lui ne se voit pas faire de l'industriel par convictions personnelles. S'il faisait de la volaille c'était forcément de la qualité. En industriel, les conditions d'élevage et le BEA ne lui plaisent pas, il ne connaît pas la rémunération. Les poulets seront tués comme en qualité, mais il ne voudrait pas faire de l'industriel sauf si pas le choix.

Il assume de faire son métier d'éleveur, même si les animaux sont abattus in fine, mais ne s'expose pas non plus.

Commercialisation et rapport aux consommateurs

L'opérateur travaille avec Ronsard à côté de Chartres, qui redistribue en partie sur Rungis et en partie en local (supermarchés, boucheries) mais ne sait pas où exactement. Poulets qui reviennent dans les supermarchés du coin et les retours des consommateurs sont positifs. Viande un peu plus ferme que de l'industriel que tout le monde n'aime pas mais c'est une question de goût. Lui il sait ce qu'il produit.

Certains ne font pas attention au local et à la qualité mais d'autre font un point d'honneur à consommer de tels produits. Economiquement tout le monde ne peut pas se permettre de consommer des produits labels. **Mais on est quand même dans une catégorie de prix qui est au-dessus de l'industriel et malheureusement tout le monde ne peut pas...ou ne veut pas après c'est un choix aussi.** Produits destinés à être rôtis en majorité, mais peut se découper. Poulet plus vieux, la chair tient bien à l'os.

Pour lui les consommateurs voient la qualité en termes de goût et de BEA = conditions de liberté, de place dans les bâtiments, l'alimentation bref tout pour que l'animal se développe dans des conditions normales, sans stress ou contrainte d'être serré, où il peut se déplacer sans problème. Cahier des charges contrôlé régulièrement. Gros suivi qui est fait sur les qualités de vie des poulets, qui impacte la qualité de la viande. Tous les lots sont contrôlés plusieurs fois par an.

Pas de vente directe ou de marché car besoin d'un labo et c'est autre chose. C'est du temps et des contraintes en plus. **C'est intéressant mais il faut avoir du temps, faut avoir le matériel pour et au jour d'aujourd'hui je l'ai pas et c'est pas spécialement ce qui m'intéresse le plus.**

Il évite de faire visiter car avec ce qui se passe aujourd'hui et ce qu'on peut voir à la télé (L214) les élevages se ferment car les images peuvent être détournées. Il veut bien faire visiter aux amis ou aux connaissances mais pas aux inconnus. Si par exemple un lycée venait pourquoi pas, pour faire découvrir. Jamais eu de problème dans le voisinage mais sait que ça se fait. **C'est pas parce qu'on a honte de ce qu'on fait c'est parce qu'on...enfin moi je veux pas que ça soit détourné...du contexte quoi.** Souvent éleveurs industriels qui ont été la cible de ces associations. Il ne connaît pas d'élevage plein air qui ait été visé mais on ne peut jamais savoir.

Pas de visibilité pour les promeneurs, chemin privé. Chez son père l'élevage est plus près de la route mais caché par des arbres. Quelques problèmes de vols ou de dégradation par le passé.

Les consommateurs sont un minimum informés de ce qui se passe en élevage de qualité, ils ne consomment pas cette viande là par hasard. S'ils consomment cette viande, c'est par préférence pour des produits locaux ou parce qu'ils en ont entendu parler (télé, médias). Pas facile de cibler et de convaincre tout le monde.

Communication si besoin. Parfois en supermarché dégustations avec des éleveurs et des gens de la filiale pour argumenter et faire découvrir l'élevage. C'est de la commercialisation et du marketing mais ça se fait de temps en temps. Lui n'en a jamais fait car ça ne s'est pas produit dans la région. Mais s'il faut le faire il le fera pour défendre ce qu'il fait. **Après faut pas avoir honte de ce qu'on fait non plus.** Il trouve intéressant d'avoir l'avis de personnes extérieures et de leur faire découvrir. Beaucoup de gens ne savent pas comment ça se passe en élevage. Permet de développer les élevages et de montrer qu'ils font de la qualité. Important d'avoir l'avis des consommateurs car s'ils ne sont pas satisfaits ils n'achèteront pas et donc la production baissera. La rémunération des éleveurs doit suivre, le but principal étant d'avoir des rentrées d'argent tout en faisant un travail agréable et pas n'importe comment.

Il n'est pas actif sur les réseaux sociaux pour son élevage, ça ne l'intéresse pas.

Il garde un peu de poulets pour lui ou ses amis mais c'est une toute petite part.

Avenir de la filière volaille

Développement de plus en plus, doucement. **Si on veut rester sûrement sur du produit de qualité il ne faut pas faire n'importe quoi. Si on se met à se développer de trop après on rentre dans des schémas à la chaîne, industriels et on commence à déroger de nos...mais il y a quand même de plus en plus de demandes, les gens sont de plus en plus demandeurs de produits locaux, savoir un peu comment que c'est produit.** Depuis le début de la crise sanitaire les gens sont revenus un peu aux sources, à la base. En tant qu'agriculteur et éleveur ça a fait du bien. Pas que du bien non plus mais ça a permis de faire savoir aux consommateurs que les éleveurs ne font pas n'importe quoi. Il souhaite que ça se maintienne bien que les gens aient la mémoire courte parfois. Espère que les gens verront qu'on arrive à produire dans nos régions des produits de qualité et qu'on a ce qu'il faut. Impact écologique positif des achats locaux. Tout un ensemble. Autour de la filière volaille, effet écologique à ne pas négliger : volaille locale différente d'une volaille importée en termes d'impact environnemental et de qualité (congélation car importation). **En France on a quand même de belles régions avec des produits de qualité, je pense on a tendance à l'oublier quand même des fois. On a quand même un patrimoine culinaire en France qui est exceptionnel. Je pense que là-dessus on a des arguments à tous les niveaux : élevage, fromages, sur tous les secteurs agricoles, avicoles on a quand même un patrimoine qui vit quoi, qui est encore là, qui est de qualité. Même si on a pas que de la qualité on a quand même un gros patrimoine qu'il faut garder et pas tout vendre à l'étranger.**

Aujourd'hui plus de mal à trouver des repreneurs aux exploitations mais il y en a toujours. Investissements et sommes à reprendre qui ne sont pas négligeables. Quand on est jeune ça peut être difficile de trouver une banque qui suive. Certaines EA sont compliquées à reprendre mais pas trop dans la région : prix du foncier, activités sur l'EA. La terre est facile à reprendre mais un élevage de vaches moins. VL plus compliqué à reprendre. Mais on trouve toujours. L'élevage demande des contraintes supplémentaires, même si beaucoup d'automatisation cela demande de la surveillance tous les jours de l'année. Les cultures demandent un peu de surveillance, mais ce n'est pas urgent à 24h près contrairement à l'élevage.

On se dirige de plus en plus vers de la volaille sans antibiotique, sans OGM ni rien.

Il veut bien accorder une heure de son temps pour les enquêtes de ce genre, car ça vaudra le coup plus tard même si les éleveurs ne s'en apercevront pas forcément.

Covid19

Pour lui pas d'impact, sauf au niveau du travail (moins de main d'œuvre). Pas eu de réelles répercussions pour l'instant. L'apprenti et son père étaient moins disponibles. Son épouse était là mais pour s'occuper des enfants principalement. Il s'est adapté. 15 jours avec un peu de report dans les enlèvements (4-5 jours le temps de faire tampon). Vides sanitaires peut-être un peu plus longs.



Consommateurs retournés aux sources car ils sont demandeurs, démarchent les éleveurs pour savoir s'ils vendaient des produits locaux (directement). Information par la télé aussi. Les gens voulaient récupérer de l'alimentation autour de chez eux pour ne pas avoir à se déplacer. Certains de ses amis font de la vente à la ferme, qui s'est développée.

Moment de flottement car au début les gens se sont rués aux supermarchés pour tout acheter puis retour à la normale.

Annexe IV : Extrait de la grille d'analyse des entretiens

Les noms des éleveurs ont été masqués afin de préserver leur anonymat. Des « ? » figurent dans les cases lorsque le sujet correspondant à la première colonne n'a pas été abordé lors de l'entretien.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
1	Individu										
26	La qualité et relation à la qualité										
27	Définition de la qualité d'une volaille	Durée de l'élevage (en rapport avec les souches génétiques) ; l'alimentation : céréale, alimentation disponible dehors (gravillons, herbe) ; accès à l'extérieur	Accès à l'extérieur : voir les poulets sortir, chanter, s'amuser ; belle image des poulets sur leurs parcours ; surtout pas d'industriel	Accès à l'extérieur ; durée de l'élevage (au moins 100j) ; alimentation (céréales produites sur le secteur et pas sous-produits à l'origine douteuse) ; souches à croissance lente ; bonne rentabilité pour l'éleveur	Accès à l'extérieur ; alimentation	Bien-être animal ; accès à l'extérieur	Durée de l'élevage ; conditions d'élevage ; accès à l'extérieur	Accès à l'extérieur ; alimentation (sans OGM ni antibiotique) ; durée d'élevage ; souche génétique ; goût ; bonne rémunération de l'éleveur	Bien-être de l'éleveur dont en découle le bien-être animal, rémunération de l'éleveur, moins d'agribashing	Accès à l'extérieur, vigueur grâce à la race rustique, cahier des charges, protocole sanitaire	
28	D'où vient son intérêt pour l'élevage de volailles	Lorsqu'il a découvert la CAFO pour installer son fils. Sans ça, il n'aurait pas fait de volailles	Sur les conseils de son technicien d'aliment, il s'est lancé et est rentré en contact avec la CAFO. En même temps, 2 voisins construisaient des bâtiments la même année	?	?	?	?	?	Anticipation du départ à la retraite de son père, il voulait un complément aux cultures	Patron de son stage de bac pro qui élevait des volailles de l'Orléanais, et ça lui a plu	
29	Races élevées en ce moment	Poulets jaunes et blancs	Poulets pattes bleues depuis 2004	Poulets jaunes et pattes bleues	Cous-nus blancs. Plus trop de PPB car trop loin de l'abattoir	Poulets pattes bleues, poulets jaunes, poulets blancs, pintades	Vide sanitaire, avant poulets jaunes et après poulets blancs. Généralement, surtout des poulets blancs et jaunes et des pintades	Poulets jaunes et blancs. Parfois pintades et chapons pour Noël	Poulets jaunes	Poulet pattes bleues, un peu de poulet roux	
30	Est-il satisfait de ces races ?	Races faciles à élever quand il n'y a pas de problème (d'ordre parasitaire par exemple), pas de problème d'agressivité	800 morts il y a 2 ans, les lots d'hiver fonctionnent bien. L'enlèvement doit se faire sur une semaine, sinon il y a des morts	Pas entièrement satisfait des PPB, c'est une souche délicate à élever car les cosq deviennent agressifs avec les jours qui rallongent donc problèmes de mortalité. Bonne qualité et de plus en plus demandée mais contraintes à élever (parcours herbés ne suffisent plus au bout d'un moment, besoin de recours à des calmants)	?	?	Globalement oui	Races assez simples à élever. Emploi d'huiles essentielles au démarrage, mais trop onéreuses	Pas très satisfait en ce moment, pas mal de pertes au démarrage	Inconvénient du PPB : devient agressif en fin de cycle, supporte mal les grandes chaleurs	
31	Commercialisation										
32	Activité de vente	Oui	Non	Oui	Non	Pas encore	Non	Non	Avant oui	Non	
	<	BDD	Vente directe	A faire	Covid19	Perception consommateurs	Avenir filière	Projets	Qualité	⊕	>
PRÉT											

 <small>agriculture • alimentation • environnement</small> 	Diplôme : Ingénieur agronome Spécialité : Sciences de l'Ingénierie en Productions Animales Spécialisation / option : / Enseignant référent : Justine Faure
Auteur(s) : FERRAND Marion Date de naissance* : 15/11/1996	Organisme d'accueil : Université de Tours Adresse : 3 rue des Tanneurs 37041 TOURS
Nb pages : 47 Annexe(s) : 4	
Année de soutenance : 2020	Maître de stage : Christele Assegond
Titre français : Quels leviers pour valoriser la qualité ? Cas de la filière avicole en région Centre-Val de Loire Titre anglais : How can quality be valorized ? Example of the poultry industry in Centre-Val de Loire region	
Résumé (1600 caractères maximum) : Le projet VOLAILLES (Valorisation de l'Origine, Liens entre Acteurs, Identités Locales, Evolution du Secteur avicole) a pour objectif de développer une filière avicole durable de qualité en région Centre-Val de Loire. Ainsi, il semble nécessaire de comprendre comment la notion de qualité est perçue par les éleveurs du SVO (Syndicat des Volailles fermières de l'Orléanais), qui figurent parmi les acteurs les plus importants de cette filière. Les consommateurs français sont en demande croissante de produits traditionnels locaux. En cela, le patrimoine, la tradition et l'ancrage au territoire sont des arguments avancés pour justifier la qualité d'un produit. Mais dans les faits, pour les éleveurs du SVO, la notion de qualité désigne surtout des moyens techniques et de l'investissement en temps. Ce travail comporte également une analyse des moyens employés pour promouvoir les produits issus de cette filière de qualité, à savoir les volailles de chair prêtes à consommer. Que ce soient via les réseaux sociaux pour les éleveurs pratiquant la vente directe de leurs produits ou la valorisation sur les marchés, le lien de confiance entre le consommateur et le producteur est en effet un élément clé pour que la filière de qualité puisse fonctionner.	
Abstract (1600 caractères maximum) : The project VOLAILLES (Valorization of Origin, Links between actors, Local Identities, Evolution of Poultry Sector) aims to develop a sustainable poultry industry in Centre-Val de Loire region. It is then crucial to know what does the notion of quality means for the SVO (Union of Orléanais' Farm Poultry) breeders, since they are the main actors in this industry. The demand in traditional and local products from French consumers is always increasing. As a consequence, the patrimony, the tradition and the territorial anchorage are given to justify the quality of a product. Actually, for the SVO breeders, the notion of quality mostly represents technical means and time investment. This work presents as well the means used to valorize the products from this quality firm, that is to say the chicken ready to cook. Thanks to social networks for farmers selling their products on their own or the presence on the markets, the relationship based on trust between a consumer and a farmer is a key element for the success of the industry.	
Mots-clés : qualité – volailles – région Centre-Val de Loire – éleveurs – communication - valorisation Key Words: quality – poultry – Centre-Val de Loire region – breeders – communication - valorization	