

Fiche action 4

S'appuyer sur la marque La Viande Bressane pour structurer les filières locales



DESCRIPTION DE L'ACTION

Pourquoi cette action ?



En 2017, l'office de Tourisme de la Bresse bourguignonne a déposé la marque « La viande bressane » suite à un travail engagé sous l'impulsion de Monsieur le Sous-Préfet de Louhans, d'une association de producteurs locaux nouvellement créée et des élus du territoire.

Cette initiative a permis de valoriser localement, une filière de viande bovine qualitative sous couvert de la marque « La viande bressane » et sur la base d'un cahier des charges négocié avec une enseigne de distribution. Les volumes valorisés ont atteint jusqu'à 150 bêtes / an dans plusieurs magasins du territoire.

Cette première expérimentation a trouvé ses limites et le modèle s'est progressivement essoufflé notamment car il était porté uniquement par une seule enseigne de la grande distribution via une commercialisation de carcasses entières. En outre, le processus n'était pas porté par un technicien spécialisé et reposait essentiellement sur quelques éleveurs engagés dans la démarche.

Aujourd'hui, la marque « La viande bressane » peut être un vecteur pour structurer des filières locales de qualité. Cela représente une réelle opportunité de mettre en avant les productions du territoire auprès des consommateurs locaux, en complémentarité avec les IGP existantes. Il s'agit également de sécuriser le revenu des producteurs et consolider leurs engagements dans des démarches collectives.

Description de l'action :

1. Exploiter collectivement la marque « La viande bressane » déposée par l'Office de Tourisme de la Bresse bourguignonne pour renforcer le lien entre les consommateurs et les producteurs du territoire
 - ⇒ Animation d'un groupe de pilotage de la marque « La viande bressane » avec l'ensemble des acteurs de la filière pour définir et réguler les usages de la marque avec notamment la rédaction d'un cahier des charges général de la marque avec des déclinaisons en fonction de l'espèce ;
 - ⇒ Communication à destination de l'ensemble des maillons de la chaîne de consommation : restauration hors domicile, restauration collective, bouchers, habitants... via des événements tels que concours annuel de Romenay.
2. Sur la base des expérimentations réalisées, structurer une filière locale sur la viande bovine à destination de la grande distribution du territoire et de la restauration hors domicile (RHD) afin de stabiliser une juste rémunération des producteurs
 - ⇒ En partenariat avec la Chambre d'agriculture de Saône-et-Loire, implication des producteurs locaux ;
 - ⇒ Structuration et organisation de la filière.
3. Elargir, au-delà de la viande bovine, à d'autres productions locales spécifiques.
 - ⇒ Étudier la possibilité d'ouvrir la marque à d'autres productions de viande : porcs, moutons...

Résultats attendus :

- Visibilité de la marque sur le territoire ;
- Développement de partenariats avec les structures de distribution, GMS et RHD ;
- Sécuriser le revenu des agriculteurs ;
- Améliorer la visibilité du métier d'agriculteur ;
- Contribuer à l'approvisionnement durable et de qualité des restaurations collectives.



PILOTAGE DE L'ACTION

Pilotes :

Syndicat Mixte de la Bresse bourguignonne :
Pilotage de la marque
Chambre d'Agriculture 71 : Structuration
amont

Partenaires : Association des éleveurs
allaitants de la Bresse bourguignonne,
agriculteurs, Office de Tourisme de la Bresse
Bourguignonne, CUMA, Restauration hors
domicile, Restauration collective, Bouchers,
Abattoirs, GMS...



MOYENS DE MISE EN OEUVRE

Moyens humains : Temps d'animation PAT

Estimation du montant prévisionnel du projet : à
définir

Financement de l'action :

AAP de la Région Bourgogne Franche Comté
FEADER régional : Mesure 77.05 LEADER



ÉVALUATION

Description :

- Nombre de partenariats engagés avec des structures de distribution, restauration commerciale, transformation, commerce de gros et ou CMA, CCI
- Volume de viande commercialisé sous la marque « La viande bressane » dont EGAlim/Restauration collective
- Nombre de producteurs engagés dans la marque « La viande bressane »

Fréquence de mesure : annuelle

Responsable du suivi : Syndicat Mixte de la Bresse bourguignonne



CALENDRIER DE MISE EN OEUVRE

2025 : Structuration du projet,
mobilisation des acteurs
2026-2027 – phase de
développement / expérimentation
du modèle économique
2028-2030 – Consolidation de la
structuration juridique



PÉRIMÈTRE DE L'ACTION

Pays de la Bresse bourguignonne



PUBLIC CIBLE

Consommateurs du territoire