

AGNEAU DU LIMOUSIN ■ Le renouvellement des générations d'éleveurs et la démarche AOP au cœur des priorités Des enjeux d'avenir pour le Baronet

Le Baronet Agneau du Limousin fête ses trente ans cette année. Pour pérenniser l'avenir de la filière, une démarche pour obtenir une Appellation d'origine protégée a été engagée.

Textes : Réginald Morle
Photos : Pascal Lachenaud

Créée en 1984, par des éleveurs du Limousin organisés en coopératives, dans un contexte de crise pour l'agneau français, la marque Baronet du Limousin se positionne aujourd'hui comme un acteur fort de la filière ovine de qualité.

1 Une lente érosion. Avec 1 900 éleveurs engagés, 400 points de vente et 1.500 tonnes de viande vendues par an, le Baronet est la première marque de viande ovine sous signe officiel de qualité en France. « Mais comme les autres productions françaises, l'agneau du Limousin affiche une baisse de volume. Depuis les années 2000, nous subissons une lente érosion. Cette baisse se limite cependant à 1 ou 3 % par an, explique Fran-

çois Vannier, président du GIE ovin du Limousin et président de la coopérative Limovin. Le contexte économique n'a pas changé. Il faut toujours se démarquer de la concurrence et avoir un temps d'avance. » Pour ce faire, la filière Agneau du Limousin doit avant tout assurer sa pérennité. Et cela passe avant tout par le rempla-

3 Une notoriété à renforcer. Pour attirer les consommateurs, la filière travaille sur l'amélioration de la notoriété du Baronet. « Notre première préoccupation, c'est de bénéficier d'une meilleure visibilité. Nous menons un gros travail pour être bien mis en avant dans les rayons », précise le président du GIE ovin du Limousin. Pour développer la marque, des animations avec des éleveurs qui n'hésitent pas à se déplacer sont régulièrement mises en place sur les points de vente du Baronet. L'an dernier, soixante-dix ani-

ment des éleveurs qui partent à la retraite dans les prochaines années.

2 Un renouvellement prépondérant. Dans les dix années à venir, près de 50 % des éleveurs ovins

partiront à la retraite. Le renouvellement de la génération des professionnels engagés depuis trente ans dans le Baronet revêt donc aujourd'hui une vraie nécessité. « Ce renouvellement doit se faire rapidement. Pour que les jeunes s'y intéressent, il faut rendre cette profession attractive en leur montrant que l'on peut vivre de ce métier », ajoute François Vannier.

4 L'appellation d'origine contrôlée à l'étude. Sous signe officiel de qualité depuis les années 90, l'Agneau du Limousin a obtenu l'IGP européenne (Indication géographique protégée) en 2000. Un label qui garanti l'origine du produit. La filière souhaite aller plus loin et a engagé une réflexion autour de l'obtention du signe de qualité européen AOP (Appellation d'origine protégée). « C'est une piste intéressante pour l'agneau du Limousin. L'AOP est très peu présente dans les filières viande et sa notoriété est plus importante que l'IGP, avec un cahier des charges plus exigeant. Notre volonté est de tirer l'agneau du Limousin encore plus vers le haut. »

Actuellement, seulement trois types de viandes ovines bénéficient de ce label de qualité : le mouton de Barèges-Gavarnie dans les Pyrénées, l'agneau des Prés salés et de la baie de Somme et celui de la baie du Mont Saint-Michel. ■



ANNIVERSAIRE. Forte de neuf cents éleveurs engagés, le Baronet célèbre ce mercredi ses trente ans sur le Salon. Au programme notamment, dégustations et visite du ministre de l'Agriculture.