



Les éleveurs bovins face à leur destin :

13 exigences pour passer la crise et construire l'avenir !

24 août 2016

1. Une situation inédite qui nécessite des mesures d'urgence.

1. Les animaux en état 1 d'engraissement doivent être retirés de la consommation.
2. Mettre en place un dispositif de régulation par les éleveurs des sorties exploitations des femelles allaitantes (indemnisation du maintien en exploitation des animaux).
3. Passer immédiatement à 100% de viande bovine française dans les établissements publics (armée, hôpitaux, cantines, collectivités).
4. Mettre en place une politique d'export au plus haut-niveau de l'Etat, basée sur un positionnement de valeur et non pas de compétitivité-prix (cellule interministérielle & dispositif de garantie-caution crédits exports).
5. Apporter une aide alimentaire ciblée aux populations en situation d'extrême nécessité (migrants, zones de guerres, zones de famines).

2. Protéger & accompagner les hommes & les femmes dans la crise.

6. Faciliter le financement ou le re-financement des exploitations (caution de la BPI à taux zéro) et protéger le patrimoine privé des éleveurs en difficulté.
7. Dispositif de soutien aux éleveurs souhaitant se reconvertir ou arrêter leur activité.

FÉDÉRATION NATIONALE BOVINE
Confédération Nationale de l'Élevage
Fédération Nationale Des Syndicats d'Exploitants Agricoles

3. Mettre en œuvre une nouvelle logique qualitative de filière.

8. Soutenir la mise en place du cœur de gamme, en tant que norme de qualité et garantie d'une nouvelle relation commerciale.
9. Déployer un plan de communication & de marketing dédié exclusivement au cœur de gamme (identifiant consommateur).
10. Mettre en place la traçabilité inverse pour garantir aux éleveurs la connaissance de la destination de leurs animaux et leur valorisation.
11. Améliorer l'identification consommateur et la segmentation des produits des races à viande.
12. Ouvrir une réflexion pour une adéquation durable entre l'offre et la demande.
13. Former les éleveurs pour permettre l'établissement d'un lien nouveau entre producteurs et consommateurs (marketing produit, connaissance filière & compétences de négociations).