



Communiquer sur l'origine pour sauvegarder l'oie fermière du Gers

L'assemblée générale de l'Association de Défense de l'Oie Fermière du Gers s'est déroulée le 23 juin dernier à la Mairie d'Aignan sous la présidence de Patrice ZAUPA. Il y a un an, jour pour jour, au même endroit, un bilan mitigé était déjà dressé pour cette filière qui constatait une activité soutenue sur la vente directe et une certaine désaffection des conserveurs du circuit long pour l'oie française.



L'amont fragilisé par la baisse des volumes

Sur la base des données fournies par le CIFOG (Comité interprofessionnel des palmipèdes à foie gras) on constate que le ratio dans la production française de foie gras est de 70 canards pour une oie et que plus des deux tiers des foies gras d'oies mis en oeuvre en France viennent de Hongrie et de Bulgarie, 1100 tonnes pour 500 produites en France.

Les grandes entreprises ont choisi cette source d'approvisionnement qui permet de mettre quasiment l'oie au prix du canard en grandes en moyennes surfaces (GMS) et dans la vente par correspondance (VPC), tout en conservant de la marge.

L'autre constat est qu'il n'y a pas à ce jour de critères de démarcation et de valorisation de la production locale et que l'absence d'Indication Géographique Protégée (IGP) sur l'oie ne permet pas de mener une campagne de communication structurée et efficace en faveur de l'oie du Sud Ouest, du Périgord ou du Gers.

Pour notre département la situation devient très sensible car une entreprise comme la Comtesse du Barry qui a bâti son image et sa notoriété en communiquant sur son partenariat avec les producteurs locaux, sur un terroir et sur des signes

de qualité supérieur est en train de devenir une entreprise comme les autres.

En 5 ans, la Comtesse du Barry a réduit de 30 % ses approvisionnements locaux en foie gras d'oie et impose à nouveau une baisse de 10 % pour 2010.

Il est clair que la gestion purement financière du court terme l'emporte aujourd'hui et cela passe par une rupture avec l'approvisionnement local auprès des gaveurs en produits de qualité.

Sans la caution qualitative apportée par les producteurs fermiers il sera difficile pour une entreprise de se démarquer de la concurrence et de garder sa notoriété.

La distorsion de concurrence indéniable sur ce marché impacte durement la filière gersoise en amont. Les marges des producteurs sont fragilisées par la baisse de prix du panier et les augmentations de charges de structures ; des économies d'échelle disparaissent et des problèmes de gestion de plannings apparaissent avec les problèmes techniques et qualitatifs qui vont avec.

Ainsi les voies qui apportent des garanties sur les débouchés pour renouveler les producteurs sont restreintes.

A la découverte de la production d'oisons et de l'élevage des oies prêtes à gaver

A la suite de son assemblée générale statutaire l'ADOFG a proposé aux invités de découvrir les métiers de la conduite des troupeaux de reproduction, de l'accoupage et de l'élevage des oies pour le gavage (PAG).

● Une ferme entièrement dédiée à l'oie

Chez Claudine et Rémi Zanettin à Aignan la filière est complète ; cependant l'atelier de la reproduction et de l'accoupage est au coeur du revenu de l'exploitation.

Installés sur 30 hectares, Claudine et Rémi assurent la conduite d'un atelier de reproduction de 330 femelles de souche locale qui produisent environ 7 000 oisons sur une saison de ponte naturelle, dont un millier pour le circuit Label Rouge.

En complément, 700 oisons sont élevés sur l'exploitation pour être vendus majoritairement en PAG ; 150 oies sont gardées pour être gavées à la ferme et vendues en frais. La famille Zanettin a ouvert assez récemment le créneau de la vente en conserve qui ne concerne pour l'instant qu'une trentaine d'oies.



● L'oie en complément de revenu

A Couloumé Mondébat, Dominique Requier a dû lui aussi trouver une production à forte valeur ajoutée pour tirer un revenu de son exploitation de 15 hectares.

Il s'est orienté sur le gavage de canard en premier puis sur la commercialisation de sa production transformée chez un artisan.

Approché par Evalidis en recherche d'éleveurs pour le réseau Label Rouge de l'ADOFG, il installe en 1992 un bâtiment de 200 m² et 2 parcours de 10 000 m² chacun pour faire 3 lots de 1 000 oies par an.

Cet atelier complète la partie gavage et transformation qui concerne 300 canards et une partie des 260 oies gavées par an.



Protéger les terroirs et communiquer

Par contre le circuit de la vente directe ou semi directe comme celui des artisans conserveurs se maintient. Cela démontre que l'oie fermière a son créneau sur une certaine clientèle.

On peut l'expliquer aussi par une raréfaction de l'offre par rapport à une demande qui, si elle n'augmente pas, reste au moins stable ; une clientèle déjà acquise à la culture de l'oie du terroir, mais aussi une clientèle instruite par le producteur-vendeur qui sait valoriser les différences entre l'oie et le canard.

L'ADOFG souhaite développer une communication qui s'appuiera sur l'image de l'oie, associée à

des hommes, au territoire Gers et au terme fermier pour maintenir les marchés existants et intéresser de nouveaux metteurs en marché.

Pour être efficace cette communication doit s'appuyer sur deux leviers : une IGP pour l'oie du Sud Ouest et ses zones spécifiques (comme le canard) et une communication de l'interprofession nationale qui renvoie sur les bassins de production français.

C'est pourquoi l'ADOFG en appelle au PALS et à l'INAO pour que le dossier de l'IGP soit traité de façon prioritaire et elle demandera au CIFOG de travailler sur un programme de communication spécifique à l'oie.