



JOURNÉE D'ÉTUDE VIANDE BOVINE



Etre un éleveur efficace et intégrer l'évolution de la demande

Les journées d'étude consacrées au secteur de la viande bovine se multiplient et se ressemblent. Le constat est toujours assez déprimant : la situation est compliquée et risque de le devenir plus encore. Mais s'en suit toujours un volet plus optimiste à travers lequel des pistes positives sont mises en avant pour tirer son épingle du jeu. Ce fut de nouveau le cas lors de la journée d'étude de Remouchamps qui était cette année orientée vers la production de viande bovine en région herbagère.

L. Servais, awé asbl

LE MARCHÉ DE LA VIANDE BOVINE

Situation et perspectives



Le tableau étant plutôt sombre, il est très important de rebondir sur les opportunités. Pour Patrick Schiffers, Directeur de GHG Groupe sa Aubel, nous sommes condamnés à fonctionner en filières respectueuses des différents maillons et à travailler ensemble, pour faire évoluer notre offre et développer de nouveaux marchés.

et les mélanges de viande (hamburgers, filet américain, ...) représentent désormais 35,8 % de la viande rouge consommée, soit le premier segment en volume. Voilà qui ne joue pas en faveur des races viandeuses, surtout les culardes. Si la consommation de certaines pièces nobles comme le tournedos ou le chateaubriand est stable, des pièces comme l'entrecôte ou le contrefilet rencontrent plus de difficultés.

En 2017, la grande distribution classique ou de proximité (en progression) représentait 60 % du marché, contre seulement 19,9 % pour les bouchers indépendants (contre 32 % en 2008). L'orateur relève une autre nouvelle interpellante pour les adeptes de la démarche qualité. Les Hard Discounters comme Aldi ou Lidl ont progressé de 37 % depuis 2012 et représentent désormais 13,3 % des parts de marché. Les autres filières (marchés, vente à la ferme, commerce en ligne...) occupent 6,7 % des ventes.

La consommation

96 % des Belges mangent de la viande, dont 25 % tous les jours. 54 % des Belges accordent une importance à l'origine de la viande et parmi ceux-ci, 96 % préfèrent la viande belge. Mais ces points positifs ne doivent pas cacher une autre réalité. La consommation de viande (hors volaille et charcuteries) et en particulier de viande bovine (- 32 % de 2008 à 2017) est en forte baisse.



Une progression du haché et du hard-discount

La viande bovine reste majoritairement consommée à la maison (68 %) contre 15 % dans l'Horeca. Les viandes hachées



Les parts de marché des Hard Discounters comme Aldi ou Lidl ont progressé de 37% depuis 2012.

Au niveau de la distribution, il reste une dizaine de grands opérateurs en Belgique et la consolidation va se poursuivre. On note l'arrivée de certaines coopératives ou organisations de producteurs sur le marché.

Des prix sous pression

L'offre et la demande indigènes reculent toutes les deux mais la demande de manière plus importante. Cela se traduit par une augmentation du taux d'auto-approvisionnement (actuellement 160%) et donc la nécessité d'exporter.

Il en résulte une pression sur les prix des animaux culards essentiellement commercialisés sur le marché belge. Depuis 2008, le prix des jeunes taurillons culards S2 est passé de 4,44 à 4,82 €/kg carcasse. En 2018, la chute a été particulièrement marquée pour les vaches culardes.

Les 5 acteurs majeurs de la grande distribution contrôlent le marché et sont en forte concurrence. Point plus positif, la plupart privilégient la viande belge et les 3 plus importants (Carrefour, Delhaize, Colruyt) affichent la volonté de soutenir le secteur.

Pour les raisons évoquées ci-avant, la demande pour les quartiers avant continue à augmenter alors que celle pour les quartiers arrière diminue. Il est donc nécessaire de brader certaines pièces nobles, avec comme conséquence une forte perte de valeur. Le cinquième quartier est également moins bien valorisé.

L'indice IPAMPA est un indicateur développé au sein de la structure de concertation de la chaîne dans laquelle on retrouve les représentants des acteurs de la filière (producteurs, marchands, transformateurs et distribution). Cet indice compare l'évolution du prix carcasse des taureaux AS2 et du coût des aliments pour bétail. Lorsque le ratio chute de plus de 10 %, une négociation est engagée pour adapter les prix d'achat. Vu la hausse du prix des aliments depuis 2017, le ratio se rapproche de ce seuil de déclenchement sans l'avoir atteint.

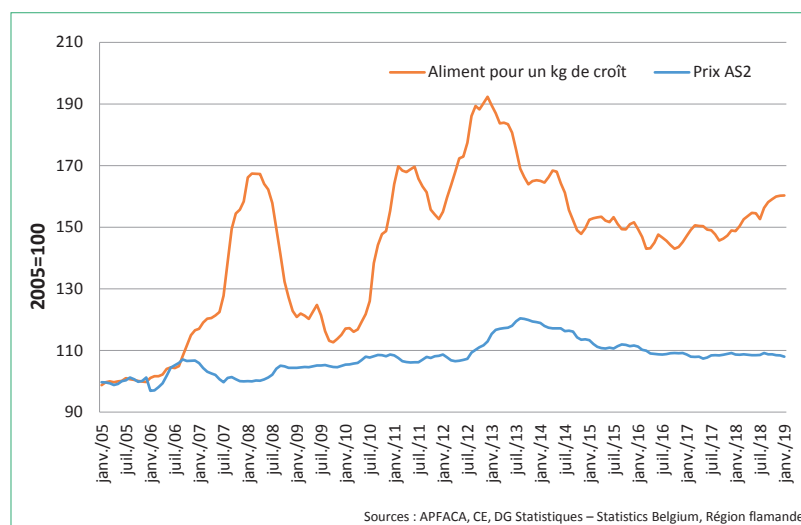
Des attaques récurrentes contre la viande

Pour Patrick Schiffers, 2019 ne s'annonce pas comme une année de répit vu le lancement à l'échelle mondiale de la campagne anti-viande EAT avec le soutien de l'OMS, de la FAO, de professeurs d'Universités et de certains grands groupes agro-alimentaires comme Unilever, Nestlé et Barilla. Ils réclament même une taxe sur la viande pour en réduire encore la consommation.

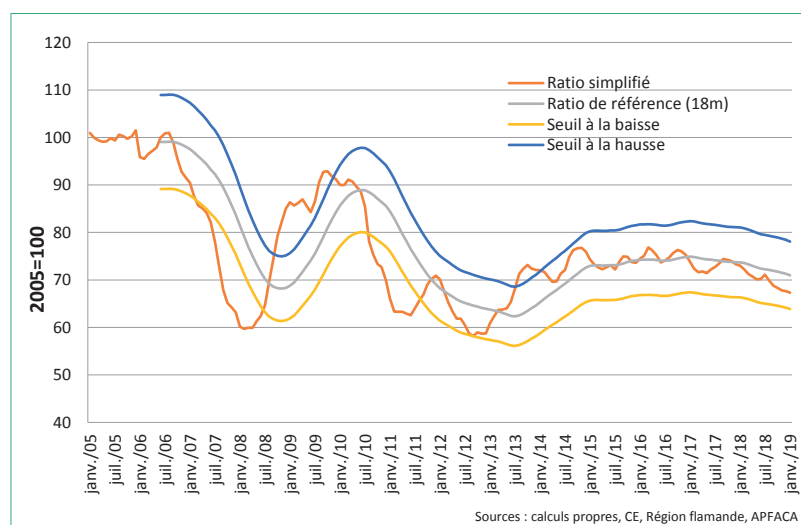


La demande pour les quartiers avant augmente alors que celle pour les quartiers arrière diminue.

Evolution du prix de l'alimentation animale et du prix d'une carcasse AS2



Evolution du ratio simplifié



Vu l'arrivée des « viandes végétales » ou produites en laboratoire, la question de la protection du terme « viande » se pose, tout comme cela a été le cas pour le lait.

Que faire ?



L'offre doit être davantage segmentée, par exemple positionner les vaches de réforme dans le créneau de la viande de goût diététique.

Le tableau étant plutôt sombre, il est très important de rebondir sur les opportunités.

Même si elle baisse en Europe, la consommation mondiale de viande bovine augmente. La Wallonie peut en bénéficier d'autant plus que l'écart de prix avec le marché mondial se réduit. Pour Patrick Schifflers, nous devons viser des segments de marché. Avec nos taurillons nous pouvons produire une viande maigre diététique. Nous pouvons positionner les vaches de réforme dans le créneau de la viande de goût avec une matière grasse diététique (rapport oméga3/oméga 6) par exemple via l'herbe.

L'orateur souligne la bonne coordination entre les structures de promotion. L'Awex met cette année la priorité sur le soutien aux exportateurs de viande bovine wallonne. L'Awex et l'Apag-W sous l'égide de Wagralim vont lancer une nouvelle communication pour notre viande bovine belge à l'export en collaboration avec la Flandre. L'Apag-W a obtenu une enveloppe de 500.000 € de l'UE pour la participation d'entreprises belges produisant de la viande bovine à des salons dans les pays du Golf. L'orateur relève toutefois l'incohérence de la politique belge en matière de bien-être animal. La Wallonie a interdit l'abattage halal sans étourdissement, la Flandre l'autorise avec un post-étourdissement (ce qui est accepté par certains pays musulmans), tandis que Bruxelles ne l'interdit pas.

Le consommateur choisit de plus en plus le bœuf au restaurant. Des initiatives sont prises en collaboration avec l'APAG-W pour la promotion de nos viandes belges de qualité auprès du secteur Horeca.

Le consommateur mange moins de viande mais il en veut de la meilleure. Il faut davantage segmenter l'offre de viande de

qualité. Il faut encourager la mise sur le marché de hamburgers qualitatifs à des prix plus élevés (à base de viande plus riche en Oméga 3, bio, locale, ...).

Vu l'intérêt croissant pour la viande produite localement et la plus grande sensibilité pour le commerce équitable, il faut mettre en place des filières qui intègrent ces demandes (référencement de la localisation des producteurs sur les points de vente, démarches « Fair-Trade ») assurant un revenu décent à nos éleveurs tel le label « Juste prix » du collège des producteurs. Ces considérations pourraient être intégrées dans des contrats.

QUID DE LA RENTABILITÉ DES ÉLEVAGES ALLAITANTS ?

Si l'on prend en compte l'ensemble des recettes, la rentabilité des fermes pratiquant l'élevage allaitant est certes stable mais plutôt faible. Pire, si l'on prend uniquement en compte, les recettes viande hors primes, tous les revenus sont nettement dans le rouge, en particulier dans le créneau bio. Point plus positif, il existe des différences de performances entre fermes. Il est donc important d'être efficace.



Daniel Jacquet a analysé les comptabilités de gestion du Service Technico-Economique de l'awé de 2007 à 2017. Les exploitations sont réparties sur tout le territoire wallon avec une moindre représentation du Hainaut. L'orateur s'est intéressé aux fermes allaitantes spécialisées (plus de 95 % de vaches allaitantes). Elles ont été classées selon qu'elles détenaient plus de 75 % de vaches de race BBB (fermes dites VA BBB) ou moins de 75 % de vaches BBB (fermes dites VA autres). Les exploitations biologiques ont fait l'objet d'une analyse spécifique.

Dans cet échantillon, le pourcentage de fermes « VA autres » est passé de 33 % à 50 % entre 2007 et 2017. 14 % des producteurs allaitants sont bio et ce chiffre est assez stable.

Dans les fermes VA BBB, durant cette décennie, le nombre de vaches allaitantes est passé de 71 à 87 et la main d'œuvre occupée de 1,4 à 1,7 unités. Du côté des fermes VA Autres, les exploitations sont de plus petite taille et plus extensives. Le nombre de vaches allaitantes y est passé de 51 à 62 et la main d'œuvre occupée (1,3 unité) reste stable. Les fermes bio ont pratiquement deux fois moins de vaches que les fermes BBB.

La comparaison des indicateurs technico-économiques met en avant des informations bien connues. Les vaches BBB sont légèrement plus précoces (âge au premier vêlage), réformées plus jeunes et à des prix plus importants. Leur intervalle vêlage est plus long que dans les fermes VA Autres. Les taux de mortalité et le nombre de veaux vivants produits par vache par an sont du même ordre dans les deux types de troupeaux.

Daniel Jacquet soulève un fait également bien connu et toujours interpellant. Vu l'absence de pesées, les données comptables ne permettent pas de calculer les kilos (vifs) produits et vendus.

Tableau 1 : Comparaison des indicateurs technico-économiques des troupeaux conventionnels VA BBB et VA autres (moyenne

	VA BBB	VA Autres
Moyenne intervalle vêlage	452 j	426 j
Age moyen au 1 ^{er} vêlage	34 m	36 m
Moyenne âge de réforme	5a 7 m	6a 5m
% de mortalité à la naissance	5,5 %	6,2 %
Mortalité du jeune bétail après la naissance (*)	5 %	4,3 %
Veaux nés vivants par vache par an	0,92	0,93
Jeunes femelles par vache	1,16	1,17
Prix de vente moyen sur 10 ans des vaches de réforme (valeur en 2017)	1739 (1952)	1366 (1612)

2007 – 2017)

(*) 2 % de pertes de vaches allaitantes dans les deux profils

Une rentabilité stable mais très faible

Le tableau 2 reprend les différentes sources de revenu (viande, grandes cultures, aides) et le revenu dégagé par unité de travail dans ces élevages allaitants. Il faut préciser que le nombre d'heures prestées par une personne peut varier fortement d'une ferme à l'autre. Les troupeaux VA BBB comptent un peu plus d'unité de travail par ferme (1,5 UT) que les VA autres (1,3 UT).

Tableau 2 : Comparaison des productions et du revenu des

	VA BBB	VA Autres conventionnel	VA Autres bio
Produits viande / UT	85244	64844	47186
Ventes de Cultures / UT	64844	29.774	8.927
Aides / UT	47186	30.758	53.225
Production totale/UT	171706	143.326	126.690
EBE tot. / UT	62.518	54.521	62.577
Revenu tot/UT	36.253	29.410	37.980
Revenu exclusivement viande (sans les aides)	-20.744	-20.292	-26.557

troupeaux VA BBB, VA Autres et bio (moyenne depuis 2010)
EBE (Excédent Brut d'Exploitation : production totale moins tous les frais réels utilisés durant l'exercice sans les amortissements et intérêts).

Les ventes de viande sont plus importantes en VA BBB que

dans les troupeaux VA autres conventionnels et la différence se marque encore nettement plus par rapport aux troupeaux VA Autres Bio. Les élevages bio dégagent néanmoins un revenu final de toute l'exploitation légèrement plus élevé grâce aux aides plus importantes dont ils bénéficient.

Si l'on prend en compte l'ensemble des recettes, on constate que la rentabilité est certes stable mais plutôt faible.

Par contre, si l'on prend uniquement en compte les recettes viande hors primes, tous les revenus sont nettement dans le rouge, en particulier en bio, souligne l'orateur.

Daniel Jacquet relève toutefois qu'il existe une forte variabilité entre fermes. Ainsi, les meilleurs troupeaux VA BBB produisent annuellement près de 2.300 € de viande par vache contre à peine 1.000 € pour les moins performants avec respectivement des marges brutes de 606 € et de 69 € par vache. Les meilleurs troupeaux VA autres produisent annuellement près de 1.900 € de viande contre à peine 650 € pour les moins performants, avec respectivement des marges brutes de 929 € et de 6 € par vache.



Pour Daniel Jacquet, la race n'est pas le critère numéro 1 de rentabilité. Il faut plutôt faire le choix le mieux adapté au profil de la ferme, de l'éleveur et aux débouchés.

Comment améliorer la situation ?

La race n'est pas le critère numéro 1 de rentabilité. Il faut plutôt faire le choix le mieux adapté au profil de la ferme, de l'éleveur et aux débouchés. Une race spécifique très extensive peut par exemple se justifier si l'on vise un marché de niche à forte plus-value.

La comparaison du profil technico-économique des éleveurs les plus performants et les moins performants montre qu'il faut être bon partout en vue de dégager le chiffre d'affaires maximum par vache présente ou par Unité de Travail.

Cela suppose de produire beaucoup de viande et donc d'être bon en termes de reproduction (âge au premier vêlage,

intervalle vêlage) en génétique, en alimentation et en sanitaire (des croissances soutenues en femelles comme en mâles, peu de pertes).

Cela suppose également de bien vendre ses animaux (poids, état d'engraissement, périodes de vente adaptées aux exigences de la filière, choix de la filière).

Pour Daniel Jacquet, étant donné les attaques incessantes dont elle fait l'objet, chacun à son niveau doit contribuer à défendre l'image de la viande bovine locale et de notre système de production. Vu le poids des aides, l'évolution des aides PAC aura un impact très important sur l'avenir du secteur.

Durant cette décennie, le prix moyen des vaches laitières de réforme a été de 630 € et celui des veaux de 136 €. Cela représente 14.383 euros par UT (ventes d'élevage comprises) soit 9 % du chiffre d'affaires. Le revenu viande est donc loin d'être négligeable pour les producteurs laitiers.

TÉMOIGNAGES D'ÉLEVEURS CRÉATIFS

L'un se situe au cœur du Brabant Wallon, l'autre au cœur de la province du Luxembourg. Leur point commun : s'être remis en question et avoir opté pour des formules adaptées à leur parcours et à leur contexte.

Elevage de la Ferme des Noyers



Nicolas et Nathalie Braibant et leurs deux fils gèrent la ferme des Noyers à Corroy-le-Grand. La ferme compte 180 bovins et 130 ha.

« Il ne faut pas tout voir en noir. A peine 6 % du marché représentés par les circuits courts ne signifie pas que c'est impossible. »



Pour plus d'infos : www.boucheriefarmedesnoyers.be

Nous avons ouvert une boucherie à la ferme en 2002 et elle marche très bien », a expliqué Nicolas.

« Notre réflexion date de la crise de la vache folle fin des années 90. La filière viande dans son ensemble était de nouveau pointée du doigt. Alors que nous n'avions rien à voir avec tout cela, nous étions de nouveau considérés comme des empoisonneurs. Nous avions l'impression d'avoir perdu le contrôle de notre entreprise et d'être astreints à nous contenter des faibles prix qui nous étaient imposés. Lorsque j'entends les promotions du Hard discount, je me dis que l'on envoie des messages indécentes aux consommateurs. Nos produits sont proposés à des prix en dessous de tout seuil de rentabilité.

Nous nous sommes remis en question afin de reprendre la main. Nous étions déjà dans une démarche de qualité différenciée. Nous faisons partie de l'asbl Regenacterre qui regroupe 60 agriculteurs soit 4.000 ha. Elle occupe 2 agronomes qui nous aident à évoluer vers plus de durabilité en phytotechnie. J'ai aussi développé une activité d'entreprise agricole avec du matériel spécifique en rapport avec ces pratiques.

Ouvrir une boucherie à la ferme est un challenge. Il faut avoir les capacités car c'est un autre métier. Il faut en avoir vraiment envie car c'est loin d'être une sinécure et prendre des risques car cela suppose des investissements. Il faut proposer un produit différent, avec un niveau de qualité standardisé et un approvisionnement régulier. En 2016, nous avons opté pour le bio et pour la race Blonde d'Aquitaine dont nous apprécions la rusticité et la qualité de viande. Il faut avoir une démarche client. Dans notre cas, le fait de se trouver dans une région à forte densité de population avec un bon pouvoir d'achat est un avantage.

Nous veillons à bien accueillir le consommateur. Les clients doivent traverser toute la ferme pour atteindre le magasin. Lors de la construction des bâtiments en bois nous avons été attentifs au bien-être animal et nous le mettons en avant. Ce sont les enfants des clients, les consommateurs de demain qui incitent leurs parents à revenir. Nous organisons des portes ouvertes, participons à la fête au village. En 2018, nous avons accueilli la pièce de théâtre « Nourrir de l'humanité un métier ». Elle a attiré 400 spectateurs. Nous utilisons aussi les médias sociaux.

La boucherie est ouverte 2 jours par semaine. Nous commercialisons également notre viande via le magasin Färm de Louvain-La-Neuve. Les magasins Färm sont gérés par une coopérative créée en 2013, suite à la rencontre d'entrepreneurs et d'investisseurs éthiques dont la vocation est de réunir tous les acteurs d'une alimentation saine, biologique et locale.

La Ferme Louvigny

Le projet de vente en ligne de la Ferme Louvigny avait déjà été présenté lors du dernier Sommet des Eleveurs de Libramont. Cet élevage localisé à Bougnimont géré par Henri avec l'aide de ses parents, s'étend sur 70 ha et compte un troupeau de



Rencontrer la plus vaste gamme de chargeuses articulées et chargeurs télescopiques.

Pour chaque application le chargeur approprié!

VOTRE SPÉCIALISTE EN CHARGEURS ARTICULÉ !



**IMPORT
VENTE
LOCATION
SERVICE**

HEUSDENS BELGIUM SA
Lichtenberglaan 1001
3800 Saint-Trond
info@schaffer.be
+32 11 68 38 99

65 vaches limousines en bio avec engraissement. La viande est commercialisée via le groupe Delhaize.

« Nous avons cherché à innover pour renforcer le lien avec nos clients, ce que j'appelle le « co-élevage », a de nouveau rappelé Henri. « Une partie de notre production est commercialisée sous la forme de la vente en ligne de colis de viande sous vide. Nous sommes localisés dans un environnement plus rural. La communication numérique a donc joué un rôle important pour notre projet. Ces outils permettent aux producteurs de nouer une relation de confiance personnelle avec un grand nombre de consommateurs. Cela la grande distribution ne pourra jamais le faire. Je n'ai rien contre elle sauf quand certaines enseignes abusent d'un rapport de force déséquilibré.

J'ai profilé mon projet de vente directe à travers un questionnaire en ligne proposé via Google forms, un service gratuit. Les 500 réponses reçues ont mis en avant une forte demande pour le local, le bio, le goût et la qualité diététique du gras (oméga3). Grâce à cette démarche originale, j'ai pu obtenir un article dans la presse.

J'ai ensuite élaboré un site internet (budget moins de 2.000 €) à travers lequel j'ai mis mon élevage et mes produits en avant.

J'ai utilisé l'offre commerciale de Google ads très abordable qui permet de référencer favorablement mon site lorsque l'on réalise une recherche sur colis de viande.

Facebook m'est aussi très utile. J'explique la vie de la ferme sur ma page, le parcours de la bête qui va être mise en vente. Mes suiveurs adorent.

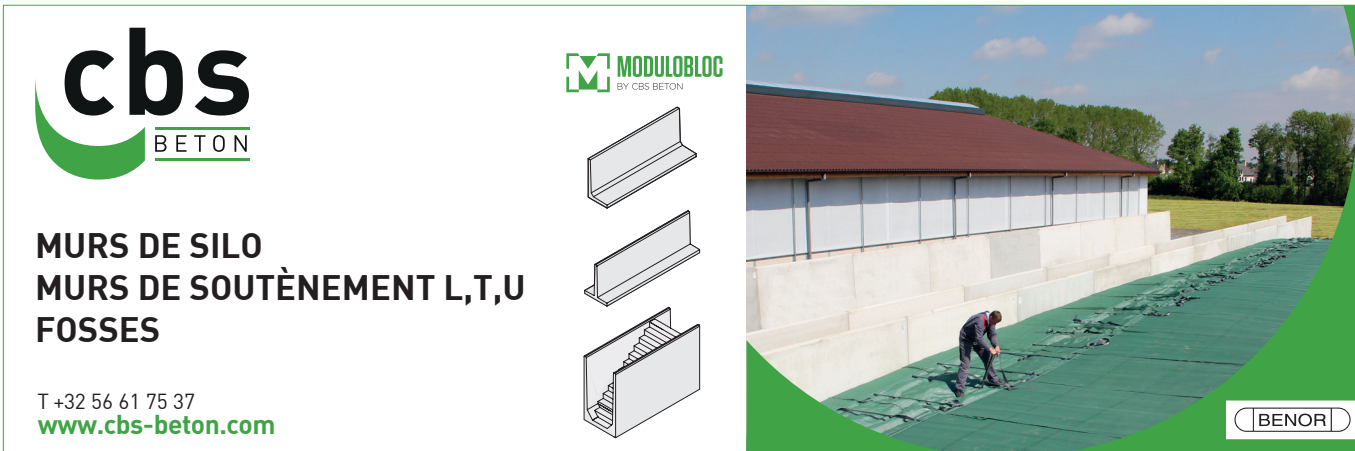
C'est très valorisant. Facebook permet aussi de toucher un public cible via une publicité, par exemple les personnes d'une certaine tranche d'âge habitant dans une région donnée dont on pressent qu'elles sont intéressées par la durabilité.

Google et Facebook me permettent aussi de sonder mes clients sur leurs satisfactions et leurs souhaits.

Ce lien direct permet de faire évoluer l'ensemble de notre élevage dans le sens voulu par nos clients ».



Pour plus d'infos :
<https://fermelouvigny.be>



cbs
BETON

**MURS DE SILO
MURS DE SOUTÈNEMENT L,T,U
FOSSES**

T +32 56 61 75 37
www.cbs-beton.com

MODULOBLOC
BY CBS BETON

BENOR