



SOMMET DES ÉLEVEURS

Pistes de réflexion pour sortir de la logique des produits standardisés à prix bradés

Le thème de la qualité différenciée a une nouvelle fois été décliné fin novembre lors de la quatrième édition du Sommet des Eleveurs organisé par la Foire de Libramont. L'intérêt des coopératives dans la valorisation de l'argumentaire santé nutritionnelle à travers des filières a été particulièrement abordé. La problématique spécifique de la filière ovine wallonne a ensuite été débattue.

L. Beauduin, L. Servais, Elevéo asbl



La journée a débuté par une présentation du projet français « Bleu Blanc Cœur » par Pierre Weill, un membre fondateur. Dans les années 90, il travaillait comme ingénieur agronome pour l'entreprise Valorex qui commercialise entre autres de la graine de lin extrudée. Avec un agriculteur, il s'est interrogé sur la valorisation des végétaux nutritionnellement intéressants à travers la chaîne alimentaire.

Pierre Weill. Il est admis qu'une série de pathologies humaines (obésité, cancers, maladies cardiovasculaires, ...) peuvent avoir un lien avec des carences et des déséquilibres alimentaires. D'où l'importance de la valeur nutritionnelle de nos aliments (profil des acides gras, antioxydants, vitamines, etc.). La logique de la production agricole de masse n'a pas toujours conduit à des évolutions favorables.

Les investigations de Pierre Weill ont plus spécifiquement porté sur l'effet favorable des végétaux présentant un rapport en acides gras Oméga 3/Oméga 6 plus élevé, comme l'herbe, la luzerne, ou la graine de lin, sur la santé des animaux. De nombreuses recherches scientifiques, dont nous avons par ailleurs déjà largement fait échos dans ses pages, vont confirmer les effets favorables sur la santé humaine de produits issus d'animaux alimentés de la sorte.

Voilà un message à contre-courant du discours ambiant sur les supposés impacts de la viande et autres produits de l'élevage sur la santé des consommateurs.

MOBILISER UN MAXIMUM D'ACTEURS CONCERNÉS

En 2000, Pierre Weill a été l'un des membres fondateurs de l'association Bleu Blanc Cœur dont un objectif fort est de militer pour une agriculture qui préserve « la chaîne alimentaire, la santé animale et humaine ». Bleu Blanc Cœur a réuni un maximum d'acteurs de la filière agro-alimentaire, de scientifiques, de professionnels de la santé autour de ce projet, y compris, mais plus récemment, les consommateurs.



Les arguments nutritionnels environnementaux et sociétaux de la démarche Bleu Blanc Coeur et la communication efficace associée.



LES VARIÉTÉS LGAN : RENTABILITÉ AU SOMMET !



- **LG 31.205 (FAO 200)**

Rendement VEM : 103,7 – teneur en amidon la plus élevée de toutes les variétés : 106,5 digestibilité au top : 101,1 (Varmabel 2019, variétés très précoces)

- **LG 31.218 (FAO 200)**

Digestibilité : 102,4 – teneur en amidon : 38,4% (Varmabel 2017, variétés très précoces)

- **LG 31.237 (FAO 220)**

Rendement VEM/ha : 103,9 (Varmabel 2017, variétés précoces)

- **LG 30.248 (FAO 230)**

Le n° 1 en rendement VEM/ha sur 3 ans
(Varmabel 2015-2016-2017, variétés précoces)

- **LG 31.229 (FAO 230)**

Le n° 1 en rendement VEM/ha : 105,4
(CIPF 2019, réseau probatoire, variétés précoces)



PAS UNIQUEMENT UN ARGUMENTAIRE SANTÉ

Bleu Blanc Cœur met en avant d'autres effets positifs associés aux Oméga 3. Les plantes riches en Oméga 3 sont plus respectueuses de l'environnement car elles demandent moins d'intrants que le maïs ou le soja. L'association s'engage à ramener de la biodiversité dans les champs : de l'herbe, de la luzerne, du lin, du lupin, du pois, de la féverole ... Outre l'effet favorable sur les sols, cela conduit à une plus grande autonomie alimentaire et à une relocalisation.

La filière ajoute un argumentaire en termes d'empreinte carbone des produits finis grâce à des analyses de cycles de vie. Bleu Blanc Cœur souhaite ne pas utiliser d'huile de palme, ou de soja importé, souvent OGM. Les rations riches en graines de lin contribuent aussi à réduire les émissions de méthane par les ruminants. Un lien peut même être établi avec le bien-être animal, par exemple le pâturage.

Dans sa communication Bleu Blanc Cœur propose des compteurs calculant les impacts nutritionnels (tonnes d'oméga 3 produites), environnementaux (tonnes de CO2 en moins, ha d'herbe et de luzernes en plus) ou sociaux (prix abordables avec néanmoins un revenu supplémentaire pour les producteurs).

UN CHIFFRE D'AFFAIRES D'UN DEMI-MILLIARD D'EUROS

Selon Pierre Weill, l'association est présente aujourd'hui dans pas moins de 12 pays, compte 850 adhérents représentant toute la chaîne alimentaire et 7000 agriculteurs. Elle totalise 2000 produits dans les filières porcine (la plus importante), avicole (œufs, poulets), bovine (lait et viande) mais aussi des légumes. Bleu Blanc cœur affiche un chiffre d'affaires d'un demi-milliard d'euros.



Roine
Charpentier Constructeur

BÂTIMENTS AGRICOLES EN BOIS
POSÉS OU EN KIT



00 33 2 99 96 61 40
www.roine.fr

Davantage jouer l'argumentaire santé à travers des filières locales ?

Eric Walin (Scar), Claudine Michel (Porc Qualité Ardenne : PQA), Jean-Marc Cabay (Herve Société) et Françoise Bodson (D'Avenir - Wagralim) ont participé à une première table ronde animée sur base du projet inspirant Bleu Blanc Coeur.

Eric Walin (Scar), Jean-Marc Cabay (Herve Société), Claudine Michel (Porc Qualité Ardenne - PQA) et Françoise Bodson (D'Avenir - Wagralim) ont participé à une première table ronde animée sur base du projet inspirant Bleu Blanc Coeur.

LA THÉMATIQUE SANTÉ : UN ARGUMENT FORT PARMI D'AUTRES

Tous les intervenants sont d'accord. La thématique santé interpelle de nombreux consommateurs. Eric Walin confirment « La diététique humaine commence par celle de l'animal. La course à la productivité peut conduire à des choix qui impactent directement, ou via la santé animale, la qualité nutritionnelle des produits. L'utilisation excessive de l'huile de palme détériore par exemple le profil des graisses animales. Veillons donc à ne pas déplacer l'industrialisation en aval de nos filières, principales sources de nos « malbouffes », vers une industrialisation en amont, au niveau de l'aliment du bétail ». Il ajoute toutefois un point majeur en rapport avec le caractère équilibré de notre alimentation humaine. « Le poison, c'est l'excès ».

Il ajoute toutefois un point important en rapport avec le caractère équilibré de notre alimentation, « *Le poison, c'est l'excès* ».

Mais l'effet santé n'est pas le seul argument. Le gras est par exemple souvent pointé du doigt. « Mais le gras, c'est aussi le goût et donc l'aspect plaisir », complète Françoise Bodson. « *Nos clients n'achètent pas le fromage de Herve pour son effet santé mais pour se faire plaisir* », confirme Jean-Marc Cabay.

On peut aussi jouer sur le caractère familial de l'agriculture wallonne, la liaison au sol, la prairie, l'environnement, le bien-être animal ou encore le soutien à l'économie locale. Pour Eric Walin, « *Il ne faut pas forcément réinventer la roue. La première chose à faire est de revaloriser nos modes de production tels qu'ils existent, singulièrement en Wallonie avec notre*



Les producteurs doivent davantage s'investir dans la transformation et la distribution de leurs produits. L'intérêt de l'approche coopérative a été souligné.

agriculture directement liée au sol et à taille humaine ».

Les demandes peuvent être variables. Il faut bien cerner la clientèle visée, développer le produit et le marketing adaptés à travers des démarches collectives.

L'industrialisation des filières a conduit à certaines dérives. Les propos de Jean-Marc Cabay l'illustrent : « *Lorsque je suis arrivé dans le secteur il y a 25 ans, producteurs, transformateurs, distributeurs, consommateurs, ... tout était cloisonné. Suite à divers scandales, la méfiance s'est installée* ».

Il faut reprendre la main sur la transformation et la distribution. Le caractère local d'un produit rassure. Mais il est très compliqué pour un producteur de s'engager dans cette voie seul. Françoise Bodson la constat aussi : « *Nous rencontrons des producteurs porteurs de projets. Mais rien que le volet production mobilise déjà toute leur énergie* ».

L'importance de l'approche filière est soulignée par tous les intervenants. Les mots « dialogue, transparence, confiance, local, artisan » ont souvent été cités. Les médias sociaux sont de nouveaux canaux pour véhiculer ces valeurs. Françoise Bodson acquiesce : « *Aujourd'hui, le consommateur fait davantage confiance à des proches, dont ses amis facebook* ».

Cette approche doit se concrétiser par une plus-value équitablement répartie entre les maillles.

TOUT L'INTÉRÊT DES COOPÉRATIVES

L'approche coopérative n'est pas la voie obligée. En tant que représentants des coopératives, Eric Walin et Claudine Michel, soulignent néanmoins tout son intérêt pour concrétiser ce type d'approches. Elles ont d'ailleurs le vent en poupe.

Mais en pratique cela peut s'avérer complexe à gérer, surtout lorsque les consommateurs sont impliqués. Les divergences de vue peuvent être importantes. Il faut trouver des compromis. Il faut, des objectifs et une méthode. Eric Walin « Ce mode de fonctionnement démocratique doit se structurer. Travailler ensemble demande des règles claires ».

L'initiative « Marguerite Happy cow » dans laquelle la Scar et Herve Société sont impliqués a régulièrement été citée comme exemple tout au long des échanges. « *Le cahier des charges inclut le volet alimentation. Le consommateur est au cœur des débats et la transparence est de mise* », explique Jean-Marc Crahay. « *On retrouve la même logique chez PQA. On peut mettre un visage sur nos producteurs. Ils bénéficient de prix plus rémunérateurs et moins impactés par les crises* », ajoute Claudine Michel.



La coopérative SCAR est active dans le négoce et la fabrication d'aliments. Elle s'est clairement positionnée dans le créneau de la qualité différenciée à travers son activité bio et des partenariats avec des filières comme PQA, Coq des Prés, Limousins Bio Ardennes ou encore Marguerite Happy Cow.



Herve Société : Une société familiale à la base active dans la production fromagère de type « spécialité », dont le fromage de Herve et Marguerite Happy Cow, le fromage issu de la coopérative Fairbel.



Porc Qualité Ardenne (PQA) est une coopérative d'éleveurs désireuse de produire de la viande de porc de qualité à travers des circuits courts (vente en boucherie) avec une maîtrise de la transformation.



D'Avenir : une initiative commune de BFA (Belgian Feed Association), Comeos (porte-parole du commerce et des services), la Fevia Wallonie (Fédération de l'industrie alimentaire) et la FWA qui cherche à mobiliser et rassembler les acteurs économiques autour des enjeux du développement durable.

BESOIN D'UN ENCADREMENT DE PROXIMITÉ POUR VOTRE PROJET ?

Ces échanges ont mis en avant la complexité de sortir des sentiers battus, surtout dans un projet collectif.

D'où l'intérêt d'un encadrement de proximité.

C'est l'objet « d'Agri-Innovation » présenté par Alain Debruyn, son coordinateur. Agri-Innovation a été fondé conjointement par l'ASBL Accueil Champêtre en Wallonie et par la coopérative Cera, avec le soutien actif de CBC et de la Foire de Libramont. Il s'agit d'un guichet de soutien à l'innovation et à la coopération en agriculture. Il est destiné aux agriculteurs et aux acteurs ruraux porteurs d'un projet innovant ou à la recherche d'une collaboration. C'est votre cas ? Vous aimeriez en parler ? Vous cherchez un petit coup de pouce pour le faire avancer ? Grâce à son réseau, Agri-Innovation peut vous accompagner dans vos réflexions et vous aider à trouver les bons partenaires (financiers, scientifiques, techniques, Administrations, ...) !



Agri-Innovation lance par ailleurs un concours des meilleurs projets innovants. Des prix seront décernés afin d'aider financièrement les projets les plus novateurs ainsi qu'un coaching personnalisé. Les candidatures doivent être introduites au plus tard le 28 février.

Pour plus d'infos :

Agri-Innovation

Alain De Bruyn

Chaussée de Namur 47, 5040 GEMBLOUX

GSM : 0494/536399 - e-mail : info@agri-innovation.be

Site web : <https://agri-innovation.be>

Contact

RÉDACTION

L. Servais

083/23 06 74

ABONNEMENTS
083/68 70 32



La grande surface, un débouché porteur pour la viande ovine locale ?

Une deuxième table ronde concernait le secteur ovin. Elle a été animée par Adrien Demecheleer, un jeune éleveur, Jean Devillers un éleveur de référence du secteur et Bertrand Moreau, le responsable de l'atelier viande et volaille chez Carrefour. Les producteurs ovins s'inquiètent de la faiblesse des débouchés et des prix pratiqués. Retour sur les principaux thèmes abordés ...

POURQUOI SI PEU DE MOUTONS WALLONS DANS LES ÉTALS ?

Bertrand Moreau : « *Déjà à la base, la viande ovine ne représente que 2% dans les ventes globales. De plus, elle est très concernée par le recul de la consommation de viande. D'autre part, par facilité, la grande distribution opte pour des produits importés avec une offre de morceaux nobles pratiquement à la pièce. Avec les producteurs locaux, nous devons pouvoir valoriser toute la carcasse.* »

Jean Devillers complète : « *De plus, nous n'avons pas la culture de l'élevage ovin. Le mouton est considéré comme « la vache du pauvre ». Les prix sont dictés par les importations australiennes et néo-zélandaises.* »

UNE SITUATION FIGÉE ?

Bertrand Moreau : « *Le contexte change. Le consommateur est effectivement plus réceptif aux produits locaux et à l'argumentaire associé. Nos bouchers pourraient être davantage sensibilisés et les producteurs mis en avant, entre autres via les réseaux sociaux. Comme nous disposons de nos propres ateliers de découpe, nous pourrions innover pour valoriser les pièces moins nobles en charcuterie ou en plats préparés. Ces actions pourraient déboucher sur un prix plus rémunératrice. La force de l'agneau, c'est sa saisonnalité. On pourrait créer un évènement en mettant en avant les producteurs locaux proches du point de vente.* »

Jean Devillers ajoute : « *Il existe par ailleurs de nouvelles opportunités pour les producteurs comme par exemple le pâturage des couverts végétaux d'autres agriculteurs.* »



En élevage ovin, outre les importations à bas prix « à la pièce », la principale difficulté restera toujours la gestion des flux.

LA GESTION DES FLUX : TOUJOURS LE PRINCIPAL BLOCAGE

Jean Devillers : « *Les initiatives prises en ce sens par le passé à travers diverses coopératives ont connu des hauts et surtout des bas. Plus récemment, nous avons regroupé une quinzaine de producteurs et créé une marque. Un chevilleur se charge de la valorisation via la boucherie traditionnelle. Le bilan est plutôt positif. L'offre ne suit pas la demande. Mais la principale difficulté restera toujours la gestion des flux. Lorsqu'un agneau est fini, il doit trouver rapidement acquéreur. A défaut il devient trop gras. Le problème est aussi que la majorité des agneaux produits en Wallonie arrivent sur le marché lors du second semestre, soit après le pic de consommation. Le producteur a besoin d'une certaine stabilité et donc d'une contractualisation en termes de volumes et de prix. D'autres critères de qualité différenciée peuvent ajouter un bonus.* »