

Procès-verbal de l'assemblée sectorielle Viande bovine du 10 novembre 2020 [Vidéoconférence]

I. Identification du document

Type de document	PV
Titre du document	PV de l'Assemblée Sectorielle Viande bovine du 10 novembre 2020 (Vidéoconférence). Version définitive
Responsable de la préparation du document	Quentin Legrand - Christine Pirson
Date de publication	11 janvier 2021
Validé par	
Annexe(s)	Liste des participants et présentations pdf des intervenants

II. Ordre du jour

1. Introduction et modalités de réunion
2. Présentation de l'ordre du jour
3. Validation du PV de la 11ème Assemblée sectorielle
4. Promotion APAQ-W : récapitulatif des actions menées en 2020 et présentation du plan de promotion 2021 par l'APAQ-W
5. Celagri : présentation du travail mené sur 2020 par la Cellule d'Information sur l'Agriculture
6. Observatoire des filières agricoles
7. Présentation de la démarche Fairebel Viande
8. Divers

III. Désignation du président de séance, approbation de la séance et validation du PV de l'assemblée sectorielle

Personne n'a été désigné comme président de séance au vu des conditions sanitaires restrictives actuelles. L'ordre du jour de la présente Assemblée et le PV de l'Assemblée Sectorielle du 13 novembre 2019 sont approuvés sans modification.



IV. Promotion APAQ-W : récapitulatif des actions menées en 2020 et présentation du plan de promotion 2021

- Présentation par Amandine Vandeputte (présentation pdf disponible en annexe).

Amandine Vandeputte est responsable du secteur de la viande et petit élevage, elle a rejoint l'APAQ-W, en septembre 2020. Elle vient d'une agence en communication et relations publiques pour laquelle elle a travaillé pendant 18 ans, principalement dans le domaine de l'agro-alimentaire, les spiritueux, les boissons, ... Avec un profil plus commercial, elle entre dans le secteur bovin avec beaucoup de motivation.

Actions 2020

Vu les circonstances et les conditions sanitaires, **beaucoup d'évènements ont dû être annulés**, mais l'APAQ-W n'a pas chômé. Des capsules portrait ont été réalisées et diffusées sur les réseaux sociaux à partir du mois d'avril et le seront jusque fin décembre. La filière bovine a été intégrée à chaque fois qu'une action était montée notamment dans la campagne « **Je cuisine local** » afin de promouvoir les viandes de chez nous. Une **campagne d'été** avec Julien Lapraille, qui est ambassadeur de l'APAQ-W, a été réalisée avec des produits 100% belges et de la viande bovine. La **campagne d'automne** qui a débuté début octobre avec des diffusions télévisées, des influenceurs (notamment reportages vidéo pour le circuit court, le côté local), des parutions dans la presse quotidienne, de capsules à la radio, une émission Waldorado (TV), et se terminera à la mi-décembre. **Ma Quinzaine locale** a été reportée à cause du confinement et a eu lieu du 3 au 18 octobre. Une 40aine de kits de promotion (affiches, brochures (mise à jour et réimpression de la brochure « Le bœuf, une histoire vachement passionnante »), porte-brochures, ...) ont été envoyés aux boucheries, grossistes et autres.

Partenariat avec le VLAM (Centre flamand de commercialisation de l'agriculture et de la pêche) : collaboration pour la semaine du « steak frites salade » au mois d'octobre, distribution de posters, mise à jour du livre « Comment cuire la viande ? » et distribution prévue pour 2021. Un concours sur les réseaux sociaux est prévu. La traduction en français (viande.be) du site vlees.be est en cours.

Un dossier a été introduit pour une grosse **campagne européenne** pour la filière bovine (1.500.000€ à répartir sur 3 ans), qui a été approuvée et lancée au mois d'octobre avec de nombreuses actions ; lancement du site web « Momentauthentiques.eu » et de la page Facebook, campagne d'influenceurs pour créer des recettes à base de bœuf wallon diffusée sur leur propre plateforme, campagne d'un restaurateur mis à l'honneur et création de recettes diffusées via flash info, campagne papier fin d'année (novembre-décembre), création d'une brochure (via Femmes d'Aujourd'hui) axée sur la viande bovine dans une assiette équilibrée, brochure focus sur le secteur Horeca, ateliers avec la Fédération des Bouchers, partenariat avec Gault et Millau, évènements scolaires avec Omega Bon.

Propositions d'actions 2021

Au niveau du **partenariat avec le VLAM** : focus sur l'opération « Steak, frites, salade », présence au salon Horeca-expo, distribution de la brochure rééditée en 2020 « Comment cuire la viande ? », potentiel partenariat avec les Maîtres-Cuisinier de Belgique.

Octroi de subventions par l'APAQ-W pour un montant total de 50 000 €. Lancement de l'appel à projets d'ici la fin du mois. Public ciblé : les coopératives ou asbl, des structures qui proposent des viandes locales bovines identifiées, ou bien des structures communiquant sur les races bovines présentes en Belgique.



Groupe de travail avec Wagralim : objectif mieux valoriser la viande bovine belge dans la communication (nationale et à l'export) des opérateurs et éventuellement identifier des voies d'amélioration en termes de durabilité.

Campagne « **Viande de chez nous** » : objectif = faire la promotion des viandes de chez nous. Différentes actions sont prévues sur 2021 : dégustations en grandes surfaces, présence aux foires et salons (dont MEAT Expo), ateliers culinaires orientés vers le consommateur (faire découvrir qu'il n'y a pas que le steak dans le bœuf), dégustations, actions ciblées vers le monde médical. Actions dans l'Horeca : créer un réseau d'Ambassadeurs (chefs de cuisine) afin de convaincre nos consommateurs en proposant des repas avec des ingrédients locaux et de la viande belge, créer des supports médias et événementiels pour toucher ce public. Actions vers les bouchers-grossistes en valorisant des morceaux de viande moins nobles, actions vers les écoles professionnelles : travailler avec des chefs qui sortent de l'école hôtelière. Volonté de créer une charte pour la campagne Viande de chez nous à faire signer aux bouchers et restaurateurs pour qu'ils puissent marquer leur engagement à travailler avec de la viande de chez nous et bénéficier des supports de promotion. Diffusion des capsules vidéo, revues pédagogiques sur le bien-être animal et les animaux de la ferme. **Partenariat avec Celagri** : proposition d'organiser des tables rondes avec des experts et journalistes spécialisés pour faire passer des messages remettant les choses à leur place au sujet de la viande. Action grand public : **création d'un beau livre** de photos et recettes + **exposition itinérante** de ces portraits dans toutes les provinces francophones.

Ma quinzaine locale : organisation d'un grand barbecue champêtre où on invite la presse, leur famille, à venir déguster de la viande et des produits locaux wallons.

Questions-réponses :

- **Est-il possible de recevoir des fiches de promotion ?**

Il existe différents supports : affiches, brochures, livrets de recettes, ... Le plus facile est de prendre contact avec Amandine et elle préparera un petit kit de promotion selon vos besoins.

- **Comment intervenir auprès de radios (Nostalgie) qui organisent des concours pour remporter des « take away » à base de viande irlandaise et financé par Bord Bia Ireland ?**

Il y a une liberté de la presse, on ne peut pas empêcher un média de gagner de l'argent. Bord Bia a fait ce partenariat avec Nostalgie. Par rapport à l'APAQ-W, on ne peut que prendre contact avec eux et leur proposer de parler de nos produits car nous avons des producteurs wallons avec de la viande de qualité. Officiellement, on ne peut pas faire beaucoup plus, on peut organiser des concours de notre côté aussi. Mais pour info, on a prévu de rencontrer Bord Bia prochainement.

Intervention de Philippe Mattart, directeur général de l'APAQ-W :

Pour réagir et compléter ce qu'Amandine a dit par rapport à Nostalgie, la RTBF avait diffusé des émissions qui étaient péjoratives sur le secteur de la viande. **L'APAQ-W a réagi** (des courriers recommandés ont été envoyés **et des réunions ont été obtenues avec la rédaction chaque fois qu'il y a eu des reportages défavorables à la viande**). Ce sont des démarches qui sont très compliquées car la presse se réfugie derrière sa liberté éditoriale et souvent cela se termine avec des tensions. Néanmoins, je suis prêt à prendre contact avec Nostalgie et à clarifier les enjeux qu'il y a derrière ce genre de concours parce qu'effectivement, alors même que nos éleveurs sont en difficulté, il n'est pas approprié d'organiser des concours avec des produits originaires d'Irlande. Le Bord Bia se réfugie derrière une image très écologique de l'Irlande (qui est en fait une agriculture extrêmement industrielle). Il faut nuancer et expliquer au consommateur que derrière des images avec des pâtures à perte de vue, il y a d'abord un élevage très intensif, ce qui n'est pas le cas chez nous.



Le Ministre nous a confié un budget pour réaliser un **plan de relance**, nous avons une collaboration avec la presse écrite, et l'accord que nous avons : nous laissons une liberté parce que la presse écrite estime qu'une fois qu'elle fait du journalisme, elle nous demande de leur laisser la main. J'avais qualifié ça d'une manière de jouer en bourse parce que finalement il y a une certaine confiance que nous devons avoir dans nos partenaires média. Et on ne peut jamais garantir que, malgré ce genre de partenariat, une émission moins favorable au secteur de l'élevage va être diffusée. On est toujours sur une tangente avec les médias mais on en a néanmoins besoin.

Nous sommes en train d'élaborer le **plan opérationnel 2021** et, le budget sera boosté par le co-financement européen, avec une part régionale, qui va démultiplier les efforts que nous faisons pour la promotion. Je tiens également à souligner que des opérations multisectorielles seront mises en œuvre, au travers des messages sur la consommation locale, afin de favoriser et d'encourager le choix des consommateurs en faveur des viandes locales. Il y a toute une stratégie autour de la charte « Je cuisine local » qui est en œuvre et qui est soutenue par notre Ministre, il y a vraiment une volonté de soutenir cette démarche en faveur des produits locaux. Tout cela va se retrouver dans le plan opérationnel qui sera présenté au Collège le 17 décembre. Il y a un contenu extrêmement riche et à la fois pédagogique qui sera donné en 2021 avec des accents qui seront multisectoriels, qui seront également orientés business car il y aura des démarches qui seront réalisées avec la plateforme B2B de l'APAQ-W. L'objectif stratégique qui a été établi dans le futur contrat de gestion est que nous voulons vraiment soutenir les éleveurs à la lumière de leurs revenus et de leur rentabilité.

- **Une idée des budgets et des grosses rubriques de ces budgets ?**

On a une enveloppe dans laquelle les actions devront rentrer. Vous pouvez voir la répartition dans la présentation.

- **Est-il possible d'expliquer un peu plus les workshops avec Wagralim ?**

Un groupe de travail va se mettre en place par rapport à une **thématique sur la durabilité** avec une méthodologie importante. L'objectif est de **mieux valoriser la viande bovine belge dans la communication (nationale et à l'export) des opérateurs et d'éventuellement identifier des voies d'amélioration en termes de durabilité**. Ce n'est pas encore concret, on n'en est qu'à une ébauche, une réunion devrait être programmée prochainement à ce sujet. Cela va évoluer.

V. Celagri : présentation du travail mené sur 2020 par la Cellule d'Information sur l'Agriculture

- **Présentation par Quentin Legrand, chargé de mission secteur Viande bovine au sein du CdP (présentation pdf disponible en annexe).**

Celagri fait partie des dossiers sur lesquels on a beaucoup travaillé ces dernières années au Collège. En réaction aux informations divulguées par les médias sur la viande, cette cellule a pris naissance en 2015. La volonté est de fournir des informations objectives, fiables et de qualité sur les réalités de l'élevage en Wallonie afin de pouvoir remettre « l'église au milieu du village ». Les sujets qui font polémique et qui sont traités dans les médias s'étendent désormais plus largement et concernent également les grandes cultures, les sapins de Noël, le bio, etc. L'idée avec Celagri est de profiter du travail et de renforcer la démarche qui avait déjà été faite sur le lait (CIL) et la viande (CIV) et d'élargir aux productions bio et végétales afin d'en garantir une meilleure visibilité.



Qu'est-ce que Celagri ? La **Cellule d'Information Agriculture** compile des informations sur les pratiques agricoles en Wallonie. L'objectif est de donner des réponses aux polémiques en lien avec l'agriculture et ses productions, tout en donnant le point de vue et la parole aux producteurs.

Pour qui ? Celagri s'adresse à la presse, tant locale que nationale, au monde de l'enseignement et bien sûr, à toute personne s'intéressant à l'agriculture.

Comment ? Les informations sont diffusées sous forme d'articles abordables au grand public sous formes de questions et sont répartis en quatre thématiques (Environnement ; Alimentation et traçabilité ; Bien-être animal et ; fonctionnement des filières agricoles). Des dossiers techniques sont réalisés à l'aide d'experts de l'agriculture wallonne afin de toucher un public plus averti. Nous réalisons également des témoignages d'agriculteurs sous forme d'articles ou de vidéos réalisées chez l'agriculteur.

Travail mené sur 2020. Ces derniers mois, un nouveau dossier a été réalisé en lien avec le secteur de la viande bovine « Nutrition santé – viande rouge et viande transformée », le dossier sur « L'alimentation des bovins » a été réactualisé, un nouveau dossier sur « Le nourrissage des animaux en prairie » et deux petits dossiers suite au Covid (risques de transmission via la viande et les animaux). Une page [Facebook](#) et un compte Instagram permettent de relayer ces différents articles, de réagir à l'actualité de manière plus ludique afin de toucher un autre public. Une newsletter est envoyée mensuellement aux abonnés. D'autres dossiers sont en cours pour fin 2020, début 2021. Notre [site](#) a d'ailleurs été récemment réactualisé, il est plus interactif et est muni d'un outil de recherche simplifié.

Intervention d'Emmanuel Grosjean, coordinateur du Collège des Producteurs : Au-delà des fréquentations, ... l'intérêt est que nous avons +/- 80 articles de presse par an dont la source est au moins partiellement Celagri pour leur article / sujet. C'est-à-dire que l'on a un réseau de journalistes qui nous appellent, qui considèrent Celagri comme quelque chose de sérieux. Même si les fréquentations du site ne sont pas énormes, c'est tout de même une référence pour pas mal de journalistes sur les questions polémiques liées à l'agriculture. On est plus dans l'anticipation et la relation avec les journalistes que l'idée initiale qui était plutôt la gestion de crise, la réaction dès qu'il se passait quelque chose, ... On a évolué vers un réseau de journalistes qui s'appuient sur ces informations pour travailler. C'est un résultat récent sur lequel il faut continuer d'appuyer même si Celagri n'est pas cité en tant que tel. C'est bien reconnu comme une source, on ne va pas dire neutre, mais objective.

VI. Observatoire des filières agricoles

- **Présentation par Quentin Legrand (présentation pdf disponible en annexe).**

Un **confinement soudain et brutal a pris cours début mars**, qui a eu un impact sur différents secteurs économiques de notre pays avec notamment la fermeture de l'Horeca, la fermeture des frontières, le télétravail et un chômage économique important dans certains secteurs. Cela a amené beaucoup d'imprévus et de menaces pour les filières agro-alimentaires, des craintes de perturbations des marchés. Le Ministre Borsus nous a donc sollicités afin d'assurer un **suivi de la crise sur les filières agricoles en Wallonie en sondant les opérateurs de terrain et les fédérations, les syndicats et les organisations avec lesquelles nous travaillons** tout au long de l'année. Nous avons commencé à travailler sur les notes toutes les semaines, puis toutes les deux semaines et à présent une fois par mois. Nous sondons les **différents acteurs des filières pour avoir leur réalité sur l'évolution des marchés en termes de volume, de prix mais aussi de difficultés, de craintes** qu'ils peuvent exprimer.

Les objectifs sont **d'identifier les évolutions sur différents aspects, les difficultés et préoccupations de chacun quant à l'approvisionnement, les modifications des demandes, les prix**, etc. Ces notes sont remises au Cabinet du Ministre



et utilisées comme outils d'aide pour la décision des mesures tant au niveau régional, fédéral qu'europpéen. Ces notes sont relayées sur notre site [Filagri](#) et sur notre page [Facebook](#).

De manière générale, **les filières ont assuré leur rôle nourricier malgré les difficultés rencontrées. Certaines ont été plus touchées comme celles en lien avec l'export et l'Horeca** (pdt, veau, poulet, porcs, ...). Des mesures de soutien aux producteurs ont été prises dans des filières en difficultés : un mécanisme d'aide au don de patates en alimentation animale. Pour pallier à la difficulté d'avoir de la main-d'œuvre surtout en horticulture pour la période de récolte, un appel a été lancé par plusieurs partenaires sur la plateforme [Jobs.easy-agri](#). On a observé un fort intérêt pour l'alimentation locale et le circuit-court mais qui est retombé.

Par rapport à la **viande bovine**, il y a eu une **nette augmentation d'achat les premières semaines** dans les différents points de vente mais la situation a été plus compliquée pour les zones touristiques et moins peuplées. On a observé un **stockage de la viande par les consommateurs et grand intérêt pour le haché** (avec un impact sur l'équilibre quartier avant vs. quartier arrière). L'incertitude pour les acteurs de la filière et la variabilité des flux a été assez importante durant plusieurs mois. La **fermeture de l'Horeca** a eu plusieurs impacts ; diminution de la demande et du prix veaux de boucherie, baisse importante des volumes de viande bovine importée en EU (-22 % pour l'EU) traditionnellement destinée à la RHD et surtout une augmentation de la demande (et donc du prix) des taurillons BBB (et dans une moindre mesure des vaches BBB). **Ces tendances confirment ce que les acteurs de la filière ressentaient, à savoir que l'Horeca est un enjeu important pour la filière** (la RHD = 20 % des fréquences de consommation de bœuf) **et qu'il ne travaille pas assez avec de la viande bovine belge !** Une grosse concurrence des viandes importées est présente et nuit à l'image de marque de la viande belge. De plus la RHD est importante afin de pouvoir atteindre un équilibre matière et permettre une meilleure valorisation de la carcasse et donc de meilleurs prix.

Questions-réponses :

- Les bouchers se rendent soudain compte de l'intérêt de la vente à distance. Nous aidons nos confrères à mettre leurs produits de viande en ligne. Nous souhaiterions via les fiches produit, insérer des liens vers de courtes vidéos vantant les bienfaits de la viande ou encore des conseils pour bien cuire un rosbief. Est-t-il possible d'avoir un catalogue numérique avec les vidéos disponibles ?

M. Mattart : On peut répondre rapidement à cette demande et un inventaire des vidéos sera réalisé avec Amandine, notamment avec des influenceurs et toute une série de recettes qui ont été mises en images.

Je voudrais également compléter l'exposé sur l'observatoire. Ce qui est intéressant c'est que l'on a une **complémentarité entre observatoire des filières du Collège et l'observatoire de la consommation alimentaire que nous mettons en place au sein de l'APAQ-W** avec tout d'abord, une acquisition de données pour un budget extrêmement important. Cette année, à l'instar de ce que fait le VLAM, nous avons acheté des données GfK afin de faire l'évaluation des campagnes de manière à mieux connaître l'évolution des marchés pour l'ensemble des spéculations. Nous avons également réalisé une très grosse étude de marché prospective avec la société Listen, de manière à pouvoir mieux comprendre les comportements de consommation. Dès que nous aurons ces données à notre disposition (fin de l'année), nous les partagerons évidemment avec vous, je pense que ce seront des données qui seront intéressantes pour le Collège des Producteurs.

Intervention d'Emmanuel Grosjean : Par rapport à l'observatoire, je voulais juste ajouter que c'est aussi une dynamique. Je pense que ce qui est assez appréciable, c'est que l'on parle de l'ensemble des secteurs. Cela permet à tout le monde d'avoir une vision plus générale de ce qui se passe dans les différents secteurs. Cela



fait partie des feed-back positifs que l'on a. Dans les **points d'amélioration qui sont pointés, c'est peut-être d'approfondir un peu plus la commercialisation bio**, de manière générale dans les différents secteurs. On n'a pas beaucoup d'infos pour l'instant. **On passe d'une approche de crise où l'on a démarré**, on faisait cela toutes les semaines, tous les quinze jours, il y avait vraiment des tas de problèmes qui arrivaient partout, on essayait de les analyser et de faire le porte-voix de tous ces problèmes pour passer à l'aide à la décision des opérateurs privés et publics. **Maintenant on est plus dans une logique mensuelle**, je pense qu'on va ne va plus appeler cela « observatoire de crise », on va plutôt appeler cela « observatoire de filières » avec une fiche mensuelle d'analyses dont l'objectif est d'être basé sur le ressenti des acteurs. On n'est pas en train de faire des statistiques même si on a bien sûr des chiffres, l'important c'est d'avoir le ressenti des acteurs, de voir comment les choses évoluent selon les différents maillons. N'hésitez pas si vous avez des suggestions à nous faire sur des acteurs qu'il faudrait contacter, sur des éléments qu'il faudrait intégrer. Dans les prochaines semaines, on va réfléchir aux améliorations. Et, comme le dit Philippe, je pense qu'on est en train de développer des approches un peu comme sur Celagri où chacun a ses spécificités mais on valorise ensemble après les différents éléments. Je crois que sur ces observatoires, on s'est réparti un peu les éléments de contenus et en définitive, ça peut aider tout le monde, que ce soit les acteurs privés ou publics, dans leurs choix ou leurs décisions. Et c'est cela notre objectif.

Question de Guy Francq. Dernièrement on a engagé 10 personnes qui se sont occupé du mieux manger de demain (Stratégie Manger Demain et Green Deal Cantines Durables). Les Cabinets Borsus et Tellier se sont mis d'accord pour engager 40 personnes qui vont s'occuper de l'alimentation durable. Je me demandais donc si tout cela avait des connexions avec le Collège des Producteurs.

Emmanuel Grosjean : Les 40 personnes dont tu parles, il s'agit en fait du **Collège Wallon de l'alimentation durable (CWAD) mis en place par la Région Wallonne**, pour lequel il y a eu un appel à candidatures, ce ne sont pas des recrutements. Ce sont des organisations qui ont posé leurs candidatures et ensuite le gouvernement wallon a désigné 40 de ces associations. **La Socopro en fait partie par rapport au Collège des Producteurs et à Manger Demain.** C'est plutôt l'aspect institutionnel d'orientation des décisions de la Wallonie en matière d'alimentation durable. Ce sont les ministres Tellier, Borsus et Morreale qui pilotent en même temps cette initiative avec Madame Tellier qui a la tutelle administrative. Nous aurions trouvé pertinent que ça soit la Socopro qui anime ce Collège car il y a une bonne partie des acteurs du CWAD qui sont aussi des membres du Collège afin d'avoir une seule organisation qui gouverne l'ensemble. Pour finir la Région a préféré que ce soit l'administration qui gère ce Collège. Du coup, **la Cellule Manger Demain qui est au sein de la Socopro, son focus est principalement de travailler avec les cantines qui ont signé le Green Deal et notamment le focus sur l'approvisionnement local et en bio de ces cantines.**

Philippe Mattart : Comme l'a dit Manu, ce sont des mandats, ce sont 40 représentants. **L'APAQ-W est également présente au sein de ce Collège comme la Socopro, différentes fédérations, des entreprises, des associations.** C'est une plate-forme qui est constituée de partenaires publics et privés qui ont posé leur candidature selon une longue procédure qui a été soumise aux différents candidats il y a quelques mois. C'est une instance consultative et de concertation mais pas décisionnelle à proprement parlé.

Emmanuel Grosjean : Je voudrais juste ajouter que nous n'avons pas de jetons pour cela. Notre présence se justifie pour la représentation de producteurs avec d'autres organisations qui représentent les producteurs. Je ne vous cache pas que **la question de la viande est une question-clé dans toutes ces discussions sur l'alimentation durable.** Cela fait partie des éléments sur lesquels on a beaucoup discuté durant un an sur la labellisation au niveau des cantines pour que les choses soient équilibrées. Il est clair que si la question de la



viande fait polémique au niveau du grand public, elle fait aussi polémique au niveau de ce genre d'initiatives. C'est important qu'on soit là pour bien factueliser les choses, pour bien mettre en avant. Comme sur Celagri, on n'est pas en train de dire que tout est beau, mais on met en avant les aspects positifs dont personne ne parle et qu'on a tendance à oublier. **On essaie aussi de montrer** que les aspects plus difficiles sont dans des voies de gestion avec des propositions concrètes et **que nous avons un modèle d'élevage qui répond globalement à pas mal de préoccupations de durabilité**. C'est important d'être là ! Il y a Celagri pour le grand public et les journalistes, le CWAD ça permet aux institutionnels qui ne se parlaient peut-être pas avant de se parler sur ces questions. On est obligé d'en parler même si c'est difficile.

VII. Présentation de la démarche Fairebel Viande

- Introduction par Quentin Legrand

Au collège, il y a une importante partie de notre travail qui consiste à accompagner et soutenir le développement de filières de producteurs sur différents dossiers. C'est l'occasion, lors des assemblées sectorielles, de mettre en avant et de partager l'information sur une coopérative, un groupement ou une démarche qui est en cours de construction ou de développement, de faire le point avec les éleveurs qui sont concernés et de pouvoir en discuter ouvertement, tous ensemble, sans forcément être tous d'accord.

- Présentation par Yves-Marie Desbruyères (présentation pdf disponible en annexe).

Yves-Marie Desbruyères est éleveur à Melles, il est l'un des 4 représentants du Collège pour la filière Viande Bovine. Il tient tout d'abord à remercier le Collège de pouvoir présenter la nouvelle démarche Fairebel au niveau de la viande.

Le projet Fairebel est un **projet de viande équitable belge** qui regroupe autant de Wallons que de Flamands. L'idée est d'avoir une promotion et une bonne commercialisation de la viande sur un échelon national. Le but de Fairebel viande en tant qu'éleveur viandeux, est de **gérer la commercialisation afin d'obtenir un prix juste** pour le travail accompli. Ses objectifs sont d'obtenir un prix juste (tant pour l'éleveur que pour tous les autres maillons) en permettant d'élever les bovins à l'herbe et de valoriser la viande de qualité supérieure tout en faisant évoluer le prix de vente des produits.

La « **Coopérative Faircoop** » est née en 2009. Sa **mission** étant de **valoriser l'ensemble du lait, des fruits et de la viande de ses coopérateurs dans une structure de prix équitable en vendant aux grandes surfaces sous une marque propre** au monde agricole, **garantissant une rémunération correcte** de tous les acteurs de la chaîne. « Fairebel » a donc vu le jour début 2010, faisant référence au terme « FAIR » qui signifie équitable et « BEL » pour valoriser nos racines belges. Aujourd'hui, il y a +/- 1 500 consommateurs dans la coopérative. Fairebel est équitable pour l'agriculteur, pour l'environnement, pour le consommateur et pour le transformateur de viande. **Fairebel achètera de la viande à « Lokaal smakelijk van onze hoeve » et « En direct de mon élevage »**. Les consommateurs achèteront la viande dans leur grand magasin où ils ont l'habitude de faire leurs achats. Ils protègent l'environnement en achetant de la viande équitable car il n'y a pas de soja OGM, moins de transport, pas d'abattage de forêts, ... De cette façon, le consommateur a un produit à un prix juste dans son assiette.

Questions-réponses :

- Le prix Fairebel évoluera suivant le marché aussi bien à la hausse qu'à la baisse en cas de crise ? il y aura une révision du prix annuelle ?



Au niveau de la grande distribution, les prix sont convenus par période de 6 mois. Il n'est donc pas question que l'on bouge relativement vite les prix par rapport à cela. Je pense que c'est plutôt au niveau du conseil des filières, tant au niveau de la viande, des fruits, du lait, ... de dire que l'on va changer les prix. Mais ici, il n'y a pas de raison de bouger les prix mais comme je l'ai dit tantôt **le calcul a été fait sur base d'un prix (moyenne taurillon et vache allaitante et qui est de 6,23 € / kg carcasse)**. Je sais que la grande distribution jette ses bras en l'air quand on leur dit qu'on doit arriver à ce prix-là. On leur dit aussi que si on a plus les primes vache allaitante, on pourra faire évoluer les prix. Donc **c'est une évidence que la coopérative fera sans doute évoluer les prix** par rapport aux demandes **mais si on arrive à un prix qui est rémunérateur, on n'a pas forcément envie d'aller vers un prix qui est inapproprié au consommateur**. Le consommateur fait partie prenante du CA du conseil des filières. L'idée ce n'est pas d'être là et de prendre des bénéfices mais c'est de faire réellement passer un message que l'on n'a pas un revenu rémunérateur. Ce qui est assez important pour notre métier et pour que les générations à venir puissent continuer (voir état des lieux). Si ma fille veut reprendre, il faut qu'elle puisse avoir un prix qui permette un revenu rémunérateur. Donc l'évolution du prix, non, comme les prix sont en grandes surfaces sur des périodes de six mois, ils n'évolueront pas forcément à la hausse.

- **Je fais partie de la coopérative en direct de mon élevage, puis-je également faire partie de Fairebel ?**
Pour ceux qui vendent « En direct de mon élevage » ou ailleurs, ils pourront continuer à vendre leurs animaux à un prix plus cher à ces débouchés. La Faircoop a décidé de travailler avec deux coopératives, une en Flandre et « En direct de mon élevage », pour éviter d'acheter sur le marché au prix le moins cher et avoir un produit de qualité. Donc on voulait déjà **un aliment** qui soit **fixé pour les 3 mois d'engraissement** parce que l'on va travailler avec de la vache, ce qui est déjà une viande qui est peu fluctuante au niveau des carcasses et on doit avoir, quand on va la mettre en grande distribution, une viande qui soit relativement homogène. Le plus important c'est sans doute d'avoir la **qualité au niveau de la viande et au niveau de la carcasse**. La 2^{ème} chose qui est importante pour nous c'était non pas d'aller acheter la viande la moins chère mais déjà d'avoir un prix qui était plus rémunérateur pour l'éleveur. Sinon **Fairebel n'est pas lié à « En direct de mon élevage »**. **Les gens qui en font partie peuvent très bien être membre des 2 coopératives**, ce sont 2 coopératives différentes. Le projet Fairebel est un très bon projet que je défends mais il y en a plein d'autres. Pour moi il y a différentes sortes d'agricultures, l'agriculture bio pour moi est importante, elle a sa place à part entière, l'agriculture conventionnelle aussi, je pense que plus il y aura d'agricultures, plus on sera forts et il faut maintenir cela.
- **Comment est contrôlée la durée d'engraissement en ferme avec l'aliment sélectionné ?**
Au niveau de l'alimentation, on a bien sûr une cellule et un responsable qualité mais **la qualité va plus être contrôlée par rapport au transformateur et au fait de voir l'approvisionnement** qui aura lieu auprès des 2 coopératives et le fait de la revendre dans la grande distribution. **On n'est pas une coopérative de production mais de commercialisation**. A la sortie de la guerre, il fallait produire parce que l'on n'avait pas assez d'aliments. Et pout finir on s'est peu intéressé à la commercialisation et on a peu la main mise sur la valeur de vente que l'on veut avoir. **Fairebel** est assez génial dans son projet, car comme au niveau du lait, il faut avoir une commercialisation qui soit plus importante et ici on **va jouer que sur la commercialisation et c'est les producteurs qui reprennent la commercialisation de leurs produits équitables** et les meilleurs possibles. Ce que nous allons faire au niveau de la Faircoop, c'est gérer la commercialisation mais on ne va pas s'occuper de l'approvisionnement qui va être fait par les 2 coopératives. Elles ont toutes les 2 déjà un cahier de charges au niveau de la **filière de la vache**. Pour nous c'était un choix de prendre la même alimentation et le contrôle sera effectué par les coopératives au niveau de l'alimentation en ferme (vérifier que les animaux sont bien engraisés). Au niveau de l'engraissement, on met une date de 3 mois d'engraissement de ferme parce que l'on juge que sur 3 mois (grâce à l'aliment qui est enrichi en oméga 3, en sélénium, ...), cela permettra d'avoir



une viande qui va s'oxyder moins rapidement avec cette alimentation-là. Les coopératives se baseront sur le cahier de charges et nous ne vérifierons pas si elles les animaux ont été engraisés 6 semaines ou 3 mois, il y a des vaches qui seront engraisés plus rapidement que d'autres parce qu'elles seront déjà en bon état d'engraissement. Lors des contrôles effectués, on verra les aliments qui sont livrés dans la ferme et on suppose que l'éleveur, l'agriculteur les donnent à son bétail mais c'est fait de cette manière-là dans tous les cahiers de charge, ça ne sera pas différent avec la Faircoop.

- Question de Dominique Jacques : J'ai apprécié ta présentation mais j'ai tout de même une question. Vous allez travailler avec « En direct de mon élevage » et une autre coopérative en Flandre ; mais à un moment donné votre coopérative ou « En direct de mon élevage » va se retrouver peut-être sur le même marché des grandes surfaces ou autre chose. Donc, j'ai une question sur l'articulation entre les 2 coopératives. Et la 2^{ème} chose que je voulais dire c'est que si vous avez réussi à travailler avec Q-Group : chapeau, car ce n'est pas facile.

Par rapport à cela, on a travaillé au niveau de **Q-group** parce qu'il y avait une installation ultra-moderne et qui nous donnait, par rapport au produit qu'on allait travailler, 1) la **possibilité d'avoir une date légale de conservation plus longue** et 2) la **possibilité de pouvoir aller dans l'Horeca et la restauration rapide**, ça c'était important. En tout cas par rapport à ce que j'ai pu voir comme qualité de produits et comme matériel vraiment à la pointe au niveau du travail, j'ai trouvé que c'était assez bien. Je dois t'avouer que j'ai entendu ce qui s'est passé avec l'abattoir de Chimay le fait qu'il ait été repris mais je ne sais pas trop ce qui s'est réellement passé.

Pour le moment toute la démarche est faite pour travailler avec « **En direct de mon élevage** ». S'il y a un problème à un moment donné avec l'un ou l'autre, le fait d'en avoir 2 est déjà une possibilité ou une force pour nous. Je comprends très bien « En direct de mon élevage » à qui on propose un projet comme le nôtre, ils adhèrent et ils veulent travailler avec nous. Puis, à côté de cela, il y a d'autres projets. Je dois t'avouer que notre projet est bien abouti, on l'a mis très tard dans la presse mais il est mûri d'un bout à l'autre. La dernière démarche qu'on doit avoir et qui n'est pas facile c'est d'être présent dans la grande distribution. Il faut savoir que dans la grande distribution il y a 3 grosses structures et qu'elles ont un choix qui est différent et elles sont méfiantes. Par rapport à ce que l'on fait aujourd'hui, on n'est pas des ennemis vis-à-vis d'eux, chacun doit avoir son revenu. Nous on n'a pas un revenu qui est suffisant en tant qu'éleveur, on ne veut pas avoir une viande qui va faire concurrence aux autres acteurs, **on vient avec de la viande de vache, on ne fait pas concurrence à ce qu'eux on comme marché puisqu'ils travaillent très peu la viande de vache** (principalement du taurillon). Je trouve qu'ils doivent adhérer à un projet de cet ordre-là. Je sais que certaines petites structures de distribution ont déjà choisi de rentrer dedans mais l'idée pour nous c'est d'être présents un peu partout. Par rapport à cela, je veux dire que tous les projets sont bons et doivent évoluer. J'espère bien que le projet Fairebel va se développer et qu'à partir de ce moment-là « En direct de mon élevage » embrayera. Forcément pour le moment tu les vois sur plusieurs projets où ils se positionnent. Je peux très bien comprendre qu'ils essaient de se positionner, ils essaient de défendre leur structure et leur coopérative pour les producteurs qui en sont membres. La marque Fairebel est installée et pour les producteurs laitiers, ils se sont bien rendus compte qu'ils avaient le lait et que c'était mieux d'installer une marque avec différents produits (fruits, viande, etc), ils ont vraiment une force de frappe assez importante. Oui en tant que viandeux, quand on nous pose la question, on se dit que c'est une opportunité parce qu'ils nous donnent la marque, ils nous laissent commercialiser sous la marque Fairebel. Pour eux c'est un risque car ils peuvent avoir un manque de qualité, et tous les éleveurs laitiers que j'ai pu rencontrer sont contents d'avoir une union entre les agriculteurs, les éleveurs ou les producteurs de fruits. L'idée est d'être solidaires les uns des autres et d'avoir une marque des agriculteurs. Et l'idée est de travailler avec « En direct de mon élevage » mais je pense qu'ils



vont devoir faire des choix à l'un ou l'autre projet et tous les projets ne vont peut-être pas aboutir. On doit arriver à installer cette marque, c'est nécessaire pour nous les producteurs.

- **Comment les grandes surfaces accueillent l'initiative ?**

Les grandes surfaces nous accueillent tous à bras ouverts. **Dans les 3 grands groupes on attend encore une réponse.** Tout cela est postposé car ils ont des priorités comme la santé des consommateurs plus que les évolutions au niveau de leurs produits. **C'est un peu en stand-by.** Par rapport aux **plus petites enseignes, elles sont assez positives** par rapport à ce que l'on veut au niveau de la commercialisation. **Une des grandes enseignes a pris les devants** et vraisemblablement que cela évoluera, ça peut quelquefois changer assez vite.

- **Ne trouvez-vous pas qu'il faudrait exiger des élevages où les veaux sont nourris du lait de leur mère et les accompagnent en prairie, car la plupart des élevages de BBB ne font plus l'allaitement naturel, et les bovins ne sortent plus des bâtiments, privilégiant les terres pour les cultures.**

Pour ce qui est des bovins, je comprends qu'il y ait différents éleveurs et que le fait de mettre en avant le blanc-bleu peut peut-être chagriner certains éleveurs. Il est vrai que moi je suis né dans un élevage de blanc-bleu et j'aime mon élevage. **Tout le monde peut rentrer dans la filière,** que ce soit un éleveur blanc-bleu ou d'aquitaines, **il y a des éleveurs de différentes races qui sont rentrés dans la filière.** Je pense qu'il n'est pas difficile d'aller faire la promotion de la viande mais s'il ne s'agit pas de sa race car c'est défendre le métier d'éleveur, dire qu'il faut que le prix soit plus équitable, dire qu'il faut manger des produits locaux, dire qu'il faut avoir des produits de chez nous et pas des viandes qui viennent d'Irlande ou d'Outre-Atlantique. Par rapport à ce que l'on a demandé, on commercialise de la viande de vache et dans toutes les fermes où elles vont être achetées par « En direct de mon élevage » ou autre, elles sont nourries à l'herbe. On la garantit sans OGM sur les 3 derniers mois d'engraissement mais on ne l'indiquera pas car on ne peut pas garantir qu'à un moment donné il n'y aura pas une bête qui aura eu une alimentation à base de concentré. On veut tout de même être pertinent par rapport à cela. **La critique que l'on peut avoir sur un blanc-bleu c'est que le veau n'est pas toujours sous la mère, dans la plupart des cas il n'y est pas mais la vache est toujours liée à l'herbe.** Moi par exemple, j'ai du blanc-bleu, ma ferme est faite de telle façon que j'ai décidé de traire mes vaches une fois par jour et je nourris moi-même mes veaux, de cette manière je les vois et les soigne mieux. Ce n'est pas un choix, c'est que mes bâtiments sont faits d'une telle manière que je ne peux faire autrement et je ne vais pas rechanger du tout au tout, faire 30 000 euros d'investissement. J'ai dû changer mon fusil d'épaule car le lait ne me rapportait plus à un moment donné et je suis parti plus vers la spéculation viande, parce que l'on nous demande d'être spécialistes dans tous les domaines : bio, viande, lait. En tout cas dans le projet Fairebel, on veut un bétail qui soit rattaché à l'herbe et donc on utilise de la vache car on est sûr qu'elle a toujours été rattachée à l'herbe. Je n'ai vu qu'une fois une ferme où on ne sort jamais ses vaches de la ferme mais ça n'est jamais arrivé qu'une seule fois. Ça n'existe pas, ça ne doit pas exister !

Si j'ai bien compris, un éleveur peut investir peu importe la taille de son élevage ? Ainsi le "rééquilibrage" du prix ne sera pas automatique ? Qu'en est-il des parts une fois l'éleveur retraité ? Touche-t-il encore des dividendes ?

Il n'y a **pas d'équilibrage.** On a décidé qu'une ferme devait avoir au moins 50 bovins pour entrer dans le projet. En-dessous de 50 bêtes, peut-être que l'éleveur n'est pas assez représentatif de la filière et n'apporte pas un revenu. **On peut toucher un bonus compensatoire mais on ne peut pas cumuler avec Fairebel lait et Fairebel fruits.** Il n'y a pas de différence entre un éleveur qui a 400, ou 60 bêtes. C'est l'investissement au départ et dans la commercialisation et le fait de faire de la promotion que permet de rentrer dans la filière. Ce qui est génial dans le système, c'est que la coopérative (Faircoop) fera d'autant plus de bénéfices que le



prix de la viande sera bas. C'est-à-dire que si la coopérative achète la viande bon marché à « En direct de mon élevage » ou à « POVV », si elle les commercialise au même prix, elle aura une marge bénéficiaire plus élevée. **Quand les prix sont bas, la coopérative et donc les éleveurs auront un bonus plus élevé.** Dans le mois d'avril on a l'assemblée et dans le mois de juin on a la libération des fonds. **Donc dans le mois de juin qui suit une année difficile pour les éleveurs, ils pourront toucher un bonus compensatoire qui sera plus élevé qui leur apportera un ballon d'oxygène.** C'est plus rapide que le fonds des calamités sans vouloir être négatif par rapport à la région.

Intervention de Guy Francq : une fois qu'on est atteint par la limite d'âge, qu'on est pensionné, on doit se retirer de la coopérative.

Yves-Marie : Si l'on a un successeur au 1^{er} degré, il peut reprendre les parts.

VIII. Divers

➤ Elections :

Election de deux représentants du Collège pour la filière viande bovine.

Yves-Marie Desbroyères et Laurent Gomand remettent leur mandat en jeu et se représentent.

Les élections sont ouvertes à tout producteur ou productrice de la région qui est intéressé par la spéculation et en activité, possédant un numéro de producteur et qui souhaiterait s'associer aux travaux du Collège. Le vote se fera virtuellement au mois de décembre grâce au logiciel d'enquête que nous avons au Collège. L'inscription se fait via mail, avant le 15 novembre, à l'adresse suivante : info.socopro@collegedesproducteurs.be. Nous vous offrons la possibilité de réaliser une petite vidéo de deux minutes afin de vous présenter.

➤ Prix juste :

Toutes filières confondues, nous avons 60 dossiers certifiés qui concernent 480 producteurs et 66 produits disponibles à la vente. N'hésitez pas à revenir vers nous si vous trouvez un intérêt dans le développement de vos filières de travailler avec ce label. Vous pouvez contacter mon collège, Bernard Mayné au 081/240.447 ou lui envoyer un mail à cette adresse : bernard.mayne@collegedesproducteurs.be.

➤ Easy-agri :

Le site officiel pour acheter ou vendre des animaux de rente dans la région wallonne : easy-agri.com. N'hésitez pas à vous y inscrire, vous pouvez également vous inscrire sur notre page [Facebook](#).

IX. Prochaine assemblée sectorielle

Rien n'a été décidé lors de l'assemblée.



VIII. Liste des présences

Producteurs	Non producteurs
Albanese Maxime	Ansay Françoise
Annet Nicolas	Buron Marie-Hélène – Elévéo
Baudoin Roland	Engel Sophie – Biowallonie
Billa Benoît	Ferdinand Manon - UCL
Buyse Christel	Georges Benoît – SPW
Chevalier Franz	Housen Claire – APAQ-W
Collienne Daniel	Hurdebise Julie – ULiège CTA Strée
Debarsy Daniel	Lebailly Jeanne - Fugea
Delie Ghislain	Lefert Charles – ACOSEC
Desbruyères Yves-Marie	Marchal Nicolas - FWA
Dumay Christiane	Marchal Sophie - BBBpromotion
Francq Guy	Mattart Philippe – APAQ-W
Gantois Annick	Michel Jean-Claude - PQA
Grana Anis	Pochet Pascal - SPW
Herman Henri	Semaille Marie-Laurence - FWA
Heyvaert Carl	Tilliere Ludivine – Belbeef et Codiplan
Hic Daniel	Vandeputte Amandine - APAQ-W
Jacques Dominique	
Lambert Stéphanie	Socopro
Minet Alain	Grosjean Emmanuel
Pekel Noël	Legrand Quentin
Petry Didier	Pirson Christine
Pierson Justine	Poncin Marie
Roose Brigitte	Schmit Thomas
Wyngaert Eric	
	Excusé
5 – 6 personnes connectées sans précision du nom et prénom	Doffagne Maxime – PN de la vallée de l’Attert