

Procès-verbal de l'assemblée sectorielle « Avicole et Cunicole » du 11 octobre 2019 – version définitive

I. Identification du document :

Type de document	PV
Titre du document	PV de l'Assemblée sectorielle « Avicole et Cunicole » du 11 octobre 2019- Version définitive
Responsable de la préparation du document	Catherine Colot-Isabelle Monnart
Date de publication	
Validé par	
Annexe(s)	Liste des participants

II. Ordre du jour

- Présentation de la ferme des Longs Prés à Rognée
- Désignation d'un président de séance
- Validation de l'ordre du jour
- Validation du PV de l'assemblée sectorielle précédente
- Présentation de la cellule Manger Demain
- Inquiétude sur les prix du marché en poulet standard et œufs
- Comment se protéger des intrusions par des groupes de défense des animaux
- Avis sur le plan de promotion avicole 2020
- Point rapide sur les dossiers en cours au Collège des Producteurs

III. Visite de la ferme des Longs Prés

Cette exploitation familiale spécialisée en grandes cultures (220 ha) s'est diversifiée en créant il y a 3 ans, une unité de production d'œufs biologiques. Le bâtiment se distingue en 2 parties : l'une de 75*30m pour l'hébergement de 4 lots de 3000 poules pondeuses et l'autre par un local de 10*20m qui abrite une ligne automatique de mise en boîtes pour le circuit court et une autre pour des conditionnements plus grands avec un robot palettiseur. Dès que les poules arrivent à +/- 72 semaines, elles partent vers l'abattoir et un nouveau cycle recommence avec des jeunes poulettes. Deux parcours sont aménagés à l'extérieur de part et d'autre du bâtiment.

Le producteur n'a pas choisi l'intégration ce qui lui permet d'être libre au niveau de ses approvisionnements. Il écoule en circuits courts +/-7000 œufs par semaine (y compris via son distributeur automatique) et le solde via de



plus gros clients. Il est en pourparlers avec les ceintures alimentaires comme autre canal de distribution. Il est inscrit dans une dynamique de Prix juste car il fixe son prix lui-même avec ses clients.

IV. Désignation d'un président de séance

Dominique Raes-Lehaire présidera la séance.

V. Validation de l'ordre du jour et du PV de l'assemblée précédente

L'ordre du jour est accepté sans autre point complémentaire. Le PV de l'assemblée du 14 juin est validé sans remarques.

VI. Présentation de la cellule Manger Demain (présentation en annexe)

La cellule Manger Demain est née suite à la volonté du Ministre Di Antonio de mettre en place une stratégie wallonne d'alimentation durable. Celle-ci a reçu l'approbation par le Gouvernement wallon début 2019. Cette cellule annexée au Collège des Producteurs a notamment comme mission i) de faire le lien entre toutes les initiatives wallonnes en matière d'alimentation durable, ii) de faciliter la coordination et la communication entre les acteurs et iii) de coordonner la mise en œuvre du Green Deal « Cantines Durables » qui est le thème prioritaire de travail pour les 3 prochaines années (cela représente à l'heure actuelle 129 cantines, +/-100. 000 repas/jour, 330 acteurs signataires et 79 producteurs engagés dans la démarche).

L'engagement se fait sur base de 6 axes de travail : des produits locaux et de saison, respectueux de l'environnement et des animaux, produits équitables, repas sains-équilibrés, réduction du gaspillage et inclusion sociale.

Les signataires sont tant les cantines de collectivités publiques et privées que des facilitateurs (tout organisme, producteurs, transformateurs, distributeurs...prêt à soutenir ces cantines) et enfin les autorités politiques à toute échelle. La cellule dispose d'une équipe de 5 chargés de mission par province afin de coordonner localement toutes les initiatives. Les personnes intéressées peuvent prendre contact avec la Cellule.

VII. Inquiétude sur les prix du marché en poulet standard et œufs : quelles en sont les raisons ?

On constate de manière récurrente une baisse du prix du poulet standard et des œufs sur le marché wallon. Pour le poulet, le prix tourne autour de 0.75 euro/kg. Il y a peu d'explications pour justifier cette baisse mais une des raisons est une importation plus grande d'Ukraine, du Brésil et de la Thaïlande pour le marché de la transformation (filet de poulet etc..). Notamment la Chine face à la crise porcine, s'est approvisionnée davantage en poulets en provenance de ces pays tiers. Les filets produits en Ukraine sont exportés notamment en Belgique via la Pologne qui est devenu le plus grand producteur de poulets de chair. Les abattoirs en Ukraine et en Pologne sont par ailleurs en sous-capacité. Des éleveurs réfléchissent à laisser vide leur poulailler si le prix du marché descend en-dessous de 75 cents, d'autant plus que les prix des céréales et du soja vont augmenter.

C'est une réelle préoccupation qui a d'ailleurs été relayée auprès du Ministre Borsu car si le prix continue de baisser alors que les producteurs ont investi dans de nouveaux bâtiments et que le prix des farines et des céréales tend à augmenter, cela aura des répercussions sur le secteur avicole.



Pour le prix de l'œuf, on constate une augmentation du prix des œufs en cage contre une baisse du prix des œufs au sol. L'Allemagne importe plus d'œufs en cage car leurs normes sont plus sévères et leurs besoins s'accroissent. La France est en train de changer son système d'élevage (cage→sol) mais se retrouve avec un stock important d'œufs au sol et plein air qu'elle exporte aux Pays Bas et en Belgique. Par conséquent, la Belgique ne sait plus écouler ses œufs vers les Pays Bas et doit donc baisser ses prix pour les écouler ou se tourner vers d'autres types d'œufs pour survivre. La situation en œufs plein air est difficile depuis deux années. Il est également noté qu'un grossiste hollandais a remis son commerce chez Delhaize à un concurrent. Il avait trop d'œufs plein air, alors que son concurrent n'en avait pas assez.

VIII. Comment se protéger des intrusions par des groupes de défense des animaux ? (Témoignage de Monsieur Many)

Monsieur Many, est éleveur de poulets Bio (+/-13.500 poulets dans 3 bâtiments) dans la région de Malèves. Ses bâtiments ont été vandalisés début septembre par un groupe de protection des animaux, occasionnant de nombreux dégâts et quelques pertes d'animaux. Il a souhaité contacter la presse afin de relater sa mésaventure et prévenir les autres éleveurs des actions provenant des mouvements anti-spécistes. Ceux-ci ont aussi approché la presse pour faire connaître leurs activités et diffuser des photos prises chez l'éleveur (poulets morts, poulets entassés) en dénonçant le manque de bien-être animal. Ce qui a eu pour conséquence de montrer au grand public une image négative de l'élevage vandalisé alors que le producteur est la victime. Monsieur Many a depuis porté plainte. Un expert aide Mr Many à constituer son dossier pour la compagnie d'assurance. A ce propos, il est indiqué qu'au niveau de son assurance incendie, il est important de vérifier si les éléments relatifs au contenu du poulailler (dont les volailles) et au numérique sont repris.

Notre juriste à la Socopro a analysé le code pénal afin de lister les précautions/actions à prendre avant/pendant et après l'intrusion (celles-ci sont énumérées en détails dans la présentation). En résumé, il faut :

- Avant l'intrusion :
 - Disposer des pancartes en amont de l'exploitation mentionnant la propriété privée
 - Placer des caméras
 - Installer des clôtures
- Pendant l'intrusion :
 - Appeler le 101
 - Prendre des photos, filmer
 - Faire éventuellement appel à un huissier pour acter les dégradations
- Après l'intrusion
 - Lister les infractions constatées
 - Déposer plainte auprès de la police
 - Vérifier la couverture du contrat d'assurance si assistance juridique présente
 - Se constituer partie civile

IX. Avis sur le plan de promotion avicole

Pour rappel, l'APAQ-W s'est dotée depuis début 2019 d'un conseil d'administration qui gère le suivi du fonctionnement de l'agence. Celui-ci est composé pour moitié de représentants du secteur agricole dont des représentants du Collège. Cependant, toutes les filières de production ne sont pas représentées au sein du C.A. Dès lors, l'APAQ-W a mis récemment en place un GT viandes composé de 20 membres pour cibler les actions transversales de promotion toute viande confondue et remettre un avis sur le plan chaque année. Les assemblées sectorielles et commissions filière organisées par le Collège des Producteurs décident des actions spécifiques par secteur et valident les choix proposés. Un ancrage fort avec les commissions filière est priorisé,



afin de s'assurer que les besoins et avis des acteurs économiques de chaque secteur soient pris en compte. De la sorte, il est prévu que chaque commission filière travaille en amont du GT viandes et désigne en son sein les membres qui la représenteront au GT viandes, pour un relais efficace des besoins et avis.

Pour 2020, une série d'actions de promotion ont été identifiées, celles-ci s'articuleront entre les 3 objectifs stratégiques à savoir:

1) Reconstruire l'image de la viande wallonne auprès des consommateurs via une communication transversale sur le rôle de la viande dans l'assiette et sur la durabilité des productions locales

- Des actions transversales vont être organisées autour d'animations en grandes surfaces (dégustations de viandes et légumes), l'organisation de la quinzaine locale
- Des informations nutritionnelles sont aussi programmées, à partir d'une assiette équilibrée basée sur la pyramide alimentaire (la viande arrive en 7^{ème} position sur les 12 critères déterminés). C'est à ce niveau notamment que la qualité nutritionnelle des œufs pourra être mise en avant, au travers des outils de communication déjà existants (capsule vidéo, folder, dossier nutritionnel).
- Un kit contenant du petit matériel et des recettes va être réalisé pour distribution dans les boucheries ou lors de dégustations en grandes surfaces ou portes ouvertes chez des producteurs. Le concept « Viande de chez nous » avec le logo du bœuf va s'étendre à la volaille, aux porcs et agneaux avec un logo déclinable pour les 4 viandes et sous le slogan « Délicieusement proches ». Il sera mis en avant soit un éleveur et des produits soit des éleveurs et des consommateurs fiers de partager ce qu'il y a de meilleur.
- Une émission culinaire avec un chef qui confectionnera des recettes à base de viandes et légumes locaux est aussi à l'ordre du jour.

2) Communiquer sur le métier multi-facettes de l'éleveur et sur le rôle de l'élevage

- Des publiereportages vont être réalisés chez des producteurs-éleveurs afin de montrer différents modes de production et faire connaître les viandes de chez nous. Pour le secteur avicole, il y en aura 1 sur les poulets et 1 sur les poules pondeuses qui seront diffusés sur la RTBF et 1 capsule vidéo mettant en avant 3 éleveurs diffusée sur RTL. Ces capsules pourront être diffusées via d'autres canaux tels que le Web ou des reportages dans la presse écrite.

3) Rendre le consommateur acteur de ses choix de consommation et en particulier de la viande

- Le consommateur est invité à adopter de bons réflexes tels que : s'approvisionner chez des producteurs locaux, observer le calendrier des produits de saison, suivre les recommandations nutritionnelles, choisir des produits de qualité différenciée ou d'appellations européennes

Le message général porté en 2019 sera poursuivi en 2020 : « je cuisine local, durable et de saison ».

Budget

Sur la seule base des cotisations des 4 secteurs (bovins, porcs, volaille et ovins), le budget prévisionnel viandes pour 2020 est estimé à 700 .000 euros dont 45.000 euros provenant du secteur avicole. Les propositions d'activités sont les suivantes, reste à décider la répartition du budget du secteur avicole par les membres aviculteurs du Collège des Producteurs et des assemblées sectorielles :

- Animations-dégustations en GMS : 5000 euros pour secteur volaille. Voir dans quel magasin, on veut opérer ces dégustations sachant que tous les magasins ne peuvent approvisionner en viande locale.
- Informations nutritionnelles : 25.000 euros (budget transversal). Communication sur 12 recommandations en matière de nutrition. La viande étant en 7^{ème} position ; 700 bouchers vont recevoir un kit
- Actions génériques « Viande de chez nous » : un budget peut être alloué pour le secteur volaille



- Campagne Horeca : partenariats avec les tables du terroir qui mettent en avant des produits locaux (budget transversal de 40.000 euros)
- Ma quinzaine locale (budget transversal de 50.000 euros)
- Informations via Celagri par la rédaction de brochures et autres (budget transversal de 20.000 euros)

De plus, il faut noter qu'à la suite du championnat d'Europe de foot 2020, un plan de promotion spécial peut être envisagé.

La ventilation du budget est toutefois un exercice difficile et est exprimée par les membres présents. Ils font toutefois confiance à l'APAQ-W, dont ils reconnaissent et apprécient la meilleure efficacité de fonctionnement.

Suite à la présentation, quelques questions sont soulevées :

Est-il prévu un publiportage sur le canard ? Oui, il aura lieu en fin d'année. Cette année, en plus de l'action dans l'Avenir.net, l'APAQ-W a privilégié, plutôt que les spots radios sur Vivacité qui ont été évalués avec une faible efficacité, de travailler avec le site Gourmandiz. Des publiportages et hyper-liens vers des vidéos seront diffusés deux fois par semaine pendant 5 semaines, grâce au couplage de la promotion de deux produits, le foie gras et le poisson, s'intégrant bien dans un menu de fête.

Est-ce qu'on a veillé à ne plus comparer les viandes et modes d'élevage entre eux dans les reportages ? Oui, toutes les vidéos sont contrôlées pour s'assurer que cela ne se produit pas.

Est-il prévu d'avoir du matériel de promotion pour l'œuf ? Non, car il reste des folders pour l'œuf et comme ce matériel est prévu entre autres pour les bouchers, l'œuf n'y est pas présent. Il faut se dire que si le consommateur achète local pour un aliment, il étendra son acte aux autres produits.

Qui s'occupe des animations en magasin ? C'est une agence qui organise les dégustations, des animateurs cuisinent une viande et des légumes locaux au wok.

Est-ce qu'on peut mettre le logo « Prix juste » sur les affiches « Viande de chez nous » ? Cela est difficilement justifiable par rapport à d'autres qui font de la qualité différenciée ou qui se distinguent d'une autre manière. Par contre sur des supports écrits rapportant des témoignages de producteurs, on peut mettre en avant que ceux-ci sont « Prix juste ».

Les recommandations générales sont les suivantes :

- Pour les affiches « Viande de chez nous », il est demandé de faire tourner les photos d'éleveurs pour éviter que les gens ne s'habituent et ne prêtent plus attention à la publicité. Ajouter un logo œuf aussi sur les affiches.
- Les couleurs des affiches font penser aux couleurs des publicités de Delhaize, il faudrait envisager d'autres couleurs.
- Il est demandé de vérifier l'identification belge ou wallonne sur des produits mis en avant (des œufs avec un code non belge ont été utilisés dans une capsule).
- Les producteurs souhaitent que le logo « Prix juste » soit davantage exploité sur les supports étant donné qu'il y a de plus en plus de produits identifiés sous ce logo.

X. Dossiers en cours

Avant le départ du Ministre Colin, le Collège des Producteurs avait insisté sur la nécessité de clôturer le dossier indemnités suite à la grippe aviaire de 2016. Le dossier est en attente à l'administration, mais l'information a été transmise au Cabinet Borsu pour suivi.



Liste des participants à l'Assemblée Sectorielle Avicole-Cunicole du 11 octobre 2019

Producteurs

BAYOT Aurore
COLLIENNE Daniel
DAWAGNE Julien
DECALUWE Laurent
HENRI Alain
LUST Vincent
MANY Christian
RAES-LEHAIRE Dominique
TARGE Yolin
VAN WYNSBERGHE Valérie

Non Producteurs

BALFROID Louise
COLOT Catherine
CUISINIER François
DELEGRANGE Franck
EVERAERT Nadia
FLAMENT Aline
GROSJEAN Emmanuel
HENRARD François-Xavier
JAQUET Michel
MANGUETTE Marie
MONNART Isabelle
PADUART Jean François
PIRET Pierre Yves
RIODA Emilie
THEWIS André