



## Procès-verbal de l'Assemblée Sectorielle Viande bovine du 17 novembre 2022

**Présentation du marché de l'alimentation animale en Belgique (avec visite de l'usine d'aliments ALIA2) - Présentation du plan de promotion 2023 et actualisation du plan de développement de la filière viande bovine à l'horizon 2030.**

### I. Identification du document

Type de document	PV
Titre du document	PV de l'Assemblée sectorielle Viande bovine du 17 novembre 2022
Responsable de la préparation du document	Quentin Legrand et Marie-Ange Mathieu
Date de publication	04 01 23
Validé par	Chargé de mission et participants de l'AS
Annexes	Annexe I : Liste des présences Annexe II : PDF : Plan de promo 2023 secteur bovin Annexe III : PDF : 16 <sup>ème</sup> Assemblée Sectorielle Viande Bovine – Novembre 2022 Annexe IV : présentation du marché de l'alimentation animale en Belgique

### II. Approbation de l'ordre du jour

L'ordre du jour est approuvé.

### III. Désignation d'un président de séance

Quentin Legrand, chargé de mission « Viande Bovine » au sein du Collège présidera la séance du jour.

### IV. Approbation du compte-rendu de la réunion précédente

Le PV de l'Assemblée Sectorielle du 18 mai 2022, disponible sur le site internet du Collège des Producteurs (<https://collegedesproducteurs.be/publication/pv-de-lassemblee-sectorielle-viande-bovine-2022-s1/>) est approuvé sans remarque.

### V. Présentation du plan de promotion 2023 de l'APAQ-W pour la viande bovine (Amandine Vandeputte – secteur élevage, viande et petit élevage APAQ-W)

*La présentation de cet exposé est jointe en Annexe II.*

Amandine Vandeputte présente une synthèse des actions réalisées et en cours de réalisation (voir pdf dans la partie « Revue »).

Proposition d'actions pour 2023 afin de toucher les différents publics cibles



### ➤ Actions sectorielles

- Soutien aux acteurs du secteur via un appel à projet et des fiches actions,
- Concours école hôtelière à maintenir et développer - réel intérêt d'information de la part des étudiants,
- Supports promo pour le secteur bovin – goodies, brochures, posters,
- Action lors de l'événement "Iron Lakes" (triathlon au lac de l'Eau d'Heure) – organiser un barbecue avec différentes viandes en association avec le secteur laitier + spot sur place avec des informations, les éleveurs pourraient s'occuper de la cuisson et faire passer leurs messages,
- Restaurant Week Bœuf : les restaurateurs ayant joué le jeu ont fait de chouettes menus avec diffusion via leurs réseaux – à coupler avec les tables de terroir.

### ➤ Actions « Viande de chez nous »

- Campagne de sensibilisation à l'origine : communication intensive via TV/radio/RS/Web...,
- Calendrier des éleveurs : intéressant car travail à faire sur l'image de l'élevage (sympa, humoristique, positif),
- Actions péda, création de support/outils pour les écoles,
- HoReCa et écoles hôtelières : rencontres de terrain (objectif min : 5 restaurateurs et 5 écoles/an),
- Dégustations GMS : permet de toucher un max de consommateurs,
- Bouchers : charte va être finalisée et pourra être proposée (engagement des bouchers à se fournir en viande locale et à le mentionner + création de supports pour les motiver),
- Action presse : Observatoire de la consommation (résultats vont être annoncés sur le secteur viande) – par rapport à la filière ce serait intéressant de connaître les proportions de haché consommés par rapport au total de viande bovine pour pouvoir les intégrer dans notre étude. Les résultats pourront être diffusés, partagés via la presse + BBQ Viande de chez nous via une rencontre avec quelques experts et lancement saison BBQ

### ➤ Actions en partenariat avec le VLAM

- Campagne de sensibilisation steak-frite-salade : travail avec différents canaux (médias, réseaux sociaux, affichage, ...),
- BBQ's Day – affiche, info presse, média,
- Dégustation Colruyt : pré-accord pour organiser des dégustations dans tous les Colruyt du territoire,
- Horeca Expo : drink avec les écoles hôtelières pour annoncer les résultats du concours avec les participants,

### ➤ Actions transversales

- #Jecuisinelocal,
- Events : Business club, Horecatel, C'est bon, c'est wallon, Battice, Libramont, etc,
- Participation au Plan de Relance de la Wallonie produits locaux en GMS,
- Tables de terroir,
- Collaboration avec Manger Demain (approvisionnement des cantines),
- En Direct de la Ferme : recrutement des lieux qui accepteront des Eco-chèques contre des produits locaux,
- Journées Fermes Ouvertes,
- Semaine BIO
- Actions pédagogiques : micro-trottoir (questions posées à l'enfant sur l'élevage, le bien-être puis intervention d'un expert qui explique ensuite avec un vocabulaire adéquat à l'enfant) et utilisation des capsules réalisées sur les réseaux et utilisables par les enseignants dans leur classe.



## Discussions

- **Au niveau des actions pédagogiques, il faut des supports vidéo qui soient appropriés aux enfants mais le problème c'est d'avoir cette porte d'entrée et de pouvoir les diffuser au niveau des écoles. Il faut peut-être passer par des influenceurs je ne sais pas. Il faut vulgariser l'agriculture et pas l'élevage. Le citoyen est déconnecté de l'agriculture. Il ne faut pas y aller pour vendre de la viande ça ne sert à rien.**
  - ⇒ APAQ-W : On a consulté des enseignants qui nous ont dit ce qu'ils souhaitaient comme types de supports et toute la stratégie Graines d'AGRI vise à offrir des supports aux enseignants et aux écoles. Voilà déjà quelques années quand on a diffusé dans toutes les écoles la brochure « viande », on a reçu des plaintes. On a dû se justifier devant la Commission du pacte scolaire qui nous a donné gain de cause. Néanmoins, on a bien mesuré la sensibilité de la communication à ce sujet-là.
  
- **En Province du Hainaut, on a fait une 20aine de visites dans des écoles. Sont présents chaque fois une animatrice et un éleveur. On constate qu'il y a peu de connaissances. Les élèves ciblés sont ceux de 5<sup>ème</sup> et 6<sup>ème</sup> primaires. On appelle le projet « la ferme à l'école ». En général ça se fait en 3h. L'objectif de parler à des enfants il faut l'avoir. Les bouchers ils sont avec nous. Mais il faut aller vers les restaurateurs et les écoles d'hôtellerie. Qualitativement, c'est bien ce qui est fait mais il faut augmenter la quantité de personnes touchées.**
  - ⇒ Il y a peut-être une question de relais pour nous aider à passer nos messages. Par exemple, un maraîcher peut communiquer sur l'importance du bovin pour lui apporter son fumier.
  - ⇒ APAQ-W : en écoles hôtelières le réseau n'est pas très grand en Wallonie. Sauf si on mélange les professionnelles, techniques. Il n'y a que Amandine pour faire toutes les écoles. Pour l'Horeca, on a les tables de terroir. En 1 an, on a enrôlé 50 restaurants dans les tables de terroir (conditions : minimum 15 produits locaux). C'est une com permanente avec eux pour les amener à privilégier des produits locaux. Par ailleurs, on touche l'Horeca via le Business club. On est également en train de lancer un réseau « Excellence de Terroir » en collaboration avec des livres gastronomiques et des plates-formes de chef. L'objectif est de montrer des chefs de haute gamme qui utilisent de la viande locale. On a une collaboration qui va démarrer avec l'IFAPME pour encourager les apprenants à utiliser des produits locaux. On aimerait qu'il y ait plus mais il y a un budget qui est limité. La raison pour laquelle on doit travailler sur la sensibilisation du secteur Horeca mais qui se fera de manière efficace que si on sensibilise le consommateur aussi. Si les restaurateurs mettent de la viande irlandaise à la carte c'est parce que les consommateurs se sont mis en tête qu'elle avait plus de goût. Pourtant dans les dégustations qu'on a réalisées, on s'est rendu compte que c'était le contraire, c'était le Blanc Bleu qui plaisait le plus aux consommateurs lors de dégustations à l'aveugle. On doit aussi arbitrer intelligemment nos budgets sur base de l'évolution des normes européennes. La stratégie de la Ferme à la table rend plus difficile la possibilité d'avoir de nouveaux financements européens dédiés spécifiquement à la viande.
  
- **C'est bien de toucher l'Horeca mais je pense aussi qu'il faut toucher les grossistes HoReCa. Nous, en tant que producteurs, on a beaucoup de mal à avoir la logistique pour alimenter l'HoReCa mais ces distributeurs ils l'ont. C'est eux qui font l'intermédiaire entre nous et l'Horeca.**
  - ⇒ APAQ-W : le Business club il sert à ça. On invite ces personnes. L'objectif c'est de les avoir aussi.
  - ⇒ Vincent Pautré : Le travail sur le plan de développement filière Bio sur le bovin bio a montré que l'Horeca, même si c'est une niche, ce sont des relais de communication qui avaient l'air d'être intéressants et qu'il y a des restaurants qui ont 5000/10000 personnes qui les suivent sur les réseaux sociaux parce qu'ils postent leurs menus tous les jours. Finalement, toucher un seul restaurant, c'est peut-être toucher 10000 personnes. Sur le plan de développement filière Bio, on disait « pourquoi pas utiliser le restaurateur comme relais de diffusion pour toucher le maximum sans dépenser trop d'argent ? ». Et quand on regarde les résultats il y a beaucoup de like et on voit que le public est intéressé.



## VI. Présentation de l'actualisation du plan de développement de la filière viande bovine à l'horizon 2030 (Quentin Legrand – chargé de mission viande bovine Socopro)

*La présentation de cet exposé est jointe en Annexe III.*

### Objectifs d'un plan de développement

- Analyser la situation de la filière (état des lieux) et orienter ses objectifs sur base des besoins identifiés par les acteurs (analyse SWOT puis plan d'action)
- Se donner des objectifs pour répondre aux enjeux communs identifiés => où veut-on se situer dans 10 ans ?
- Avoir une vision de « comment la filière souhaite évoluer » et pouvoir la communiquer
- Identifier des besoins en termes de soutiens publics et des investissements dans la filière (même si difficulté à mobiliser de nouveaux moyens => ça doit rester une ambition)

Quentin revient sur les évolutions importantes depuis le plan précédent qui s'est terminé en 2019 et sur les 3 grands axes d'actualisation du plan (voir diapos).

### Etat des lieux de la filière : résumé

- Baisse rapide de la production (VA et nombre d'éleveurs) : - 12 % entre 2016 et 2020
- Augmentation prix de vente (+ 30 % entre 2016 et 2020) MAIS aussi coûts de production (environ 40 %)
- Diminution du taux d'autoapprovisionnement (+ ou - à l'équilibre sur le marché des bovins viandeux) MAIS qui évolution de la conso ?
- Menace sur le potentiel de production de la filière ! => Rentabilité et reprises par les jeunes nécessaires
- Enjeux communs car impacts sur toute la filière et pas uniquement sur les éleveurs !

### Objectifs et indicatifs transversaux

- Rentabilité : Suivi des coûts de production des différents maillons prévue => calcul d'un prix de vente nécessaire de 7,20 € / kg carcasse pour une ferme d'élevage engraissement de 60 VA.
- Assurer l'autosuffisance nationale et wallonne
- Maintien des prairies (47 % de la SAU)
- Maintien des outils de transformation en Wallonie

⇒ Contrer les « perspectives sans changement » : entre -9 et - 42 % du nombre de VA et d'éleveurs d'ici 2030 ! (entre 2010 et 2020 on était sur -28-29 % !)

### Plan d'action

Un plan d'action a été réalisé pour atteindre les objectifs et répondre aux enjeux identifiés. Il comporte 3 types d'action : 1) maintien de services et actions jugées pertinentes qui existent déjà, 2) orientation et priorisation d'actions et moyens existants et 3) Identification de nouvelles actions et de nouveaux budgets.



Actions	
<b>Action 1</b>	Renforcer la <b>recherche scientifique</b> sur les facteurs techniques prioritaires qui affectent la production et la rentabilité
<b>Action 2</b>	Rendre disponible plus de <b>données technico-économiques</b> pour piloter la filière
<b>Action 3</b>	Assurer la disponibilité et l'accès de services techniques d' <b>encadrement indépendants</b>
<b>Action 3 bis</b>	<b>Soutenir la formation des métiers de la filière</b>
<b>Action 4</b>	<b>Orienter l'évolution du cadre législatif</b> et suivre l'application de la législation
<b>Action 5</b>	<b>Soutenir l'engraissement</b> dans des élevages de type « naisseur-engraisseur »
<b>Action 6</b>	Assurer la <b>pérennité des abattoirs et ateliers de découpe de proximité et renforcer la commercialisation en circuit court</b>
<b>Action 7</b>	<b>Segmenter l'offre avec une augmentation de la valeur ajoutée</b> et encourager la concertation entre acteurs de la filière pour que chaque maillon soit rémunéré convenablement
<b>Action 7 bis</b>	<b>Faciliter le renouvellement des générations et la transmission des fermes</b>
<b>Action 8</b>	<b>Promouvoir la viande bovine produite en Wallonie</b>
<b>Action 9</b>	Permettre aux opérateurs de <b>se positionner sur des marchés porteurs</b>
<b>Action 10</b>	<b>Renforcer l'information aux citoyens</b> sur les polémiques touchant le secteur de la viande bovine

Le contenu du plan d'actions peut se résumer en quelques points

- Besoins et priorités pour orienter des moyens existants et nouveaux (dont moyens humains)
  - Thématiques prioritaires pour la recherche et l'encadrement
  - Orientations et renfort des organismes et experts (+ vulgarisation, OAD, formations)
  - Données technico-économiques (prix de revient, flux de la filière, monitoring de la durabilité, etc.).
- Améliorer la communication et l'image de la filière et de la viande bovine
  - Orientation du Plan de promotion APAQ-W
  - Celagri
- Identifier des priorités pour les travaux du Collège des Producteurs (calcul prix de revient, flux de la filière, accompagnement filière, communication via Celagri, etc.).
- Soutenir la formation des métiers de la filière
- Veille législative et suivi des dossiers susceptibles d'impacter la filière (ex: PAC)
- Soutenir l'engraissement dans des élevages naisseur – engraisseur (encadrement technico-économique et en nutrition + développement filières)
- Assurer la pérennité des abattoirs et ateliers de découpe + soutien développement circuit court
  - Cartographie des outils et services (+ besoins)
  - Mobiliser des soutiens publics à l'investissement pour les outils qui rendent des services pour tiers
  - Accompagnement des acteurs du circuit court (normes et assouplissements, logistique, com et promo)
- Segmentation de l'offre avec une augmentation de la valeur ajoutée + concertation entre acteurs de la filière => moyens pour recherche et innovation + moyens humains pour animation



- « Qualité différenciée »
- Soutien au développement d'Organisations de Producteurs ?
- Recherche et développement de nouveaux produits + analyse demande conso
- Redéfinition de la qualité des carcasses et de la viande bovine (lien prix – qualité) + prix du haché (équilibre carcasse)
- Démarches « Prix Juste »
- Encadrer les promos agressives
- Promotion et image de la filière et de la viande bovine => APAQ-W
- Soutien des exportations (en fonction de l'équilibre sur le marché national)
- Info vers le citoyen sur la filière et l'élevage bovin viandeux => Celagri

3 nouvelles actions ont été ajoutées au plan d'action de 2019

- **Soutenir la formation des métiers de la filière** : il y a différents métiers dans la filière qui sont indispensables à son fonctionnement. Ça va de l'éleveur jusqu'au distributeur et ce sont parfois des métiers en pénurie ou qui ont un déficit d'image et de candidats ; il faut pouvoir travailler sur ce point pour attirer plus de personnes dans la filière et assurer sa pérennité ;
- **Assurer la pérennité des abattoirs et ateliers de découpe de proximité et renforcer la commercialisation en circuit court** : la question du circuit court a été plus développée dans ce plan car elle prend peu à peu de l'ampleur même si ça reste un marché petit ;
- **Faciliter le renouvellement des générations et la transmission des fermes** : ce n'est pas quelque chose de spécifique à la viande bovine. Il y a certainement des approches transversales à avoir.

#### Plan de développement : quelle est la suite ?

On est dans une phase de finalisation. Le plan va être envoyé au Cabinet Borsus et au SPW puis publié avec suivi 2 fois par an et de manière plus quotidienne avec les différents partenaires sur les différentes priorités. L'ambition c'est d'aller chercher, au moins sur certaines actions, des nouveaux budgets d'ici 2030 même si cela risque d'être compliqué dans les 2-3 ans à venir.

#### Plan de développement viande bovine bio : méthode

Un travail a été effectué par le Collège sur la déclinaison du plan stratégique de développement de l'agriculture biologique en Wallonie (PSDAB). Le PSDAB a été validé par le Gouvernement wallon de manière transversale (macro). L'idée c'était de pouvoir, identifier des actions plus spécifiques à chacune des filières bio sur les besoins spécifiques de chaque filière. C'est un travail qui a été mené par la SOCOPRO (Vincent Pautré) avec des acteurs de la filière bio et aussi en soumettant ces idées en Commission filière viande bovine sur la même méthode que le plan transversal (état des lieux, objectifs, tendances, ...) avec, en termes de gouvernance, un mécanisme un peu différent. C'est la plate-forme bio, coordonnée par le SPW, qui a déjà identifié les moyens dans le PSDAB afin de déterminer les priorités et la budgétisation des moyens pour chacun des plans sectoriels.

#### Plan de développement viande bovine bio : état des lieux, objectifs et plan d'action

##### *Etat des lieux*

- 2021 : bio = 4-5 % de parts de marché de la VB
- 24 000 VA en Wallonie (11 % du cheptel) et 2 700 en Flandre
- Cheptel suffisant pour répondre à la demande actuelle MAIS tous les animaux ne sont pas valorisés jusqu'au consommateur => besoin de structurer la filière (engraissement, transformation, distribution)



- Augmenter les volumes de viande bovine bio à l'horizon 2030 dans la distribution => objectif : 22 € / an / hab (20 % de part de marché)

### Objectifs et plan d'action

- Innover et créer de **nouveaux modèles économiques**
  - RHD, distribution, projets innovants de nouvelles filières
- **Diffuser une image positive** et une connaissance du secteur viande bovine bio
  - Stratégie qui inclue les acteurs de filières pour qu'ils soient des ambassadeurs de la viande bovine
  - Stratégie com spécifique à la viande bovine bio locale vers les points de vente bio
  - Intégrer la viande bovine bio dans la formation bouchère (+ lien avec les éleveurs)
- Intégrer les **éleveurs bovins bio au centre des filières**
  - Encourager les échanges avec les autres filières bio
  - Initier un collectif représentant la filière viande bovine bio wallonne
- Installer la filière viande bovine bio dans une **dynamique de croissance**
  - Développer les liens entre éleveurs et associations écologistes (rôles positifs du bovin)
  - Développement de filières et de partenariats avec les bouchers, restaurateurs et distributeurs + certification

### Discussions

- **C'est dans quel schéma de production où on arrive à 7,20 € ?**
  - ⇒ Toute la difficulté c'est que chaque ferme est différente et a des coûts de production différents. Devant la difficulté de faire une moyenne, on est parti d'une ferme fictive d'élevage engraissement de 60 vaches allaitantes BBB - tous les mâles et femelles restent sur la ferme et sont engraisés => tous les animaux sont vendus en gras. C'est un modèle en termes de quantité de travail et de gestion de la création de valeur au sein de filières qui nous semble pertinent de défendre au niveau du plan. On a posé différentes hypothèses. Il n'y a probablement aucune ferme wallonne qui corresponde à cette ferme fictive mais c'est un modèle qui nous semblait assez représentatif du modèle à promouvoir dans le plan et qui se base sur des données réelles (données des comptes agricoles).
- **Baisse de 10 % du nombre de VA et d'éleveurs : c'est déjà fait cette année-ci (baisse de 9% de naissances en Wallonie depuis le 1<sup>er</sup> janvier par rapport à l'année passée). - 9% jusque 2030 il est déjà d'actualité aujourd'hui.**
  - ⇒ Cette estimation est basée sur une continuité des tendances 2010-2020 et sur les projections d'évolution de la demande pour garder un équilibre (estimation de – 10 % pour l'UE). Les données des recensements nationaux de cheptel ont montré une réduction de 5 % au niveau des vaches allaitantes en Belgique entre 2021 et 2022.
  - ⇒ Il y a clairement une urgence. On a toujours un temps de retard, on est sur une filière avec des temps de production sur plusieurs années et on est seulement en train de vivre la baisse de production liée à la baisse du cheptel d'il y a quelques années. C'est vraiment un message à passer : on n'est plus dans une situation de surproduction. Il y a quand même un enjeu de sécurité alimentaire concernant la viande bovine.
- **3 choses : 1) je trouve qu'il faut absolument parler d'abaisser le niveau de contrainte. On parle toujours d'améliorer la com. Le problème aujourd'hui c'est que les coûts liés aux contraintes imposées chez nous sont énormes (analyses, contraintes sanitaires, etc.) quand on compare ce qu'il se passe avec les pays voisins. 2) je suis étonné d'entendre que l'export n'est pas une priorité parce que si tu veux faire monter le prix c'est une question d'offre et de demande. L'offre diminue fortement mais quand on a l'occasion de valoriser à l'exportation des bovins maigres ça valorise la filière. 3) je trouve que se focaliser sur l'engraissement – depuis 30 ans on entend ça – je trouve que chaque ferme doit être valorisée de manière optimale en fonction de son cadre et son terroir. Je trouve également que ça manque clairement d'idées concrètes sur la manière dont on atteint l'objectif. On va dire il faut faciliter le renouvellement des générations. Si on sait offrir un job d'agriculteur**



**rémunérateur, sans trop de pression (contraintes et niveau financier) on trouvera des jeunes pour continuer la production.**

- ⇒ Il y a des choses plus concrètes dans le plan, seul un résumé a été présenté ici. Il y a aussi des choses qui doivent encore être affinées et évaluées. Quand j'ai dit que l'export n'était pas prioritaire ce n'est pas dans le sens qu'il ne faut pas le soutenir, c'était dans l'idée de dire que la priorité reste le marché national.
- **La demande de viande bovine au niveau mondial pour 2026 va augmenter de 2,6 %. Ici on prévoit une diminution de la consommation. Donc clairement si on veut faire tourner les fermes, il faut aller vendre là où il y a de la demande. Et d'autre part, si on ferme les portes de l'export pour favoriser la consommation interne, on ne va pas obtenir le meilleur prix pour le producteur.**
- **L'APAQ-W est solidaire des plans de développement filières. Il y a tout de même certaines choses qui inquiètent M. Mattart. Il faudrait un alignement entre les différentes stratégies et définir ce que sont les objectifs stratégiques avec des cibles. C'est exigé à l'APAQ-W il pense que ça doit aussi être exigé pour le Collège si on veut un alignement. Définir clairement la manière dont on va opérationnaliser et avoir une temporalité (contrat de gestion au plan d'administration), un plan opérationnel annuel avec temporalités. Il pense qu'il faudrait aussi trouver un moyen d'évaluer l'atteinte des objectifs stratégiques et opérationnels. Il n'y a pas que l'APAQ qui est concerné, il y a d'autres administrations comme le CRA-W. Il faudra définir un partage des responsabilités de tous les acteurs et tout cela va devoir se trouver dans un contrat d'objectifs. Il va falloir gérer aussi les externalités (évolution des marchés, des orientations européennes, etc.).**
  - ⇒ L'idée c'est de faire un suivi au moins 2 fois par an avec chaque partenaire pour voir où on en est, chiffrer les indicateurs etc. Il y a aussi le côté légitimité des plans, gouvernance et mobilisation des différents partenaires où on a des acteurs publics et privés qu'il faut pouvoir mobiliser sur ces différentes questions. Il y a là aussi toute une question de vision politique, d'intérêt des acteurs à aller dans ce sens-là.
  - ⇒ Le CRA-W et l'APAQ-W ont un budget pour leurs plans de recherche / de promo mais le Collège pas pour le plan de développement. On ne fait que donner des idées au Gouvernement. Depuis 2018, le plan viande bovine n'a pas eu de budget spécifique (d'autres plans de développement en ont eu et certaines actions transversales ont été financées).
  - ⇒ M. Mattart : les plans de développement filières ont été développés sans moyens propres. C'est vrai que l'APAQ-W, la CRA-W, le SPW ont un budget mais le Collège il a un budget pour développer, animer ses plans de développement. On sait bien que le principe budgétaire dans le pouvoir public c'est l'annualité. Il faut pouvoir faire reposer l'atteinte de ces objectifs sur des certitudes budgétaires annuelles. Sur la durée, il faudra émanciper les objectifs de ces certitudes budgétaires sinon on ne s'en sortira pas.
  - ⇒ Il y a 2 types d'actions ; celles avec des acteurs qui sont déjà en route, qui existent et là on est sur des questions de priorité, d'orientation, de suivi et d'implication plus large des acteurs (recherches et encadrement) avec des budgets qui sont là. Et il y a toutes les questions desquelles découlent des idées qu'on ne peut mettre en place que s'il y a un budget. A l'heure actuelle, ce sont des budgets qui ne sont pas existants et il faut avoir l'ambition de les défendre mais ça reste une question de choix politiques et de priorités budgétaires.
- **Je crois qu'on est mal parti surtout pour les jeunes quand on voit aujourd'hui que les coûts de production sont énormes. Avant on avait une concurrence entre le feed et le food. Aujourd'hui, le feed à un autre concurrent c'est la biomasse (on vend du maïs sur pied à 3500 €). Comment voulez-vous que des jeunes commencent à faire de l'élevage avec les coûts d'investissement énormes pour ne rien gagner. La charge de travail est énorme. C'est le pouvoir politique qui doit décider. La filière bovine, qu'elle soit bio ou conventionnelle, va disparaître plus vite que 10% en 2030.**
- **On parlait tantôt du bio. Les éleveurs de BBB en France, la certification bio ils peuvent l'avoir. En Belgique, on**



ne peut pas. On nous met des contraintes supplémentaires, on n'est pas concurrentiel.

## VII. Présentation des services de l'interface producteurs–distributeurs (Martin Delaite chargé de mission de l'interface – Socopro).

**Objectif** : aider les producteurs à commercialiser en B2B. Trouver des débouchés en fonction des volontés du producteur et le soutenir dans les démarches commerciales, administratives, logistiques. En fonction des marchés, des secteurs, des filières, les services apportés peuvent être différents.

### Services

- Commercial : prospection, catalogue de produits. L'équipe est répartie par Province pour aller voir les potentiels clients, proposer les produits, comprendre les attentes et faire le retour aux producteurs, essayer de faire des matching entre l'offre et la demande, avoir de nouveaux débouchés pour les producteurs ;
- Logistique : développement d'outils numériques pour faciliter la vente de produits locaux – arriver à avoir une offre plus concrète, plus rentable pour les producteurs. Les magasins franchisés sont demandeurs de ce service.
- Communication/collaboration avec l'APAQ-W => dégustations en magasins.

Dans les semaines/mois à venir, proposition de distribution gratuite de code-barres aux producteurs pour faciliter l'entrée en magasins.

### Discussions

- **Il existe des filières et des maillons intermédiaires et il ne faut pas croire qu'ils ont facile. Aujourd'hui, que ce soient les chevilleurs, les engraisseurs, ce sont des maillons qui ont difficile. Ils sont confrontés à une baisse de la consommation, à une raréfaction de l'offre. Tout le travail de constitution de lots, d'approvisionnement régulier, ce sont des métiers. Il faut éviter des concurrences déloyales avec de l'argent public.**
  - ⇒ L'idée ce n'est pas de mettre en concurrence mais c'est plutôt de partir du constat qu'il y a une demande de certains producteurs et de certains franchisés de travailler ensemble et qu'ils n'y arrivent pas.
  - ⇒ S'il y a un produit wallon dans un rayon, l'idée n'est pas de le remplacer par un autre produit wallon. C'est plutôt de toucher les secteurs là où la Wallonie n'est pas présente dans le rayon et de travailler avec ce qui existe déjà pour l'amplifier.

## VIII. Présentation du marché de l'alimentation animale en Belgique (Jean-Marc Burguignon – Chef produits aliments SCAM) - suivie d'une visite de l'usine d'aliments pour bétail ALIA<sup>2</sup>.

Monsieur Burguignon s'occupe de la formulation des aliments bovins, de l'achat de matières premières pour l'usine, du développement de la gamme, de la partie RetD, des contacts avec les fournisseurs, clients et commerciaux.

La SCAM est une coopérative agricole (100 % des parts sont détenues par les agriculteurs coopérateurs) :

- 250 coopérateurs ;
- 5000 clients actifs ;
- 48 dépôts répartis en Wallonie principalement dans les zones céréalières ;
- 5 lignes produits principales (aliments, céréales, semences, produits de protection des plantes et engrais).

L'usine ALIA<sup>2</sup> est basée à Floreffe. L'usine ALIA<sup>2</sup> est détenue à 50 % par la SCAM et à 50 % par Vanden Avenne (basé au nord de Courtrai et qui est surtout actif dans le monogastrique).



Annuellement, en Belgique, les fabricants produisent 7.500.000 tonnes d'aliments composés (dont 1.500.000 tonnes pour les bovins) dont environ 1.000.000 de tonnes consommées en Région wallonne. En sachant que le gros du volume c'est le porc et la volaille qui sont surtout consommés en Flandre. En Europe, la production d'aliments composés toutes espèces confondues c'est 150.000.000 de tonnes.

Il va y avoir des gros bouleversements dans les aliments fabriqués et vendus en Belgique notamment l'aliment porc. Avec le plan azote et les crises à répétition dans le secteur porcin, en Flandre ils ont décidé de diminuer de 30% la production d'ici 2030. Cela veut dire que d'ici 2030, il y aura 1.500.000 tonnes d'aliments porc achetés en moins en Belgique.

#### Aliment composé toutes espèces confondues

- 40-45 % de céréales ;
- co-produits de la trituration des graines oléagineuses (tourteaux de soja, de lin, de palmiste, de colza,...) ;
- co-produits de la meunerie ;
- 5% déshydratés (pulpe, luzerne) ;
- minéraux, matières grasses, additifs,...

Au sein de BFA, on a fixé une 12aine de critères de durabilité dont l'utilisation de soja durable. Le secteur s'est engagé à utiliser au minimum 50 % de co-produits dans la fabrication des aliments au niveau national. A la SCAM on est déjà aujourd'hui à 65-66% mais c'est plus facile car on est surtout dans la fabrication d'aliments pour ruminants qui valorisent bien la cellulose.

A l'usine, ils ont 35 grosses matières premières. Ça permet de reformuler tout en gardant la même valeur alimentaire, les mêmes caractéristiques de l'aliment. Les matières premières utilisées par les fabricants d'aliments sont soit sèches soit humides (jamais semi-humides). Généralement, dans un granulé la somme de tous les liquides ne dépasse pas 6%. Pour les aliments présentés en farine on est même plus bas (3%-3,5%).

Pour les granulés bovins, on a environ 150 formules différentes. On a en permanence une 20aine de granulés bovins en stock. Tous les jours on a des commandes d'aliments qui ne sont pas en stock et donc c'est la commande de l'éleveur qui va lancer l'ordre de production. Il faut organiser la tournée camions et s'il faut produire l'aliment ça prend un certain temps s'il n'est pas en stock. Généralement, on dans les 2 jours ouvrables. On essaye de tenir cette cadence-là qui demande beaucoup d'organisation.

#### Prix d'un aliment

A Partir de 2006-2007 où a commencé à avoir de grandes fluctuations de prix des matières premières. Planification de l'achat des matières premières : de semaine en semaine ou à terme (permet de lisser les prix d'achat et s'assurer une disponibilité du produit quand on en a besoin).

La gestion des matières premières est super importante car en moyenne, dans le prix final d'un aliment, plus de 80% est représenté par le coût d'achat des matières premières, 8% par les frais de transport et de distribution et 12 % de frais de fabrication. Dans les coûts de fabrication 50% du coût est représenté par des frais fixes. Le seul moyen de diminuer les frais fixes c'est d'augmenter les volumes. Les usines modernes sont des usines à grosse capacité. Les usines récentes sont en hauteur => utilisation maximale de la gravité pour limiter les dépenses énergétiques lors du déplacement des matières premières et produits finis.

M. Burguignon donne ensuite des explications sur l'usine ALIA<sup>2</sup> en vue de la visite (voir diapos).

#### Discussions

- **Comment vous vous êtes arrangés avec Vanden Avenne ?**

⇒ C'est une joint-venture. Il y avait déjà l'emplacement des silos de Floreffe. L'usine ALIA<sup>2</sup> travaille à prix coûtant et revend ses aliments uniquement à la SCAM et à Vanden Avenne. Vanden Avenne travaille surtout l'activité



porc et volaille et nous surtout le bovin.

- **Sur les 7.500.000 tonnes, est-ce qu'on peut savoir le pourcentage de production des matières premières ?**
  - ⇒ Chaque année les fabricants d'aliments déclarent les consommations des matières premières qu'il utilise et leur origine. Tout est centralisé par BFA. Ça sert à faire des plans de contrôle et des analyses de risques. Je n'ai pas le pourcentage exact mais je sais que sur les 7.500.000 tonnes, une grosse matière première d'importation c'est le tourteau de soja qui représente 500.000-550.000 tonnes / an. L'autre grosse matière première c'est le tourteau de palmiste. Tous les déshydratés viennent de France voire pays de l'est et d'Europe centrale. Les céréales représentent la famille la plus importante d'ingrédients utilisés.
- **Sur les 1.500.000 tonnes consommés par les bovins, il y a une distinction entre laitiers et viandeux ?**
  - ⇒ Oui, je dirais environ 60% en bovins laitiers et 40% en bovins viandeux.
- **Dans la composition de l'aliment, que représente les 7% « autres » ?**
  - ⇒ Ce sont des matières premières qui ne sont pas classables. Nous on utilise notamment des coques de cacao, des drêches de houblon. En Belgique, à ma connaissance, il y a très peu, voire pas d'usines qui ont recommencé à utiliser des protéines animales transformées. C'est hyper contraignant, il faut un agrément de l'AFSCA, des contrôles, des audits pour éviter les contaminations croisées et d'autre part, ce n'est pas dit que l'acheteur ou le consommateur de viande de poulet ou de porc soit prêt à accepter la protéine animale transformée. On parle du plan protéines pour essayer de dépendre moins du tourteau de soja mais notamment les protéines animales transformées qui sont des co-produits de l'alimentation humaine. Ça permettrait d'utiliser moins de soja.
- **Au niveau du soja, c'est la graine de soja entière qui est utilisée ? Est-ce que c'est pareil pour la volaille ?**
  - ⇒ A l'usine, on utilise la graine de soja mais qui doit être traitée thermiquement. La graine de soja crue contient des facteurs antinutritionnels. Il faut l'écraser, la traiter thermiquement. On utilise des graines de soja dans lesquelles des sucres ont été ajoutés. Il y a une cuisson de la graine de soja et ça crée des réactions de Maillard. Ça permet d'avoir une graine de soja rumino-protégée.
  - ⇒ En volaille, il y a aussi des facteurs antinutritionnels mais on ne fait pas du rumino-protégé. Il y a quand même au minimum une mouture et il y a des graines de soja thermo-traitées mais là on va travailler avec des graines de soja qui vont être dépelliculées (pour retirer un maximum de cellulose et faciliter la digestion).
- **Le traitement de la graine de soja se fait en Belgique ?**
  - ⇒ La graine de soja rumino-protégée c'est un produit qui est fait par Danis à Iseghem.
- **Pour le soja, quelle est la part de tourteau par rapport à la part de graines entières ?**
  - ⇒ En général, dans une graine entière, il y a 20% de matières grasses et dans le tourteau, il ne reste plus que 1,5 % de matières grasses quand c'est une extraction à l'aide de solvants. Quand c'est une pression à froid, notamment pour le bio (on ne peut pas utiliser de solvants), là c'est un tourteau de soja gras qui dose 10% de matières grasses.
- **En général, quelle est la proportion de graines et quelle est la proportion de tourteau ?**
  - ⇒ La graine c'est minime. Aujourd'hui une graine de soja rumino-protégée c'est plus de 800 €/tonne. On va l'utiliser au début de lactation par exemple.
- **Est-ce qu'on plante du soja pour l'élevage ? Ou on plante le soja pour avoir l'huile et l'élevage consomme le sous-produit ?**
  - ⇒ Le tourteau de soja est un co-produit. Si on ne le valorisait pas en nutrition animale, on en ferait quoi ? Peut-être du biogaz, de la biomasse. Une partie de l'huile de soja est utilisée dans le biodiesel, dans l'alimentation humaine. En Belgique, et en Hollande par après, on a développé, depuis une 15aine d'années, une filière de tourteau de soja durable. Il y a un cahier des charges avec 60 critères. Le soja que les industriels belges achète ne peut pas



venir de parcelles qui ont été déboisées après 2007. Il y a aussi des critères sociaux sur le respect des conditions de travail des salariés, l'utilisation de pesticides, etc. Chaque année, sur base des quantités de tourteau de soja que chaque usine utilise, BFA nous envoie une facture pour le tourteau de soja durable et ça représente 2€/tonne. BFA centralise cet argent-là et le reverse aux producteurs de soja durable. L'idée c'est d'inciter les producteurs de soja d'Amérique à aller vers plus de durabilité.

- **Quel est le pourcentage de soja européen ?**

⇒ Très peu. Le soja européen c'est un soja non OGM. Pour acheter du tourteau de soja non OGM, la prime est de l'ordre de 150 €/tonne. En Europe, il n'y a pas assez de production de soja malheureusement (la législation au niveau des phytos n'est pas adaptée pour la culture du soja + parfois problèmes de ramier).

- **Le tourteau est un co-produit de l'huile mais est-ce que le co-produit n'est pas devenu plus important économiquement que l'huile, dans quelle mesure l'huile qui est devenue un co-produit du tourteau ?**

⇒ Quand on suit les cotations sur le marché de Chicago on voit effectivement que le prix de l'huile diminue généralement quand le prix du tourteau augmente. Parce que c'est moins intéressant pour le tritrateur de triturer la graine de soja. Les 2 marchés sont liés malgré tout. L'huile de soja aujourd'hui ça vaut 1.550 €/tonne. Un tourteau de soja aujourd'hui c'est un petit 600 €/tonne. On travaille avec de l'huile de soja à l'usine mais c'est surtout pour les aliments volaille principalement. De plus on peut remplacer l'huile de soja par de l'huile de tournesol.

- **Quand on prend une céréale non panifiable est-elle est considérée comme un co-produit ?**

⇒ Si elle est entière non. Par contre, le son est considéré comme co-produit.

- **On utilise du tournesol ?**

⇒ Ce n'est pas un produit courant. Les graines de tournesol seront plutôt utilisées pour des mélanges poules. Au niveau de la SCAM depuis 2 ans on a mis en place une filière en collaboration avec le CRA-W et un tritrateur. On a proposé à nos coopérateurs de planter quelques ha de tournesols. On collecte les graines de tournesol, on les sèche et puis on les fournit au tritrateur qui lui les presse (1ère pression à froid). Et le tourteau (gras) reste quand même à 18-20 % de matières grasses et on le réutilise à l'usine ALIA2.

- **En termes de graines de lin, vous récupérez les graines du lin textile ?**

⇒ Non parce que ces graines-là contiennent de l'acide cyanhydrique. Les graines de lin utilisées ce sont celles qui sont extrudées. En Normandie ils le font. En Belgique on a la chance d'avoir 5 tritrateurs de lin et qui produisent du tourteau de lin. La Belgique est une plate-forme dans la production de tourteau de lin au niveau européen mais les graines viennent principalement soit du Canada, du Kazakhstan, d'Ukraine etc.

- **Et pour les floconnages de maïs, vous pouvez prendre du maïs humide ou pas ?**

⇒ On n'a pas de floconneuse à l'usine. On travaille avec 2 floconneurs. On leur vend le maïs, l'orge, eux les floconnent et nous on récupère les flocons ; on paye le coût du floconnage.

- **Quelle est la différence de prix entre un produit en farine et un produit en granulés ?**

⇒ En granulés, c'est une farine qui passe dans un expandeur, dans une presse à granulés puis dans un refroidisseur. Chez nous la différence est de 6 €/tonne.

- **Les aliments porc c'est sur la Wallonie quand même ?**

⇒ Le porc c'est tout Vanden Avenne. Ils étaient intéressés d'avoir une usine implantée en Wallonie et c'est pour cela que les 2 projets ont fusionné. Eux c'est pour servir leurs clients en Wallonie, dans le Limburg et au Luxembourg. Ils ont une autre usine près de Courtrai où ils produisent 450.000 tonnes/an d'aliments porc et volaille. Et à partir de là ils vont servir leurs clients en Flandre et en Hollande.



- **Au niveau des formulateurs, vous avez des échanges de formules ?**
  - ⇒ On a des formules spécifiques qu'on utilise et que Vanden Avenne n'utilise pas et vice-versa mais il y a quelques formules qui sont liées pour simplifier la fabrication. On se réunit tous les 2 mois avec le service production/formulation/qualité pour planifier les besoins. Des matières premières peuvent être intéressantes pour fabriquer des aliments porc mais pas pour les bovins ou vice-versa. On ne sait pas démultiplier les silos à l'infini. C'est un partenariat vraiment idéal car pas de concurrence sur le terrain.
- **Les déchets de tamis retournent toujours dans le même aliment ou ça retourne dans la fabrication ?**
  - ⇒ Ça retourne dans la fabrication d'autres badges du même aliment. Ça représente 3 % des volumes en moyenne donc on ne jette pas. Et quand ce n'est pas possible ils sont analysés et ajoutés à d'autres formulations pour la même espèce.
- **Vous récupérez la chaleur du refroidisseur ?**
  - ⇒ Non. On prend de l'air ambiant dans l'usine qui est chassé à contre-courant des granulés qui descendent au fur et à mesure. Il y a un cyclone pour ne pas que les poussières se retrouvent dans la nature. Elles sont jetées car ne peuvent pas être réincorporées dans les aliments (interdit légalement). L'air se réchauffe en passant au travers des granulés mais il est rejeté à l'extérieur. On avait étudié la possibilité de réutiliser cet air « chauffé » pour d'autres applications mais ce n'était pas intéressant.
- **On peut conserver combien de temps ?**
  - ⇒ Le problème c'est surtout les vitamines ou des produits riches en matières grasses surtout insaturées car elles s'oxydent. On a des produits riches en matières grasses mono et polyinsaturées, ces produits ne vont pas se garder 6 mois en été par exemple.
- **Le contrôle sur le produit fini n'est pas plus compliqué ?**
  - ⇒ On a des courbes de calibration différentes (bovin, volaille, porc). Le gros avantage d'analyser aussi bien le produit fini que la matière première régulièrement par méthode chimique, ça alimente les courbes de calibration de l'infrarouge. On gagne en précision de prédiction par infrarouge.
- **Le soluble de blé de chez BioWanze normalement il doit être mélangé ?**
  - ⇒ Le ProtiWanze on ne l'utilise pas.
- **Les sacs en volume de ventes ça ne représente plus grand-chose ?**
  - ⇒ Ça diminue d'année en année. A mon avis on est à 5%.

## IX. Divers

Il n'y a pas eu de divers.



## Annexe I : Liste des présences

<b>Producteurs</b>	<b>Non producteurs</b>
BILLA Benoît – Eleveur représentant Collège des Producteurs	BOURGUIGNON Jean-Marc - SCAM
CASSART Benoît – Eleveur, marchand et secrétaire général de la Fédération du commerce de bétail et de viande.	CREPIN Philippe - Elevéo
DESBRUYERES Yves-Marie –Représentant Collège des Producteurs	DEMONTY Thomas - FWA
DUFEY Thierry - Eleveur	HUYSMANS Robin – Etudiant UCLouvain
GOMAND Laurent –Représentant Collège des Producteurs	MATTART Philippe – Directeur de l’APAQ-W
	VANDEPUTTE Amandine - APAQ-W
<b>Excusés</b>	<b>Socopro</b>
BARBAY Joël - Chasal	DELAITE Martin – Interface Producteurs Distributeurs
HERMAN Henri - Eleveur représentant Collège des Producteurs	LEGRAND Quentin – chargé de mission filière viande bovine
JACQUES Dominique – Eleveur - UNAB	MONNART Isabelle – assistante de direction
MARCHAL Sophie – Secrétaire Herdbook BBB	PAUTRE Vincent – Plans de développement bio
POCHET Pascal - SPW-ARNE - Direction de la Recherche et du Développement	