

La filière viande bovine wallonne, enjeux et perspectives

Pascal LEROY

ULg - FMV & FVBW

A. Ancion (CEFAWAL), B. Cassart (FNCBPV), G. Crosset (CEFAWAL), A. De Bruyn (FWA), Ph. Derwa (FEBEV), E. Froidmont (CRA-W - PNA), F. Gerard (FNBCTB), Ph. Lebailly (FUSAGx - EDR), Ch. Lefert (Procerviq), E. Leroy (FVBW), P. Lobet (AWE), P. Schifflers (FEBEV), A. Remy (Test-Achats), M-L. Semaille (FWA), M. Vandercammen (CRIOC)



Les constats, actions et perspectives de la Filière Viande Bovine Wallonne (FVBW) sont le reflet d'une étude approfondie réalisée récemment auprès de ses membres (Figure 1); par rapport à la situation actuelle de la filière, ils souhaitent exprimer ici leur position vis-à-vis de son développement, plus particulièrement de son avenir.

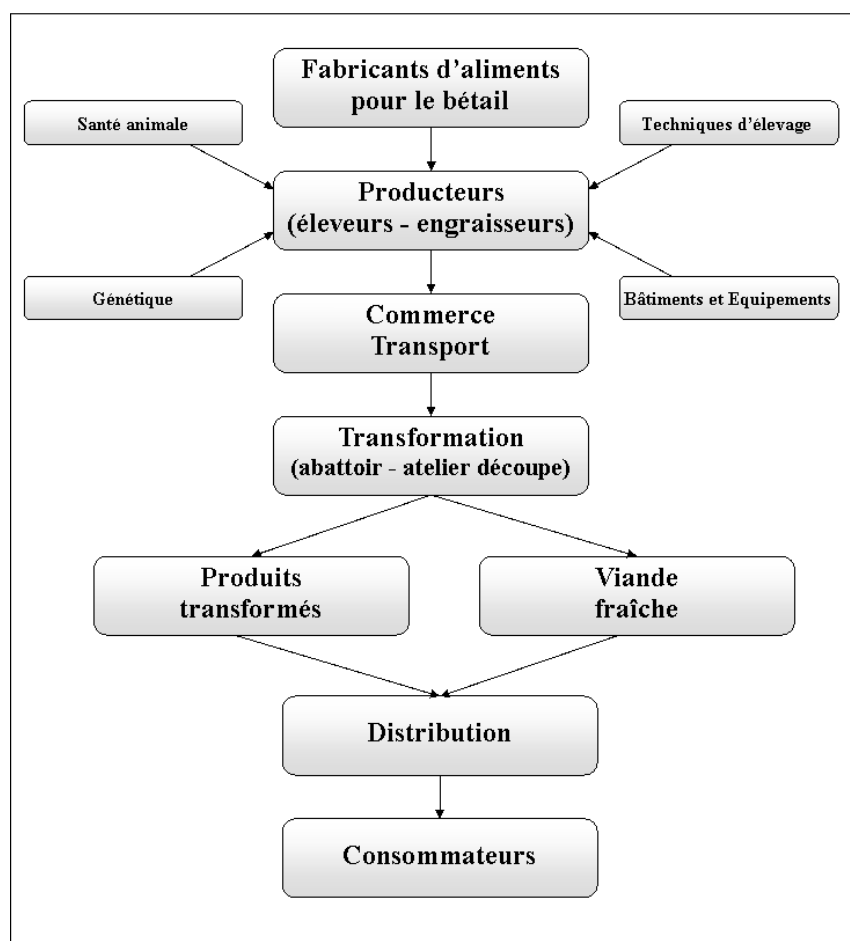


Figure 1. Maillons économiques de la filière viande bovine wallonne

L'avenir du secteur de la viande bovine est directement lié à ses consommateurs et le premier grand constat est qu'ils forment des groupes, caractérisés par des aspirations et demandes spécifiques (Remy, 2006). Ces « clusters » ont au moins deux éléments en commun, d'ailleurs objectivés par des enquêtes, ce sont le goût et le prix (des études récentes du CRIOC

présentées lors de la journée consacrée au porc et à la volaille ont également confirmé cette évolution (Vandercammen 2006).

Si certains liens entre producteurs et consommateurs ont été rompus suite à des événements antérieurs, les représentants des consommateurs indiquent qu'une image positive de l'Agriculture existe toujours chez ces derniers. Ils considèrent cependant que (1) la présence d'une communication transparente, (2) le développement de moyens visant à réduire l'éloignement entre production et consommation, (3) la recherche permanente d'une image de qualité et (4) leur implication dans le secteur de la distribution, constituent des démarches essentielles à respecter en permanence.

Selon la Fédération des bouchers, la demande des consommateurs en viande bovine est satisfaite par la boucherie traditionnelle (30%) et la grande distribution (70%). Parmi les bouchers traditionnels, 1/3 opèrent en Wallonie et commercialisent de la viande de culards « S » et « E » qu'ils ont été les premiers à valoriser en raison du supplément (+8%) en morceaux nobles dans les carcasses. Ce serait au départ des abattoirs de Huy et d'Anvers que les culards auraient connu leurs premiers succès de commercialisation. Parti de la race « Moyenne et Haute Belgique », le BBB a fixé le gène récessif partiel « mh » (muscular hypertrophy) ainsi que d'autres gènes (à déterminer) expliquant le supplément de rendement croissant en viande acquis au fil des années (Figure 2).



Gédéon du Vieux Château de Maurenne (né en **1955**)



Ganache de Maufontaine (né en **1961**)



Opticien d' Au Chêne (né en **1985**)

Figure 2. Evolution de la quantité de masse musculaire dans la race Blanc-Bleu Belge illustrée au départ de taureaux I.A. nés de 1955 à 1985.

En 2004, 171.000 bovins ont été abattus en région wallonne et parmi ceux-ci, 127.000, soit 75%, correspondaient aux classes « S » et « E ». Il s'agissait d'environ 100.000 taureaux (catégories A et B) et 27.000 vaches (catégorie D) (Figure 3) (Schiffllers (GHL Groupe) et Lefert (Procerviq), 2006).

Cette démarche de la viande maigre initiée par les bouchers, a été reprise par la grande distribution (à titre d'illustration chez un distributeur, 94% de la viande bovine commercialisée provient de taureaux cul de poulain).

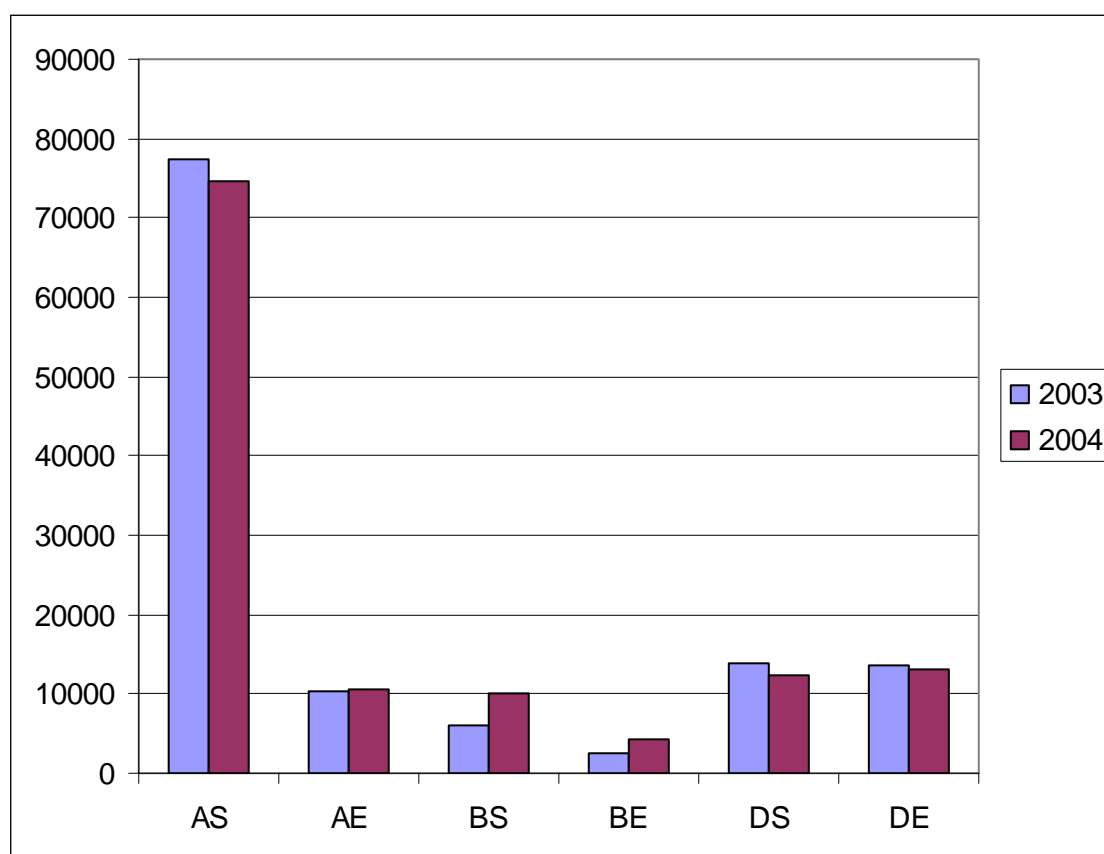


Figure 3. Distribution des carcasses « S » et « E » correspondant aux abattages réalisés en Wallonie en 2003 et 2004

Catégorie A : Taureaux < 24 mois, B : Taureaux > 24 mois, C : Bœufs, D : Femelles ayant vêlé, E : Femelles n'ayant pas vêlé

Le Centre Wallon de Recherches Agronomiques (CRA-W), les Facultés des Sciences Agronomiques et la Faculté de Médecine Vétérinaire ont développé des recherches originales dans le secteur des productions animales tout en mettant leur expertise au service de l'élevage et de la production bovine, comme d'ailleurs tous les autres membres la FVBW.

Dans ce contexte particulier, le CRA-W a observé que les productions animales, dont la production bovine, doivent faire face à de nombreux changements allant de la segmentation du marché, la réforme de la PAC et l'éco-conditionnalité, la mondialisation, la hausse des prix, aux attentes sociétales (bien-être des animaux, exigences de nutrition, santé et aliments fonctionnels, gestion de la biodiversité et entretien du paysage). Valoriser le potentiel de notre Région, anticiper les changements et adopter une attitude prospective deviennent les maîtres mots du secteur. Dans une optique de modélisation et de prédiction voire d'anticipation de l'évolution des systèmes agricoles, le CRA-W s'est intéressé aux modes de conduite et de

gestion durables et rentables en cohérence avec la politique agricole régionale. Pour le CRA-W, il apparaît essentiel de faire coïncider la production de viande bovine et la demande, de développer des produits nouveaux et surtout d'exploiter des créneaux nouveaux.

Les consommateurs doivent donc faire l'objet de toute l'attention de l'ensemble de la filière. L'évolution de la demande en viandes hachées pour la « cuisine rapide », la recherche du goût d'une partie des consommateurs, amorcée par le secteur de la restauration en faveur des viandes persillées, et dans une moindre mesure, l'interpellation de certains par rapport à la « césarienne », ne doivent laisser personne indifférent.

L'association Wallonne de l'Élevage (AWE) se veut vigilante à ce niveau. L'AWE n'est pas liée statutairement à une race spécifique mais une très grande part de ses membres actifs dans le secteur de la production d'animaux viandeux est orientée vers l'élevage du BBB.

Un grand challenge apparaît donc pour la race BBB et son avenir en dépend; il s'agit de contribuer à une spéculation bovine rentable et donc d'élever les animaux dont les carcasses sont les mieux valorisées en réagissant aux changements imposés par la demande.

Quels sont les plus grands changements de la demande ? Le changement le plus important de la demande concerne celle en quartier avant, plus précisément en viandes hachées. Cette demande est croissante. La distribution, toutefois responsable, participe au rééquilibrage des prix en faisant des promotions pour équilibrer les ventes mais la demande en quartiers avants pourrait être satisfaite au départ d'autres viandes, de prix moindre ne provenant donc pas du BBB. Une fois amorcée, cette tendance pour les viandes hachées pourrait être difficile à inverser en raison du prix favorable des viandes produites par d'autres races que le BBB. C'est également dans ce contexte que la FEBEV souhaite un meilleur équilibre entre quartier avant (de plus en plus demandé) et quartier arrière (pièces nobles caractéristiques du BBB).

Le marché intérieur reste cependant caractérisé par une forte demande en culards et constitue donc une certaine garantie pour le BBB mais il faut signaler qu'une tendance à la baisse de l'offre est avancée par certains qui prévoient des difficultés majeures si le découplage total des aides à la vache allaitante fait partie de la nouvelle orientation de la PAC et si le nombre d'éleveurs continue à baisser.

La Fédération Wallonne de l'Agriculture (FWA) est bien consciente de ces éléments au point d'indiquer que, dans notre région, le secteur de la viande bovine est probablement à un tournant de son histoire.

Selon la FWA, depuis 2003, au niveau européen, l'offre du secteur bovin est devenue déficitaire par rapport à la demande. Si la Belgique venait à connaître également la même situation, alors les importations pourraient perturber notre marché intérieur. Selon la FVBW, il devient donc urgent d'anticiper, de prévenir, d'être proactif et de prendre des initiatives.

Revenant aux importations, pour les limiter, selon la FEBEV, il faut inscrire la communication et la promotion dans le domaine de la traçabilité, de la santé (notion d'aliment-santé) et surtout la fraîcheur (certaines viandes notamment celles en provenance de pays lointains, sont conservées durant des temps très longs en mode sous vide, mais doivent être consommées dans un délai court à la suite de l'ouverture du conditionnement). La notion de la distance et donc du transport devrait être évoquée également sur le plan de la « dépense d'énergie ».

La notion de proximité est bien illustrée également par CEFAWAL dont une dizaine de matières premières, produites ou contrôlées localement, contribuent largement à l'image de marque de la viande wallonne.

Les éléments de l'équation sont donc connus; il s'agit des consommateurs d'une part et des producteurs d'autre part. La demande des consommateurs est cernée; elle évolue bien sûr comme d'autres secteurs de notre Société, mais cette évolution peut être analysée en continu. Quant aux producteurs, leurs représentants, au travers de la FWA, indiquent que les mortalités dans les premières semaines de la vie et la présence de tares, présentes d'ailleurs dans toutes les races bovines, conduisent certains à se tourner vers le croisement ou d'autres races plus « rustiques ». Ces éleveurs souhaitent plus de résistance, plus de taille et de poids et c'est donc en quelque sorte sous la contrainte qu'ils ont changé de race, contrairement aux sélectionneurs, dont les objectifs, par ailleurs respectables, sont différents.

Le constat est clair; depuis quelques années, un divorce est observé entre la génétique BBB et le monde de l'élevage, de l'engraissement, de la transformation (d'autres carcasses que celles de BBB sont observées dans les frigos), de la distribution et des consommateurs.

Tous les intervenants disent que le consommateur est fidèle à la viande claire, tendre, maigre, mais, selon la FEBEV, il faut lui rendre le goût d'un steak ou de toute autre pièce noble de qualité certifiée provenant d'animaux engraisés selon des cahiers de charges stricts de production. Il faut de plus continuer à orienter les consommateurs vers la viande de BBB produite selon un canevas qui garantit une qualité différenciée (exemple Blanc-Bleu Qualité Supérieure (BBQS) , Bleue des Prés, Méritus,...). Les notions de traçabilité, de fraîcheur et de santé doivent être au centre de la communication dans ce sens. Il importe également de soutenir le BBB auprès de la restauration, notamment par la promotion de la viande de femelles, comme celle présentée dans le concept « Bleue des Prés » qui rassemble tendreté, goût et apport nutritionnel amélioré (Oméga 3).

En plus, pour la FVBW, il ne paraît pas cohérent de s'attacher à un seul produit en oubliant la demande croissante en viandes hachées, en s'écartant des autres niches en laissant « s'engouffrer » tous les Irish, Scottish, Argentinian... beef prêts à remplacer notre BBB, en n'écoulant pas les appels de nos éleveurs et en écartant les indications de la cheville et de la transformation.

L'AWE, à travers ses commissions « viande », est en mesure d'orienter la sélection et de fournir des animaux résistants, dont la taille et le poids répondent à la demande. Un mouvement dans ce sens semble être amorcé comme pourrait sûrement l'indiquer la statistique descriptive relative à l'utilisation des taureaux à l'insémination artificielle.

Par ailleurs, la FVBW souhaite évoquer le développement de l'engraissement en région wallonne. Terre d'élevage, la Wallonie consacre peu d'activités dans le secteur de l'engraissement de bovins. Cette situation pourrait évoluer suite aux nouvelles normes à l'étude n'autorisant plus le transport des animaux que sous certaines conditions dont des conditions de température. Avec les coûts de l'énergie, ces éléments nouveaux constitueraient des arguments supplémentaires en faveur de la production locale. L'activité d'engraissement a fait l'objet de nombreux débats au sein de la FVBW et elle a suscité un intérêt croissant car elle contribue à maintenir les activités d'abattage et de transformation, deux secteurs à aider et par ailleurs pourvoyeur d'emplois.

En plus, il convient de développer des produits nouveaux, originaux et surtout d'exploiter des créneaux nouveaux. Parmi ceux-ci figurent les secteurs des cuisines collectives, de l'Horeca et des grandes chaînes d'hôtels.

A la suite de l'examen des difficultés rencontrées, la FVBW a défini une stratégie de développement; elle passe par les objectifs suivants :

1. se donner les capacités, à tous les niveaux de la filière et dans le respect des ressources naturelles, de répondre à l'évolution de la demande des consommateurs,
2. relancer la compétitivité et la consommation de viande bovine,
3. augmenter la présence de la viande bovine dans les secteurs Horeca, Institutions et Collectivités.

Se donner les capacités de répondre à l'évolution de la demande des consommateurs

Dans le cadre de la production de viande bovine, la FVBW doit mettre en avant le savoir faire et les compétences de chaque intervenant établi sur le territoire de la Région Wallonne, tout en favorisant l'intégration de chaque étape sur le territoire et dans son propre environnement. Des efforts doivent être entrepris afin de pérenniser les exploitations d'engraissement existantes et pour développer ce secteur sur le territoire de la Région Wallonne. Sans changement favorisant l'engraissement intégré en Wallonie, il n'y aura pas assez de produits locaux pour satisfaire le marché et permettre l'utilisation optimale des infrastructures wallonnes situées en aval (abattages, transformation, distribution).

Relancer la compétitivité et la consommation de viande bovine

La recherche et l'étude de nouvelles possibilités de différenciation des productions doivent être développées, afin de répondre au marché et afin de participer à l'amélioration de la rentabilité des productions.

Dans le même ordre d'idée, il faut apporter un soutien économique

- à la mise en place d'une marque fédératrice et
- à celui de nouvelles productions de qualité différenciée,

en aidant à mettre en oeuvre des mesures qui vont dans ce sens (accès à des fonds publics nationaux ou européens, rationalisation des coûts,...).

Des actions de communication doivent être menées vers les consommateurs. Il est donc important de mettre en place une stratégie de communication par divers moyens et canaux (rôle de l'APAQ-W).

Augmenter la présence de la viande bovine dans le secteur Horeca, Institutions et Collectivités

Les viandes bovines belges sont peu présentes dans le secteur de l'Horeca et de la Restauration collective. Une bonne partie du secteur considérerait que les pièces de BBB sont trop grosses, donc de peu d'intérêt pour les cuisines. Le manque d'échange d'informations ainsi que le manque de communication sur les produits, leurs qualités et leurs origines, par le secteur de la viande bovine vers ce secteur, expliqueraient cette situation.

Inversement, le secteur de l'Horeca et de la Restauration collective communique peu vers la filière bovine. Cette situation entraîne une méconnaissance des demandes spécifiques de ce secteur vis-à-vis de la viande bovine et de ses produits.

Une stratégie de communication adaptée au secteur de l'Horeca et de la Restauration collective s'impose afin d'amorcer le dialogue interactif permettant de répondre au mieux à ses besoins.

La FVBW dans son ensemble pense qu'elle est en face d'un réel challenge. Pour s'y préparer, la mise en oeuvre d'un plan stratégique à l'horizon de cinq ans a été proposé. Il dépend de nombreux facteurs, dont certains ne sont pas de compétence régionale (OMC, PAC,...). Les phases et le timing de ce plan ont été présentés aux instances officielles de la Région Wallonne qui les ont audités et acceptés.

La première année est consacrée à l'identification des besoins, des nouveautés et préparation de leur plan de mise en œuvre (en matière d'engraissement, de valorisation, de qualité différenciée, de dénomination commune pour la viande bovine de taureau,...).

Durant la deuxième année, le développement de ces nouveautés, marques et filières accompagné d'une campagne de promotion auprès du grand public: augmentation du nombre de producteurs, augmentation de la production et de la consommation, seront proposés avec la mise en œuvre des stratégies de communication à tous les niveaux.

Durant les trois années suivantes, en fonction des résultats obtenus, un réajustement des politiques de production et de promotion répondant aux attentes des consommateurs sera réalisé.

Ont également participé à ce travail:

DGA, APAQ-W, MAR, QUALITY PARTNER, PROMAG et PROMOBEL.

Sigles et acronymes utilisés

AWE, Association Wallonne de l'Élevage ,

CEFAWAL, Fabricants d'aliments pour le bétail de Wallonie,

CRA-W - PNA, Centre Wallon de Recherches Agronomiques – Département des Productions et Nutrition Animales,

CRIOC, Centre de Recherches et d'Informations des Organismes de Consommateurs,

FEBEV, Fédération Belge des Entreprises de la Viande,

FEDIS, Fédération belge des entreprises de distribution,

FNCBPV, Fédération Nationale du Commerce de Bétail, Porcs et Viande,

FNBCTB, Fédération Nationale des Bouchers, Charcutiers et Traiteurs de Belgique,

FUSAGx - EDR, Faculté universitaire des Sciences agronomiques de Gembloux – Unité d'Économie et de Développement Rural,

FVBW, Filière Viande Bovine Wallonne,

FWA, Fédération Wallonne des Agriculteurs,

ULg - FMV, Université de Liège, Faculté de Médecine Vétérinaire de l'Université de Liège – Département des Productions Animales.

FVBW ASBL

Liege Airport, Bureau 04 Bât 52

B-4460 Grâce-Hollogne

Tél.: +32 4 225 83 51

Fax.: +32 4 225 83 52

e-mail: fvbw@teledisnet.be

site web: <http://www.fvbw.be>