

**CONFÉRENCE DE PRESSE
2 OCTOBRE 2007**

7^{EME} JOURNEE PRODUCTIONS PORCINES ET AVICOLES IMAGE ET COMMUNICATION : POURQUOI ? POUR QUI ? COMMENT ?
--

PROGRAMME

- Accueil
par Patrick Meeùs, Directeur général du Centre wallon de Recherches agronomiques
- Contexte et importance de la communication en productions porcines et avicoles
par Alain De Bruyn, Président de la Filière Porcine Wallonne et Conseiller au SEIT de la Fédération Wallonne de l'Agriculture
- Présentation des orateurs et des conférences de la journée
par Benoît Rixen, Filière Porcine Wallonne, et Pierre-Antoine Couvreur, Filière Avicole et Cunicole Wallonne
- Séance de Questions/Réponses

Avec la participation de deux orateurs de la journée :

**J. Godfriaux (éleveur de porcs à Perwez) et
D. Devos (Fédération Wallonne de l'Agriculture – Service
d'Etudes)**

et des organisateurs.

**Conférence de presse
Gembloux, le 2 octobre 2007**

**7^{ème} Journée des Productions Porcines et Avicoles
Image et communication : Pourquoi ? Pour qui ? Comment ?**

Contenu des communications

La communication : de l'information aux attitudes

Professeur Philippe VERHAEGEN
Groupe de Recherche en Médiation des Savoirs (GRéMS)
Département de communication
Université Catholique de Louvain (UCL)
www.comu.ucl.ac.be/reco/grems/

L'agriculture ne parvient pas à diffuser d'elle une image suffisamment positive pour renouer la confiance avec la société. Les communiqués de crise ne sont pas objectivement fréquents mais tout le monde en retient les images négatives. D'un point de vue communication, le secteur agricole montre de grandes difficultés à faire parler de lui en période creuse, meilleur moment pour distiller une information rassurante.

L'image du monde agricole, comme l'image de tout ce qui nous entoure d'ailleurs, est une construction complexe d'informations communiquées par une foultitude de sources.

D'une manière générale, la communication d'une information dépend de 3 éléments essentiels.
Le premier est l'information même, elle est essentielle mais une grande quantité d'information ne sert à rien dans une communication si elle est mal transmise.
Le second est le champ de représentation de l'information, constitué de tous les éléments de savoir associés à l'information sans être l'information elle-même.
Le troisième est l'attitude des interlocuteurs. Celle-ci est bien établie et présente une forte inertie au changement.

Pour bien communiquer, il faut non seulement réussir à bien associer ces trois éléments, mais il faut surtout faire participer l'interlocuteur, ouvrir son questionnement sur le sujet. Plus l'interlocuteur se posera des questions sur l'information qui lui est transmise, mieux il la retiendra.

Viande de porc et de volaille : quelles sont les attentes des consommateurs ?

Robert REMY
Responsable politique alimentaire
Magazine Test-Achats
www.test-achats.be

L'agriculteur, en tant que producteur de biens de consommation est fortement dépendant de la vente de ses produits. Dans ce contexte, il est essentiel que les consommateurs aient confiance et soient assurés de la qualité des produits d'origine agricole. Les bonnes relations entre agriculteurs et consommateurs sont donc un élément essentiel pour garantir cette confiance et permettre aux premiers de produire en toute sérénité ainsi qu'aux seconds d'acheter en toute tranquillité.

Outre le fait de présenter les principales conclusions de tests récents sur le jambon cuit, les produits fermiers..., plusieurs thèmes seront abordés lors de cet exposé, notamment l'évolution de l'attitude des

Adresse secrétariat : Centre wallon de Recherches agronomiques
Service Communication
Rue de Liroux, 9
B-5030 Gembloux

Tél : 32-81/62 65 51
Fax : 32-81/62 65 59
cra@cra.wallonie.be

consommateurs, les analyses et leçons des crises alimentaires, les regards croisés "agriculteurs - consommateurs" et le concept d'agriculture "durable".

Image de la viande de porc – Communiquer et rétablir les vérités !

Pierre MAQUET
Chargé de mission
Filière Porcine Wallonne (FPW) asbl
Centre wallon de Recherches agronomiques
Département Productions et Nutrition animales
www.fpw.be

Depuis de nombreuses années, on constate une dualité, un antagonisme entre le comportement acté et l'avis émis par le consommateur par rapport à la viande de porc. Pour rappel, le citoyen belge consomme environ 50 kg de viande de porc par an, soit 50% de sa consommation annuelle de viande. Cette viande est consommée tant sous forme de pièce de viande entière qu'en préparation (burgers, saucisses, pains de viande) ou sous forme de charcuteries et salaisons et malgré cela le consommateur en a une assez piètre image.

La Filière Porcine Wallonne s'est donc interrogée sur ce paradoxe du consommateur face à la viande de porc et a réalisé en 2006 deux études visant à identifier les perceptions, les avis et les désidératas des consommateurs. Cette démarche a été composée de larges consultations bibliographiques, de rencontres avec le secteur de la distribution et les détenteurs de cahiers des charges de production de viande de porc de qualité différenciée ainsi que d'études de perception réalisées par le Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs (CRIOC).

L'objectif final étant d'identifier des thèmes de communication à développer vers le consommateur dans le cadre de la promotion de la viande de porc de qualité différenciée. En plus de proposer des pistes de réflexions à préciser dans l'avenir, dans la perspective d'une concertation des différents acteurs de la filière sur cet élément essentiel au développement du secteur en région wallonne.

Comment améliorer l'image et la visibilité de nos produits de volaille ?

Catherine COLOT
Chef de projet
Filière Avicole et Cunicole Wallonne - FACW asbl
www.facw.be

Cette étude, réalisée en 2006-2007, a pour but d'analyser la cohérence entre l'offre et la demande de poulets de qualité différenciée au niveau des marchés de l'HORECA et des collectivités ainsi que de proposer des pistes de développement.

Il ressort clairement de cette étude que les poulets des filières belges sont peu connus et que ces dernières tentent de régir la demande par l'offre alors que c'est le contraire qu'elles devraient faire.

De manière générale, l'acheteur ne choisit pas seulement un produit en fonction de son portefeuille, il le choisit aussi parce qu'il le préfère aux autres, et il le préfère parce qu'il le connaît. C'est le rapport image/ prix qui va déterminer le choix du consommateur.

Ce rapport image/prix est malheureusement nettement plus faible pour les poulets wallons que pour les poulets français, ce qui rend ces derniers nettement plus concurrentiels. La concurrence de la France n'est donc pas tant une concurrence de prix qu'une concurrence d'image. Le consommateur a confiance dans les produits français parce que ceux-ci bénéficient d'une image forte via leurs labels.

Cette image, cette connaissance du produit, passe par des campagnes de promotion. Il apparaît cependant que celles-ci sont insuffisantes pour les poulets de qualité différenciée wallons.

Pour faire vendre les poulets des filières, il faut leur donner une image globale positive afin d'instaurer la confiance entre l'acheteur et le produit. La marque ou le label sont les principaux vecteurs de cette image positive mais leur multiplicité peut induire la confusion chez le consommateur et donc produire l'effet totalement inverse

L'étude propose une série de démarches à mettre en œuvre pour donner aux poulets wallons de qualité différenciée la notoriété dont ils ont besoin notamment via la création d'un label commun avec un logo, via un plan marketing détaillant la mise en place d'une campagne de promotion afin de développer l'image de marque des produits.

Communiquer en temps de crise alimentaire

Catherine FALLON
Maître de conférence et chargé de recherche au
Scientific and Public Involvement in Risk Allocations Laboratory (SPIRAL)
Département de Science Politique
Faculté de Droit
Université de Liège (ULg)
www.spiral.ulg.ac.be/fr/

L'exposé montrera la manière dont il faut envisager la communication vers la population quand des situations de crise surviennent, afin d'informer correctement les gens sans cependant créer des mouvements de panique qui précarisent fortement le secteur agroalimentaire en général et les agriculteurs en particulier. La mobilisation des stakeholders, en situation de crise, sera également abordée.

Autoportraits de l'agriculture à Rochefort (projet Terre Ferme)

Carine Dechaux
Centre Culturel des Roches
Animatrice-directrice
www.ccr-rochefort.be/

Terre Ferme, miroir et portrait du monde agricole de nos régions

Un coffret de trois ouvrages vient d'être édité par le centre culturel de Rochefort sous le titre de Terre Ferme, coffret consacré à l'agriculture et à ceux qui la pratiquent. Des agriculteurs de la commune de Rochefort en sont les co-auteurs très impliqués. Leur démarche volontaire et sincère, de même que leur professionnalisme, apporte un éclairage plus complet de leurs revendications à davantage de ... participation et d'ouverture.

Peu ordinaire, l'aventure que des agriculteurs de Rochefort ont depuis quelques années avec leur centre culturel. Après l'expérience théâtrale à succès de *Pour qui sonne le gras ?* dans laquelle ils sont directement intervenus et qui était consacré au monde rural et à ses préoccupations, ils ont été invités à se dépeindre eux-mêmes, à s'autoportraitiser en images et en paroles. De là, la présentation au grand public d'un spectacle monté sur la base de leurs photos et leurs commentaires, l'organisation de tables-rondes sur des sujets rassemblant les exploitants agricoles et le public, l'organisation d'expositions pour les enfants, sur la ferme et la campagne. Beaucoup de contacts et de débats au cœur desquels se trouvaient les agriculteurs et leurs familles et auxquels ils ont pris beaucoup d'intérêt. En accord avec

la démarche et l'organisation de ces événements, les agriculteurs ont donné leur aval à un nouveau projet, à une nouvelle initiative : la publication d'un coffret (en trois volumes) reprenant des photos et paroles d'agriculteurs...

Pour susciter une lecture plus riche et plus contrastée, trois approches, trois ouvrages

Il a fallu deux ans de travail pour recueillir les commentaires des agriculteurs et sélectionner les meilleures parmi les milliers de photos prises par eux. *Autoportraits de l'agriculture de Rochefort* présente des témoignages vibrants sur l'agriculture d'aujourd'hui dans nos régions, autant de symboles, choisis par les fermiers, de leur vie et leur métier, en réponse aux clichés qu'on leur applique.

Réussir l'intégration paysagère de nos bâtiments d'élevage

Cécile Francescangeli
Assistante Architecturale & Urbanistique
Fondation Rurale de Wallonie
www.frw.be

La poésie qui émane des vieilles granges que l'on retrouve dans nos villages est à l'image d'une agriculture séculaire mais aujourd'hui révolue.

L'activité agricole a évolué, tant par la taille des fermes et la diminution du nombre d'agriculteurs que par les modes d'exploitation proprement dits. Les bâtiments agricoles d'aujourd'hui répondent avant toute chose à des critères fonctionnels et économiques plutôt qu'à des préoccupations architecturales.

Les activités humaines doivent pouvoir continuer à trouver leur place sur le territoire wallon, l'activité agricole en fait partie et ne doit dès lors pas être niée. Parce qu'elle est nécessaire à la vie de la société, elle a aussi sa place dans le paysage. Il est donc préférable d'avoir dès le début du projet le souci d'intégrer le bâtiment dans son environnement plutôt que de devoir le cacher à posteriori.

Hier

La taille et le gabarit des anciennes fermes ainsi que les matériaux employés pour leur construction varient d'une région agro-géographique à l'autre.

Anciennement, l'exploitant utilisait les matériaux disponibles localement. Par exemple, les matériaux d'une ferme traditionnelle en Hainaut sont la brique et la tuile rouge. En Ardenne, ce sont la pierre chaulée et l'ardoise. Ces matériaux locaux caractérisent ainsi chacune des huit grandes régions agro-géographiques de Wallonie auxquelles sont également associés des gabarits traditionnels particuliers : les plateaux limoneux hennuyer et brabançon, la Hesbaye, le Pays de Herve, le Condroz, la Fagne-Famenne, l'Ardenne et la Lorraine belge.

Aujourd'hui

Les matériaux actuels répondent à des exigences techniques et économiques différentes de celles du passé. Les matériaux les plus avantageux sont produits de façon industrielle et sont transportés au départ de sites de production, belges ou étrangers.

Les gabarits industriels liés aux fonctions des nouveaux bâtiments, les spéculations développées indistinctement sur l'ensemble de la Wallonie et la production industrialisée des matériaux ne justifient plus de distinguer des principes d'intégration différents d'une région à l'autre de la Wallonie.

Sur base de nombreux exemples concrets, cette présentation abordera les aspects site d'implantation, volumétrie, matériaux ainsi que les abords des bâtiments d'élevage.

Nos campagnes, demain en Europe ?

Panel de citoyens wallon
Panel de citoyens européen en Wallonie

Adresse secrétariat : Centre wallon de Recherches agronomiques
Service Communication
Rue de Liroux, 9
B-5030 Gembloux

Tél : 32-81/62 65 51
Fax : 32-81/62 65 59
cra@cra.wallonie.be

Avec la collaboration de S. Holvoet, Fondation pour les Générations Futures
sholvoet@mobistarmail.be

Lettre des panélistes (extraite du rapport publié en décembre 2006)

Monsieur le Ministre,

Nous sommes heureux d'avoir participé à une dynamique innovante, une action citoyenne qui devrait favoriser le lien entre mandataires publics et la population. Ce projet bénévole a su répondre à des wallons qui souhaitaient s'impliquer socialement dans une démarche citoyenne et s'investir davantage dans un rapport franc et direct avec les décideurs, et notamment les Ministres. Nous souhaitons sincèrement vous voir conquis par notre travail et que vous vous trouviez ainsi confortés dans votre rôle de décideur responsable devant les citoyens.

En tant que citoyens, nous avons donné de notre temps. Durant quatre week-ends, nous nous sommes efforcés de dégager ce qui nous semblait primordial pour la ruralité en Wallonie et en Europe. Nous nous sommes interrogés sur les enjeux des campagnes de demain :

Peut-on renforcer la place de l'alimentation de qualité en augmentant la production des produits de qualité ?

Comment informer, sensibiliser et inciter les citoyens à manger des produits sains issus de l'agriculture locale ?

Comment favoriser la diversification de l'économie rurale et lutter contre les monopoles qui ont un poids important dans le secteur agricole ?

Quelle cohabitation entre les néo-ruraux, les ruraux, les producteurs agricoles et forestiers ?

Est-il possible d'amplifier les informations aux nouvelles technologies dans les régions rurales ?

Notre participation au panel des citoyens nous a conscientisés à la réalité du monde agricole. Nous aimerions que notre travail ait un large retentissement et que l'ensemble des citoyens soit également sensibilisé aux enjeux des campagnes, demain en Wallonie et en Europe.

Mettez autour d'une table tous les acteurs de la ruralité pour une écoute mutuelle, un dialogue et que s'en dégage un consensus en vue d'une politique à long terme, cohérente et intégrée, et non limitée à une législature. Réagissez avant qu'il ne soit trop tard. Nous avons voulu, en participant à ce panel, vous aider à prendre de bonnes décisions.

Notre souhait le plus cher, c'est que vous meniez cette réflexion sur l'avenir du monde rural, son environnement, sa mobilité, son économie et ses liens sociaux.

Qu'en pensez-vous, Monsieur le Ministre ?

Nous souhaiterions recevoir votre avis sur nos réflexions et connaître les actions concrètes auxquelles aboutiront nos conclusions.

Nous aimerions vous revoir dans un an ou deux pour évaluer la suite que vous aurez donné à notre travail et en retrouver des traces dans ce que sera devenue la ruralité dans 15 ans.

Bonne lecture, Monsieur le Ministre.

Les panélistes.

Présentation de l'initiative « Carte d'épandage »

Denis Devos

Adresse secrétariat : Centre wallon de Recherches agronomiques
Service Communication
Rue de Liroux, 9
B-5030 Gembloux

Tél : 32-81/62 65 51
Fax : 32-81/62 65 59
cra@cra.wallonie.be

Les épandages c'est naturel !

Afin d'expliquer au Grand public l'utilité des épandages des effluents d'élevage, les Conseils des filières animales et Nitrawal ont rédigé, à destination des habitants des communes de Wallonie, un document vulgarisant la problématique des épandages dont vous trouverez un exemplaire ci-joint. Il résume de manière didactique le pourquoi et le comment des épandages d'effluents d'élevage.

L'épandage des effluents d'élevage dérange et inquiète. Il suscite souvent des réactions de rejet de la part des riverains. Les effluents sont pourtant des engrais naturels et leur épandage est une pratique agronomique ancestrale qui consiste à rendre à la terre ce qu'elle a produit et perdu.

Ces épandages peuvent toutefois conduire à des risques et autres désagréments pour l'environnement et les habitants : risques de pollution des eaux et odeurs désagréables pour les riverains dans les jours qui suivent l'épandage.

Pour assurer la protection des eaux, la Directive européenne 'Nitrates' impose aux agriculteurs de respecter un ensemble de bonnes pratiques agricoles : la Région wallonne a adopté un Programme de Gestion Durable de l'Azote (nitrates) en Agriculture. Ainsi, en ce qui concerne l'épandage des effluents d'élevage, des quantités maximales, des périodes d'épandage, des distances par rapport aux cours d'eau sont clairement définies.

L'odeur dégagée lors des opérations de transport, de déchargement et d'épandage représente une nuisance difficilement supportable pour certains. Pourtant ces odeurs, qui font partie de la vie à la campagne, ne sont nullement un indice de pollution. Il n'y a pas de législation spécifique à ces désagréments. Malheureusement la météo et l'organisation du travail à la ferme ne permettent pas toujours aux agriculteurs de travailler durant les heures de bureau. Néanmoins l'agriculteur peut faire en sorte d'en limiter les effets par la prise en compte des conditions climatiques et en adaptant les techniques d'épandage.

Un courrier a été envoyé aux 262 communes de Wallonie afin de proposer à ces dernières de mettre à la disposition des habitants le document intitulé « Les épandages, c'est naturel ». A ce jour, plus de 25 000 exemplaires ont été distribués aux communes et aux agriculteurs.



L'image d'une filière en poulets de chair

Jean-François Noël
Ingénieur agronome
Technico-commercial en volaille de chair
Nutreco

Peu de gens connaissent réellement la production biologique mais tout le monde a un avis sur ses produits. Qu'on soit pour ou contre, la filière bio a une arme très efficace : une image forte, positive et généralement bien acceptée. Cette image est nécessaire mais n'est pas suffisante pour assurer le développement optimal d'une filière, en effet, un effort continu de communication doit être produit pour permettre l'installation de nouveaux bâtiments.

Installer un bâtiment d'élevage est un projet qui se construit avec un ensemble d'intervenants. Pour la filière bio, la communication est un moyen incontournable pour faire accepter ce projet.

Afin de la rendre efficiente, le responsable de la filière communique au candidat producteur tous les éléments que ce dernier sera amené à rencontrer dans le cadre de sa production. Aucune mauvaise surprise n'étant acceptée par le candidat, l'information doit être complète et franche et doit le mener à se convaincre de faire le bon choix en s'orientant vers cette filière.

Avant d'entamer d'autres démarches en vue d'installer son bâtiment ou d'en modifier un préexistant, le candidat producteur se doit d'aller à la rencontre de ses voisins et de les informer de son projet naissant. Cette communication sera claire sans être trop détaillée car une personne n'étant pas du secteur risquerait de ne pas savoir gérer ces détails et donc d'avoir un comportement totalement irrationnel par rapport au projet. Le candidat veillera à mener un dialogue ouvert sans toutefois verser dans la démagogie.

Une fois le voisinage informé, le candidat présentera son projet complet aux autorités en veillant à motiver, généralement par le biais d'explications zootechniques, tous les aspects allant un peu à l'encontre de la mouvance du moment (taille, forme et orientation du bâtiment,...).

Un projet d'élevage communiqué avec raison et réflexion mène à son autorisation.

Chronique d'une rencontre entre un éleveur de cochons et ses voisins

Jordan Godfriaux

Eleveur-engraisseur de porcs

Exploitation porcine reconnue en tant que Centre de Référence et d'Expérimentation

par la Région wallonne pour l'année 2007

1360 Malèves-Sainte-Marie

Le projet d'implantation d'une nouvelle porcherie a été présenté par M. et Mme Godfriaux-Warnier, depuis le début, avec un grand souci de communication afin qu'il soit acceptable et accepté par la population. Plusieurs initiatives ont été prises par l'éleveur pour initier un dialogue constructif avec le voisinage, dans le respect des avis de chacun et chacune. L'exploitation est reconnue en tant que Centre de Référence et d'Expérimentation (CRE) pour l'année 2007. A ce titre, une expérience est mise en place : gérer l'exploitation porcine en tenant compte des impacts sur le voisinage et sur le paysage.

Avec la collaboration de P. Stassart (Professeur, ULg-FUL, Unité SEED) et B. Rixen (Filière Porcine Wallonne), le jeune couple a pris sa plume pour envoyer un questionnaire aux habitants du village, avec trois questions principales concernant les bruits, les odeurs, le charroi autour de l'exploitation.