

L'image d'une filière en poulets de chair

Noël Jean-François, Ingénieur agronome, technicien avicole en Wallonie, Pingo Poultry, groupe Nutreco

1. Le choix du bio ou l'histoire d'une opportunité

Comment d'une crise agricole profonde naît une filière avicole de production de qualité différenciée.

Après la crise de la dioxine de mai 99, qui a totalement désorienté le secteur avicole du producteur au consommateur, beaucoup d'agriculteurs se sont interrogés sur leur avenir et sur les possibilités de développement ou de diversification de leur exploitation. Les éleveurs attirés par l'aviculture se trouvaient alors face à un dilemme.

D'une part, ils pouvaient choisir l'élevage intensif. Mais celui-ci était d'autant plus critiqué après la crise de la dioxine. Les procédures administratives étaient par ailleurs laborieuses ou bloquées par le moratoire de juin 99.

D'autre part, ils pouvaient opter pour l'une ou l'autre filière de qualité différenciée mais celles ci étaient quasi inexistantes ou peu structurées.

Vu l'implication de ma société au niveau de l'aviculture en Wallonie, les demandes fusaient de toutes parts pour que nous propositions une alternative (deuxième semestre 2000). Avec mes collaborateurs commerciaux, techniques et logistiques, nous avons décidé d'étudier la faisabilité d'un projet de qualité différenciée et l'orientation à lui donner (janvier 2001). Après un premier contact avec nos clients "Grandes Surfaces", la réponse se confirmait, la demande en produits différenciés était en nette progression.

2. Pourquoi NUTRECO et le Bio

Ces dernières années, PINGO POULTRY (Société du groupe NUTRECO) s'est de plus en plus spécialisée dans la vente de produits frais élaborés à base de poulets.

Notre stratégie de développement fut originale dans la mesure où nous avons choisi de collaborer avec un nombre réduit de clients, à savoir quelques grandes surfaces spécifiques sur le marché belgo-hollandais. De ce fait, nous étions particulièrement bien placés pour développer notre filière de poulets de qualité différenciée. Il nous a semblé évident qu'il fallait proposer un produit nettement démarqué de manière à ce que producteurs et consommateurs soient pleinement satisfaits de leur produit.

De plus, en cette période de perte de confiance des consommateurs, il fallait aussi assurer un contrôle indépendant et extérieur pour garantir cette production de qualité différenciée.

Si les produits ne sont pas suffisamment démarqués et originaux aux yeux des consommateurs, ces derniers n'accepteront pas la différence de prix imputable à une qualité différenciée.

A la suite de ces considérations, il est apparu que l'agriculture biologique rencontrait parfaitement le désir des consommateurs, à savoir :

- Une qualité nettement différenciée et fixée par un cahier des charges strict et reconnu à l'échelle européenne (environnement, bien-être animal, qualité des produits),
- Un contrôle permanent réalisé par des organismes indépendants et officiellement reconnus,
- Une notoriété incontestée par le grand public (on aime ou on n'aime pas, mais on sait que c'est bio).

3. La production

La première mise en place de poussins a eu lieu le 18 janvier 2002. Nous avons commencé avec une mise en place toutes les deux semaines (soit 2 200 poulets/semaine). Quatre mois plus tard, nous en étions à plus de 4 000/semaine. Actuellement, nous produisons 12 000 poulets/semaine. Le potentiel de production à court terme est de 15 000 poulets/semaine.

4. L'installation des poulaillers

A ce jour, une trentaine d'éleveurs ont intégré la filière, tous avec des bâtiments neufs. Ces derniers assurent en effet une meilleure ambiance pour les animaux, à l'origine également de meilleurs résultats technico-économiques pour les éleveurs. Le marché du poulet de qualité différenciée étant très concurrentiel (notamment concurrence française), le professionnalisme de la filière passe incontestablement par une importante maîtrise technique. Le suivi du démarrage des poussins, l'état de la litière, la luminosité, l'ambiance intérieure, la qualité de l'aliment, ... tous autant de paramètres qu'il faut gérer correctement. Un bâtiment bien conçu en termes de positionnement, dimensionnement, éclairage, isolation, ventilation, équipements intérieurs est un atout majeur, plus facilement rencontré à partir de bâtiments neufs.

Dès lors, cela nécessite la construction de nouveaux bâtiments au sein des exploitations agricoles candidates. Et qui dit construire, dit aussi risque de plaintes de la part des riverains !

La communication sur son projet est donc essentielle. L'importance du dialogue entre les différents partenaires permet en effet d'installer un climat de confiance. Plusieurs interlocuteurs interviennent à ce niveau : le responsable de la filière (Nutreco), l'éleveur, l'autorité publique en charge du permis, les riverains. Plusieurs circuits de communication s'imposent aussi : du responsable de la filière au candidat éleveur, du candidat éleveur vers ses voisins, du candidat éleveur vers l'autorité publique (assisté du responsable de la filière).

La communication du responsable de la filière au candidat producteur repose sur des aspects d'ordres financier et technique : le revenu attendu, l'investissement nécessaire, les aléas techniques et économiques, l'importance des résultats, ... Cette communication devra bien entendu se poursuivre après l'installation. Elément clé de la réussite d'une filière de production et de commercialisation, ce dialogue permet aux différents partenaires de celle-ci (couvoir, fabricant d'aliments, éleveurs, abattoirs, ...) de mieux se comprendre par une connaissance des problématiques de chacun.

La communication du candidat éleveur vers ses voisins semble aller de soi, en démontrant que l'éleveur se soucie de son voisinage, en qualité de fournisseur de denrées alimentaires, de façonneur de paysage et de maintien d'une activité rurale dans nos campagnes. Pourtant, cette étape n'est certainement pas la plus facile : le riverain a peur du bruit, des odeurs, du charroi, ... A l'éleveur de le convaincre de l'intérêt de sa diversification, clairement, ouvertement, de manière pédagogique (ne pas venir avec des arguments trop techniques, trop difficiles à comprendre et suscitant la méfiance et un comportement irrationnel).

La communication du candidat producteur vers l'autorité est évidente dans l'objectif d'aboutissement du permis. L'aviculture n'est en effet pas une activité agricole très répandue dans notre région. Assisté du responsable de filière, l'éleveur fournira dès lors toute l'information nécessaire, dans la transparence qui s'impose pour instaurer un climat de confiance. En effet, comme on l'a vu plus haut, le dimensionnement et la position du bâtiment sont des paramètres importants pour réussir son élevage. Cela mérite un point d'attention particulier dont il faut parler avec l'autorité. Intégrer son bâtiment au sein du paysage est une donnée qu'il ne faut pas non plus négliger, même si cela peut paraître superficiel à l'éleveur. Comme dit plus haut, il façonne les paysages. Il est donc responsable à ce niveau. Ces règles urbanistiques ne doivent pas être négligées. Par contre, elles ne doivent pas non plus être édictées en dépit du bon sens et grever la rentabilité de la nouvelle activité.

5. Conclusion

La production avicole n'est pas toujours une diversification bien ressentie par le voisinage et ce, qu'il s'agisse d'un modèle de production standard ou de qualité différenciée. Le fait de parler d'une production en milliers de poulets, que ce soit 2 000, comme 50 000, fait peur ! Malheureusement, on ne peut pas demander à une famille agricole de vivre à partir d'une basse-cour d'une cinquantaine de têtes. Lever les tabous évoquant le fait que les animaux seraient « malheureux » dans des poulaillers de 500 m², ou encore qu'il s'agit d'une agriculture industrielle dès qu'on passe le cap de 1000 poulets n'est pas facile.

Cette dure mission de sensibilisation de son voisinage à l'intérêt de produire des poulets (comme des œufs ou des porcs) en Wallonie incombe donc à l'agriculteur qui vit dans son village. La meilleure façon d'y arriver est certainement d'être convaincu soi-même de la qualité de sa production et des produits en découlant. Qui de plus persuasif en effet qu'un homme passionné par son travail !