

Quels futurs pour les exploitations bovines wallonnes ?

PROBOV – Étude prospective à l'horizon 2040

Autrice

Contributeurs CRA-W

Contributeurs IWEPS

Gembloux, septembre 2023

Tosar Victoria (CRA-W)

Burny Philippe, Froidmont Eric, Rondia Pierre

Calay Vincent, Guyot Jean-Luc, Ritondo Rafaël

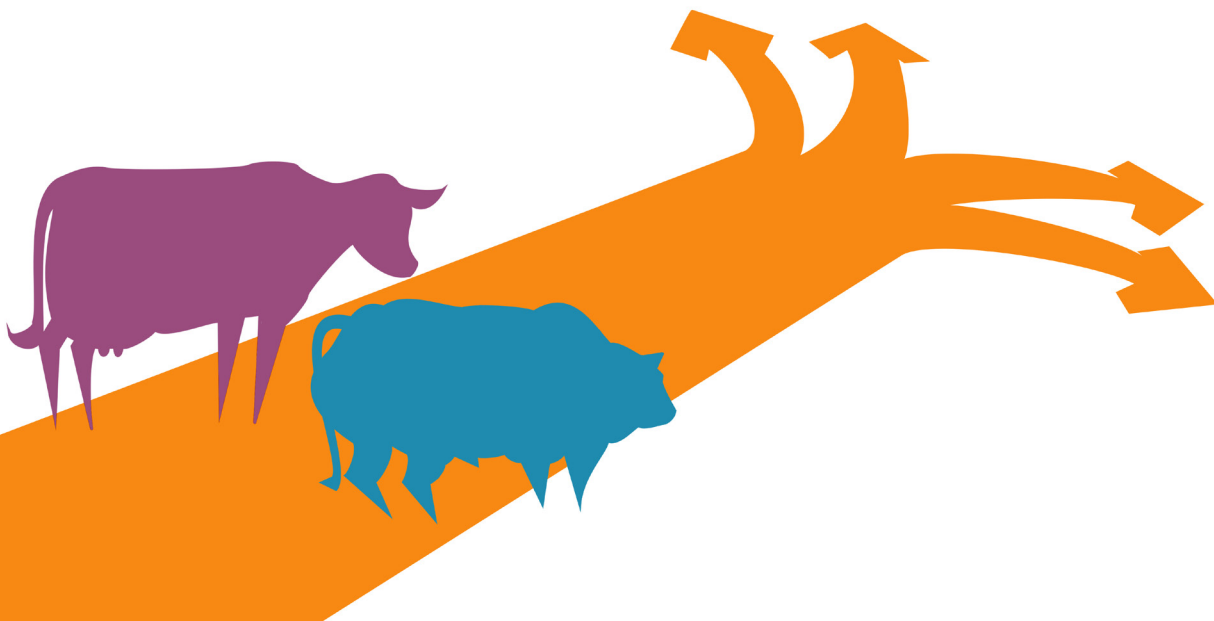


Table des matières

| | |
|---|-----------|
| Contexte | 3 |
| Méthode | 4 |
| Axes | 5 |
| Axe 1 : le citoyen-consommateur | 5 |
| Évolution a. Le consommateur-citoyen est incohérent | 6 |
| Évolution b. Le citoyen-consommateur est cohérent | 8 |
| Axe 2 : les stratégies commerciales de l'Union Européenne | 9 |
| Évolution a. Un marché basé sur l'équivalence des normes de production | 9 |
| Évolution b. Un marché basé sur la loi de l'offre et de la demande | 10 |
| Scénarios | 11 |
| Scénario A – Des exploitations revalorisées par la société | 11 |
| Scénario B – Des exploitations sans éleveurs | 17 |
| Scénario C – Des exploitations restructurées par le croisement terminal | 21 |
| Scénario D – Des exploitations sur mesure pour chaque demande | 25 |
| Tendances communes à tous les scénarios | 30 |
| Conclusions | 33 |

Contexte

Le lait et la viande bovine représentent actuellement la moitié de la valeur de la production agricole finale de la Région wallonne. Cependant, au cours des deux dernières décennies, le cheptel bovin s'est réduit de 30 %, tandis que le nombre d'éleveurs régressait des deux tiers, les revenus devenant faibles et instables. De plus, de nombreux défis se profilent pour l'avenir. La libéralisation croissante des échanges internationaux, depuis les années 1990, ainsi que la suppression du système des quotas laitiers, qui garantissait un prix minimum du lait dans des quantités limitées, ont entraîné une volatilité accrue des prix, provoquant à son tour une grande variabilité du revenu des éleveurs.

Par ailleurs, les consommateurs-citoyens ont de nouvelles préoccupations : le changement climatique et la préservation de l'environnement, le respect du bien-être animal, l'impact de la consommation de produits animaux sur la santé humaine, la qualité organoleptique des produits, le maintien des paysages, la préservation du patrimoine culturel, de la biodiversité, des relations sociales entre éleveurs et citoyen, etc. Les mouvements prônant la réduction, voire la suppression, de la consommation de produits d'origine animale se font davantage entendre.

Face à tant d'interrogations, l'avenir est incertain pour les exploitations bovines wallonnes. Faut-il renforcer encore le productivisme et le recours

aux nouvelles technologies? Mettre l'accent sur la qualité des produits ? Privilégier l'autonomie fourragère, la transformation à la ferme, la mise sur pied de coopératives d'éleveurs ? Quels seraient les impacts de ces changements sur le métier d'éleveur de bovins ?

Pour tenter d'y voir plus clair, PROBOV vise à co-construire des futurs possibles en impliquant les différents acteurs du monde agricole et leur permettant de se projeter en 2040. L'objectif est également de dépasser le cadre d'un futur souhaitable pour aboutir à une neutralité et à une représentativité des échanges.

Méthode

La prospective est, à l'inverse d'une prévision, une démarche systémique et participative qui cherche à dessiner des futurs possibles à travers l'élaboration de différents scénarios contrastés. PROBOV a bénéficié de l'expertise de l'Institut wallon de l'Évaluation, la Prospective et la Statistique (IWEPS) pour l'encadrement de la démarche sur le plan méthodologique.

Concrètement, la boussole de l'avenir (Meinert, 2014) a été mobilisée lors d'ateliers participatifs. Deux facteurs très importants et très incertains pour le futur des exploitations bovines ont été identifiés avec, pour chacun, deux évolutions contrastées. Disposés en axe orthogonal, ces facteurs dessinent 4 contextes d'évolutions distincts qui permettent le développement de scénarios contrastés. Ces scénarios permettent aux acteurs de se projeter dans des futurs pos-

sibles qui éclairent d'une lumière différente les enjeux actuels des élevages de bovins wallons. Ils enrichissent ainsi les représentations des acteurs et informent leur prise de décision (attitude proactive).

Meinert, 2014. L'élaboration de scénarios. Guide pratique. En ligne.

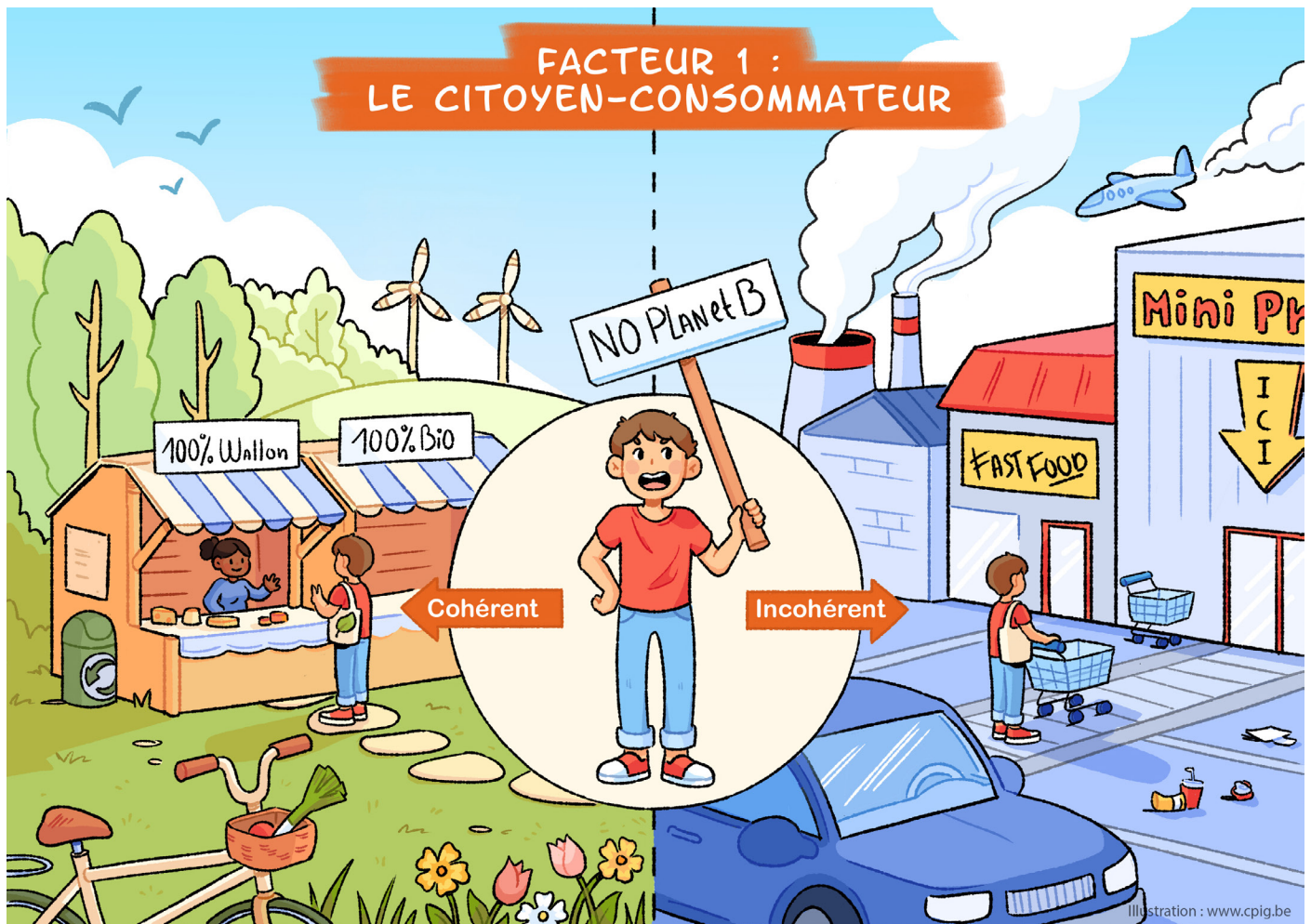


L'ensemble de la méthodologie est reprise dans le rapport final du projet, disponible en ligne via [ce lien](#).



Les documents, publications, cycle de conférences en lien avec PROBOV se trouvent sur le site internet du CRA-w, via [ce lien](#).

Axe 1 : Le citoyen consommateur



Cet axe traite de l'adéquation entre les attentes des citoyens et les comportements des consommateurs. La cohérence s'entend ici comme l'adoption de comportements de consommation qui soient en accord avec les valeurs sociétales de plus en plus partagées en termes de bien-être animal, d'enjeu climatique, de conditions sociales de production, etc.

La tendance générale décrite par l'axe laisse toujours une place pour des comportements spécifiques propre aux situations de départ. Une partie de la population n'a pas la possibilité de se poser la question de la répartition de son pouvoir d'achat. Ses revenus, trop faibles, doivent être répartis entre le coût de l'énergie domestique, des déplacements, l'alimentation, etc. Des choix doivent être posés et l'alimentation est considérée comme une des variables d'ajustement dans le budget de ces ménages. Ceci n'empêche cependant pas d'imaginer des situations où la cohérence est forte et d'autres où elle l'est moins.

L'origine du consommateur est questionnée : parle-t-on du consommateur wallon, belge, étranger ? Sauf précision spécifique, c'est le consommateur wallon qui est considéré.

Évolution A

Le consommateur-citoyen est incohérent

Le citoyen-consommateur est déconnecté de la réalité des exploitations bovines et de l'agriculture dans son ensemble. Cette déconnexion profonde est renforcée dans le temps :

- Avec l'urbanisation, la part d'agriculteur-rices dans la population wallonne diminue. Le citoyen-consommateur n'ayant plus de membre de la famille qui soit agriculteur, il a perdu toute connexion avec la vie du monde agricole.
- Les enseignants et professeurs dans les écoles n'ont plus ces connaissances, et ne savent donc plus les transmettre aux élèves.

Il y a une **rupture irréversible** entre le citoyen-consommateur d'une part et l'agriculture et la production alimentaire d'autre part. Le citoyen-consommateur n'a plus conscience du besoin vital des productions agricoles pour assurer son alimentation.

Du côté du citoyen...

Le citoyen souhaite diminuer la pression de l'agriculture sur l'environnement. Cependant, il a une **vision idéalisée** de ce que devrait être l'agriculture, visant une agriculture extensive et sans intrants, vision qui n'intègre pas les conséquences en termes de volumes de production. Les projets agricoles conventionnels ont systématiquement

mauvaise presse. La communication autour des producteurs locaux est inexistante, et le peu qui est communiqué est dispersé, contradictoire, mal organisé. Les images véhiculées sont les ranchs américains organisés en feed-lots ou les fermes-usines laitières, contribuant à la mauvaise image de la production bovine en Wallonie.

On a un peu désincarné, dans tous les sens, l'alimentation. J'insiste sur l'éducation, mais quelle est la part de la population qui voit encore comment l'alimentation est produite, sauf les images-choc que l'on donne, mais qui est réellement au courant de comment sont produites les choses ultra transformées dans la barquette ?

Du côté du consommateur...

Le consommateur se base sur le prix comme principal critère de choix guidant ses achats. En parallèle, le consommateur cuisine de moins en moins, en particulier les pièces moins nobles. Il consomme de plus en plus de produits ultra-trans-

formés. Le contenu des barquettes n'est quant à lui pas vraiment questionné. L'alimentation est désincarnée, ce qui renforce encore la déconnexion avec le monde agricole. L'environnement familial ne favorise plus les repas pris ensemble.

Au magasin, **le consommateur est perdu** dans une masse d'informations concernant la nutrition, la qualité différenciée, l'origine, l'impact environnemental... L'étiquetage des produits est

complexe et mal compris. Comment choisir ? A quoi être attentif ? Dans une recherche plus qualitative, que choisir entre du bio étranger et du local conventionnel ?

Si le citoyen est parfois dans une forme d'incohérence, c'est peut-être parce qu'on lui permet d'avoir cette incohérence.

Et les autres acteurs

Le consommateur n'est pas le seul responsable de son incohérence, cette incohérence existe car elle est rendue possible par d'autres acteurs.

La restauration hors domicile (horeca et collectivités) promeut des produits étrangers et exerce une forte pression sur les prix. Ces débouchés sont inaccessibles pour les producteurs wallons.

La grande distribution a un rôle central dans le choix des produits mis en rayon et en promotion. En magasin, le consommateur achète ce qu'on lui propose, influencé par ce qui est mis en avant.

Les produits wallons, peu concurrentiels, sont difficiles d'accès.

Le marketing joue un rôle important dans la décision d'achat du consommateur, indépendamment de son niveau d'éducation. La communication n'étant pas encadrée, les produits sont mis en avant au moyen de techniques de marketing évoluées, et parfois à des prix tellement rabaisés qu'ils déconnectent les consommateurs de la réalité, les empêchant de reconnaître et d'apporter du crédit au travail des producteurs.

Il y a un biais terrible, c'est le marketing autour des produits. Tout ce qui n'est pas suffisamment normé, on peut communiquer dessus comme on veut. Le consommateur qui est sensibilisé et qui veut bien acheter se fait quand même avoir parce que le marketing lui dit que c'est bien, alors que c'est discutable. On a des images qui s'écartent parfois fort de la réalité.

Ce comportement marketing de la grande distribution fait peser tout le poids éthique de l'acte d'achat sur le consommateur et complique la mise en cohérence citoyen-consommateur. Une même personne peut avoir des opinions fortes en tant que citoyen, se construisant une philosophie d'achat et une réelle volonté d'acheter le type de produits qui y correspond. Une fois dans

le magasin, cette même personne est prise dans une forte sollicitation marketing affichant des informations idéalisées ou incomplètes, alors qu'elle est toujours soumise à des contraintes de temps et d'argent pour remplir son panier. Elle peut alors poser un acte d'achat qui contredit ses aspirations citoyennes.

Évolution B

Le citoyen-consommateur est cohérent

La cohérence du citoyen-consommateur se construit en créant une **connexion entre le citoyen et le monde agricole**. L'accent est mis sur l'éducation et l'information.

Les politiques et les pouvoirs publics remettent l'agriculture dans le programme scolaire. **L'éducation** à l'agriculture est présente dès les maternelles, et tout au long des primaires et secondaires. Le contenu éducatif évolue en fonction de l'âge du public cible. Tout l'environnement de la jeunesse est considéré, en incluant le monde d'internet, les réseaux sociaux, les séries, etc. qui ont une forte influence sur la culture et les comportements des jeunes.

Du côté de **l'information**, la communication vers le consommateur est simplifiée, pour lui permettre de comprendre des notions complexes telles que la durabilité et ses trois piliers interconnectés (environnemental, économique, social), le calcul de l'empreinte environnementale, de ses différents unités et concepts, etc.

L'information vis-à-vis des consommateurs est aussi **légiférée**. Elle est rendue pertinente, juste, transparente. Cette information passe notamment par la diffusion d'informations vraies et l'arrêt de publicités idéalisées et mensongères, et par l'organisation fréquente de fermes ouvertes. Ces dernières permettent au citoyen-consom-

mateur de voir et de juger par lui-même de la réalité du monde agricole. Les pouvoirs publics entament une démarche globale de mise en avant de l'agriculture wallonne, renforçant la diffusion des savoirs réels du terrain auprès des citoyens-consommateurs.

La finalité de cette reconnexion entre citoyen-consommateur et agriculture est d'aboutir à une **culture du bien vivre**, à une fierté de l'agriculture wallonne et de ses produits. Cette fierté se traduit par une volonté de soutenir les producteurs wallons.

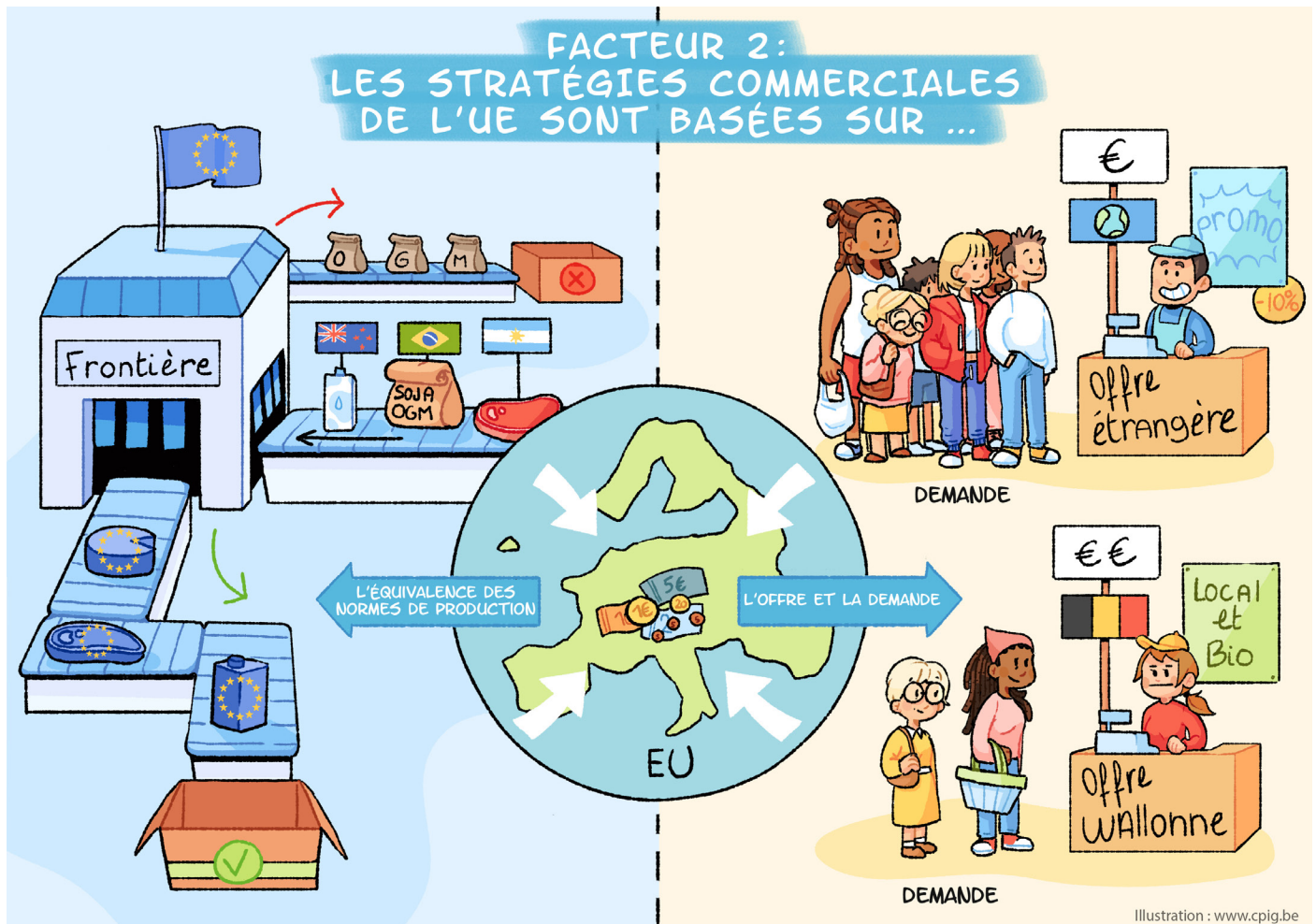
La grande distribution est considérée comme un acteur incontournable de la vente. En modifiant sa politique de choix de produits et sa présentation marketing, elle renforce la cohérence du citoyen-consommateur.

Grâce à cette reconnexion, l'incohérence du citoyen-consommateur diminue mais une part significative de consommateurs n'est pas intéressée par l'idée de payer plus cher pour une agriculture respectueuse de l'environnement, du bien-être animal et une meilleure rétribution financière des producteurs. La majeure partie des consommateurs n'a soit pas les moyens financiers, ou n'est pas suffisamment sensible à ces critères.

Le citoyen-consommateur persiste à vouloir minimiser le prix de ses achats tout en recherchant une certaine rapidité et flexibilité pour faire ses courses. La cohérence ne sera possible qu'avec la participation du secteur bovin, qui doit intégrer les contraintes du citoyen-consommateur dans son raisonnement.

Axe 2 : les stratégies commerciales de l'Union Européenne

Le terme « stratégies commerciales » englobe les politiques, règles, mesures commerciales qui régissent les échanges entre l'Union Européenne (UE) et le reste du monde.



Évolution A

Un marché basé sur l'équivalence des normes de production

À l'horizon 2040, les stratégies commerciales appliquées sur le territoire européen sont profondément modifiées et l'UE adopte des **clauses miroirs**. Pour pouvoir entrer et être vendus sur le territoire européen, les produits alimentaires importés doivent répondre aux mêmes normes de production que celles imposées sur le territoire européen. Ce renforcement des normes pour les produits importés permet une diminution de la distorsion de concurrence entre les productions UE et hors UE.

A l'instar du label CE ou du label Agriculture Biologique, un cahier des charges est défini par les instances européennes et les distributeurs doivent s'assurer que les produits vendus dans leurs rayons y répondent.

On a le logo CE, qui est très léger par rapport aux normes. On impose de devoir respecter les mêmes normes et ils ne peuvent vendre au consommateur que des produits pour lesquels ils peuvent s'assurer qu'ils respectent effectivement les mêmes normes que chez nous. On a un peu l'équivalent au niveau du système bio.

Évolution B

Un marché basé sur la loi de l'offre et de la demande

La règle de l'offre et de la demande dicte les échanges. La distorsion de concurrence est accentuée, les produits agricoles sont une monnaie d'échange dans le cadre d'accords économiques plus larges. Cette évolution est jugée comme un prolongement et un renforcement de la situation actuelle.

Du côté de la demande

L'évolution de la demande dépend de la zone géographique considérée.

- La demande mondiale reste en croissance, au vu de l'augmentation démographique et de l'augmentation du niveau de vie à l'échelle mondiale.
- En Wallonie, la demande est en baisse suite à la convergence de différents facteurs (évolutions des régimes alimentaires, l'augmentation des allergies et des intolérances, diversification des alternatives aux produits bovins).

Du côté de l'offre

L'offre wallonne est en diminution, provoquée par l'astreinte lourde du métier d'éleveur bovin, l'augmentation des coûts de production et des contraintes environnementales imposées par l'UE. L'offre disponible est liée au prix payé à l'éleveur, jugé comme trop volatile et parfois maintenu trop bas pendant trop longtemps. Les négociations avec les autres maillons de la filière n'aboutissent pas à une stabilisation du prix. Il n'y a pas de perspective pour l'agriculteur, ni pour les jeunes qui se lancent.

Lorsque les prix sont bons, la production flambe. Mais à un moment, le circuit pour une raison ou une autre va tomber et il y aura vraiment des chutes. Il faut toujours ajuster l'offre et la demande mais ce ne sera pas toujours possible

Scénario A

Des exploitations revalorisées par la société

Le consommateur-citoyen est cohérent, et les stratégies commerciales de l'UE sont basées sur la loi de l'offre et de la demande

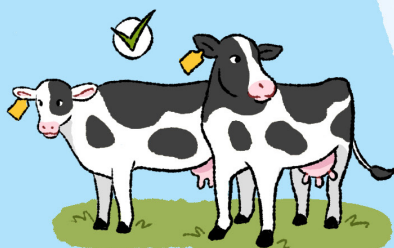
CITOYEN-CONSOMMATEUR COHÉRENT

A. DES EXPLOITATIONS REVALORISÉES PAR LA SOCIÉTÉ



QUANTIFICATION

- ENCADREMENT APPROFONDI
- DÉVELOPPEMENT D'OUTILS



DIMINUTION
- AUTONOMIE ALIMENTAIRE
- RASSEMBLEMENT ÉLEVEURS

DÉFINITION D'UN PRIX JUSTE



POINT DE RENCONTRE

PRODUCTEUR

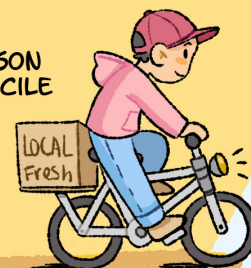
CONSOMMATEUR



MEILLEURS PACKAGINGS



LIVRAISON À DOMICILE



RESTAURATION HORS DOMICILE



Illustration : www.cpig.be

LES STRATÉGIES COMMERCIALES DE L'UE SONT BASSÉES SUR L'OFFRE ET LA DEMANDE

Dans les étals des magasins, les produits wallons sont en concurrence directe avec les produits étrangers. La distorsion actuelle entre les normes de production européennes et étrangères persiste et se renforce.

Une éducation à l'agriculture couplée à une information claire et transparente permet au citoyen-consommateur de rester connecté à la

réalité du monde agricole. Néanmoins, le critère du prix reste important. Certes, un impact environnemental moindre et un bien-être animal correct sont souhaités, mais ce souhait ne se traduit pas en volonté de payer plus cher pour améliorer ces aspects. Ce refus reflète une impossibilité économique pour une part des consommateurs, et un manque d'intérêt persistant pour d'autres.

Je pense qu'il y a des gens que ça n'intéresse pas, simplement. Oui, il y a des gens qui n'ont pas les moyens. Et puis il y a des gens qui, quand on leur dit bien-être, environnement tout ça, je pense vraiment qu'ils ne sont pas intéressés et qui, effectivement, ne sont pas prêts à payer plus.

En l'état actuel de la situation, le consommateur-citoyen ne paie pas plus cher pour des productions bovines wallonnes. Pour dépasser ce blocage et établir la cohérence citoyen-consommateur, l'adaptation du secteur est nécessaire.

- ✓ L'agriculteur intègre l'objectif de produire à un **prix accessible** pour le citoyen-consommateur, en respectant les normes demandées. Cette démarche doit passer par une étape clé : **la diminution des coûts de production**. La connaissance et la maîtrise des coûts de production deviennent indispensables.
- ✓ La démarche de quantification et de minimisation des coûts de production est communiquée au consommateur, et aboutit à la **définition d'un prix juste**. Ce prix juste est l'adéquation entre la demande du citoyen-consommateur (en termes de prix d'achat et de normes de production), et d'autre part le prix de vente nécessaire pour le producteur pour répondre à ces normes de production et contribuant significativement à son revenu.
- ✓ Ce prix juste est établi en toute **transparence entre les maillons des filières**. La démarche « à livre ouvert » est communiquée jusque dans les points de vente. Le consommateur est ainsi informé de la rétribution du producteur, producteur qui s'engage à produire à un prix accessible pour le consommateur en garantissant la qualité du produit. Ce système s'oppose à l'existence de « boîtes noires » actuellement rencontrées au sein de la filière, telles que les grandes surfaces pour lesquelles les plus-values financières ne sont pas connues.
- ✓ Le secteur intègre les attentes en termes de temps et d'argent du citoyen-consommateur dans la réflexion de son système de production et de commercialisation.

Un partenariat nouveau est noué entre les producteurs et la grande distribution, en instaurant des accords et de la confiance des deux côtés.

Les producteurs sont garants de la qualité des produits, tout en étant conscients que la grande distribution est la voie de commercialisation majeure de leurs produits. La grande distribution quant à elle joue la carte de la vente de produits locaux tout en respectant le prix juste fixé par les agriculteurs, l'avantage étant que la grande distribution connaît déjà les codes de marketing pour attirer le consommateur.

Au-delà d'un prix juste, **des services sont associés** à la vente des produits d'origine bovine :

- ✓ Le marketing est optimisé pour mettre en avant les productions wallonnes, en proposant des recettes adaptées au type de produit (par exemple : association de morceaux de viande pour carbonnades avec une recette adéquate).
- ✓ Le packaging est remis en question, des recherches sont réalisées pour le rendre plus attrayant et plus écologique. Les différents efforts (prix juste, autonomie alimentaire...) sont l'objet d'une communication omniprésente.
- ✓ Le critère de la rapidité d'achat est inclus dans la réflexion, le temps nécessaire pour la réalisation des courses étant identifié comme un frein pour la consommation de produits bovins en direct du lieu de production.

Avec la période post-COVID, ça a été blanc ou noir. Aujourd'hui, le consommateur a moins les moyens et surtout il n'a pas du tout le temps et il retourne dans les magasins.

Un service de livraison à domicile de produits wallons se développe, inspiré du modèle hollandais Hellofresh, correspondant aux attentes de gain de temps formulées par les consommateurs.

La communication des coûts de production en toute transparence, la modification du packaging et la simplification des achats associés à la bonne connaissance de l'environnement des ex-

ploitations bovines motivent **le citoyen-consommateur à soutenir les productions wallonnes** en payant le prix juste, quitte à diminuer sa consommation. Il est suffisamment informé et conscient des contraintes qui pèsent sur les producteurs pour reconnaître que le prix auquel il achète ses produits est le prix nécessaire pour que l'agriculteur puisse en vivre. Il a confiance en la qualité du produit acheté et dans le respect des normes qu'il attend (sans que cela signifie que les normes soient plus strictes que les normes wallonnes actuelles). Dans les étals des magasins, le consommateur peut alors mettre la préférence sur les produits wallons plutôt que sur les produits importés.

La réappropriation de la filière prend la forme de la **réappropriation des voies de commercialisation, de marketing et de communication**. Le secteur bovin s'approprie sa communication et son marketing, en définissant des labels liés à des certifications, compilant des informations sur l'origine, les aspects santé et écologiques des produits, le respect du bien-être animal et la juste rétribution des agriculteurs. Finalement, la situation tend vers une généralisation de **l'usage de labels**, pour assurer la confiance des consommateurs. Ces labels

sont compris par les consommateurs, qui en connaissent les tenants et les aboutissants. La généralisation des labels entraîne cependant un surplus de contrôles, posant la question de la difficulté d'auditer certains modes de production.

Comment allez-vous prouver que la vache va au champ ? On fait passer un audit de certification qui, ponctuellement, va faire une visite qui va coûter à la société qui le mandate 1000 euros par an ou par mois ? Ou on demande aux voisins : «Avez-vous vu Juliette au champ ?»

La restauration hors domicile (horeca, cuisines de collectivité) est sollicitée par les filières et intègre les produits bovins wallons, notamment en

modifiant les cahiers des charges pour mettre en avant les productions locales.

Focus sur la diminution des coûts de production

L'enjeu est double : quantifier les coûts et mettre en place des changements pour les diminuer. Les agriculteurs calculent leurs coûts de production. L'ensemble du secteur se mobilise, un encadrement est proposé par les différents acteurs (syndicats, acteurs des filières, etc.). Des outils de gestion de la trésorerie sont mis à disposition et sont utilisés par les agriculteurs. Ces outils sont également utilisés par les structures d'en-

cadrement pour la production de références de coûts de production par unité, tout en intégrant la diversité des situations (présence de cultures, région principalement herbagère...).

Ce sont des hyper-techniciens, ils sont super doués dans leur métier, mais financièrement ils n'ont pas assez d'outils et on ne les éduque pas. Pourtant ce sont des chefs d'entreprise ! Ils râlent pour un prix qui est insuffisant, mais ils ne savent pas pourquoi, entre guillemets. Et c'est difficile après de dire « Moi je veux gagner plus! ». Plus c'est combien et c'est par rapport à quoi ? « Bah c'est plus que maintenant ».

Pour diminuer les coûts de production, différents leviers sont sollicités. La priorité est mise sur l'optimisation de l'autonomie alimentaire, grâce à :

- ✓ l'optimisation du pâturage : adapter la diversité des espèces végétales composant les couverts prairiaux, les techniques de rotation entre parcelles, le calendrier de mise à l'herbe ;
- ✓ l'augmentation de la part et de la qualité des fourrages dans les rations, associée à l'analyse de leur qualité ;
- ✓ l'identification et l'optimisation de la culture d'espèces végétales régionales d'intérêt pour l'alimentation des bovins, en alternative au soja, telles que le lin ;
- ✓ l'identification de compléments en énergie issus de ressources locales.

Les stratégies précises s'adaptent selon la région de l'exploitation (forte proportion de prairies, de cultures...). L'autonomie alimentaire se réfléchit à une échelle régionale, voire européenne pour certaines ressources, notamment pour les compléments alimentaires riches en énergie et en protéines.

Ces changements sont accompagnés par les services d'encadrement et par la recherche, et renforcés par la formation des agriculteurs.

Il faut vendre le système en prouvant que c'est rentable parce que les fermiers aujourd'hui ils n'ont pas le confort de dire «je vais essayer ça, on va voir si ça marche ou pas».

L'autonomie alimentaire est mise au centre des pratiques d'élevage. Un changement de race peut être opportun, selon les différentes situations. Pour soutenir l'évolution de l'alimentation, les centres de sélection incluent dans leurs critères de sélection des indices liés à une bonne valorisation des fourrages.

Ces modifications des techniques d'élevage peuvent avoir un impact sur l'aval de la filière. En effet, depuis les années 80, la filière de transformation est calibrée pour le BBB. Or, un changement dans les pratiques en termes de races ou d'alimentation entraîne un changement sur les carcasses. L'adaptation du travail en abattoir est anticipé, afin d'inclure les différents types de viande produits. Le consommateur est également habitué à choisir et à manger ce type de viande, une communication renforcée sur les changements est mise en place.

L'identité de l'éleveur évolue positivement, un sens du métier est retrouvé. Le métier reste pénible, mais le travail est rémunéré à sa juste valeur et est reconnu. Outre le prix juste, la question est d'arriver à une rémunération juste pour l'agriculteur. Cette rémunération dépend notamment d'une juste répartition de la plus-value entre les maillons de la filière issue de la vente des productions ainsi que de la rémunération pour les services écosystémiques rendus.

Évolution des troupeaux

La taille des troupeaux par exploitation est en légère diminution, répondant à la diminution de la consommation de produits bovins (surtout en viande) et à l'augmentation des besoins en surfaces agricoles nécessaires pour l'autonomie alimentaire. Avec la définition d'un prix de vente juste pour l'agriculteur, l'opportunité de produire moins et mieux se présente.

Aucun changement n'est envisagé concernant la répartition des troupeaux entre élevage laitier, viandeux et mixte. Par contre, concernant l'élevage viandeux, le futur du BBB semble incertain. Bien que cette race réponde aux attentes des

Le regroupement d'éleveurs reste une solution théorique à l'achat de matériel agricole, à la diminution de la pénibilité du travail, à l'échange de compétences et à la facilitation de la communication autour des modes de production. Cependant, l'individualisme reste bloquant pour envisager l'évolution de la situation en ce sens, comme cela peut être le cas en France.

La nouvelle technologie est un moyen d'améliorer la santé des troupeaux et de faciliter le travail de l'éleveur, bien que son usage soit plus complexe pour les animaux en prairie.

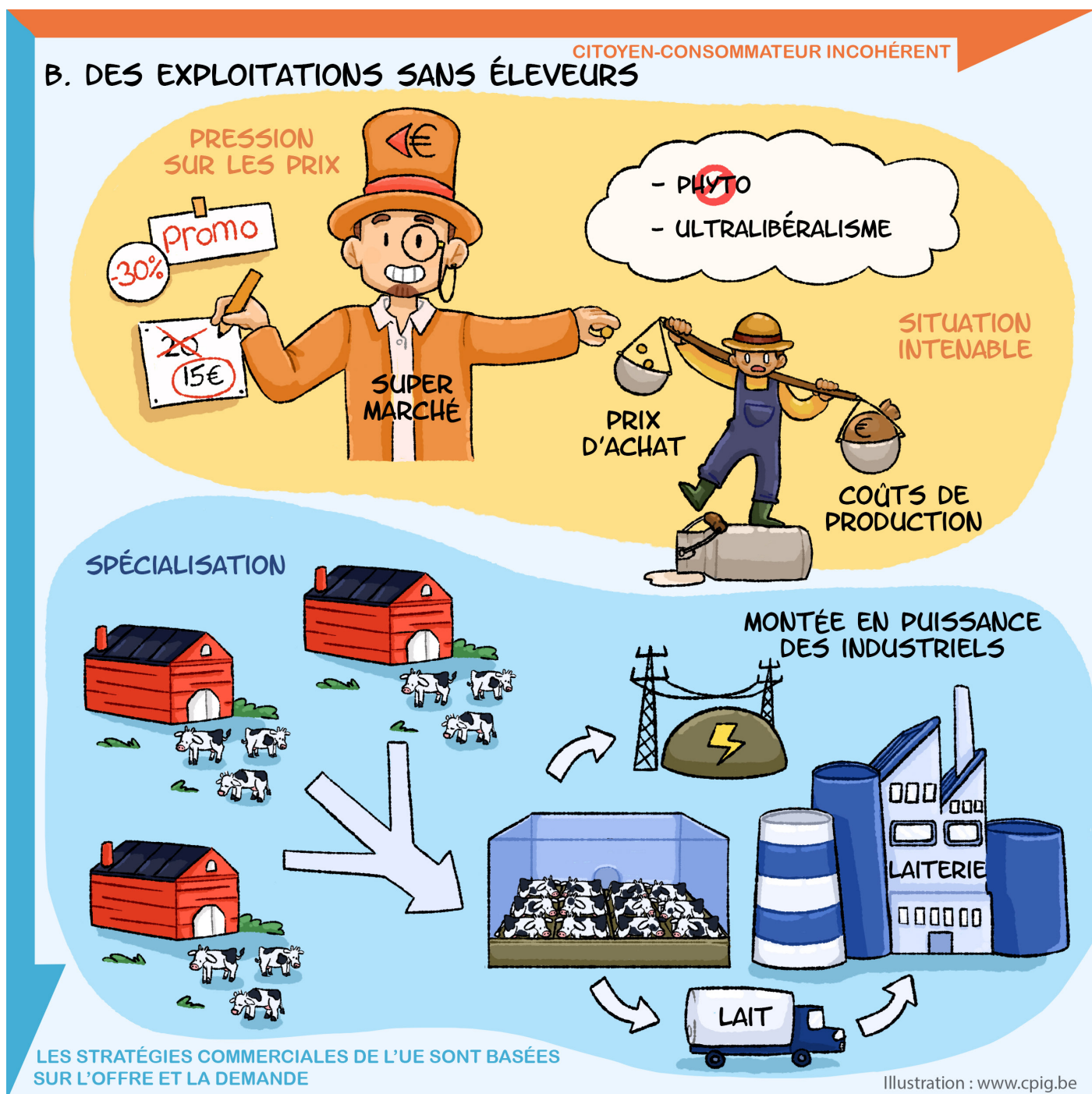
La situation foncière continue à évoluer dans la même direction, sans amélioration de la situation. La hausse du prix des terres ne rend plus possible l'achat par les agriculteurs.

consommateurs et des acteurs de la transformation, la césarienne obligatoire et l'hypertrophie musculaire sont des points de blocage potentiels. La communication concernant les points forts de la race est renforcée, notamment sur ses atouts en termes de santé.

Scénario B

Des exploitations sans éleveurs

Le consommateur-citoyen est incohérent, et les stratégies commerciales de l'UE sont basées sur la loi de l'offre et de la demande



Le prix est le principal moteur de l'acte d'achat du consommateur.

La grande distribution joue le jeu en maintenant une pression forte sur le prix d'achat, en continuant à proposer des promotions sur les produits indépendamment de leur origine. Dans les rayons, les produits wallons se trouvent en concurrence directe avec les produits importés qui ne respectent pas les mêmes normes de production.

Du côté des exploitations bovines wallonnes de type familial, **la situation est difficilement** tenable : la stratégie européenne de commer-

cialisation tend vers l'ultra-libéralisme, les règlements européens sont toujours plus stricts (réduction significative de l'usage des produits phytosanitaires et des engrais de synthèse) et le citoyen-consommateur, déconnecté de la réalité, est indifférent à la situation critique des agriculteurs wallons.

Les gens oublient : le meilleur moyen d'avoir assez de nourriture, c'est d'en produire de trop.

Ces différents éléments entraînent une baisse de la production sur le territoire, rendant la sécurité alimentaire sur le territoire wallon dépendante des accords internationaux.

En 2040, les exploitations bovines encore présentes sur le territoire sont des exploitations qui ont réussi à trouver leur équilibre de fonctionnement pour pouvoir être rentables malgré ce contexte difficile.

Pour les fermes qui seront encore là en 2040, ce sera des fermes qui seront rentables, ou elles ne seront plus là. Avec ou sans subsides.

L'individualisme restant fort présent au sein du monde agricole, les exploitations un peu moins rentables ne parviennent pas à se fédérer et à faire front face aux difficultés. Les initiatives de mise en coopérative sont rares.

La voie de la spécialisation est donc le modèle dominant suivi par les élevages bovins avec, en corollaire, un degré d'intensification accru. Pour cela, les exploitations doivent être en capacité d'investir dans un outil de production ultra-performant et d'atteindre une bonne rentabilité. Une excellente technicité d'élevage est requise. Les exploitations laitières atteignent fréquemment une taille de 300 ou 400 vaches, permettant ainsi d'optimiser la logistique.

Les investissements auxquels doivent faire face les exploitations sont de plus en plus élevés, atteignant des montants colossaux. Différents types d'investissements sont mentionnés : les investissements financiers, mais également des investissements en connaissances techniques et en temps ainsi qu'en personnel. Les investissements pour transformer les produits à la ferme sont inaccessibles pour les agriculteurs, ce qui contribue à la non-réappropriation de la filière.

Face à l'endettement et à l'absence de réserves financières, les risques encourus par l'agriculteur sont de plus en plus élevés et diminuent leur résilience en cas de crise. Les fermes sont **de moins en moins transmissibles**.

Les agriculteurs se spécialisent sur l'élevage à proprement parler et **ne parviennent pas à se réappropriier la filière**. Ils produisent et vendent selon les prix du marché mondial, misant leur bénéfice sur l'économie d'échelle. Les filières s'industrialisent et se concentrent autour du marché mondial.

Ce sont les industriels qui ont la main, tant pour les produits liés à l'exportation que pour répondre à la demande de la grande distribution. Certains industriels sortent du lot : ils achètent des unités




d'exploitation, poussant à une intégration par l'aval de la filière. Le système en place est un système de la fourchette à la fourche, une sorte de producteur au consommateur, sauf que le producteur est un industriel.

Le mode de gestion s'oriente vers des formes sociétaires, d'entreprises et moins d'indépendants. La gestion entrepreneuriale se généralise, ainsi que le recours à la main-d'œuvre salariée. L'évolution vers une intégration totale se développe, l'éleveur devient un employé d'une société : son autonomie décisionnelle diminue fortement et il n'est plus forcément propriétaire des bâtiments.

Les nouvelles technologies sont un outil nécessaire pour surveiller en temps réel et à distance les indicateurs d'élevage directement depuis un smartphone. Le gestionnaire prend les décisions et pilote le troupeau en envoyant les informations aux employés.

Concernant **les fonctions des exploitations**, les troupeaux de grande taille pâturent peu et restent le plus souvent dans les bâtiments sur caillebotis. Cette situation facilite la mise en place d'unités de production d'énergie au sein de ces exploitations.



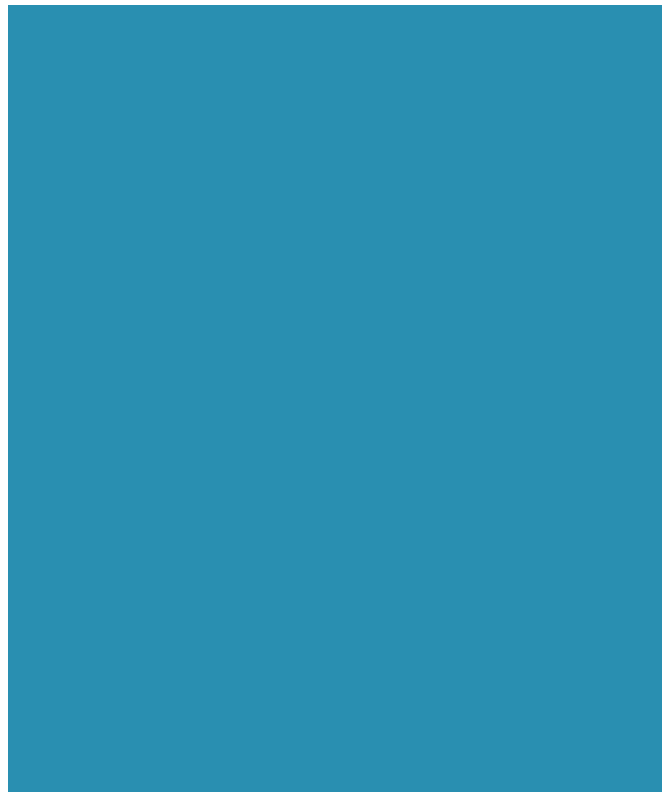
En revanche, les fonctions environnementales de maintien des paysages et de la biodiversité agricole ne sont plus remplies.

Au niveau du foncier, la terre est de plus en plus chère, la hausse des prix est renforcée par l'arrivée d'industriels sur le marché et la concurrence avec d'autres productions : production d'énergie, d'arbres et de sapins de Noël (en Ardennes),

L'évolution des troupeaux

Dans le contexte de diminution et de changement de la consommation de viande et d'économie d'échelle, **l'élevage laitier est favorisé**. Les troupeaux sont moins nombreux et de plus grande taille, amenant la production wallonne à un état stable. La production de viande issue des vaches de réforme du troupeau laitier est renforcée, au détriment de celle de l'élevage allaitant, pour rencontrer la demande du consommateur en haché et plats préparés.

Du côté de l'élevage allaitant, les éleveurs subissent en plus la pression du lobby anti-viande et la diminution significative de la consommation globale de viande. Les producteurs viandeux sont démotivés par la pénibilité du travail couplée au manque structurel de rentabilité.



production de food (dans les régions de grandes cultures). Cette concurrence diminue l'espace disponible pour l'élevage bovin. Les petits propriétaires ne sont pas ou peu protégés par le bail à ferme ou d'autres mécanismes juridiques. A l'instar de l'augmentation des investissements nécessaires, ce phénomène renforce la diminution de la transmissibilité des fermes.

Une chasse aux primes environnementales se met en place. La maximisation des primes guide le choix de l'usage des terres plutôt que l'activité nourricière en elle-même.

Un petit nombre d'exploitations allaitantes résistent, visant l'intensification pour tirer leur épingle du jeu, mais nombreux sont les éleveurs qui arrêtent. Certains continuent avec un plus petit troupeau pour la passion, tout en ayant un travail à l'extérieur leur assurant un revenu. Les races françaises sont favorisées, limitant la pénibilité du travail grâce à leur facilité de vêlage. Les primes font partie intégrante du revenu de l'éleveur, allant jusqu'à envisager l'élevage allaitant comme un sous-produit des terres. Ce changement de paradigme questionne profondément les fonctions des exploitations.

Concernant **l'élevage mixte**, il ne trouve plus vraiment sa place en Wallonie. Soit l'agriculteur cherche à maximiser ses primes et il se dirige vers d'autres races rustiques et non laitières, telles la Highland, soit il vise une production intensive et se tourne vers un troupeau spécialisé.

Scénario C

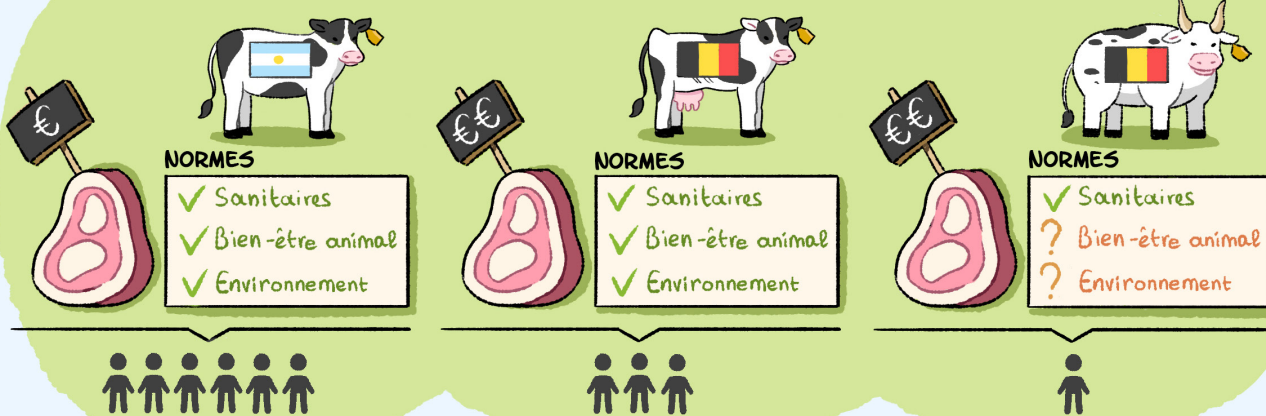
Des exploitations restructurées par le croisement terminal

Le consommateur-citoyen est incohérent, et les stratégies commerciales de l'UE sont basées sur l'équivalence des normes de production

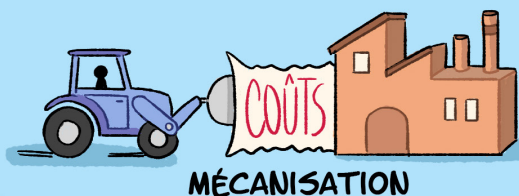
LES STRATÉGIES COMMERCIALES DE L'UE SONT BASÉES SUR L'ÉQUIVALENCE DES NORMES DE PRODUCTION

C. DES EXPLOITATIONS RESTRUCTURÉES PAR LE CROISEMENT TERMINAL

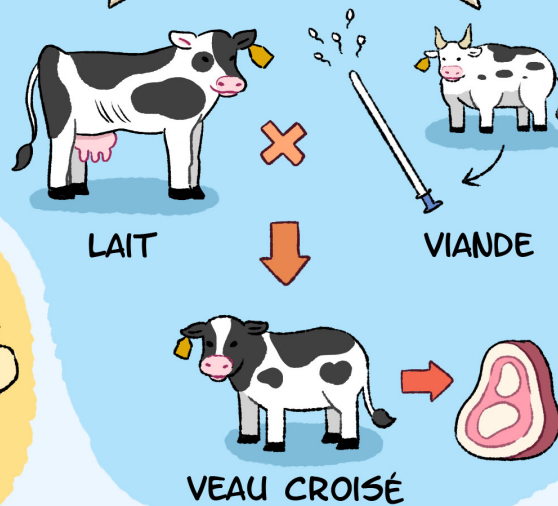
CONSO : NORMES JUGÉES SUFFISANTES, PRESSION SUR LES PRIX



OPTIMISATION DE L'ÉLEVAGE



BEEF WITH DAIRY



BASSINS DE PRODUCTION HYPER SPÉCIALISÉS



CULTURE



LAIT + VEAU



ENGRaisseMENT



CITOYEN-CONSOMMATEUR INCOHÉRENT

Illustration : www.cpig.be

La stratégie commerciale de l'UE impose une équivalence des normes de production : les normes imposées aux productions européennes sont également imposées aux importations. Cette équivalence permet de répondre aux enjeux de société et aux différentes demandes du citoyen.

Les normes de production standards sont jugées suffisantes et sont remplies par l'ensemble des produits (UE et hors UE) disponibles en magasin, le consommateur refuse un surcoût lié à la production locale. **Au magasin**, le consommateur continue à orienter ses achats sur base du **prix le moins élevé**. L'incohérence du citoyen-consom-

mateur bloque le marché, qui ne parvient pas à se saisir de cet enjeu de soutien aux productions régionales. Même avec des normes de production équivalentes, les exploitations bovines wallonnes font face à des coûts de production structurellement plus élevés (coût de la main-d'œuvre, de la terre, de l'énergie...).

Face à la concurrence du marché, les exploitations bovines empruntent la voie de **l'industrialisation**, avec un accent marqué pour la mécanisation permettant de diminuer la main-d'œuvre nécessaire et les coûts liés.

Et donc, même si les normes de production sont les mêmes, si on a de la viande irlandaise ou argentine en magasin, elle restera moins chère, même à normes égales.

Alors que le consommateur est à la recherche du produit le moins cher, les attentes sociétales continuent d'évoluer. Les **normes de bien-être animal** vont en se durcissant, et la césarienne systématique en BBB est de plus en plus décriée

par la société. En parallèle, la société est en demande de productions à **faible impact environnemental**. **L'élevage allaitant**, et en particulier le BBB, **est mis en péril**.

En 2040, **l'usage du croisement terminal** (aussi appelé croisement industriel) devient la norme et modifie profondément les pratiques d'élevage. La reproduction au sein d'un troupeau laitier se divise alors en deux parties.

✓ D'une part, les meilleures vaches laitières sont inséminées avec des doses sexées femelles pour assurer le renouvellement du troupeau.

✓ D'autre part, les autres vaches laitières sont inséminées avec des doses de races viandeuses, permettant à la fois une production de lait et la production de veaux croisés. Ces veaux sont élevés, devenant des taurillons ou génisses, qui sont engraisés pour produire de la viande.

Cette structure d'élevage permet de diminuer significativement l'impact environnemental de la production de viande, améliorant son acceptabilité par la société.

Le modèle Beef with Dairy s'impose un peu partout même s'il n'y a pas beaucoup de ressources, car il est beaucoup plus efficient.

Le futur du BBB est alors comparé à la situation actuelle du porc Piétrain. Quelques éleveurs passionnés maintiennent la race, alimentant les centres d'insémination.

La généralisation du croisement terminal modifie fortement la structure de l'élevage bovin en Wallonie.

- ✓ Quelques exploitations laitières élèvent et engraisent les veaux croisés.
- ✓ La majorité des exploitations se spécialise en se concentrant sur la production laitière et la production de veaux croisés, qu'elles vendent à d'autres exploitations spécialisées dans la croissance et l'engraissement des animaux croisés (taurillons et génisses).

L'élevage wallon se dessine en bassins de production hyper-spécialisés. Deux voies sont envisagées :

- Le bassin laitier se dessine dans les zones de cultures, permettant la production de lisier pour leur fertilisation. Le bassin d'engraissement se localise en zone herbagère.
- Le bassin laitier se situe en zone herbagère au détriment de l'élevage du BBB. L'engraissement revient dans les zones de cultures, pour valoriser les coproduits de ces cultures dans l'alimentation du bétail et amenant une source de lisier local.

Au niveau du foncier, le prix de vente des terres agricoles continue de s'envoler. Cette augmentation est renforcée par l'arrivée des financiers sur le marché, qui spéculent sur le prix des terres. La situation aboutit à une augmentation du nombre de grands propriétaires fonciers qui ne sont pas eux-mêmes agriculteurs.

Les nouvelles technologies sont vues comme un moyen pour diminuer les coûts de production, en diminuant la main-d'œuvre nécessaire. La surveillance des vêlages par un humain, qui était encore obligatoire une génération auparavant, est aujourd'hui de plus en plus assistée par la technologie. Cependant, cette technologie a aussi un coût et augmente les investissements financiers nécessaires. La résilience des exploitations détenues par des agriculteurs est menacée et leur dépendance aux aides extérieures et aux primes se renforce.

L'identité de l'éleveur est fortement modifiée. Pour les exploitations bovines allaitantes qui remplacent leur troupeau par l'engraissement de veaux croisés, les freins identifiés sont l'attachement à la race de leur exploitation et la perte des aspects techniques liés aux activités de naissage. Du côté des exploitations regroupant à la fois le troupeau laitier et l'engraissement des veaux croisés, les questions se posent de savoir

si l'éleveur initialement allaitant accepte de se mettre à traire, et si l'éleveur initialement laitier est prêt à engraisser.

D'autre part, le recours au salariat se généralise grâce aux augmentations conjointes du nombre d'exploitations hyper-spécialisées, de grands propriétaires fonciers et de l'usage des nouvelles technologies. Les gros propriétaires fonciers, étant de moins en moins agriculteurs eux-mêmes,



emploient un responsable d'exploitation qui gère des centaines d'hectares et/ou de têtes de bétail. Le pilotage est rendu possible grâce aux nouvelles technologies. La situation aboutit à la perte du caractère familial des exploitations.

|| La spécialisation en bassins de production a plusieurs **conséquences**.

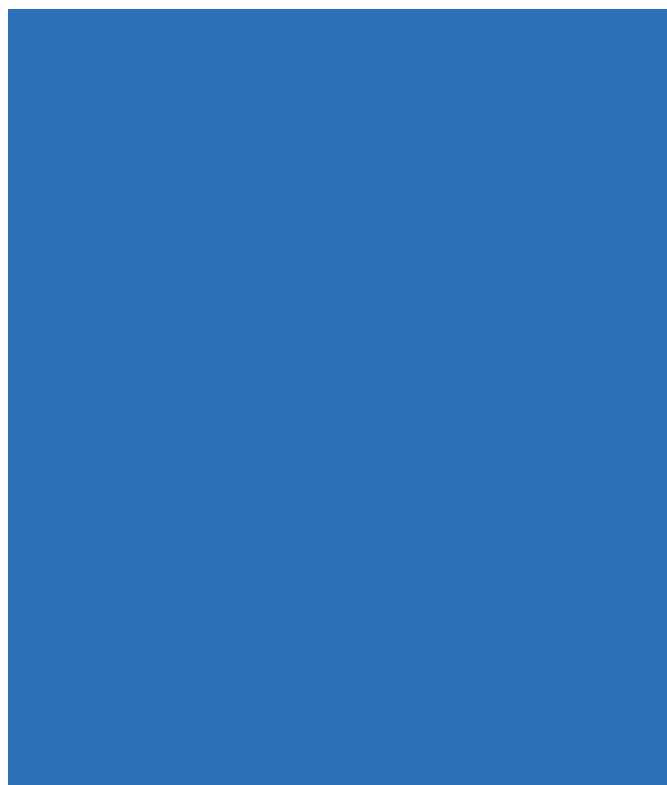
Premièrement, une **perte de la biodiversité** liée aux milieux agricoles. La variété de cultures végétales ou de races animales dans une même région diminue, rendant les exploitations bovines plus vulnérables face à des épisodes climatiques extrêmes. En effet, la biodiversité offre un réservoir de diversité génétique permettant une évolution et une adaptation des végétaux. Réduire cette biodiversité diminue directement ce potentiel d'adaptation.

Deuxièmement, **un accroissement des risques sanitaires** est attendu, tant au niveau des grandes cultures que des animaux, à cause de la concentration des activités qui augmentent la densité animale ou végétale et diminue la biodiversité.

Finalement, la situation aboutit à un **rejet de l'élevage**, voire du modèle agricole dans son ensemble, à l'échelle de la société. Ce rejet s'ex-

prime sous différentes formes avec notamment un rejet des demandes de renouvellement de permis d'exploitation ou des permis d'installation.

Pour atténuer le rejet de la société et tenter de maintenir la consommation de produits bovins, des mesures de bashing sont prises. Les industriels et groupes privés créent des labels aux mesures minimalistes, mettant en avant des pratiques habituelles dans les élevages wallons et faisant croire aux consommateurs qu'il s'agit d'une qualité différenciée.



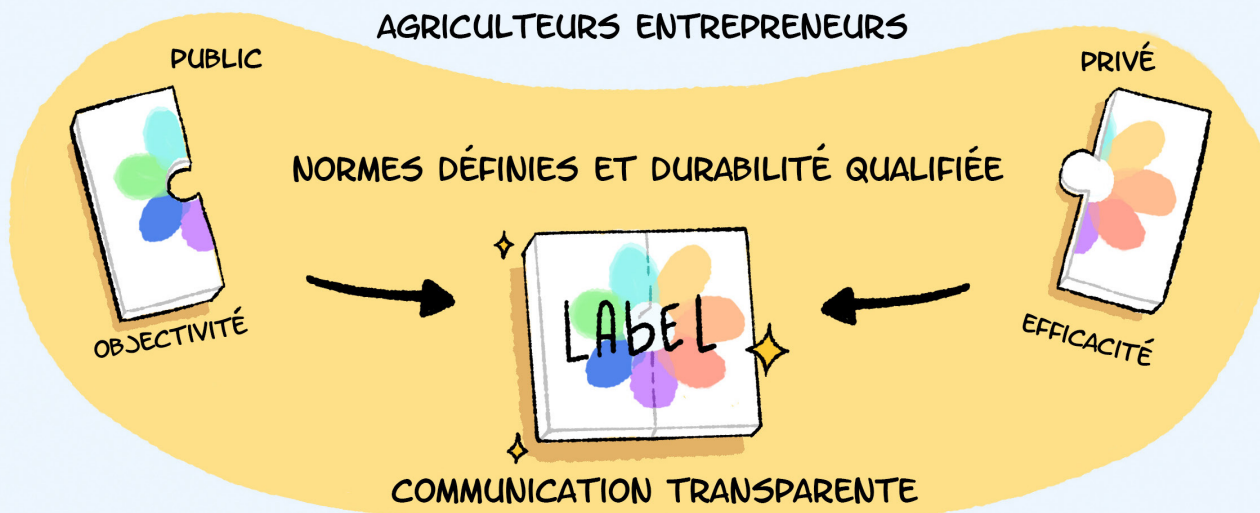
Scénario D

Des exploitations sur mesure pour chaque demande

Le citoyen-consommateur est cohérent et les stratégies commerciales de l'UE sont basées sur l'équivalence des normes de production

LES STRATÉGIES COMMERCIALES DE L'UE SONT BASÉES SUR L'ÉQUIVALENCE DES NORMES DE PRODUCTION

D. DES EXPLOITATIONS SUR MESURE POUR CHAQUE DEMANDE



CITOYEN-CONSOMMATEUR COHÉRENT

Illustration : www.cpig.be

La diversité des consommateurs est mise en avant, impliquant avec elle l'existence d'une **diversité de modèles de cohérence**. Ainsi, le consommateur qui achète un produit peu cher et

qui accepte les conditions d'élevage qui y sont liées, est considéré comme un consommateur cohérent.

Parce que la société n'est pas homogène, donc la cohérence ne peut pas être un truc homogène. Il faut laisser une place à différents systèmes.

Cette diversité de consommateurs génère des attentes diverses, attentes composées :

- ✓ d'un socle commun incluant des valeurs centrales minimales, correspondant aux normes de production imposées en Wallonie et concernant les attentes en termes de bien-être animal et de minimisation des impacts environnementaux.
- ✓ de spécificités diverses et niveaux d'exigence plus ou moins élevés, créant des marchés de niche, en répondant aux attentes des consommateurs concernés.

Il faut donc **des productions qui s'adaptent aux consommateurs**. Les agriculteurs se centrent sur leur consommateur cible (qui peut être tant sur le marché local qu'à l'export) et répondent à ses attentes spécifiques en adaptant leurs objectifs de production.

Du côté des citoyens-consommateurs

L'achat assumé de « produits blancs » répond à une forme parmi d'autres de cohérence du citoyen-consommateur. Ce choix assumé repose

sur la maîtrise de l'acte d'achat par le consommateur qui a conscience des conditions de production des produits achetés.

Que cette cohérence soit en adéquation avec une connaissance du secteur et que le consommateur puisse acheter des produits en comprenant comment ils sont produits et qu'il puisse faire son choix en fonction de ça grâce à une bonne information qui accompagne la commercialisation des produits.

Cela implique une connaissance du lien entre les différentes normes de production, les différents produits qui en résultent et les différents types d'agricultures qui y contribuent.

Cette connaissance se base non pas sur un système de fausses croyances construisant une vision utopique et bucolique intenable sur le long terme, mais bien sur une communication transparente de la réalité des systèmes de production.

L'objectif est que le consommateur prenne conscience du modèle d'agriculture qui permet la production de ce qu'il achète : quelle réalité derrière le produit blanc, quelle réalité derrière tel ou tel label de qualité différenciée ?

Dans ce contexte, la communication sur la durabilité engendre d'importants enjeux. **Cette durabilité doit être qualifiée** pour les différents systèmes d'agriculture au moyen d'outils clairs, de formats faciles à comprendre pour les consommateurs. Un système de diagramme, reprenant différents paramètres et leur cotation est proposé. Est alors envisagée la réalisation d'audits en fermes pour qualifier cette durabilité au sein des exploitations bovines, permettant l'acquisition de données à l'échelle wallonne et la comparaison de données individuelles.

Zone d'incertitude : qui est à la manœuvre de cette labellisation ?

Certains désignent les acteurs privés, pour leur promptitude à réagir face aux attentes du marché. D'autres remettent en question la véracité des informations transmises par ces acteurs privés, et désignent les pouvoirs publics en vue d'assurer une neutralité de l'information.

Parfois on a l'impression que dans le privé, on récupère des morceaux de durabilité, que ça nous arrange bien et pour finir, tout le monde est un petit peu durable.


Du côté des agriculteurs

Identifier son consommateur cible et questionner ses demandes deviennent une étape indispensable. Le suivi des marchés, l'orientation des productions et la structuration de la communication allant de pair, **une vision d'agriculteur-entrepreneur** se développe chez les agriculteurs qui intègrent des compétences stratégiques et de prise de décisions. Il ne s'agit plus uniquement de produire, mais de déterminer ce qu'on produit et pour qui. En 2040, « on fait comme on a toujours

fait » n'a plus sa place ni lors de la reprise d'une exploitation, ni durant la durée d'une carrière d'un éleveur, même dans des régions historiquement orientées « monoproduit ».

L'intégration de cette vision entrepreneuriale impacte le métier d'éleveur, qui fait un pas de plus vers la commercialisation de ses produits. La formation des agriculteurs est essentielle pour les accompagner dans cette démarche, incluant **trois axes de formation** :

- ✓ Le premier axe de formation est la **qualification du client**, amenant une vision innovante de l'agriculture, qui cible son marché et comprend sa dynamique, suit l'évolution des demandes des consommateurs, afin de créer des opportunités de marché. En fonction du type de viande (génisse, taurillon...), et du morceau (bavette, carbonade, filet pur...), le segment cible du marché n'est pas le même (HORECA, collectivité, particulier). Chaque segment affiche ses attentes particulières et les arguments de marketing sont adaptés.



L'agriculteur adapte son élevage et les produits fournis pour répondre aux enjeux et à leurs évolutions, les études de marché lui permettant de rester connecté à ces évolutions. Un solide encadrement est mis en place, afin d'identifier et de conserver des zones d'adaptation dans leur exploitation.

- ✓ Le second axe de formation est **la maîtrise des coûts de production**, base de raisonnement de l'agriculteur-entrepreneur, pour déterminer les objectifs de production et pour fixer le prix de vente des produits. Un changement de perception de la comptabilité est opéré : les agriculteurs ne voient plus cela comme une obligation pénible à remplir, mais comme un outil précieux, un tableau d'indicateurs qui soutient le pilotage de leur exploitation. Les aides à l'investissement sont adaptées afin de ne plus obliger les agriculteurs à acheter plus grand, plus technologique et pour faciliter l'achat en copropriété.
- ✓ Le troisième axe de formation est **la collaboration** entre agriculteurs permettant notamment une réappropriation des filières (vers l'amont et/ou l'aval de la chaîne). Actuellement, les agriculteurs se trouvent seuls face à des enjeux complexes. Nombreux sont conscients des avantages et bénéfiques de se regrouper sous différentes formes (coopératives, achats groupés...) mais sont directement exposés aux problèmes de bonne gouvernance. Un encadrement spécifique aux groupements est donc mis en place, un cadre légal et économique est construit pour soutenir le développement des regroupements.

Le consommateur, il ne faut pas le duper. Il faut le former et lui donner des outils parce qu'il veut consommer simplement facilement, qu'il puisse avoir confiance dans le système et quand il va acheter quelque chose, c'est ça qu'il a. Et qu'aujourd'hui, ce n'est pas le cas.

Une des clés de voûte de ce système est **le respect des normes et des labels associés aux produits**, assurant la confiance du citoyen-consommateur dans le modèle d'agriculture choisi. Des systèmes de contrôle sont instaurés pour s'assurer du respect des labels par les producteurs et de la véracité du marketing publicitaire.

- ✓ Un cadre national et européen est mis en place et définit les pratiques mises en avant par les labels (lait à l'herbe, élevage plein air...), assurant une réelle valeur ajoutée pour chaque label. Les labels qui se contentent de respecter les normes de productions wallonnes sans contraintes supplémentaires tout en vendant une qualité différenciée dupant ainsi le consommateur sur la valeur ajoutée du produit, disparaissent.
- ✓ Bien que coûteux, ces systèmes de contrôle sont considérés comme nécessaires. Une forte adhésion des agriculteurs s'établit. Ils sont conscients des attentes du client final et de leurs propres besoins en encadrement pour piloter leur exploitation dans la direction choisie. Ce conseil agricole englobe les paramètres de la durabilité, les tendances du marché et les attentes du consommateur cible.

La Wallonie voit donc cohabiter des exploitations bovines représentant une **diversité de formes d'élevage** et centrées sur leur consommateur-cible.

Quel que soit le modèle, l'autonomie alimentaire des exploitations est vue comme un facteur à intégrer pour l'image positive qu'elle génère auprès des consommateurs ainsi que pour la maîtrise des coûts de production qu'elle permet. Le degré de spécialisation et l'usage de nouvelles technologies sont choisis pour chaque exploitation en fonction des objectifs de production et du consommateur cible. Ils sont considérés

comme un moyen à mobiliser (ou non) selon la situation et pas comme un objectif à atteindre en tant que tel.

Grâce à la re-connexion des citoyens à l'agriculture, il y a une **responsabilisation de la société vis-à-vis de la terre agricole** et une prise de conscience afin de maintenir les capacités de production. Un moratoire sur les conversions des terres est envisagé.

Tendances communes à tous les scénarios

Individualisme, difficulté à « faire ensemble »

On a parfois l'impression que fédérer des agriculteurs entre eux, ce n'est pas évident.

La collaboration sous différentes formes pour l'achat de matériel, d'intrants, pour la vente des productions... est mentionnée comme levier d'amélioration du travail. Et dans le même temps, cette collaboration est identifiée comme très voire trop complexe à mettre en œuvre. La raison évoquée est l'individualisme du monde agricole.

Ce « faire ensemble » est identifié comme un point de bifurcation, un changement de mentalité perçu comme nécessaire et bénéfique. D'importants besoins y sont associés, comme un besoin d'encadrement, de soutien sur les questions d'organisation et de bonne gouvernance, ainsi qu'une modification des règlements qui octroient des aides diverses afin que les coopératives puissent y avoir accès.

Et on n'arrive plus à se fédérer nous-mêmes, car on est beaucoup trop dépendant du système industriel, qui nous a mis la main dessus que ce soit dans tout, les betteraves, les pommes de terre, un peu partout. Et maintenant c'est très très difficile de se réapproprier la maîtrise de nos spéculations.

Diversité des exploitations

La diversité des exploitations wallonnes est évoquée dans tous les scénarios. Quels que soient le contexte et l'évolution des exploitations, une diversité sera maintenue sur le territoire. Ce sont

les proportions entre les différents modèles qui s'adaptent au contexte. Cette diversité est vue comme une force et une fierté.

Il y aura toujours une pluralité d'exploitations (en Wallonie), à voir comment ils peuvent cohabiter, en fonction des marchés visés.

Exportation : une responsabilité wallonne ?

On a parfois l'impression que fédérer des agriculteurs entre eux, ce n'est pas évident.

L'opportunité de marché que représente la hausse de la demande mondiale est source de dissensus récurrent au cours des trois ateliers.

Pour certains, cette opportunité est à saisir pour écouler notre production. Elle doit être promue par une campagne de promotion des produits bovins wallons, menée par l'AWEX. Par ailleurs, de par ses bonnes capacités de production, la Wallonie a la responsabilité de produire pour des régions du monde où la sécurité alimentaire n'est pas assurée par les productions locales. Cette responsabilité pourrait être renforcée avec le changement climatique, qui menacerait la sécurité alimentaire de territoires jusqu'à présent épargnés.



Pour d'autres, la Wallonie n'a pas vocation à être exportatrice, son rôle n'est pas de répondre à cette augmentation de la demande mondiale. De plus, les exportations européennes ont des conséquences négatives sur les marchés locaux, qu'elles mettent à mal en écoulant leurs surplus. Il semble inopportun d'importer des matières premières pour intensifier la production wallonne, qui doit ensuite écouler les surplus et mettre à mal des marchés d'autres pays et dans le même temps décrier les importations de produits alimentaires sur nos marchés locaux.

On détruit leurs filières, en exportant nos surplus qu'on transforme avec des matières premières (huile de palme, etc.). On se plaint de la distorsion de concurrence en Europe, mais on fait la même chose.

Le changement climatique

Il y a une urgence en termes d'environnement. Les changements s'imposent d'eux-mêmes. Ils risquent de faire plus mal. Cette année (2022), on est déjà en train de pleurer.

Le changement climatique est perçu comme une menace très importante sur les exploitations wallonnes et leur productivité, pouvant aller jusqu'à menacer la sécurité alimentaire y compris en Wallonie. A différentes reprises, une situation d'urgence et d'incertitude est mise en avant.

Si le changement climatique connaît une intensité forte, toutes ces questions de mieux produire, de respect d'une qualité précise, etc. semblent perdre tout intérêt et seul le besoin de se nourrir dirigera les décisions prises par les exploitations agricoles.

Mais si on a des crises alimentaires graves, est-ce qu'on ne va pas avoir des revues de normes à la baisse pour permettre d'assurer la subsistance des gens ?

« Ça n'arrivera jamais »

Lorsque des évolutions de rupture sont évoquées lors des échanges, des freins émergent portant sur l'impossibilité d'une intensité de changement si élevée. Et, dans la foulée, d'autres participants évoquent des précédents où, déjà, des change-

ments qui semblaient très improbables se sont produits et sont maintenant totalement intégrés à nos habitudes. Ces souvenirs laissent entrevoir des évolutions encore plus importantes que ce qui est imaginé aujourd'hui.

Mon grand-père me disait «on ne remplacera jamais la surveillance des vèlages par des machines» et en fait si, maintenant, on les remplace. Et donc, là on voit que tout ce qui semblait impossible dans l'œil de l'éleveur et uniquement là, est maintenant possible.

Conclusions

Au regard de l'ensemble des résultats émergents de la recherche, **le besoin de remettre le citoyen-consommateur au cœur de la réflexion des exploitations bovines** se fait criant.

De réels points de rupture ont été évoqués tout au long des étapes du projet, pouvant aboutir à une mise en difficulté réelle de la consommation de produits bovins wallons. Ces points de rup-

ture se font plus nombreux encore concernant l'élevage allaitant, qui est mis à mal dans plusieurs scénarios.

Pour rester dans des scénarios où les produits bovins wallons gardent une place dans le panier des consommateurs, il apparaît nécessaire pour le secteur de **faire un pas vers le citoyen-consommateur**.

Payer plus cher, même pour une qualité différenciée, n'est pas tenable pour le consommateur dans la situation actuelle, sans une meilleure compréhension des enjeux et des contraintes du secteur agricole. Remettre du lien est une étape obligatoire pour que le citoyen-consommateur soutienne à nouveau les exploitations bovines.

Au regard de la boussole dessinée, un changement de politiques commerciales et agricoles ne sera pas suffisant. Car dans le cas d'une incohérence du citoyen-consommateur avec des clauses miroir (scénario C), le consommateur

se tourne quand même vers des productions étrangères puisque celles-ci sont de toute façon moins chères, même à normes égales.

Une **menace lourde** pesant sur les exploitations bovines est le changement climatique. Les conséquences sont nébuleuses à ce jour, et elles pourraient mener, dans le pire des cas, à menacer notre sécurité alimentaire, forçant alors l'accès à la terre ou supplantant les questions de bien-être animal ou des attentes sociétales par nécessité de produire.

Un réel choix de société se pose entre les citoyens, consommateurs, agriculteurs et politiques, afin de choisir si on souhaite (ou non) se diriger vers des exploitations sans éleveurs, et bien souvent sans terres.

