

# Procès-verbal de l'assemblée sectorielle Viande Bovine du 13-11-2019 - version définitive

## I. Identification du document :

Type de document	PV
Titre du document	PV de l'Assemblée sectorielle Viande Bovine du 13/11/19
Responsable de la préparation du document	Quentin Legrand - Françoise Bélanger
Date de publication	
Validé par	
Annexe(s)	Liste des participants – pages 10-11 Présentations disponibles en annexes

## II. Ordre du jour

1. Validation de l'ordre du jour.
2. Validation du procès-verbal de l'Assemblée Sectorielle précédente.
3. Combler l'écart d'1.50 €/kg carcasse entre les coûts de production et le prix de vente des éleveurs de bovins viandeux : objectif faisable ?
  - A. Introduction par Etienne Verhaegen (SPF Economie) – composition du prix de la viande bovine en Belgique.
  - B. Echange avec différents intervenants de la filière sur les pistes d'action pour une meilleure rentabilité :
    1. Yves-Marie Desbruyères (Eleveur représentant du Collège des Producteurs)
    2. Nicolas Guillaume (Eleveur Cornu) : absent.
    3. Edouard Reding et France Cochet (Elévéo asbl service tehnico-économique)
    4. Antoine Clinquart (CW3C et Faculté de médecine vétérinaire de Liège)
    5. Charles Petit (Comeos)
    6. Corentin de Favereau (ACRF – Femmes en milieu rural : association de consommateurs)
4. Point promotion APAQ-W : récapitulatif des actions menées en 2019 et présentation du plan de promotion 2020.
5. Divers.

Les présentations des différents intervenants sont disponibles en annexe.



### III. Désignation du président de séance, validation du PV de l'AS précédente et validation de l'ordre du jour

Henri Herman (représentant de la filière au Collège) est nommé président de séance.

Le PV de la précédente assemblée est validé et l'ordre du jour est validé.

Henri Herman exprime la volonté d'échanger avec les différents participants sur les enjeux de la filière pour que tout le monde tire dans le même sens et trouve une solution au problème de la rentabilité des éleveurs.

Présentation des conclusions de différentes études concernant les revenus des producteurs et de leurs constats (présentation en annexe). En 2017, le revenu des agriculteurs spécialisés en production bovine était de 345 euros/an/unité de travail (DAEA 2019).

### IV. Comblent l'écart d'1.50 €/kg carcasse entre les coûts de production et le prix de vente des éleveurs de bovins viandeux : objectif faisable ?

Ce chiffre d'1,52 €/kg carcasse vient des calculs menés au Collège en analysant les prix de vente et les coûts de production issus une ferme fictive de 60 VA souhaitant dégager 40 000 € bruts / an.

#### A. Introduction par Etienne Verhaegen (SPF Economie) – composition du prix de la viande bovine en Belgique. (Présentation en annexe)

L'étude a été réalisée suite à un constat : celui de l'évolution des prix à la consommation de viande bovine (Statbel) pendant plusieurs années tandis que le prix des carcasses mâles et femelles restait constant. La filière a souhaité que le SPF réalise une étude afin d'expliquer pourquoi le prix payé aux producteurs n'a pas suivi l'augmentation des prix à la consommation (augmentation fiable mais constante). En 2013, un décrochage apparaît entre le prix payé par les consommateurs et le prix carcasse (AS2 et DE2) payé au producteur (en diminution depuis 2013). On peut voir que le prix payé aux producteurs de la filière viande bovine n'est pas plus important qu'en 1984 tandis que le prix payé par le consommateur a augmenté de 60 %. Voir dia 3 et 4 étude SPF.

Une collaboration existe avec la FEBEV concernant les coûts de production et les marges et la rentabilité des différents maillons de la filière. Pour la partie commercialisation au détail, une collaboration a eu lieu avec Comeos et ses membres afin de connaître les marges réalisés par les GMS.

Trois stades ont été étudiés : production (éleveurs), transformation et distribution.

Pour les producteurs, les analyses se basent sur les réseaux comptables et les analyses de rentabilité. On n'a pas de donnée plus récente pour le 1<sup>er</sup> maillon de la filière viande bovine. C'est évidemment le résultat net qui est intéressant. Après la rémunération du travail familial, il manque 3 à 4 euros par kg de viande fraîche. Depuis juillet 2014, la situation ne s'est pas améliorée.

Pour la transformation, les chiffres ont été communiqués par la FEBEV. L'abattage coûte 0,05 €/kg carcasse (soit 0,3% du prix final). Les différents coûts liés à l'abattage, la découpe et la transformation ont été détaillés (tableau dia 17). Au total on obtient un prix de 10 €/kg carcasse après transformation. La partie « transformation » absorberait 37% du prix total (prix de vente au consommateur).

La distribution vendrait en moyenne la viande bovine à 13,77 € / kg carcasse en réalisant une marge de 30 % en moyenne auxquels il faut ajouter 6 % de TVA (chiffres FEBEV dia 17). La partie du prix de vente associé à la distribution est donc de 27,4 %.



Si l'on compare entre 2007 et 2017, on remarque que ce qui revient à l'éleveur a diminué (36,9 % => 35,2 % mais surtout : 5,77 € => 4,85 € / kg carcasse !), les charges (transport, administratif, contrôles sanitaires, remises distributeur) ont augmentées (4,2 % => 7,0 %). Le prix au consommateur a diminué (15,63 € => 13,77€ / kg carcasse). Les marges sont encore plus faibles pour la filière.

Comment expliquer que l'écart entre le prix de vente consommateur et le prix d'achat producteur ne cesse de grandir ?

Les opérateurs ont relevé un certain nombre d'éléments liés à l'évolution de la demande. La demande se tourne vers des morceaux moins nobles (hachés) au détriment des parties plus nobles, les transformateurs doivent transformer en partie moins nobles (haché) pour vendre les morceaux arrières. Il y a aussi une augmentation de la part des produits finis / transformés et emballés en usines (surcoûts pour le transformateur). La volatilité de la demande exige aux opérateurs de faire des stocks tampons). De plus la demande augmente pour les carcasses de femelles et diminue pour les carcasses de mâles. La surproduction a également un impact sur les prix pour la FEBEV.

Enfin il y a de plus en plus de frais, contrôles sanitaires, AFSCA, transport, énergie qui pèse sur les opérateurs. La pénurie du métier de la boucherie à un impact également, avant les détaillants réalisaient la découpe et/ou le portionnage eux-mêmes, maintenant ces opérations sont réalisées souvent par la transformation.

Comeos a collaboré pour réaliser une enquête auprès de ses membres. 8 ont répondu et représentaient 88% du marché du commerce de détail et 70% du marché du commerce de viande bovine. On observe une grande diversité de situation (achat de carcasse / viande découpée / portion consommateur, prix payé (entre 5,05 et 7,25 € / kg carcasse et des marges perçues).

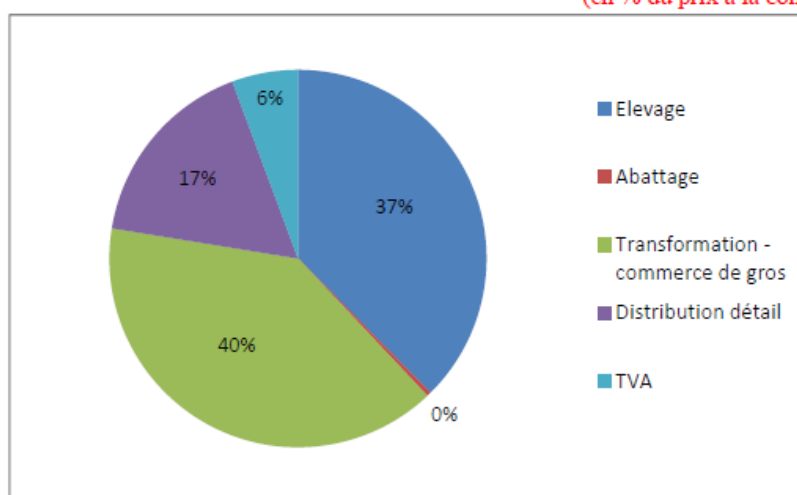
Les membres estiment payés les mêmes prix depuis 2014. Aussi les pertes et déclassements ne sont pas pris en compte selon eux dans les statistiques officielles de prix. La marge brute perçue se situe entre 20 et 32 % (21,6 % en moyenne pondérée) et la marge nette entre 0,8 et 8 % (1,7 % en moyenne pondérée).

La plupart des membres souligne l'augmentation des coûts liée à la difficulté de trouver des bouchers, à l'énergie, à la diminution de la taille des portions, à la sécurité, à l'augmentation du nombre de labels et la nécessité de communiquer vers le consommateur.

### Conclusion

Sur base des chiffres FEBEV et Comeos, l'estimation de la composition du prix à la consommation de la viande bovine est celle-ci (avec un prix de vente moyen de 17,2 € / kg de viande fraîche) :

**Graphique 6 : La composition du prix à la consommation de la viande bovine**  
(en % du prix à la consommation)



Source : DLV, FEBEV et COMOES, calculs du SPF Economie



- L'étude révèle que la structure complexe de la filière ne permet pas de faire un lien direct entre le prix payé par le consommateur et le prix payé à l'éleveur.
- Une diversité de circuits et de niveau d'intégration existent.
- Les bénéfiques nets à tous les maillons ont peu progressé et demeurent faibles
- Des nouveaux coûts apparaissent, d'autres sont devenus plus importants.
- Ces aspects sont surtout liés à la demande qui évolue
  - o Moins de morceaux nobles
  - o Morceaux plus en plus finis, pré-emballés et plus petits.
- Pénurie grandissant dans la boucherie
- Augmentation des coûts liés aux contrôles et au transport.

Un nouveau règlement européen a été voté, et publié le 22 octobre il se nomme « transparence ». Au niveau du suivi des prix dans les filières on s'arrêtait au 1<sup>er</sup> stade (production). Le prix de transformation (lait, beurre) est suivi car il y a des obligations. Le prix des carcasses idem. Un ancien commissaire a réussi à faire passer un règlement qui va obliger les pays Etats-membres à récolter plus d'informations sur les prix appliqués sur les différents stades du produit par les différents maillons. Nous devrions donc mieux connaître les prix de la viande bovine aux différents stades de production.

## B. Echange avec différents intervenants de la filière sur les pistes d'action pour une meilleure rentabilité

Chaque producteur rencontre des difficultés. Le plan de développement réalisé par le Collège montre que vu l'âge moyen et la tendance actuelle, (le nombre d'éleveurs de bovins viandeux est de 5900), dans 10 ans, il devrait ne plus y avoir que 2500 éleveurs. Cela engendrerait si l'on ne fait rien une diminution des surfaces en prairies.

Un participant fait remarquer l'absence de l'AFSCA à ce débat. Emmanuel Grosjean rappelle que nous sommes là pour construire quelque chose ensemble avec des acteurs des différents maillons.

Un participant rappelle qu'il y a trop de viande sur le marché et que certains consommateurs ne savent pas acheter 1 kg étant donné le prix important de la viande bovine. Or on dit qu'il faut augmenter le prix pour que tout le monde s'y retrouve (l'augmentation serait de 1,52 € / kg carcasse).

### Corentin de Favereau - ACRF Femmes en milieu rural

Corentin De Favereau rappelle que pour le consommateur, la tendance générale est de diminuer l'enveloppe de la nourriture dans le budget global (diminution globale). Pour certains cas, le consommateur peut faire un effort et augmenter le prix mais pas pour tous les produits.

Les marges par maillon ne sont pas énormes comme on l'a vu. L'idée est de vendre de la viande de qualité avec de la valeur ajoutée. Les producteurs vendent de la viande de qualité, ultra contrôlée et sont motivés par leur travail. Il est important de pouvoir dire que les producteurs font de l'excellent travail. Le consommateur fait confiance au producteur. Il faut mettre de la valeur ajoutée sur ce travail et la viande qui en est issue.

Philippe Mattart rappelle que la viande est peu différenciée, ce qui est important c'est avoir une idée de l'élasticité des gens à payer 1,52 € / kg carcasse en plus. Certains consommateurs sont prêts à payer plus pour de la viande bovine. Une étude commandée par l'APAQ-W a montré que les consommateurs étaient d'accord de payer 2 € / kg viande en plus. L'ajout de la valeur ajoutée est fait à l'heure actuelle sur des pièces très transformées.

### Antoine Clinquart – CW3C

Antoine Clinquart, représentant de la CW3C (Cellule Wallonne de Contrôle des Classifications de Carcasses) rappelle qu'il est important que la transparence soit la plus complète possible, qu'il faut contrôler les carcasses.



Plusieurs producteurs ont déjà été confrontés à des problèmes de classification de carcasses. Certaines choses sont permises par la législation européenne (le dégraissage de certaines zones). Il existe plusieurs formes de présentation et elles sont décrites par la législation. Sur la carcasse, on peut laisser les muscles du diaphragme par exemple, cela représente un certain coût vu que c'est quelques kg. Si des abus sont constatés, il faut réagir. Une valeur de 3-4% serait à récupérer.

Une participante fait remarquer que le CW3C a permis aux éleveurs d'obtenir des bonnes informations. Le chevilleur doit être interpellé car c'est lui qui paye en fonction de la forme de présentation, le prix du poids corrigé doit être négocié avec lui.

Le contrôle de la CW3C se fait sur un pourcentage des carcasses, il n'est pas systématique. La bascule fait l'objet d'un contrôle par le SPF Economie.

Un participant propose que les contrôles soient plus fréquents et pas annoncés 15 j à l'avance, il prône des contrôles surprise.

La législation évolue, des modifications ont été apportées sur diverses actions, elle imposera la capacité de repeser les carcasses jusque 24h après abattage. La législation avant mais c'est chaque fois des petits pas (Marie-Laurence Semaille).

Les négociations sont difficiles avec les abattoirs. En RW, les abattoirs sont sensibles à la concurrence entre eux. Les abattoirs sont demandeurs en Flandre, d'avoir des nouveaux choix de procédure, comme en Wallonie.

Il existe des différences de mesures entre les poids chauds et les poids froids, une caméra permet de filmer le moment de la pesée. Il faut calculer, et il faut communiquer le poids vif aux agriculteurs. Le constat est « on va vers un mieux ».

Pour rappel, la CW3C contrôle la classification de la carcasse, la forme de présentation ainsi que l'émoussage est conforme. Par contre la CW3C ne contrôle pas la qualité de la viande. Il peut y avoir des problèmes (oreilles attaquées à la carcasse). Aussi la CW3C ne pèse pas les carcasses à l'heure actuelle. La volonté est que la situation s'améliore.

#### France Cochet - Elévéo

Emmanuel Grosjean : une différence de 20 à 30 % existe dans les coûts de production mesurés par votre service technico-économique. Quel serait le moyen de réduire ses coûts de production ?

Le prix de revient sans rémunération de la main-d'œuvre est de 5.40€ – 6.20€ / kg carcasse. La marge de manœuvre est de plus en plus mince pour réduire ces coûts.

Qu'est-ce qui différencie le prix de revient entre les deux groupes ?

Le prix de vente des vaches de réforme. Peu de bascules sont présentes dans les fermes : ce point est à remédier car il s'agit d'un atout de négociation.

Plusieurs éléments interviennent dans la rentabilité : l'alimentation, la conduite fourragère, la technique de reproduction, l'aspect sanitaire, etc.

#### Yves-Marie Desbroyères – éleveur représentant du Collège des Producteurs

Qu'est-ce que je peux encore diminuer comme coût, comment être encore plus rentable ?

Après étude, il faut être plus productif pour améliorer sa rentabilité.

- Améliorer la production. L'engraissement est un pas en plus en ce sens, commercialiser aussi. L'alimentation aussi, gestion de l'élevage (bascule : peser les animaux), les rentrer en temps opportun.



- Aspects sanitaires : meilleur suivi pour éviter les pertes.
- Alimentation : silos en béton. Mais investissements de moins en moins évident pour les jeunes.
- Gestion du troupeau et suivi : gérer un troupeau viandeux comme un troupeau laitier.
- Productivité : marchander, contractualiser les achats (achats groupés) pour faire des économies
- Éviter les surcoûts (terres, matériel, etc.).

Pour l'aspect sanitaire : les choses changent d'une année à l'autre ! Yves-Marie a rencontré des problèmes comme tout agriculteur, il a été performant certaines années, moins performant d'autres. Et après calcul, il peut dire qu'il est possible de faire des économies pour environ 0,50 € / kg au maximum. En sachant que les aléas de la vie, de la météo peuvent modifier les calculs d'une année à l'autre.

Il est difficile pour les jeunes de reprendre dans ces conditions.

Un participant demande aux intervenants quelle bête ne nécessite pas de la main d'œuvre ? Le prix de revient doit donc prendre en compte la main d'œuvre. Le prix de revient, avec main d'œuvre, serait 6.29 €/kg/carcasse.

L'achat de bascule est le meilleur investissement à faire pour améliorer sa rentabilité.

### Charles Petit - Coméos :

Comment générer de la valeur ?

Tous les maillons sont autour de la table, les transformateurs ne sont pas présents aujourd'hui.

Comeos veut réfléchir pour trouver des solutions. Il faut savoir que la grande distribution est un secteur qui a du mal. C'est compliqué avec la concurrence qui règne entre enseignes et la part du e-commerce qui augmente. La marge nette dans le commerce alimentaire est de 0.8%.

Les GMS en Belgique représentent 20 à 30 % des ventes, les 2/3 partent à l'exportation et une autre part dans l'horeca, dans les boucheries.

La grande distribution fait un effort pour vendre de la viande belge : 93% de l'approvisionnement est belge.

Il y a plusieurs pistes d'amélioration :

- Travailler sur la valorisation du produit (ex : concept Fairebel qui fonctionne bien)
- Améliorer la traçabilité (origine de la bête, identification du producteur)
- Avancer sur les pistes pour que les producteurs soient mieux rémunérés

L'importation de viande étrangère est présente (24€/kg de filet irlandais). Une participante demande quelle est la répartition des marges pour la vente du filet irlandais ? La valorisation de la viande est importante.

En ce qui concerne la transformation, la mise en barquettes est de 30 à 40 centimes/kg et pour ça la filière a pu s'organiser pour que ce coût soit pris en compte dans la détermination du prix de vente. Il y a donc des possibilités pour que le producteur soit mieux rémunéré. Peut-on demander 2 € en plus au consommateur pour ce faire ?

C'est le consommateur qui a le dernier mot ! Pour certains produits, le consommateur est prêt à faire un effort (ex : le lait)

Un participant souligne que le bœuf est délaissé à cause des promotions des autres viandes (porc vendu à 5-6€/kg) car il n'est pas concurrentiel au niveau du prix.

Emmanuel Grosjean demande si Comeos croit plus en une mise en place d'un mécanisme structurel ou un développement de marque ?



La concurrence tire les prix vers le bas (ex : arrivée de Jumbo sur le marché). Il est intéressant d'avoir des éléments de marketing à communiquer : lien à la prairie, travailler sur l'origine, etc. Une partie de la solution est de parler de l'origine.

Un participant fait remarquer qu'il y a un problème de surproduction qui tire les prix vers le bas.

Les viandes étrangères coûtent plus cher que la viande belge.

Un participant intervient concernant l'achat des viandes étrangères vendues à 25€. Un boycott de cette viande pourrait avoir lieu par les producteurs en fin d'année dans les magasins car c'est de la concurrence à la viande belge.

Certains magasins vendent de la viande Belbeef et payent plus mais ils sont certains de vendre de la qualité.

Les gens achètent aussi des plats préparés. Pour la viande bovine, on peut exiger un étiquetage de l'origine pour les plats préparés.

Il y a un énorme de travail pour récupérer nos parts de marché dans l'horeca et les cantines.

Segmenter le marché et avoir plusieurs labels ne doit pas poser problème. Un accord doit être pris pour aller dans ce sens.

Le consommateur est prêt à payer sur la qualité et au restaurant. Or on met en avant la viande irlandaise en restaurant, donc le consommateur associe la qualité à la viande irlandaise sans qu'il n'y ait de label sur celle-ci.

## V. Point promotion APAQ-W : récapitulatif des actions menées en 2019 et présentation du plan de promotion 2020.

### Actions 2019

Laetitia Van Roos rappelle les différentes actions réalisées durant l'année 2019. Il est important de rappeler l'action « je cuisine local, durable et de saison ». Des actions transversales ont été créées dans les grandes surfaces. Consommer local est un acte citoyen. Des vidéos de promotion ont été proposées aux consommateurs.

Un participant fait remarquer que ces vidéos n'attirent que des gens qui mangent déjà de la viande. L'APAQ-w réagit quand la viande est malmenée par les médias (ex : propos tenus dans l'émission Max et Venus). Des recours ont été faits. Désormais l'APAQ-w a fixé un cahier de charges face aux journalistes.

Un participant rappelle que Gaïa fait le tour des écoles et dénonce l'élevage ; il demande que l'APAQ-w contacte les écoles. L'APAQ-w a diffusé une brochure, adaptée aux 3 degrés (en complément de magazines à destination des écoliers). Une rencontre avec la ministre de l'enseignement aura lieu afin de présenter les actions menées par l'APAQ-W dans les écoles.

Un participant demande pourquoi Gaïa est présent dans les écoles. Il est de la liberté de tous les collectifs d'accepter ou non la présence de Gaïa en classe. Laetitia rappelle qu'on peut aussi réagir dans les écoles de ses enfants.

Une BD a été réalisée et un bus distribue cette BD. C'est un bon support pour faire passer des messages notamment sur le rôle positif de l'élevage dans la société.

Une campagne de fin d'année avec des actions transversales va débiter : « viande de chez nous - délicieusement proche », la viande la plus savoureuse est celle produite chez nous. Des kits de promotion seront proposés aux points de vente à la ferme, grossistes, coopératives. Cette action peut être élargir à tous les acteurs (volailles, bovins, porcins et ovins).



Une communication nationale sera faite sur la viande bovine : le constat que l'on ne prend pas / plus du temps pour passer des moments privilégiés autour d'une table avec des pièces nobles de viande. Le but est d'avoir une valorisation de l'ensemble des pièces de la carcasse. Un budget a été décroché au niveau de l'Europe pour soutenir cette campagne. L'idée est d'avoir du matériel à valoriser. Avoir quelques chefs qui peuvent communiquer sur l'avantage de la viande locale permettra d'avoir une influence sur les consommateurs. Il est également intéressant d'avoir un chef influenceur au niveau de l'horeca, sur l'importance de privilégier les produits locaux (viande, produits locaux).

Un participant intervient et dit que les vidéos produites vont toujours dans le même sens. Il faut manger de la viande mais il faut aussi parler de valoriser l'environnement. Un participant rappelle que le consommateur est conditionné à manger moins de viande. L'APAQ-W doit contrer cette tendance.

Philippe Mattart rappelle qu'un business club a été organisé avec différents acteurs, la présence d'un nutritionniste et d'une sociologue, afin de connaître les enjeux d'une alimentation vegan et non vegan. Un workshop annuel est organisé mi-décembre.

Autre dossier européen sur l'export vers le Moyen-Orient : l'AWEX travaille pour réaliser un dossier de communication / promotion de la viande belge au niveau de l'export.

#### Plan pour 2020

Des actions seront menées au niveau de l'horeca pour toutes les viandes (volailles, porc, viande bovine). Le budget est de 700 000 € pour 2020. Le dossier européen est sur 3 ans (2020-2022). Un travail avec des influenceurs sera prévu.

Budget transversal : Des actions transversales, (foires agricoles, diverses activités (foire BtoB), etc.) seront organisées. Une communication sera faite sur :

- Métier évolutif et produit local.
- Rôle de la viande dans une assiette équilibrée
- Viande locale en priorité.
- Valorisation de l'image de la viande locale.
- Rediffusion de vidéos et nouvelles diffusions (le secteur doit relayer ce qui existe pour le faire vivre)
- Communiquer avec les médias
- Toucher le secteur Horeca
- Valoriser les BD dans les écoles
- Documents réalisés par le secteur en Flandre sur la viande belge (BEA, impact économique, environnement et nutrition). Valorisation de cette information et adaptation au contexte wallon.

Il est important de renforcer des filières, se renforcer mutuellement. Un budget existe pour la viande, mais aussi fruits et légumes, et pour les autres secteurs. Renforcer les synergies.

Un focus horeca (tables du terroir) sera prévu.

Un participant demande à l'Apaq-w d'attaquer et opposer les produits étrangers. Dire clairement que la viande importée d'Amérique du Sud par exemple est moins bonne pour l'environnement que la viande locale. Il y a une demande pour mettre en avant les vertus l'agriculture au niveau de l'environnement. Les autres modèles sont néfastes et il faut savoir le dire (déforestation de l'Amérique du sud). Un participant demande que l'on appose sur les produits importés un écusson avec un bateau

Il y a une demande pour être plus provocant dans la communication que l'on peut soutenir. Emmanuel Grosjean retient que la communication doit être plus clivante. Philippe Mattart approuve cette idée.

Un participant félicite l'Apaq-w pour le travail réalisé depuis 3 ans et souhaite avoir des résultats de ces promotions.





L'APAQ-w mènera une évaluation pour chaque campagne : quelle utilité des produits, des messages et d'impacts sur les ventes.

Un participant demande à M. Petit de faire passer le message auprès des grandes surfaces pour faire de la promotion de la viande belge dans les grandes surfaces.

Un travail est fait avec les enseignes pour mettre en évidence la viande locale.

L'Apaq-W a une cellule « communication » professionnelle qui réalise des productions audio-visuelles qui ne coûtent presque rien. L'Apaq-w doit aussi rendre des comptes vis-à-vis des producteurs.

Une participante rappelle la problématique du soja en Amérique et de l'impact que cela a sur la consommation de la viande.

Un participant demande pourquoi la publicité n'est pas diffusée durant les heures de grande audience. La réponse est que cela coûte 10 000 € pour 15 secondes.

Une participante demande si Comeos ne pourrait pas soutenir la publicité de la grande distribution comme cela se passe en France (TF1)

Emmanuel Grosjean retient que le budget a augmenté, que des résultats doivent être communiqués aux producteurs. Philippe Mattart informe qu'un groupe de travail sera créer en vue définir les actions à mener et les modalités de cotisations.

## VI. Divers

### Plan de la filière

Le plan a été présenté au ministre Borsus. Certaines pistes doivent être approfondies et le travail continue pour qu'il soit endossé.

### Label Prix Juste

Rappel de l'existence de ce label. Cela permet de mettre en avant les produits pour lesquels le(s) producteur(s) ont été correctement rémunérés. L'offre en viande bovine certifiés se développe petit à petit.

### Manger Demain

Travail mené avec des cantines pour qu'elles s'approvisionnent plus durablement. Les productions locales ont donc un rôle à jouer. Les signataires prennent des engagements volontaires à aller plus loin. Les signataires (cantines, groupe de catering et autorités locales) représentent 100 000 repas chauds par jour, cela peut donc avoir un poids.

### En conclusion

CW3C : va travailler sur la réalité du travail des producteurs pour que le contrôle et la classification carcasse soit améliorée.

Comeos : va reparler à ses membres de ce qui a été dit lors de cette réunion et des attentes fortes en termes d'approvisionnement et de promotion et communication sur la viande bovine.

Il y a une demande de valoriser les produits via l'APAQ-w et le travail effectué est apprécié. Une demande de communication plus clivante de l'Apaq-w et une présence plus remarquée via les réseaux est également faite.

Les consommateurs sont intéressés par la viande s'il y a de la valeur ajoutée, une image de qualité qui s'y rattache.

En fin de compte, est-il possible d'aller chercher cet 1,50 € en plus ?

- Yves-Marie Desbruyères : environ 0.50 € en fonction des années
- Philippe Mattart : il faudrait mesurer l'élasticité du prix (propension du consommateur à payer plus cher).
- Elévéo : on ne peut plus demander aux producteurs de diminuer ses coûts de production, il n'y a plus grand-chose à gratter de ce côté-là. L'investissement dans une bascule est à faire afin d'avoir le poids vif lors de la négociation avec son acheteur.



- Il y a certainement quelques cents à aller chercher au niveau des abattoirs en rationalisant (gestion commune, augmentation des volumes car des outils travaillent en sous-capacité).
- Segmentation du marché, création de niches, marketing etc. peuvent permettre d'aller chercher 2 euros en plus de la part du consommateur (confer étude APAQ-W qui a montré que les consommateurs étaient prêts à payer jusqu'à 2 € en plus). Ce ne se fera probablement pas sur toutes les quantités.
- Création de valeur ajoutée sur les produits transformés. Ex des viandes à hamburger qui fonctionnent bien.
- S'assurer que les règles en termes de classification et de forme de présentation sont belles et bien respectées (contrôle CW3C). Contrôle des poids carcasses pour être certain que les producteurs sont payés au bon prix. Etre certain que producteur et acheteur parlent du même poids (poids chaud / froid, poids corrigé ou non, quelle forme de présentation ?).

Henri Herman raconte qu'une laiterie va aller chercher son lait en Pologne, il a été visité un abattoir récemment et trouve que le travail laissait à désirer.

Il invite M. Petit à faire bouger les choses, la grande distribution doit jouer le jeu. Les abattoirs vont mal. Il faut aider les producteurs. Tout le monde doit tirer sur la même corde sinon on ne s'en sortira pas.

## LISTES DES PARTICIPANTS

Nom	Prénom	Organismes / fonction
ALAIME	Eric	GHL
ALBANES	Maxime	Producteur
ALLARD	Nicolas	Producteur
BARBAY	Mathieu	Producteur
BAUDOIN	Gauthier	Producteur
BEGUIN	Dany	Producteur
BELANGER	Françoise	SOCOPRO
BERGER	Cheyenne	Jeune productrice
BILLA	Benoit	Producteur CdP
BLERET	Antoine	Jeune producteur
BLERET	Christian	Producteur
BORLON	Jean	Producteur
BRAN	Laurent	Producteur
BRANLE	Laurent	Producteur
CHEVALIER	Franz	Producteur
CLINQUART	Antoine	Uliège (vété) + CW3C
COCHET	France	Elévéo
COHEUR	Eric	Producteur
COMTE	Jean-François	Quartes
CREVITS	Bruno	Producteur
DE FAVEREAU	Corentin	ACRF
DE LAMINNE	Béatrice	Productrice
DE LAMINNE	Vincent	Productrice
DEBARSY	Daniel	Producteur
DECOSTER	Marie-Paule	Producteur
DEHARD	Joëlle	Producteur
DEHON	Caroline	UNAB
DELHAYE	Stéphanie	Producteur
DEMARS	Jacques	Producteur
DESBRUYERES	Yves-Marie	Producteur CdP
DEVILLERS	Damien	Producteur
DRUWEZ	Christel	Producteur
DUFÉY	Thierry	Producteur
ELIAS	Jean-Louis	Producteur
ENGEL	Sophie	Biowallonie



FASTRE	Guillaume	Producteur
FERON	Jacques	Producteur
GOMAND	Laurent	Producteur CdP
GRESSE	Joël	Producteur
GROSJEAN	Emmanuel	SOCOPRO
HERBIET	Caroline	Producteur
HERBIET	Yves	Producteur
HERMAN	Henri	Producteur CdP
JACQUES	Dominique	Producteur bio - UNAB
LAMARCHE	Baudouin	Producteur
LECHAT	Olivier	Producteur
LEFERT	Charles	ACOSEC
LEGRAND	Quentin	SOCOPRO
MARLIER	Benoit	Producteur
MATTART	Philippe	APAQ-W
PETIT	Alexis	Producteur
PETIT	Charles	COMEOS
PETIT	Denis	Producteur
PETRY	Didier	Producteur
PIERRE	Steve	Producteur
PIRSON	Alain	Producteur
PIRSON	Valery	Producteur
POCHET	Pascal	SPW
PONCELET	Dimitri	Producteur
RABEUX	Vincent	Producteur
REDING	Edouard	Elévéo
SCOHY	Pierre	Producteur
SEMAILLE	Marie-Laurence	FWA
SON	Jean-Marc	Producteur
SON	Léo	Producteur
SON	Christian	Producteur
SPARMONT	Dany	Producteur
SPARMONT	Daniel-Henri	Jeune producteur
TAELMAN	Maurice	Producteur
VAN BELLEGEHEM	Dominique	Producteur
VAN ROOS	Laetitia	APAQ-W
VANBELINGEN	Noémie	MANGER DEMAIN
VANDE VOORDE	Yves	Producteur
VERHAEGEN	Etienne	SPF Economie
WYNGAERT	Eric	Producteur