

Il était une fois... D'un côté, l'éleveur ovin/caprin qui a parfois du mal à écouler sa production... tout du moins à un prix correct. De l'autre côté, le consommateur d'aujourd'hui qui évolue et recherche de plus en plus un lien direct avec le produit qu'il consomme : le lien au producteur le rassure et le place dans une position de « citoyen/consommateur responsable »... une notion qui a la cote auprès de certains et auprès de la majorité des GAC, GASAP,...!

Et au milieu, les colis de viande... une solution optimale pour lier le consommateur au producteur ? Un éleveur vendant facilement et à bon prix ? Un consommateur réconcilié avec sa consommation de viande ovine ?

Et surtout, pour l'éleveur, vendre sa viande sous forme de colis, est-ce enfantin ou, au contraire, plutôt le parcours du combattant ? Quelles formalités administratives doit-il accomplir ? Quelles normes doit-il respecter ? Cela implique-t-il des investissements ? A qui et comment va-t-il pouvoir vendre sa viande ?

C'est à ces quelques questions que cet article va tenter de répondre.



L'ABC DE LA VENTE DIRECTE DE VIANDE AU CONSOMMATEUR :

LE COLIS DE VIANDE...

Christel DANIAUX - FICOW



Depuis 2005 (*Arrêté Royal du 10 novembre 2005*), il est possible pour tout éleveur non boucher de commercialiser lui-même la viande qu'il produit en toute légalité à condition, entre autres, qu'il ne manipule en aucun cas directement la viande. La viande devra donc être hermétiquement emballée, d'où la notion de « colis de viande »...

Le colis de viande, c'est la possibilité de :

- Mieux valoriser ses produits,
- Maîtriser ses débouchés commerciaux,
- Redorer l'image de l'agriculture en offrant au consommateur une agriculture de proximité,
- Offrir un produit de qualité,
- Obtenir un prix de vente indépendant des fluctuations du marché,
- Retirer un revenu plus conséquent de sa production,
- Avoir un contact direct avec le consommateur de ses produits,
- Etc...

Mais le colis de viande, c'est aussi le devoir de :

- Se former et s'informer,
- Dégager du temps pour des tâches nouvelles,
- Pouvoir différencier son produit,
- Offrir un produit de qualité,
- Faire preuve de talents de commerçant,
- Respecter des impératifs réglementaires et administratifs,
- Etc...

Le colis de viande en pratique...

Etape 0 : Opter pour une commercialisation sous forme de commandes

La toute première démarche ou « étape préliminaire » consiste certainement à **remplir son carnet de commandes et à planifier sa commercialisation**. L'activité risque en effet d'être peu rentable si l'éleveur doit se rendre à l'abattoir

pour un seul agneau à la fois ou, pire encore, s'il compte trouver un acquéreur une fois son colis de viande sous le bras !

Dans la majorité des cas, le consommateur intéressé devra de toute façon s'accommoder de la saisonnalité de la production de viande d'agneau... De là à ce qu'il accepte que sa commande soit groupée avec celle d'autres clients à une date bien précise, il n'y a plus qu'un pas... A ce stade, il ne faut pas négliger le dialogue et la communication : il faut garder à l'esprit que le consommateur courant a l'habitude de consommer de l'agneau toute l'année sans avoir même forcément conscience que cet agneau du supermarché n'est pas produit localement... Privilégier le dialogue est donc crucial pour fidéliser sa clientèle : le client ne doit pas s'accommoder d'un produit fourni à une date fixée pour lui mais il doit le comprendre et même le soutenir...

Une fois le carnet de commandes rempli, « il n'y a plus qu'à »...

Etape 1 : Transporter les animaux de l'exploitation à l'abattoir

Si l'abattoir se situe à plus de 50 km de l'exploitation, un agrément transporteur (certificat d'aptitude professionnelle pour le transport – examens organisés par l'ARSIA) sera requis. Quant au moyen de transport, il ne nécessite aucun agrément pour autant qu'il s'agisse d'une remorque dont le poids à charge n'excède pas 750 kg ou qu'il s'agisse d'une remorque tirée par un tracteur agricole.

Pour chaque transport, un document de circulation en triple exemplaire sera établi. Un exemplaire sera laissé à l'abattoir. Un second sera envoyé dans les 7 jours à l'ARSIA ou sera encodé dans le logiciel CERISE de l'ARSIA par Internet. Le troisième exemplaire sera rangé dans le registre transporteur de l'éleveur¹.

Une alternative à ces démarches serait de s'adresser à un transporteur professionnel.

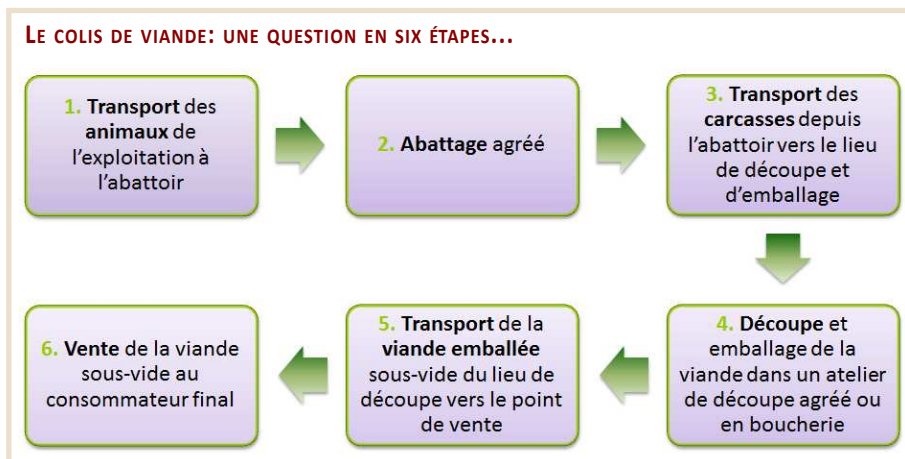
Etape 2 : Abattage dans un abattoir agréé

L'abattage doit obligatoirement se faire dans un abattoir agréé. Une liste des abattoirs agréés pour l'abattage des ovins/caprins est disponible à l'adresse suivante : http://www.afsca.be/produitsanimaux/viande/fetedusacrifice/_documents/2008-11-17_abattoirs-moutons_fr.pdf

L'éleveur doit obligatoirement communiquer des informations sanitaires à l'abattoir (officiellement appelées « Informations sur la Chaîne Alimentaire » ou « ICA »):

- Si l'éleveur a des éléments sanitaires à déclarer (médicaments administrés, résultats d'analyse, mortalité excessive,...) : il doit alors en informer le responsable de l'abattoir par le biais d'un formulaire de déclaration officiel et ce minimum 24 heures à l'avance. Ce formulaire est à télécharger sur le site web de l'AFSCA ;

- Si l'éleveur n'a aucun élément sanitaire pertinent à déclarer : il doit alors coller une étiquette spécifique au dos de l'exemplaire du document de circulation destiné à l'abattoir. Ces étiquettes peuvent être obtenues auprès de l'ARSIA.



Etape 3 : Transport des carcasses depuis l'abattoir vers le lieu de découpe et d'emballage

Le plus souvent, un atelier de découpe est intégré dans l'abattoir ; la question du transport de la carcasse ne se pose donc pas.

Toutefois, si l'abattoir ne dispose pas d'atelier de découpe ou si l'éleveur préfère faire découper sa carcasse dans une boucherie de son choix, le transport des carcasses devra respecter certaines contraintes.

¹ Pour une revue des aspects législatifs concernant l'élevage ovin, voir Filière Ovine et Caprine n°36, pages 12 – 19.

Etape 4 : Découpe et emballage de la viande dans un atelier de découpe agréé ou en boucherie

La découpe de la carcasse peut se faire dans 2 types d'infrastructure :

- Soit dans un atelier de découpe agréé ;
- Soit dans une boucherie.

A titre d'exemple, il faut compter approximativement 20 euros de frais de découpe par agneau.

Si la découpe est réalisée en boucherie, certaines limitations – qui n'en sont pas vraiment - sont d'application ; les volumes transformés en colis ne doivent pas dépasser :

- 30 % de la production totale de la boucherie ;
- 80 km entre le point de vente des colis et la boucherie ;
- 800 kg par semaine.

La découpe doit obligatoirement être suivie d'un emballage de la viande de sorte qu'aucune manipulation ultérieure du produit ne soit possible. Ce conditionnement d'origine ne pourra être ouvert sous aucun prétexte. En effet, la manipulation de la viande ainsi que la réalisation de préparations à base de viande nécessitent un accès à la profession de boucher. Dans la majorité des cas, cet emballage consistera en une mise sous-vide du produit. Une alternative pourra être le placement de la viande dans une caissette scellée.

Notons que certains produits particuliers peuvent être manipulés et découpés à la demande du client sans pour autant que le manipulateur (soit l'éleveur ici) n'ait accès à la profession de boucher. C'est le cas des produits à base de viande, tel que le pâté de viande par exemple. Bien entendu, l'infrastructure du point de vente devra alors être équipée en conséquence.

C'est également à ce stade, dans l'établissement où il est emballé, que le produit sera étiqueté. L'**étiquette** devra mentionner :

- La dénomination du produit (ex. : merguez) ;
- La liste des ingrédients. Elle est non avenue pour la viande fraîche mais se justifie pour certaines préparations (ex. : les merguez). Elle est constituée de l'énumération de tous les ingrédients dans l'ordre décroissant de leur importance pondérale et doit être précédée d'une mention appropriée contenant le mot « ingrédients » ;

- La quantité nette (kg, g) ;
- Le numéro de lot ;
- Le nom ou la raison sociale et l'adresse du point de vente ;
- Les conditions de conservation. Exemple : « à conserver à < 7°C » ;
- La date limite de consommation (« à consommer jusqu'au... ») accompagnée de la date elle-même. Cette date est établie sur base d'analyses microbiologiques réalisées en laboratoire et qui sont de la responsabilité du boucher ou de l'atelier de découpe. Sous vide, le délai de conservation généralement admis pour de la viande d'agneau est de 13 jours.

Etape 5 : Transport de la viande emballée du lieu de découpe vers le point de vente ou vers le destinataire final (consommateur)

Le transport de la viande ainsi emballée devra satisfaire à certaines exigences administratives et matérielles.

Sur le plan administratif, un **document d'accompagnement commercial** sera joint aux viandes. Ce document sera établi à la sortie de l'atelier de découpe ou de la boucherie et devra être conservé un minimum de deux ans par son destinataire, soit par l'éleveur. La conservation du document d'accompagnement commercial permet de retracer le cheminement du produit, et donc d'assurer sa traçabilité. Aucun modèle spécifique de document commercial n'est fixé mais il devra renseigner :

- Le numéro d'agrément de l'établissement dans lequel la viande a été découpée ainsi que son nom ;
- Le nom du débit approvisionné (soit celui de l'éleveur ou de son exploitation) ;
- Le poids de chaque pièce de découpe ;
- La nature du produit livré (e.a. viande d'agneau) ;
- Le numéro Sanitel de l'animal concerné ;
- La date d'expédition.

En ce qui concerne le transport à proprement parlé, il doit être réalisé dans un moyen de transport fermé aux parois inaltérées, lisses, lavables et résistantes à la corrosion. Le moyen de transport doit assurer le maintien d'une température maximale à cœur du produit de **+7°C pour la viande fraîche** et de +4°C pour le haché, les

abats, les produits à base de viande.

En pratique, le moyen de transport pourra être – au minima – un bac isotherme (plus communément appelé un « frigo box ») accompagnés de blocs eutectiques et d'un thermomètre. Le moyen de transport peut également être plus conséquent en fonction du volume nécessaire, telle une camionnette frigorifique (disponible en location).

Après utilisation, le moyen de transport devra être nettoyé et désinfecté.

Etape 6 : Vente de la viande au consommateur

En tant qu'exploitant d'un débit de denrées alimentaires (voir démarches administratives préalables ci-après), l'éleveur ne peut vendre ses colis de viande que **dans son propre point de vente et au consommateur final, ou au domicile du consommateur final.**

Chez lui, l'éleveur devra aménager un « point de vente » afin de stocker et vendre ses colis de viande. Pas de panique ! Comme en pratique la vente de viande sous forme de colis n'implique pas d'exposition à la vente (commercialisation sur commande), un local de vente spécifique n'est pas nécessaire. Pour ce qui est de l'entreposage des viandes, il faut disposer d'un **local frigorifique**. Mais, si l'objectif est de pouvoir disposer d'un local frigorifique séparé, les viandes pourront être entreposées sous certaines conditions avec d'autres denrées alimentaires si la place est manquante. Ces conditions sont d'éviter autant qu'il se peut toute contamination croisée avec d'autres aliments : étagères séparées, récipients séparés,...

Si l'éleveur décide d'exposer ses colis de viande à la vente, soit sous comptoir, les contraintes réglementaires seront plus fortes. Il faudra, entre autres, disposer d'un local de taille adaptée spécifique à la vente, agencer le local de manière à mettre les produits à l'abri du soleil et des manipulations du public, disposer d'un éclairage et d'une ventilation suffisants,...

Le local frigorifique et le potentiel local de vente devront préalablement être agréés par l'AFSCA (voir ci-dessous la demande d'autorisation en

tant que débit de denrées alimentaires).

Par ailleurs, un éleveur peut également choisir de livrer ses colis de viande directement au domicile du consommateur final. Cette livraison répondant à une commande préalable, elle n'est pas considérée comme du commerce ambulancier et peut donc être réalisée sans aucune autorisation complémentaire. Ces livraisons ne doivent pas être accompagnées d'un document d'accompagnement commercial. Elles doivent par contre répondre aux exigences matérielles citées dans le cadre du transport entre le lieu de découpe et le point de vente : moyen de transport fermé aux parois inaltérées, lisses, lavables et résistantes à la corrosion ; respect de la chaîne du froid.

Quelle que soit l'optique de vente choisie, les bonnes pratiques d'hygiène devront être respectées. Notons notamment :

- Le respect de la chaîne du froid, à savoir maintenir à tout moment une température maximale de +7°C pour la viande fraîche et de +4°C pour le haché, les abats et les produits à base de viande ;
- L'hygiène corporelle du personnel entrant en contact avec les denrées alimentaires (nettoyage et séchage hygiénique des mains, impliquant la présence d'un lavabo équipé d'eau chaude potable dans le local ; tenue vestimentaire adéquate) ;
- La santé du personnel : une fois par an, l'éleveur devra effectuer un examen médical et disposer d'un certificat médical stipulant qu'il est « apte à manipuler des denrées alimentaires » ;
- Le nettoyage et la désinfection des infrastructures avec un désinfectant autorisé ;
- Si elle se justifie, la lutte contre les nuisibles (insectes et petits rongeurs) ;
- Le traitement et la gestion des déchets alimentaires : les colis non écoulés, détériorés, ... ne peuvent être éliminés avec les déchets ménagers. Ils devront être stockés à une température maximale de 10°C dans un récipient fermé hermétiquement et sur lequel est mentionné « catégorie 3 ». Ces dé-



En aucun cas, l'éleveur ne pourra manipuler la viande constituant le colis, ce dernier devant être emballé hermétiquement.

chets sont effectivement considérés comme « sous-produits animaux de catégorie 3 » et, en tant que tels, ils devront être collectés par un collecteur agréé tel que Rendac ;

- L'enregistrement et la gestion des non-conformités : toute non-conformité - telle qu'une panne de frigo, une rupture de la chaîne du froid lors du transport, la présence de souris,... - devra être notée ainsi que la solution mise en œuvre pour résoudre cette non-conformité.

Des démarches administratives préalables

Avant de pouvoir concrètement vendre vos agneaux sous forme de colis, vous devez vous acquitter d'un certain nombre de démarches administratives :

1. S'enregistrer en tant qu'indépendant (à titre principal ou complémentaire), soit un statut auquel l'éleveur doit en principe déjà répondre puisqu'il tire des rentrées financières de son exploitation. Pour rappel, s'enregistrer en tant qu'indépendant demande deux démarches administratives principales (voir *Filière Ovine et Caprine n°40, pages 22 – 25*):
 - I. S'affilier à une caisse d'assurances sociales ;
 - II. S'immatriculer auprès de la Banque-Carrefour des Entreprises (BCE), par le biais d'un Guichet d'Entreprise agréé. Attention, une entreprise qui a l'intention d'exercer une activité commerciale autre que celle(s) pour l(es)quelle(s) elle a été initialement immatriculée doit demander une **modification de son inscription dans la BCE**. Autrement dit, un éleveur qui veut développer une activité de vente en colis est donc, en principe, déjà inscrit dans la BCE mais il doit s'adresser à un Guichet d'Entreprise agréé pour signaler sa nouvelle activité complémentaire.
2. Demander un **permis d'environnement de classe 3** auprès de sa commune puisque cette nouvelle activité n'est pas reprise dans le permis d'exploiter que l'éleveur possède pour son exploitation. Ce permis fait l'objet d'une procédure administrative très réduite.
3. Se faire reconnaître par l'**AFSCA** en tant que

vendeur de denrées alimentaires. Différents types de reconnaissance officielle existent ; pour une activité de « vente de colis de viande », une « **autorisation en tant que débit de denrées alimentaires** » suffira. Cette demande d'autorisation sera introduite à son UPC via un formulaire disponible sur le site web de l'AFSCA ou auprès des UPC. Pour pouvoir introduire cette demande, il faut que l'activité de commercialisation soit bien enregistrée à la Banque-Carrefour des Entreprises (BCE). L'autorisation sera délivrée par l'AFSCA à condition que les normes d'hygiène soient respectées (voir étapes 5 et 6). Pour vérifier ce point, l'AFSCA mène une enquête (administrative et/ou visite sur place), les inspections réalisées dans ce cadre étant payantes. L'autorisation a une durée illimitée et la contribution financière annuelle due à l'AFSCA est déjà incluse dans la cotisation payée en tant que producteur primaire ; aucune cotisation annuelle supplémentaire n'est donc à payer à l'AFSCA. L'autorisation délivrée par l'AFSCA devra obligatoirement être affichée à un endroit visible et accessible pour le consommateur.

Des démarches administratives « de routine »

Le système d'enregistrement

L'exploitant d'un débit de denrées alimentaires - soit l'éleveur dans le cas qui nous occupe - doit disposer d'un système d'enregistrement afin d'assurer la traçabilité des produits qu'il commercialise. Dans le cas de la vente des colis de viande, l'exploitant doit conserver et pouvoir présenter à toute demande :

- Le document d'accompagnement commercial;
- Le certificat de conformité du vétérinaire de l'abattoir;
- La facture du boucher ou de l'atelier de découpe (pour preuve de la découpe);
- Le bon de commande du client, si le producteur effectue la livraison à domicile.

L'ensemble de ces documents doivent être conservés minimum 6 mois après la fin de la vie des produits auxquels ils se rapportent, cette durée étant portée à 2 ans pour le document d'accompagnement commercial.

La notification obligatoire

L'exploitant du débit de denrées alimentaires est tenu d'informer immédiatement l'AFSCA lorsqu'il considère ou à des raisons de penser qu'un produit est préjudiciable à la santé humaine, animale ou végétale. Plus d'information est disponible sur le site internet de l'AFSCA : <http://www.afsca.be/notificationobligatoire/>.

La fiscalité

Sur le plan fiscal, les éléments relatifs à l'activité complémentaire seront ajoutés à la comptabilité de l'exploitation.

Se faire connaître en tant que vendeur

Une fois les démarches administratives accomplies, il est temps de passer au concret et de remplir son carnet de commandes... et donc de faire appel à sa clientèle. Pour ce qui est de développer cette clientèle, il n'y a pas de secrets... nouer des contacts demande de l'énergie et du temps. Toutefois, le développement sans cesse croissant des groupements d'achats alimentaires est une aubaine pour l'éleveur désirant commercialiser directement sa production. Le colis de viande correspond pleinement aux attentes de ces acheteurs.

Aussi, à l'heure où internet est rentré dans une grosse majorité des foyers belges, se faire connaître mais également gérer ses commandes peut devenir très facile. Au-delà du site web personnel facilement consultable par la clientèle, pourquoi ne pas insérer des annonces de « colis de viande à vendre » sur les sites d'annonces couramment utilisés pour vendre des animaux sur pied, voire même sur les sites de ventes aux enchères ? Dès qu'on a un site web personnel, pourquoi ne pas l'agrémenter d'un module de réservation des colis en ligne, voire même d'un système de paiement d'un acompte ?

Si vous avez un point de vente à la ferme, il ne faudra pas négliger l'identification du lieu : un fléchage adéquat peut être précieux pour le client acquis tout comme pour le client potentiel.

Le colis de viande, un produit unique et figé ?

Non, le colis de viande n'est pas nécessairement un produit figé. Une certaine souplesse dans la découpe est généralement possible en fonction

des desideratas du client. Par exemple, le colis peut contenir certaines préparations à base de viande, telles des merguez ou des poitrines farcies. Encore, le colis de viande pourrait être conditionné selon la taille du ménage acquéreur.

Et non, le colis de viande ne correspond pas forcément à une carcasse ou demi-carcasse d'agneau. On pourrait même imaginer de vendre la viande d'agneau « au détail », chaque morceau de viande étant alors emballé sous-vide individuellement. Cette dernière façon de faire est pratiquée par certains éleveurs français qui voient là une possibilité de proposer leur agneau autrement qu'à travers le vente sous forme de commandes, ce qui serait plus difficile avec un colis d'un demi-agneau...

Vendre ses colis sur le marché

D'autres possibilités de commercialisation que le simple point de vente à la ferme ou la livraison directe chez le client sur base d'un bon de commande peuvent s'offrir au producteur, telles que de vendre ses colis de viande sur le marché. Toutefois, si l'éleveur décide de sortir de la commercialisation sous forme de commandes -tel que c'est par exemple le cas lors de la vente sur les marchés publics-, il doit être conscient que la planification de l'écoulement de sa production sera alors nettement moins évidente.

Aussi, une législation complémentaire devra être respectée en cas de vente sur des marchés publics. En effet, pour pouvoir exercer une « activité ambulante », une autorisation est nécessaire et peut être obtenue auprès d'un guichet d'entreprise agréé. Le commerçant obtiendra alors une « **carte d'ambulante** ».

Notons que certains types de vente ambulante sont dispensés d'autorisation. C'est par exemple le cas des ventes dans le cadre d'une foire agricole, d'un salon, d'une manifestation de promotion du commerce local,... soit autant d'activités à caractère exceptionnel et temporaire.

Au-delà du colis, la boucherie à la ferme

Si l'éleveur envisage de vendre sa viande sans passer par des commandes préalables, il est peut-être plus intéressant pour lui d'aller plus loin que le colis de viande et de développer sa propre boucherie.

rie ou son propre atelier de découpe à la ferme. La profession de boucher est protégée mais la formation de boucher, elle, est accessible à tous... La formation existe en cours du jour mais également en cours du soir (et s'étale alors sur 3 années).

Pour conclure, une part de re-lativité...

Sous les aspects présentés dans cet article, la vente de viande en colis peut paraître simple et abordable pour tous. Effectivement, les démarches administratives sont bien présentes, mais elles restent facilement surmontables... Effectivement, quelques investissements et aménagements sont nécessaires, mais ne valent-ils pas la peine d'être réalisés afin de développer une activité de vente en toute légalité et tranquillité ?

Il ne faut cependant pas oublier qu'au-delà des quelques aspects législatifs qu'elle impose, la commercialisation en vente directe demande à l'éleveur de savoir et vouloir poser une autre casquette : celle du commerçant. Et savoir présenter et vendre son produit au consommateur, savoir susciter l'envie

de ce consommateur, n'est pas forcément à la portée de tous ou pour plaire à tous...

PAROLES D'ÉLEVEURS - VENDEURS



Bernard Convié,
éleveur bio de
290 brebis Mer-
gelland et Ar-
dennais Roux sur
réserves naturel-
les en Famenne
namuroise, éleveur bovin laitier et
producteur de fromages de vache:

➤ Les +

« Avec mes agneaux de races locales menacées, c'est presque la seule valorisation correcte possible ».

« Le contact direct avec le consommateur, c'est valorisant ».

➤ Les -

« La charge de travail que cela incombe est lourde... surtout le travail administratif (facturation, suivi de paiement, etc.) ».

➤ Un conseil..?

« Le colis de viande, c'est un investissement à long terme : avec le temps, les clients deviennent fidèles et la charge de travail en est donc diminuée... De plus, dans mon cas, les clients intéressés par la viande regardent aussi mes produits laitiers et inversement ».



Patrice Rampanelli,
éleveur bio de 250
brebis croisées
Suffolk en Gaume :

« Pour moi, l'avantage de la vente en colis, c'est aussi de pouvoir écouler mes agneaux quand ils sont juste bien finis, au moment optimum, et non de se retrouver avec des agneaux trop gras parce que le marchand ne passe pas ou que le groupement de producteurs n'en a pas besoin à ce moment-là ».

« Le marché est à fidéliser... mais une fois qu'il est acquis, c'est une sécurité des débouchés ».

« Le travail de contact avec le client est énorme. Il faut les contacter une première fois pour la prise de commande mais on ne connaît alors pas encore la date. Il faut donc ensuite les recontacter pour annoncer la date. C'est donc au minimum 2 contacts pour un client... Et après ça, il reste le suivi des factures... Quand c'est un groupement d'achats, c'est moins lourd puisque c'est alors une facture groupée ».

« Il faut bien avertir le client potentiel dès le départ : ce n'est pas lui qui choisit la date... et cela le déstabilise ! Il faut bien lui expliquer qu'on doit remplir la bétailière lorsqu'on va à l'abattoir et qu'après, on doit remplir la remorque-frigo qu'on doit louer pour transporter tous les colis. Sinon, ce n'est pas rentable... »

Pour aller plus loin

- Un « *vade-mecum de la valorisation des produits agricoles et de leur commercialisation en circuit court* » vient d'être édité par la Région Wallonne, en collaboration avec la Cellule Qualité des Produits Fermiers (CQPF). Ce guide complet parcourt les obligations légales qui touchent à la transformation des produits agricoles et à leur commercialisation en circuit court. Il est disponible sur le site web de la région wallonne : http://agriculture.wallonie.be/apps/spip_wolwin/article.php3?id_article=361
- Des renseignements sont également disponibles auprès de l'AFSCA. L'AFSCA a récemment publié une brochure portant sur la vente de produits fermiers : www.afsca.be >
- *publications > publications thématiques*
- Pour vous aider et vous accompagner dans vos projets de diversification, pensez également à vous adresser à la CQPF : www.cqpf.be ou 081/62.23.17. La CQPF est une structure d'encadrement unique pouvant répondre à toute question d'un agriculteur sur un projet d'activité de transformation à la ferme ou de vente directe
- Les principales législations relatives à la vente de colis de viande sont : l'AR du 30/12/1992 relatif au transport des viandes fraîches, des produits à base de viande et des préparations de viande et l'AR du 10/11/2005 relatif au commerce de détail de certaines denrées alimentaires d'origine animale

ACTEUR EN CIRCUIT COURT DANS LES PRODUCTIONS OVINES ET CAPRINES ?

PENSEZ À LA FICOW POUR VOUS FAIRE CONNAÎTRE !

Boucherie à la ferme ? Production vendue directement à une boucherie indépendante ? Vente en colis ? Vente au marché ? Point de vente à la ferme ? Boucherie traditionnelle ne s'approvisionnant qu'en Wallonie ?.... ?

Dans le cadre de son travail quotidien mais également, plus sporadiquement, dans le cadre de campagnes promotionnelles ou de campagne de communication ciblées, la FICOW sert de relais pour fournir des listes de producteurs pratiquant la vente directe ainsi que des listes de points de vente de viande d'agneau ou de fromages de chèvres et brebis wallons.

Seuls vous, acteurs du circuit court, producteurs-transformateurs, bouchers, fromagers peuvent faire en sorte de figurer dans ces listes et donc, de pouvoir bénéficier de campagne promotionnelle à votre avantage !

Plus concrètement, le **ministère régional en charge de l'agriculture** lancera en cette fin d'année une campagne de promotion en faveur des produits wallons distribués en **circuits courts**, y inclus les boucheries indépendantes directement approvisionnées par le producteur. Pendant toute une semaine, la viande d'agneau ainsi que les produits laitiers de chèvre et de brebis seront mis à l'honneur, notamment via la presse auprès de laquelle le consommateur pourra gagner un bon de 2 x 15 € à valoir auprès de nos producteurs et de leurs points de vente (boucherie, crèmerie,...). Ces 800 bons disponibles pour nos spéculations ovines et caprines seront probablement à retirer par le consommateur entre mi-novembre et mi-décembre de cette année (validité d'un mois).

Toujours cette année, en partenariat avec la FICOW, Saveurs Paysannes asbl démarrera sous peu une campagne de communication autour de l'agneau wallon auprès de l'ensemble des GAC, GASAP,...

Egalement, d'autres campagnes promotionnelles de la viande d'agneau devraient prochainement mettre à l'honneur la vente en circuits courts. Encore, une campagne menée actuellement par Slow Food auprès des restaurateurs recherche les points de vente en viande d'agneau belge qui leurs sont accessibles.

N'hésitez plus ! Renseignez vos coordonnées et caractéristiques ou les coordonnées de votre point de vente (boucher indépendant, crémier,...) au plus vite à la FICOW : ficow@ficow.be ou 081/627.447