

Relancer la production et la consommation de viande ovine, un même défi pour tous les pays producteurs

Philippe Vandiest – FICOW

Les 8 et 9 octobre derniers s'est tenu à Bruxelles un forum international de la viande ovine pour les producteurs et l'industrie. Ce forum était organisé par le COPA-COGECA à la demande des organisations ovines australiennes (Meat and Livestock Australia) et néo-zélandaises (Meat and Wool New Zealand). Il a rassemblé quelques 130 personnes venues du monde entier pour débattre et échanger sur la situation de l'élevage ovin et sur la commercialisation de la viande ovine : d'Europe, d'Australie, de Nouvelle-Zélande, d'Afrique du Sud, du Brésil, d'Uruguay et du Chili.

La grande conclusion de cette rencontre internationale, la plus importante jamais tenue aux dires de ses participants, est que les problèmes sont les mêmes partout : diminution du nombre d'éleveurs, chute des effectifs, baisse de la consommation et responsabilisation vis-à-vis du réchauffement climatique.

Les solutions recherchées sont aussi souvent les mêmes pour tous : mise en évidence du rôle environnemental de l'élevage ovin et de son rôle dans le maintien d'une activité socio-économique dans les régions défavorisées, promotion des qualités de la viande ovine et encouragement de la consommation (spots télévisés en Australie, information des médecins en Afrique du Sud, sensibilisation des écoles en Nouvelle-Zélande ... souvent avec une partie des moyens financiers apportés directement par le secteur, comme en Belgique où le fonds de promotion est alimenté par une taxe à l'abattage).

Seul un pays semble satisfait et positive sur l'élevage ovin : le Chili. L'élevage ovin y est en plein essor ; un maximum d'agnelles sont gardées pour l'élevage mais leur nombre reste insuffisant pour satisfaire la demande. Le représentant chilien a rappelé sans sourciller l'objectif affirmé de son pays : devenir à terme un grand producteur de viande ovine et se positionner sur les marchés européens.

Ce forum a fait comprendre à tous les participants qu'aucun pays n'était vraiment serein quant à l'avenir de son élevage ovin. Si chacun a pu sympathiser avec son voisin



International Sheepmeat Forum
for Producers and Industry

Working together for a
sustainable future

de table et se montrer attentif aux problèmes des autres, les représentants européens n'en oublient cependant pas la grande responsabilité de l'offre néo-zélandaise, faite à bas prix et basée parfois sur des campagnes de promotion choquantes pour pénétrer nos marchés. Et parmi les représentants européens, nombreux doivent être ceux qui responsabilisent aussi le Royaume-Uni et l'Irlande, qui ne produisent quasi que des agneaux d'herbage et inondent nos marchés d'automne de leurs surplus. Pourquoi ne diversifient-ils pas davantage leurs élevages en produisant plus d'agneaux de premier semestre ?

S'il est des images de la viande ovine qui semblent faire l'unanimité de par le monde, ce sont des images de cherté, de complexité de préparation et de viande grasse. Cette dernière a bien été présentée par la représentante d'Afrique du Sud, Hettie Schönfeldt. Environ 30 % de la population nantie de son pays est obèse et se voit conseiller par les médecins de proscrire la viande ovine de

son alimentation. Il y a trente ans, 70 % de l'alimentation de cette population était composée d'aliments primaires (viandes, légumes, fruits) et 30 % d'aliments ou de repas préparés (pizza, hamburger, ...). Aujourd'hui, cette proportion est inversée et les médecins, plutôt que de responsabiliser cette situation vis-à-vis de l'obésité, condamnent les quelques pourcents de viande ovine présents dans les 30 % restant d'aliments primaires !

Le forum des 8 et 9 octobre était structuré en quatre sessions. Chacune de ces sessions a vu se succéder trois orateurs principaux, dont la Commissaire européenne à l'Agriculture, Madame Mariann Fischer Boel, sur le thème de 'L'avenir de la production ovine en Europe'. Celle-ci reconnaît l'ampleur des difficultés auxquelles est confronté le secteur ovin européen. Marketing, investissements, restructuration devront être à l'ordre du jour pour le maintenir vaillant. Pour elle, il serait inconcevable que l'Europe n'accentue pas davantage encore sa politique environnementale dans sa politique agricole post 2013 car la population européenne souhaite une agriculture respectueuse de l'environnement. La politique agricole européenne ne devrait donc plus influencer le marché de la viande ovine par des aides directes, mais plutôt utiliser les deniers publics pour offrir à la population des biens et des services provenant d'élevages ovins environnementalement responsables.

En conclusion du forum, le Président du COPA-COGECA, Monsieur Pekka Pesonen, a résumé pour les participants et pour la presse les conclusions de ces quatre sessions, conclusions présentées ci-dessous et rédigées par Madame Noa Simon, secrétaire de circonstance de ce forum et secrétaire du groupe de travail ovin-caprin du COPA-COGECA.



Pekka Pesonen, Président du COPA-COGECA

Session 1 - Soutien à la production et à l'approvisionnement – défis et opportunités pour augmenter l'efficacité

DÉFIS

- Dépendance de la production de viande car le rendement du secteur de la laine s'est dégradé substantiellement
- Manque de revenus et de rentabilité, menant à une baisse mondiale des cheptels

- Distribution de la valeur au long de la chaîne d'approvisionnement
- Coûts (main d'œuvre, conformité, production)
- Ralentissement de la consommation

CONCLUSIONS ET MESSAGES-CLÉ

- Il y a des opportunités pour améliorer la productivité et la qualité des produits :
 - nouvelles technologies : développement et adoption
 - investissement continu en recherche et développement
 - échange et transfert de connaissances
- Il y a un besoin de meilleure coopération entre les différents maillons de la chaîne d'approvisionnement :
 - coopération internationale pour la recherche et le développement
 - fonds et soutien publics et privés
 - transparence accrue dans la fixation des prix pour de meilleures relations entre fermes et marchés
- Il y a des possibilités de tirer avantage de la complémentarité de la saisonnalité pour assurer l'approvisionnement tout au long de l'année et une demande continue de la part des consommateurs

Session 2 - La production ovine, l'environnement et le changement climatique – assurer le développement durable du secteur

CONCLUSIONS ET MESSAGES-CLÉ

- Il y a plusieurs initiatives qui ont déjà été mises en place dans des domaines divers comme par exemple la sélection génétique, l'adaptation et l'efficacité des aliments pour animaux, l'utilisation des sous-produits pour la production de l'énergie.
- Une collaboration internationale sur la recherche et le développement dans le domaine des émissions de gaz par les ruminants doit être établie pour trouver des solutions durables et efficaces.
- Ceci demande le développement d'un plan stratégique au niveau international pour le secteur de la viande rouge.
- Le secteur de la viande rouge contribue à la disponibilité en denrées alimentaires, à la protection du paysage et des zones rurales.
- Dans le cadre des négociations internationales pour l'accord de Copenhague, les décideurs devraient être encouragés à adopter des normes séparées pour

les émissions provenant des systèmes biologiques et pour celles émanant de la production alimentaire.

- Le secteur de la viande rouge reconnaît la nécessité d'améliorer l'efficacité de la panse et encourage l'adoption des nouvelles méthodologies/technologies qui augmentent la productivité tout en ayant une moindre empreinte d'émissions.

Session 3 - Les attentes des consommateurs

DÉFIS

- La viande d'agneau est un produit périssable
- Saisonnalité de l'approvisionnement et de la gamme de produits
- Les consommateurs cherchent de la viande plus maigre et plus saine
- Optimisation du linéaire

CONCLUSIONS ET MESSAGES-CLÉ

- Il est nécessaire de se concentrer sur :
 - les nouveaux consommateurs et segments de marché
 - la nécessité d'atteindre les plus jeunes
 - la société musulmane
- L'innovation est essentielle :
 - mettre au profit la tendance des solutions « repas sans os »
 - développer de nouveaux produits pour répondre à la demande en produits d'usage courant
 - découpes : s'éloigner des découpes traditionnelles et s'orienter vers des produits plus faciles à cuisiner, plus agréables et plus sains
 - nécessité d'éduquer les consommateurs au sujet des caractéristiques des produits et de la façon de les utiliser
 - partenariat avec les détaillants (meilleure présentation du paquet, meilleure formation, etc.)
- La viande ovine peut être compétitive

Session 4 - Commercialiser la viande d'agneau pour soutenir la demande et maximiser les profits

CONTEXTE

- Consommation de la viande d'agneau :
 - faible proportion de la consommation mondiale de viande

- faible connaissance de ses aspects positifs
- défi des nouvelles tendances dans les modèles de consommation
- influence négative des médias (consommation de viande rouge en général)

- Viande ovine = produit traditionnel. La différenciation et la valeur ajoutée du produit final peuvent être améliorées
- Manque d'éducation et de communication tout au long de la chaîne de la viande ovine
- Des campagnes de commercialisation des produits à base de viande d'agneau existent déjà et remportent un succès, mais la pénétration du "message" sur le marché doit être plus forte

CONCLUSIONS ET MESSAGES-CLÉ

- Valeur nutritive : souligner les avantages de la consommation de viande d'agneau maigre pour la satisfaction, la nutrition et la santé humaines (minéraux, vitamines, acides gras $\Omega 3$, etc.) comme faisant partie d'un régime alimentaire moderne, agréable, pratique, mixte et sain
- La viande ovine est une alternative alimentaire de valeur
- Opportunités :
 - augmenter la part du marché par la différenciation, la création et la valeur ajoutée de la viande d'agneau
 - innovation pour générer la compétitivité
 - cibler les consommateurs plus jeunes
 - coopération internationale :
 - * des stratégies mondiales et segmentées, utilisant des ressources limitées plus efficaces, pour augmenter la consommation de viande ovine
 - * promouvoir et construire des alliances entre tous les maillons de la chaîne de la viande ovine, mais « dans un contexte de coopération internationale »
 - * la globalisation du secteur de la viande rouge est une « réalité » et une « opportunité », il faut donc être proactif et chercher sa place et ses partenaires dans ce secteur stimulant
- Que « notre message » soit entendu par les consommateurs et les décideurs
- PROPOSITION : créer un groupe de travail international sur la viande d'agneau - un point de départ pour la promotion de la coopération, la formulation de recommandations et l'élaboration de stratégies mondiales communes visant à augmenter la consommation de la viande d'agneau dans le monde entier.