

# Synthèse du colloque «Améliorer le bien-être des animaux d'élevage par la libération de l'information»

Auteur : **Hubert de Cadolle**, Ifce

*M. Loïc Dombreval, président du groupe d'étude «condition animale» de l'Assemblée nationale et l'association «Ensemble pour les animaux» organisait le 29 juin 2018, un colloque intitulé «Améliorer le bien-être des animaux d'élevage par la libération de l'information» à destination des parlementaires et des journalistes. Intervenait dans ce colloque des représentants et des acteurs économiques de la filière viande, des représentants des associations Welfaristes et des porteurs de projets sur le bien-être animal.*

*La thèse présentée est qu'une solution pragmatique pour améliorer le bien-être des animaux d'élevage est de libérer l'information sur leurs conditions d'élevage, de transport et d'abattage. Ainsi les consommateurs pourront faire un choix en toute connaissance, favoriser les pratiques plus soucieuses du bien-être et le travail des acteurs de ces filières rénovées pourra être rémunéré à sa juste valeur.*

*Cette démarche était illustrée par la présentation de divers projets (portant notamment sur la segmentation et sur l'étiquetage des produits commercialisés en fonction de critères de bien-être) et par une table ronde.*

## Enseignements pour la filière équine

Les projets présentés et les débats ne concernaient pas la filière cheval. Il est néanmoins possible d'en tirer les enseignements et questionnements suivants pour la filière cheval.

L'attente de prise en compte du bien-être animal est une **attente forte de la société** qui va en croissant. Elle passe notamment par une demande des acheteurs de **connaître les conditions d'élevage** des produits qu'ils achètent. Cette attente va t'elle apparaître dans la filière cheval ? A quel niveau ? Choix des prestataires de services (centres équestres, ...) ? Achat de chevaux ? Une enquête 2018 (publication à venir) de l'OESC montre que près de 4 acheteurs de chevaux sur 10 souhaiteraient avoir plus d'informations sur le passé de ceux-ci.

Des **collaborations** acteurs des filières / associations Welfaristes sont mises en place autour de projets de promotion de produits issus de pratiques d'élevage plus respectueuses du bien-être. Ces **actions concrètes** permettent de **trouver des accords** même si les horizons restent différents entre acteurs des filières et associations Welfaristes.

## Présentation de projets en faveur du bien-être et de la libération de l'information

### ↳ *Projet autour de la libération de l'information*

*Par Nathan Stern, ingénieur social*

Nathan Stern a développé plusieurs plateformes numériques, outils de médiation, pour développer l'empathie entre les hommes. Après avoir été végétarien, il se définit comme un carnivore ambassadeur de la cause animale. Il porte aujourd'hui un projet pour développer l'empathie vis à vis des animaux. Il a rencontré de nombreux interlocuteurs et en tire des enseignements.

- Presque **personne** n'est **insensible** à la souffrance animale et n'est favorable à l'élevage intensif. Mais peu de gens expriment ouvertement cet avis de peur d'être mis en cause.
- Sans l'adhésion des **éleveurs**, il ne se passera rien. Ce sont eux les **garants du bien-être**. Mais il faut que leur effort dans ce sens et leur passion soit économiquement reconnus.
- Ils auront l'**aide des consommateurs**, à l'exemple de la marque «C'est qui le patron ?!».

Le projet reprend le principe de Yuka, application qui permet en scannant l'**étiquette** d'un produit de connaître sa qualité nutritionnelle (plus d'un million de téléchargements). L'application fournirait un **score global** et les éléments de contexte sur le bien-être : par exemple, pour le porc, la surface, durée d'allaitement, etc. Seuls les éléments factuels seraient pris en compte avec un degré de fiabilité pour **favoriser la confiance du consommateur**.

### ↳ *Diversifier l'offre, un levier pour favoriser l'essor des élevages plus respectueux du bien-être animal*

*Par Ghislain Zuccolo, directeur général de Welfarm*

L'élevage français est assez intensif. La plupart des animaux n'ont pas accès au plein air (sauf en production laitière bovine, mais le taux a tendance à diminuer). Or 52 % des français voudraient trouver des produits plus respectueux du bien-être animal.

Welfarm a œuvré à la prise en compte du bien-être dans les critères d'attribution des marchés publics (modification du code des marchés).

Une demande de Welfarm est d'**intégrer** des critères de **bien-être** dans les **signes officiels de qualité**. Au départ la réponse a été négative car seule la qualité organoleptique était prise en compte pour ceux-ci. Mais le dernier [avis du conseil économique et social sur les signes officiels de qualité et d'origine](#) préconise de répondre aux nouvelles attentes sociétales en intégrant notamment le respect du bien-être animal dans les cahiers des charges.

Welfarm propose de développer une segmentation sur les modes d'élevage pour l'ensemble des produits avec **trois niveaux** en commençant par le niveau standard.

Il existe aussi des démarches de marques. Par exemple, pour le jambon, il y a aujourd'hui beaucoup d'allégations sur la santé mais peu sur le mode d'élevage. On observe quelques évolutions. Herta a lancé un jambon plein air qui a rencontré un succès mitigé.

Il peut aussi y avoir des évolutions par les cahiers des charges privés des entreprises. Par exemple Amora n'utilise plus d'œufs produits par des poules élevées en cage pour sa mayonnaise. Welfarm a un projet pilote en partenariat avec Daucy sur la dinde. La quasi-totalité de l'élevage est sans accès au plein air. Il est proposé un enrichissement du milieu : perchoirs, jardin d'hivers,...

### ↳ **Campagne d'étiquetage sur le mode d'élevage du CIWF<sup>1</sup>**

*Par Agathe Gignoux, chargée d'affaires publiques*

Les démarches de segmentation sur le bien-être existent mais sont peu visibles par le consommateur. Or il faut pouvoir rémunérer les engagements des producteurs. Il est nécessaire de renforcer la visibilité des démarches vertueuses. CIWF œuvre pour que le **mode de production** (comportant l'élevage et l'abattage) devienne obligatoire **sur l'étiquette**. L'étiquetage sur les œufs a fonctionné. C'était une évolution acceptable pour les producteurs et les consommateurs.

Les exigences doivent être facilement contrôlables. Elles doivent porter sur les principales caractéristiques du mode d'élevage, intensif ou extensif, utiliser des termes simples et clairs pour le consommateur. La réglementation doit être applicable aux importations.

Cela pourrait être fait rapidement sur les ovoproduits, sur la volaille (le règlement européen définit les modes d'élevage mais reste facultatif). La filière laitière amorce des démarches.

Des distributeurs mettent en place des campagnes de différenciation sur les modes de production comme Lidl et Netto. CIWF travaille aussi avec d'autres associations (voir ci-dessous), avec des distributeurs comme Casino.

CIWF regrette que les amendements de la loi alimentation sur les modes d'élevage soient rejetés.

### ↳ **Projet d'étiquetage sur le bien-être des poulets porté par la LFDA<sup>2</sup>, le CIWF, l'OABA<sup>3</sup> et Casino**

*Par Louis Schweitzer, président de LFDA*

La LFDA considère qu'il est nécessaire de faire avancer le droit sur l'éthique. Il y a des signes que la prise en compte du bien-être animal prend de l'ampleur : le colloque «Améliorer le bien-être», le fait que le sujet de la cause animale a été un sujet du BAC de français 2018.

La LFDA s'est engagée de façon concrète, par exemple pour l'étiquetage des œufs, action qui s'inscrit dans le long terme.

La LFDA, CIWF, et l'OABA ont proposé à Casino un **mode d'étiquetage** sur les poulets de chair : une évolution éthique et un atout commercial :

- 98 % des français sont favorables à protéger le bien-être animal,
- 68 % sont prêts à payer plus pour des produits provenant d'élevage soucieux de celui-ci.

---

<sup>1</sup> - *Compassion in World Farming*

<sup>2</sup> - *La Fondation Droit Animal*

<sup>3</sup> - *Oeuvre d'Assistance aux bêtes d'Abattoirs*

Cette action devrait s'étendre à d'autres marques, d'autres distributeurs et d'autres espèces, et au-delà des frontières.

Cet étiquetage porte sur tous les produits et sur **toutes les étapes de la vie à la mort**. Il s'appuie sur un référentiel défini d'un commun accord avec plus de 200 critères. Certains sont obligatoires (densité à l'élevage, vidéo à l'abattage, ...), d'autres sont compensables (existence de documentation, ...). Il est basé sur un **engagement des professionnels** avec des contrôles sur place par un organisme tiers. Les étiquettes mentionnent des critères très simples et renvoient à un site Internet pour les informations détaillées.

La LFDA souligne l'excellence de la coopération. Elle considère que cet étiquetage bien-être est un atout pour les éleveurs s'il est mené de façon claire et transparente.

### ↳ **La politique de Carrefour sur le bien-être animal et sur la Blockchain**

*Par Hervé Gomichon, directeur qualité et développement durable*

La notion de bien-être est très évolutive. Il est nécessaire de mettre en perspective les changements futurs. Le dernier avis de l'ANSES (proposition d'évolution de la définition) pousse dans ce sens-là.

L'homme n'a pas beaucoup de relations avec l'animal dans la société actuelle. Le bien-être est alors abordé de façon très émotionnelle par les clients. Comment protéger le bien-être des animaux en les tuant et en les mangeant ? On sait qu'on peut le faire en respectant les 5 critères fondamentaux, très liés à l'espèce. Carrefour décline progressivement sa **politique d'affichage bien-être** sur les étiquettes sur les différentes espèces. Les consommateurs sont sensibles à différents points (taille des cages, des parcours, accès au plein air, ...) qu'il s'agit de déterminer.

Carrefour utilise en complément la **Blockchain** : elle permet de donner accès au consommateur à **toutes les données** sur la vie de l'animal de façon fiable et sécurisée.

### ↳ **Projet d'abattoir mobile pour bovins**

*Par Emilie Jeannin, présidente de «Le bœuf éthique»*

L'association «Le bœuf éthique» a été fondée par Emilie Jeannin, éleveuse de bovins, commercialisant en vente directe. L'objectif est d'importer en France un système d'**abattoir mobile** utilisé en Suède. Aujourd'hui, les éleveurs en vente directe amènent leur animal à l'abattoir. Malgré tous les soins apportés, cela reste un moment stressant pour l'animal et l'éleveur, qui est dépossédé des dernières minutes de vie de l'animal.

Ce système d'abattage permet de respecter tous les critères sanitaires indispensables, tout en réduisant le stress : pas d'odeur, pas de bruit, un climat apaisé. Il correspond bien à la notion d'**élevage éthique**.

Pour E. Jeannin, les éleveurs sont choqués par les vidéos sur les abattoirs. Ils ne choisissent pas les modes d'abattage. Ils voudraient aussi savoir où est vendu leur animal et ce qu'en pensent

les consommateurs. Ce système d'abattage mobile est un pacte avec les éleveurs pour qu'ils continuent à élever éthiquement.

### ↳ **Des labels «bien-être animal» à l'étiquetage du mode de production. Analyse des démarches nord européennes**

*Par Christine Roguet, agroéconomiste, IFIP<sup>4</sup>*

Une étude a été menée par l'Ifip dans trois gros pays producteurs et exportateurs d'Europe du Nord qui connaissent une forte contestation de l'élevage intensif, et dans lesquels apparaît la limite de la compétition sur les coûts. La **réponse des filières** a porté sur la communication, la concertation, et la différenciation et la **segmentation sur le respect du bien-être** animal.

Deux stratégies sont utilisées pour financer les investissements nécessaires à l'amélioration du bien-être :

- le considérer comme un bien commun ; des taxes sur tous les produits pour aider les éleveurs investissant sur celui-ci ;
- segmenter le marché ; des labels privés ou officiels pour vendre plus chers les produits bien-être.

Ces labels sont deux types :

- un seul niveau de différenciation ;
- plusieurs niveaux croissants d'exigence pour permettre à tous, consommateurs et éleveurs, de s'engager dans la démarche.

Des enseignements peuvent en être tirés :

- une **sensibilité croissante** des citoyens et un amenuisement de la distinction entre catégories (rente et compagnie) ; en France, 98 % des personnes consomment de la viande mais 1/3 envisagent de diminuer ou cesser ;
- un enjeu consistant à **répondre aux attentes** des consommateurs en trouvant des **alternatives aux pratiques d'élevage** actuelles ; 71 % des français sont prêts à payer plus cher mais seulement 5 à 10 % ;
- une **éthique de responsabilité** pour permettre au consommateur de choisir et aux filières de s'adapter dans un marché libéral et concurrentiel.

### ↳ **Projet Ferme France**

*Par Maximilien Rouer*

Ferme France est un **collectif ouvert** à tous les acteurs. L'objectif de Ferme France est de permettre au consommateur de **choisir en toute connaissance** sur la qualité sociétale globale des produits qu'il achète. Aujourd'hui, il ne sait rien et ce modèle ne fonctionne plus.

Le projet est de créer un système de notation adapté à la France pour rendre compte des conditions de production : bien-être animal, environnement, social, santé. Les produits sont appréciés à travers un algorithme qui doit tenir compte de la diversité agricole de la France. Le consommateur est acteur à travers un mécanisme de **jury citoyen** à l'image de Tripadvisor pour

---

<sup>4</sup> - Institut du porc

définir les progrès à mener. Aujourd'hui la voix des consommateurs est plus importante que celle de l'expert. Cela est possible grâce aux outils du numérique.

### ↳ **Abattage et abattoir : quelle transparence ?**

Par l'AFAAD<sup>5</sup>

L'AFAAD<sup>5</sup> déplore le manque d'information sur les conditions d'abattage. Les seules sources qui existent sont :

- les vidéos de L214
- la commission d'enquête parlementaire de 2016
- les rapports d'inspection du ministère de l'agriculture en 2016.

Elle réclame les moyens de la transparence qui sont :

- le **contrôle vidéo** en abattoir, efficace pour lutter contre les abus ; elle permet de palier les baisses d'effectifs des contrôleurs ;
- la **publication des rapports** annuels d'abattoir ;
- la possibilité de **visites inopinées** des abattoirs par les éleveurs (qui devraient être les premiers lanceurs d'alerte) et les parlementaires ;
- l'étiquetage mentionnant l'insensibilisation ou non avant abattage (une partie de la viande issue d'abattage sans étourdissement passe dans les produits normaux) et le lieu d'abattage.

### ↳ **Débat avec le public**

Le Collectif Plein air mentionne qu'il est nécessaire de réduire le nombre d'animaux élevés pour préserver l'environnement. Il s'agit pour les éleveurs de produire moins en maintenant leur revenu. Il faut inverser les indicateurs de la PAC basés sur la production par UTH<sup>6</sup> .

S. Arzac de L214 considère que l'étiquetage n'est pas une bonne solution. Il permet de rassurer le consommateur sans réduire le niveau de consommation. Il y a une confusion entre attentes du citoyen et du consommateur. Il faut une action politique pour diminuer le nombre d'animaux d'élevage.

L. Schweitzer explique que l'étiquetage (droit souple) répond à une demande et permet de mobiliser le politique et de faire prendre conscience mais ne doit pas remplacer le vrai droit.

## **Table ronde**

*Jacques Alvernhe, directeur d'abattoir de proximité*

*Romain Bardy, transporteur t3b, spécialiste longue distance*

*Michel Courat, expert vétérinaire et délégué coordinateur de l'OABA*

*Olivier Falorni, député*

*Etienne Gangneron, vice-président de la FNSEA*

*Corinne Pelluchon, philosophe*

5 - Association en Faveur de l'Abattage des Animaux dans la Dignité

6 - Unité de Travail Humain

L'importance de construire ensemble est partagée par les intervenants. Trouver des accords sur des pratiques permet des avancées concrètes même si les horizons restent différents entre les acteurs de la filière et les associations welfaristes. Les filières agricoles ont entendu l'attente de la société et des consommateurs. Mais l'adaptation demande du temps et il est nécessaire que les prix des produits issus de ces nouvelles pratiques permettent de payer les efforts effectués.

La vidéo-surveillance en abattoir est demandée par les associations de protection animale. Elle est mise en œuvre en Grande Bretagne. Certains abattoirs français l'expérimentent. Elle demande pour être acceptée par le personnel des abattoirs d'être très encadrée (protection des données personnelles, définition et limitation de l'utilisation des enregistrements, ...).

Il reste des incohérences entre les réglementations : cas général et tolérance pour l'abattage rituel ; pour les transports, réglementation pour les chauffeurs et réglementation pour les animaux.

Les défenseurs de la cause animale regrettent que les amendements portant sur le bien-être du projet de loi alimentation aient été rejetés (interdiction du broyage des poussins, interdiction de l'élevage des poules pondeuses en cage, ...). Un meilleur respect du bien-être va dans le sens de l'histoire mais les avancées se font lentement.

Les outils numériques (notamment à partir de l'intelligence artificielle) peuvent aider au bien-être animal en permettant la transparence. Ils induisent aussi des craintes quant au respect de la vie privée.

MM. L. Dombreval et F. Lenoir soulignent les aspects constructifs des débats, nécessité pour atteindre des consensus.

M. Nicolas Hulot, ministre de la Transition écologique et solidaire, en conclusion, estime que c'est un sujet sensible à traiter en toute sérénité. Il propose comme démarche que chacun se pose la question de ce qu'il peut faire.