

« La Charte des bonnes pratiques d'élevage valorise le travail des éleveurs »

La Charte des bonnes pratiques d'élevage existe, depuis 2001, en réponse à la crise de la vache folle. C'est un outil qui permet de valoriser le métier d'éleveur face à des attentes sociétales pressantes. Sur fond d'inquiétude des consommateurs, trois questions à Bernard Malabirade, coprésident de la Charte des bonnes pratiques d'élevage.

Quel est l'objectif de la Charte des bonnes pratiques d'élevage ?

En 1999, nous cherchions à codifier le métier d'éleveur au lendemain de la crise de la vache folle.

Au-delà de la nécessité de promouvoir le métier d'éleveurs, et de renforcer la qualité des pratiques, il s'agissait d'arrêter d'opposer élevage intensif et élevage extensif : il n'y a pas d'un côté des bons et de l'autre des mauvais éleveurs.

Les éleveurs de bovins rassemblés autour de la Fédération nationale des producteurs de lait (FNPL), de la Fédération nationale bovine (FNB) et de la Confédération nationale de l'élevage (CNE) ont décidé de créer un outil de progrès et d'autoévaluation des pratiques du métier qui s'est concrétisé dans la Charte des bonnes pratiques d'élevage.

La première version s'articulait autour de la traçabilité et l'identification des animaux et des aliments. À sa création en 1999, plus de 20 000 éleveurs ont signé la Charte.

Aujourd'hui, ce sont 105 000 élevages qui sont adhérents. Puis, la charte a évolué avec la volonté des éleveurs de faire face aux nouvelles attentes de la société.

En 2003, la démarche collective inclut ainsi la traçabilité des pratiques des éleveurs, notamment pour répondre à la réglementation européenne avec le Paquet Hygiène. En 2007, la Charte s'élargit à la filière veaux. En 2012, les attentes environnementales, le bien-être animal et la sécurité au travail viennent compléter les versions antérieures.



À quoi s'engagent les éleveurs signataires de la Charte ?

Il n'y a aucune obligation à adhérer à la Charte, c'est à l'éleveur de choisir de signer ou pas. S'il signe, c'est qu'il respecte les bonnes pratiques de la Charte. Aujourd'hui, 50 % des éleveurs français adhèrent à la Charte, ce taux monte à 75 % si on considère les éleveurs qui ont plus de 20 vaches.

La Charte s'organise autour de six chapitres : identification, santé du troupeau, alimentation, qualité du lait, bien-être et sécurité, environnement. Pour chacun de ces secteurs, il y a des recommandations portant, par exemple, sur le contrôle des tracteurs, sur le bouclage des animaux, sur l'entretien du matériel de réfrigération du lait...

Au total, la Charte 2012 contient 41 rubriques qui permettent aux éleveurs de s'auto-évaluer et de progresser. Un système d'assurance qualité de la démarche est en place afin de vérifier le bon fonctionnement du dispositif à tous les échelons.

Autre point majeur, la Charte fait office de socle pour toutes les démarches de qualité. C'est le mi-

nimum requis, auquel viennent s'ajouter des éléments spécifiques à chaque démarche : la filière Label Rouge par exemple ou certaines appellations d'origine contrôlée (AOC).

Quelle visibilité a cette démarche auprès des consommateurs ?

La promotion du métier d'éleveur est une spécificité française. Les autres pays européens ont une démarche produits plus qu'une démarche métier. Nous pensons que, pour qu'un produit soit crédible, il faut que le métier d'éleveur soit crédible. Dans une assiette, le produit peut être bon, mais il y a des choses non visibles qui méritent aussi d'être reconnues, le métier d'éleveur en fait partie.

Les distributeurs, les marques, les enseignes sont demandeurs de viande et de lait issus d'élevages adhérant à la démarche. Ils y trouvent un double avantage : la réassurance produit et la possibilité d'avoir une démarche qui dénote avec les autres enseignes.

Ainsi, la laiterie Elle&Vire appose le logo Charte des bonnes pratiques d'élevage sur le beurre. Nous sommes en pourparlers avec Charal. McDonald's s'approvisionne aussi à 75 % avec des vaches issues d'élevages adhérant à la Charte.

Parallèlement, certaines entreprises octroient des plus-values pour les productions issues d'élevages adhérents. Par exemple, SVA Jean Rozé donne une plus-value de 3 centimes au kilo depuis 2004. Ces initiatives sont encore marginales, mais elles sont très positives et valorisent le travail des éleveurs.