



alsace nature

Agriculture en Alsace – Alsace Nature propose :

# Des Initiatives Locales pour Valoriser la Protection de la Nature et le Bien-Etre des Animaux

## Course à la compétitivité et respect du vivant ? Incompatibles !

Aujourd'hui l'agriculture doit répondre à **de nouveaux défis**. Tout en nourrissant l'humanité, elle doit devenir écologique. Deux domaines, en tant que **maillons faibles**, méritent tout particulièrement d'être mieux connus et mieux pris en compte : il s'agit de **la protection des milieux naturels et du respect des animaux d'élevage**. La biodiversité régresse. Respecter les besoins des animaux n'est pas possible si seule la performance compte. La réglementation et les outils de la Politique Agricole Commune ont lourdement échoué.

## Pour que les agriculteurs puissent respecter les animaux et la nature, il leur faut un revenu

Il s'agit de **renverser les approches habituelles** qui sont celles des « interdits » et de la complexité administrative. Vu les échecs de ce modèle, **il faut des démarches volontaires**. Quel est le prix qu'il faut donner pour que les truies ne connaissent plus la cage, que les lapins puissent courir et sauter, que l'élevage en plein air progresse, que les bâtiments d'élevage comportent de la litière, que l'écornage se fasse sous anesthésie ; que les roselières s'étendent en zones humides, que les haies et bandes enherbées accueillent la faune, que la gestion des prairies extensives préserve les fleurs et insectes, que l'eau reste abondante et propre ? Dans l'immédiat, il s'agit d'un « **surcoût** », mais à terme, c'est **tout bénéfique** pour une société moins polluante, plus écologique et plus humaine.

## Aides et prix doivent devenir complémentaires

Les aides agricoles devraient en priorité soutenir et rendre viables des **pratiques respectueuses** (ceci est très peu le cas). Le consommateur responsable, qui choisit le produit éthique, n'aurait alors à déboursier plus qu'une modeste part du coût du respect, débarrassé du **dumping** du mépris. Est-ce que les consommateurs sont **prêts à payer pour une qualité éthique qui est celle du respect du vivant** ? Autant les études que certaines expériences (œufs produits sans cages !) sont encourageantes, même si ce n'est jamais facile,

vu **la distorsion de concurrence** au détriment des pratiques respectueuses. Mais l'Homme n'est pas qu'égoïste ; **être altruiste** fait plaisir.

La vente directe est une réponse partielle. L'essentiel des volumes se vend en circuits longs. Le respect du vivant interpelle tout autant l'agriculture de proximité (qui en soi ne garantit rien) que les centrales d'achat.

## Une Plus-value du Respect ? C'est possible !

Une telle approche suppose **un changement de paradigme**, une révolution mentale. Mais le concept de **l'équité** est prêt. **La gamme des prix** offre une marge de manœuvre. Les acteurs professionnels, à commencer par **les agriculteurs**, ne demandent qu'à être convaincus (« je veux bien travailler autrement, si c'est payé »). **Les transformateurs** ont du chemin à faire ; c'est chez eux que se jouent les économies d'échelle, la valorisation des coproduits, et l'efficacité de la logistique. **Les distributeurs** et autres acteurs découvrent la Responsabilité Sociale des Entreprises ; il est grand temps d'y intégrer le respect des animaux en tant qu'êtres sensibles, intelligents et sociaux.

En attendant, comme toujours, **il y a besoin de pionniers**.

## Etre crédible. Localement. Ensemble.

**Pour réussir une marque commerciale** ou un label **basé sur le respect des animaux et de la nature**, la première condition est **la crédibilité**. Des labels de ce type existent déjà, avec succès. Il faut des critères significatifs, mais une certaine souplesse est utile, avec une dynamique de progrès, vu que chaque exploitation est différente. Une combinaison entre des exigences de base fixes et un système à points avec un catalogue d'actions au choix, est une piste possible. Il est aussi envisageable de définir différents niveaux d'exigence.

**Il faut des aides publiques**, surtout au démarrage. L'Europe, l'Etat et les collectivités disposent d'outils pour soutenir les exploitants, les PME, la promotion, la formation.

Or **la dynamique d'une volonté sociétale**, locale, largement partagée, compte énormément : vous et nous, élus, agriculteurs, organisations professionnelles, entreprises, associations (témoins crédibles et soutiens motivés), réseau rural, enseignement, médias,...

# Des Initiatives Locales pour Valoriser la Protection de la Nature et le Bien-Etre des Animaux : *Respect en plus*

## Animaux d'élevage

**Il y a besoin d'actions volontaires pour Plus respecter les besoins des animaux d'élevage !**

- Parce que les normes minimales sont très insuffisantes et adaptées aux systèmes industriels.
- Parce que les normes minimales sont mal appliquées d'où une plainte à la Commission Européenne contre la France pour non application de la directive de protection des porcs.

**Cela existe et fonctionne !**



**En Alsace :**  
Le *porc Thierry Schweitzer* du *paysan-charcutier* est commercialisé avec une gamme bio et une gamme intermédiaire de bien être-animal (paille, truies libres de bouger y compris en maternité, surfaces augmentées, bâtiments ouverts ou plein air ; ni antibiotiques systématiques, ni OGM...)  
➔ [www.thierry-schweitzer.com](http://www.thierry-schweitzer.com)

**Exemples de marques « Bien-être animal » :**

- Royaume-Uni :** Freedom Food
- Pays-Bas :** Beter Leven (mieux vivre), un système avec trois étoiles,
- Allemagne :** des travaux préparatifs pour commencer avec les porcs et les poulets, avec deux niveaux.
- La Basse-Saxe** s'est dotée d'un programme de protection animale qui vise entre autre. l'abandon de la mutilation des becs.
- La Suisse** aide les agriculteurs par les *programmes éthologiques*, ce qui a favorisé les labels « bien-être ».

## Proposition d'Alsace Nature :

**Parce que la pression sur le prix des œufs est abusive :**

Créer une filière régionale et une *Plus-value* équitable pour des élevages particulièrement respectueux des poules et de la nature.

**Parce que l'économie laitière oublie qu'elle a affaire au vivant :**

Développer en priorité l'existant, initier de nouvelles démarches :  
Production de lait dans les Rieds, avec une *Plus-value* équitable pour des élevages privilégiant l'herbe et particulièrement respectueux des vaches, des veaux, et de la biodiversité des prairies.

**Parce que le système dominant de production de porcs est inacceptable :**

Obtenir une *Plus-value* équitable pour des élevages avec litière, dans l'air frais et la lumière, où jamais aucune truie n'est bloquée en cage et où aucun animal n'est castré à vif.

**Parce que les bovins sont herbivores et que l'herbe a une fonction écologique :**

Soutenir une production de viande bovine qui est cohérente en privilégiant l'herbe (durant toute la vie des animaux !) et la biodiversité pour une *Plus-value* équitable.

**Parce que le grand hamster est au bord de l'extinction en France :**

Créer une *Plus-value* équitable pour des produits issus de céréales cultivées dans le respect des besoins du hamster : bio, couvert végétal, rotations, espaces semi-naturels...

**Parce que la faune et la flore des zones humides sont en déperdition :**

Soutenir une renaturation par les roselières naturelles avec une récolte de biomasse énergétique, selon des règles de respect de la faune et flore. (travail de la LPO)

## Nature

**Il y a besoin d'actions volontaires pour Plus respecter la nature !**

- Parce que la biodiversité régresse.
- Parce que ni les « interdits », ni les mesures d'une grande complexité administrative, ni les moyens budgétaires en place ne sont efficaces pour préserver la biodiversité.

**Cela existe et fonctionne !**



**En Alsace :**  
Une gamme de produits laitiers (biologiques) et des fromages *Tomme des Prés du Ried* et *Meule de Foin* (non biologiques) sont tous issus de fermes avec une prédominance d'herbe dans la ration des vaches voire des prairies patrimoniales sous contrat. Les enjeux : la survie des derniers courlis cendrés et d'autres nicheurs au sol, et des fleurs et insectes remarquables.  
➔ [www.fromages-presduried.fr](http://www.fromages-presduried.fr)



**Exemple de marque « Biodiversité » :**

**TerraSuisse** est un label du distributeur suisse Migros. Il paie un plus aux producteurs qui font un effort pour gérer les espaces naturels de manière à offrir abri et nourriture à des espèces menacées ou ordinaires.



alsace nature

Retrouvez le document complet sur le site d'Alsace Nature :

[www.alsacenature.org](http://www.alsacenature.org)