



***Conférence sur le bien-être et la manutention  
des animaux de l'AMIF (American Meat Institute Foundation)  
23-24 février 2006\****

Les présentations ont été regroupées en quatre grands thèmes :

1. Perspectives des grandes entreprises alimentaires
2. Initiatives et grandes orientations de l'industrie agricole
3. Gérer la controverse et traiter avec les activistes
4. Initiatives internationales

Messages récurrents :

- Un mécanisme doit être établi pour donner des assurances crédibles au sujet du bien-être des animaux – pour la plupart des conférenciers, cela voulait dire des vérifications par des tierces parties;
- La question du bien-être des animaux est là pour rester – il importe donc de régler les difficultés à temps afin d'éviter qu'un événement déclencheur donne lieu à une situation de crise;
- Thème de la responsabilité sociale :
  - ✓ Tous les joueurs de l'industrie doivent être vigilants, au risque de perdre la confiance des consommateurs;
  - ✓ Les consommateurs s'attendent à ce que les sociétés de produits alimentaires prennent à leur compte la responsabilité des valeurs sociales (vis-à-vis du bien-être des animaux, de l'environnement);
  - ✓ Les consommateurs pensent qu'il y a matière à amélioration;
- Une approche intégrée, adoptée par l'ensemble de l'industrie doit être adoptée - cette approche devra être scientifiquement fondée, abordable et communiquée de manière appropriée aux consommateurs;

### **1. Perspectives des grandes entreprises alimentaires**

Conférenciers : Rob Cannell, directeur de la gestion de la chaîne d'approvisionnement, McDonalds – Joan Menke-Schaenzer, vice-présidente de la sécurité alimentaire, Wal-Mart

- Les sondages montrent qu'il existe un écart considérable entre les attentes des consommateurs vis-à-vis des grandes entreprises alimentaires, en termes de responsabilité sociale, et les perceptions des consommateurs au sujet du comportement des entreprises à cet égard – ***les consommateurs pensent que l'industrie alimentaire peut faire mieux.***
- L'expérience de la marque de produit et la réputation des entreprises alimentaires relativement à leur rôle civique déterminent le niveau de confiance des consommateurs;
- Le rôle de McDonald sur le marché implique la capacité de veiller à la qualité des aliments, mais aussi la responsabilité de le faire.
- Le bien-être des animaux est un enjeu non dépendant de la concurrence; cet enjeu nécessite une approche intégrée.

\*Certaines présentations sont disponibles en ligne à l'adresse suivante :

[http://www.meatami.com/Content/NavigationMenu/Events\\_Education/AMI\\_Educational\\_Conference\\_Presentations/Animal\\_Care\\_and\\_Handling\\_Conference/Animal\\_Care\\_and\\_Handling\\_Conference.htm](http://www.meatami.com/Content/NavigationMenu/Events_Education/AMI_Educational_Conference_Presentations/Animal_Care_and_Handling_Conference/Animal_Care_and_Handling_Conference.htm)

- Les consommateurs s'attendent à ce que Wal-Mart s'occupe des questions liées au bien-être animal en leur nom. Ils ne veulent pas payer les produits plus chers.
- Se montrer proactif s'assimile à se couvrir au moyen d'une assurance – contre la décision des consommateurs de choisir un autre produit en se basant sur le critère du bien-être des animaux.
- Il existe un certain intérêt en faveur d'une approche intégrée, mais les sociétés alimentaires continueront néanmoins d'élaborer et de mettre en oeuvre leurs propres programmes en attendant qu'un programme global soit au point (celui du Food Marketing Institute/National Council of Chain Restaurants- FMI-NCCR - ne leur paraît pas plausible)
- Le programme de vérification de Wal-Mart sera annoncé à la fin d'avril 2006 (*selon une conversation privée avec M<sup>me</sup> Menke-Schaenzer, les vérifications n'auront aucun effet au Canada jusqu'à ce que les magasins SAM Club ouvrent sur ce marché*)
- Le but premier des vérifications par des tierces parties n'est pas de maintenir la confiance entre les magasins de détail et les fournisseurs, mais de communiquer avec les consommateurs de manière crédible.
- Les vérifications par des tierces parties s'ajoutent aux vérifications internes -- un nouveau regard armé d'une vaste expérience offre aux secteurs ID des possibilités d'amélioration auxquelles les responsables internes n'avaient peut-être pas songé.
- Au lieu de se concentrer sur les coûts potentiels de la mise en oeuvre d'un processus de vérification, on devrait se concentrer sur le fait que l'amélioration du bien-être des animaux par le biais des vérifications contribuera à accroître la qualité du produit et, par suite, la rentabilité des activités.

## **2. Initiatives et perspectives de l'industrie agricole**

Conférenciers : Sherrie Niekamp, directrice, Bien-être animal, National Pork Board – Angela Baysinger, vice-présidente, Salubrité des denrées agricoles, Farmland Food

- Le National Pork Board (NPB) compte dans ses rangs une équipe chargée du bien-être animal – le programme d'assurance-qualité de la viande de porc et le programme d'assurance du bien-être des porcs se combinent pour permettre le maintien d'un plan consacré au porc.
- Le NPB examine actuellement les deux programmes pour améliorer la façon dont ils fonctionnent ensemble.
- Des options sont étudiées pour assurer la crédibilité du système tout en maintenant les coûts à un niveau raisonnable et en veillant à l'aspect pratique des activités.
- Le programme d'assurance du bien-être des porcs n'est pour l'instant qu'un outil de sensibilisation – les évaluations effectuées dans le cadre de ce programme sont exécutoires.
- Le programme de vérification du bien-être du FMI-NCCR n'est ni réalisable au plan pratique ni abordable (*un conférencier l'a qualifié de programme éteint*)
- La Professional Animal Auditing Certification Organization (PAACO) est un organisme de certification des vérificateurs qui existe depuis 2004 (<http://www.animalauditor.org/>)

- But : favoriser le traitement décent des animaux grâce à la formation et à la certification de vérificateurs, et faire valoir la profession de vérificateur du bien-être des animaux.
- Organisme sans but lucratif formé par les associations suivantes : Federation of Animal Science Societies (FASS), American Registry of Professional Animal Scientists (ARPAS), American Association of Bovine Practitioners (AABP), American Association of Swine Veterinarians (AASV) et American Association of Avian Pathologists (AAAP)
- Ces groupes ont uni leurs efforts pour mettre sur pied des activités de formation et de certification à l'intention des vérificateurs de ferme et d'usine de transformation – mais ils n'élaboreront pas de vérifications.

### **3. Gérer la controverse et traiter avec les activistes**

Conférenciers : John Lewis, division du contre-terrorisme, FBI - Gerald Kinard, président, LEARN (Law Application Academic Network) - Charlie Arnot, CMA Consulting

- Nous devons mener des évaluations au sujet des menaces et de la vulnérabilité afin de déterminer où se situent nos points faibles et de réduire notre exposition
- L'industrie doit se rassembler pour contrer le problème lié aux activistes.
- Les défis ne se limitent pas à une filière en particulier, mais touchent l'ensemble de l'industrie. Les mesures doivent provenir de tous les joueurs.
- Il est important d'intervenir tôt, afin d'éviter que le problème se transforme en crise.
- L'industrie doit faire son propre examen de manière objective et critique, et obtenir les points de vue des consommateurs.
- Elle ne peut pas dire aux consommateurs quoi penser, ni se dire que « si seulement ils comprenaient », le problème disparaîtrait.
- Le conflit survient lorsqu'il existe un décalage entre les attentes des consommateurs et le rendement de l'industrie.
- Nous reconnaissons qu'il existe dans notre société une certaine confusion sur le plan culturel au sujet du rôle et de la fonction des animaux (animaux de compagnie ou aliments)?
- Les activistes tirent parti de cette confusion, p. ex., en mettant au même niveau le fait de manger de la viande et de manger un animal de compagnie. Leur objectif est de faire en sorte qu'il soit plus difficile de différencier les animaux d'élevage et les animaux de compagnie – ils nous mettent au défi de prouver en quoi ils sont différents.
- Les activistes sont formés et préparés pour entreprendre leurs activités – ce point ne doit pas être sous-estimé.
- L'affluence de la société nord-américaine fait que les gens peuvent exiger plus des aliments qu'ils achètent – p. ex., qu'ils soient produits de manière socialement responsable. Nous (les É.-U., le R.-U. et le Canada) consacrons une moindre part de notre revenu aux aliments que la plupart des pays.
- Les compagnies qui interprètent les questions de responsabilité sociale comme une menace courent un risque, alors que celles qui acceptent pleinement cette notion ont un avenir prometteur devant elles.

- Les Américains n'en savent pas beaucoup sur la source de leurs aliments (et ils ne s'y intéressent pas) – mais ils aimeraient croire que toutes les difficultés qui s'y rattachent, y compris celles liées au bien-être des animaux, sont réglées.
- Le bien-être des animaux n'est pas un facteur de motivation des consommateurs, mais il peut devenir un facteur de démotivation si les consommateurs en viennent à croire qu'ils ne peuvent pas avoir confiance dans la capacité de l'industrie de s'occuper des enjeux liés au bien-être animal.
- Les recherches montrent que les consommateurs n'aiment pas connaître les menus détails de la façon dont les aliments sont produits – sauf lorsque survient un incident. Il faut donc s'assurer qu'aucun incident ne se produira.
- La majorité des gens (96%) estiment que les animaux d'élevage méritent d'être traités de manière décente, mais reconnaissent que cela ne veut pas dire de les traiter comme des animaux de compagnie – il est encourageant de voir que la plupart des gens font une distinction.
- Toutefois, la plupart des gens pensent aussi que davantage de lois au sujet du bien-être animal devraient être adoptées, ce qui indique qu'ils ne pensent pas que nous faisons tout en notre pouvoir à cet égard.
- Que faire?
  - ✓ Adopter sans réserves l'obligation morale d'assurer le bien-être des animaux et établir des normes à toutes les étapes de la production/transformation afin de respecter cette obligation (cela nous mettrait en phase avec 96 % des gens). Ne répondez pas par des chiffres aux questions d'ordre moral! Q. : Les producteurs ont-ils à cœur le bien-être de leurs animaux?
    - Il est dans notre intérêt économique de le faire – MAUVAISE RÉPONSE
    - Nous reconnaissons l'obligation morale de respecter les animaux; cette obligation nous incombe et nous la prenons au sérieux. BONNE RÉPONSE. Vous pouvez ajouter que les facteurs économiques justifient aussi le bon traitement des animaux, mais cela ne devrait pas être votre première réponse.
  - ✓ Établir une série de normes mesurables pour le bien-être animal. Mettre au point une méthode pour mesurer le rendement par rapport aux normes. Inclure l'évaluation d'une tierce partie. Cela veut aussi dire adopter une position plus résolue dans les situations où les gestes des producteurs ou des transformateurs peuvent laisser penser qu'ils rejettent leur obligation morale.
  - ✓ Communiquer la valeur de ce système à tous les segments de la chaîne de production d'aliments. L'industrie doit assumer sans réserves son obligation morale, au risque de perdre la confiance des consommateurs. Les consommateurs doivent savoir que vos décisions sont bonnes, que vous vous occupez des producteurs qui ne se conforment pas et que vous n'acceptez pas les normes inférieures.
- Quiconque définit les enjeux maîtrise le débat. Or, nous avons permis aux activistes de définir les enjeux.

#### 4. Initiatives internationales

Conférenciers : Phil Seng, Meat Export Federation, É.-U., et membre du secrétariat international sur la viande, chargé de la rétroaction à l'OIE; et Kay Johnson, directeur administratif, Animal Agriculture Alliance (AAA)

- Il existe un risque réel que le bien-être animal devienne un obstacle douanier non tarifaire.
- Des normes minimales « plancher » devraient être établies dans le domaine du bien-être animal.
- L'ESB a évolué différemment en Europe et en Amérique du Nord. Elle a causé la perte de confiance des consommateurs européens -- cela ne s'est pas produit sur ce continent.
- En Europe, les ministères de l'Agriculture sont devenus des ministères de protection des consommateurs – ils protègent les consommateurs des agriculteurs.
- La même chose pourrait se produire en Amérique du Nord. – le dossier du bien-être animal est caché au bord du chemin, prêt à surgir à tout moment. Les règles sur le bien-être animal doivent être harmonisées, ou nous risquons de perdre la confiance des consommateurs.
- Il est préférable de régler le problème avant qu'il ne tourne en crise.
- L'OIE est une des réponses évidentes au bien-être animal et à l'harmonisation des normes, dans la mesure où elle permet de fixer des normes scientifiquement fondées.
- L'AAA collabore avec l'USDA pour offrir des commentaires à l'OIE.
- Il importe d'établir les relations requises pour faciliter la transmission des commentaires de l'industrie à l'OIE.
- Le processus doit être simplifié et coordonné, sinon l'USDA sera inondé de commentaires de l'industrie, dont certains pourraient être contradictoires.
- L'AAA a mis sur pied un comité d'examen qui passe en revue les lignes directrices de l'OIE à mesure qu'elles sont publiées; ce groupe réunit les connaissances et l'expertise requises pour formuler des observations au sujet des lignes directrices en question. Le comité est encore en développement, et sera mis à l'épreuve lorsque l'OIE publiera de nouvelles lignes directrices (un guide sur le logement et la production des animaux terrestres est prévu pour 2007).
- Le bien-être animal fait figure d'exception dans le processus de l'OIE – les ONG ont le droit de transmettre leurs commentaires sur le bien-être animal directement à l'OIE. Question des répercussions pour les normes scientifiquement fondées.
- Il est important de suivre les activités de l'OIE et des autres instances internationales. Il faut aussi veiller à ce que des politiques et des activités de formation soient mises en oeuvre dans toute l'industrie afin de montrer que les pratiques de respect du bien-être animal sont en place. Enfin, il faut pouvoir montrer que nous allons dans la bonne direction.
- Nous devons travailler avec les groupes internationaux afin de favoriser la compréhension entre l'Europe et l'Amérique du Nord.
- Un avis sur le bien-être animal doit être formulé pour l'ensemble de la planète.