



Actes de la troisième Conférence internationale sur la Francophonie économique

VERS UNE ÉCONOMIE RÉSILIENTE, VERTE ET INCLUSIVE

Université Cheikh Anta Diop de Dakar – Sénégal, 16 – 18 mars 2022

VIANDES LAFRANCE: RELANCE ECONOMIQUE, REDUCTION DE LA POLLUTION (DECARBONISATION), MEILLEURE SANTE ET PLUS DE BONHEUR DE LA POPULATION, GRACE AU REPOSITIONNEMENT DES PME

INDIRA MOUDI

Présidente et propriétaire, Viandes Lafrance (Louis Lafrance et Fils Ltée) Shawinigan, Québec, Canada imoudi@africansuppliers.com

RÉSUMÉ – La production massive de la protéine animale a des enjeux significatifs sur les changements climatiques et le bien-être animal, qui sont largement débattus par les végétariens et la jeune génération. Bien que l'âge et l'éducation entraineront la consommation de divers substituts tels que la protéine végétale, tempeh, beyond meat ou autres, l'Homme continuera à consommer de la viande. L'objectif de cet article est de démontrer comment la viande produite localement, lorsqu'elle est intégrée dans le système alimentaire plus large, a des moyens d'expansion pour les chaînes d'approvisionnements locales afin de répondre à la demande croissante, de manière durable tout en intégrant les processus de décarbonation. La démonstration est faite par l'impact et la résultante d'une PME, Viandes Lafrance existante depuis 1929, spécialisée en viande, en région au Québec (Canada). Nous devons comprendre comment produire de la viande plus efficacement de la même manière que nous produisons aujourd'hui de l'énergie d'une manière plus responsable et durable impliquant la décarbonation du secteur et les meilleures pratiques. En plus d'être une production de viande responsable écologique considérant davantage le bien-être animal, cette solution favorise l'économie locale et l'autosuffisance alimentaire tout en enlevant les contraintes d'approvisionnements expérimentées lors de la récente pandémie

Mots clés: Viandes, Alimentation local, Décroissance, Décarbonisation.

Les idées et opinions exprimées dans ce texte n'engagent que leur(s) auteur(s) et ne représentent pas nécessairement celles de l'OFE ou de ses partenaires. Aussi, les erreurs et lacunes subsistantes de même que les omissions relèvent de la seule responsabilité de ou des auteurs.

1. Introduction

L'humanité n'arrêtera pas de manger de la viande, c'est la nature de l'homme. Nous devons comprendre comment produire de la viande plus efficacement de la même manière que nous produisons aujourd'hui de l'énergie d'une manière plus responsable et durable impliquant la décarbonation et les meilleures pratiques.

La viande est un produit alimentaire, sujet de polémique et c'est pourquoi, il faut être à l'écoute de la jeune génération, des changements climatiques, des végétariens, de la protection des animaux. Aujourd'hui, grâce à de la formation, un professionnalisme et un savoir-faire appropriés, la viande peut être produite en tenant compte des éléments suivants :

- A. Équité (les animaux sont traités comme être vivants) et durabilité ;
- B. **Impact social** et environnemental à travers « Décroissance pour les géants du secteur alimentaire, Circuit Court et Approvisionnement Local » ;
- C. L'orientation client en renouant la confiance entre l'agriculture, l'alimentation et les consommateurs, en utilisant l'inclusion pour toucher la santé, le bien-être et le bonheur de tous.

La pandémie actuelle a gravement affecté l'économie mondiale et le manque de préparation stratégique et collective remettant en cause la continuité de la plupart des opérations. Plusieurs chaînes d'approvisionnements ont simplement cessé d'exister ou engendré des coûts et du temps inimaginable, entrainant notamment un manque de nourriture dans plusieurs pays. En tant que propriétaire d'entreprise familiale et entrepreneure, avec une réflexion innovante, durable et stratégique, nous avons maintenu notre usine de fabrication de viande ouverte toute l'année en nourrissant la population locale du Québec. Cela s'est traduit par une double nomination¹ de notre entreprise, Viandes Lafrance, lors du concours du « Réseau des Femmes d'Affaires du Québec RFAQ ».

Ces nominations ont été saluées par le premier ministre du Québec, François Legault et son homologue du Canada, Justin Trudeau.

En avril 2022, l'entreprise se voit également couronnée comme finaliste au concours de l'Association Manufacturier Mauricie Centre du Québec dans la catégorie Developpement Durable.

Les propriétaires de <u>Viandes Lafrance</u> sont un couple d'ingénieure industrielle et de télécommunication, formé avec un état d'esprit de production de masse à l'international à travers des multinationales. Ils ont pu comprendre comment la viande peut être produite de manière plus efficace et durable, en réduisant le Gaz à Effet de Serre (GES), car ce sont des entrepreneurs passionnés, qui voient la vie à travers les yeux de leader global et humain. De plus il y a un ressentis, une obligation de laisser un monde meilleur, un héritage des meilleurs pratiques pour nos enfants.

¹ Finaliste pour le prix de la catégorie « Covid Coup de Cœur » en 2020, et Lauréate pour le prix de la catégorie « Femmes en Mouvement Desjardins : Entrepreneure d'Impact s'étant démarquée par ses actions concrètes en matière de développement durable (impacts social, environnemental et/ou économique) » en 2021.

2. Objectif

L'objectif de cet article est de démontrer comment l'industrie de la viande produite localement, lorsqu'elle est intégrée dans le système alimentaire plus large, possède des moyens d'expansion pour les chaînes de distribution locales afin de répondre à la demande croissante du consommateur, de manière durable tout en intégrant les processus de décarbonation.

L'étude de cas est basée sur l'analyse d'une compagnie existante depuis 1929, en région au Québec, avec une succession de 3 générations de la même famille et, finalement reprise en 2012, par des entrepreneurs qui ont la fibre entrepreneuriale tout en étant des ingénieurs d'expériences. L'étude synthétise à travers le sens commun (aussi appelé le gros bon sens au Québec) de plusieurs facteurs, qu'il nous faudrait un changement de paradigme de la production de masse vers une production plus localisée dans l'industrie de la viande, si nous voulons réduire significativement nos GES provenant des animaux et du transport de ce produit fini.

Il est entendu que divers substituts de protéines végétales, protéines chimiques ou autres sont actuellement en développement, mais nous savons qu'il y aura une consommation résiduelle de protéine animale qui continuera. Cette dernière devra, à travers des mécanismes de financement et de régulation, se produire de manière écoresponsable. De plus, les pays d'élevage qui ont investi massivement dans ce type de production avec des abattoirs géants, doivent se réinventer s'ils veulent se **décarboniser**, et se **diversifier** en adoptant des stratégies de **décroissance**.

3. Contexte

Les produits alimentaires évoluent de différentes manières pour atteindre les consommateurs finaux. À tous égards, les entreprises s'efforcent de réduire les coûts de production et de distribution tout en maintenant la qualité et la sécurité requises dans l'industrie. La demande d'aliments frais et plus sains, a consolidé l'offre alimentaire cultivée localement. Les décideurs locaux et provinciaux s'intéressent également de plus en plus au soutien des petites et moyennes entreprises (PME) locales opérant dans l'industrie alimentaire, et à l'importance de la production locale en général. La pénurie d'approvisionnement, durant le COVID-19, dans de nombreux secteurs a clairement démontré l'importance et l'avantage de l'approvisionnement local.

Il devient urgent pour chaque pays/région de recourir à une liste des produits essentiels pour le bon fonctionnement de ses régions, et de s'assurer de les manufacturer localement. Il est important de ne plus dépendre, pour nos approvisionnements critiques, d'une seule partie spécifique du monde, juste parce que c'est moins cher. Le compromis basé sur la facture apparente à court terme, en manufacturant trop loin des consommateurs, crée un préjudice non réparable. En effet, dans l'exemple spécifique de la période de la Covid-19 de 2020 et 2021, combien de gens sont morts, faute d'avoir pu bénéficier dans des délais raisonnables de simples masques pour se protéger? Chaque pays devrait revoir ces listes clés/prioritaires, ouvrant de nouvelles voies pour les entrepreneurs au niveau local, créant de nouveaux métiers, surtout avec les avancées technologiques qui sont aujourd'hui possibles.

Il faut espérer que la pression des consommateurs s'accentuera en exigeant un approvisionnement local ; car les produits trop bon marché coûtent bien plus cher à l'humanité à long terme. Notre dépendance à l'égard du plastique bon marché est un bon exemple.

4. Définition et lien avec l'industrie utilisée dans l'étude de cas : Industrie de la viande

Cette section démontre la façon durable d'aborder l'industrie ayant ainsi un impact sur l'environnement, le bien-être des personnes et sur l'économie.

4.1 Chaînes d'approvisionnement alimentaire courtes (SFSC)

Les chaînes d'approvisionnements alimentaires courtes permettent aux producteurs de tirer davantage de valeur de leur production impactant les dimensions spatiales, sociales, et économiques (Aguiar et al., 2018):

- **Dimension spatiale :** en diminuant la distance des déplacements des aliments, soit des sites de production à ceux de consommation.
- Dimension sociale: en encourageant le contact, le « face à face » entre les producteurs et les consommateurs, en renforçant la confiance et l'intégration communautaire au sein de la chaîne alimentaire. La confiance est la condition préalable à tout échange économique. Sans elle, aucune transaction ne peut avoir lieu: l'acheteur redoutant la non-livraison du produit ou l'absence de qualité tant recherchée et le vendeur, la crainte de ne pas être payé.
- **Dimension économique :** en créant des marchés locaux, de proximité (ici des boucheries ou épiceries), permettant aux producteurs primaires d'acquérir une plus grande valeur de la chaîne alimentaire.
- 4.2 Stratégie de diversification de portefeuille et de décarbonisation pour les majeurs ou géants du secteur de la viande.

Alors que nous continuons à lutter contre les changements climatiques, nous pouvons nous attendre à ce que les consommateurs, plutôt que les politiciens, favorisent de plus en plus la décroissance en modifiant leurs habitudes de consommation. Les entreprises, particulièrement les majeurs ou géants, devraient penser de manière innovante à cette demande du consommateur et le voir comme une opportunité, au lieu de résister ou de rejeter les demandes de ce mouvement en constante ascension.

Les entreprises qui réussissent à le faire, émergeront plus résilientes et adaptables — au lieu de vendre nécessairement plus, elles vendront mieux et se développeront de manière à satisfaire les consommateurs tout en respectant l'environnement. Dans le domaine de la viande, la solution perturbatrice avec substitut de viande, tel que « beyond meat » a été l'une des solutions. Une autre solution à ajouter au portefeuille est la conception d'une usine locale, travaillant avec des fermes d'animaux de proximité et distribuant le produit dans un rayon de proximité, soit d'environ 500 à 1000 km. Viandes Lafrance est un exemple de ce modèle qui correspond à une stratégie de diversification, de décarbonisation et également de décroissance pour une major du secteur de la viande.

Un exemple pour démontrer cet aspect est de comparer l'agneau venant de l'Amérique Latine qui est servi dans un magasin à Montréal versus un agneau élevé au Québec, abattu au Québec (pour la cause par Viandes Lafrance) et servi dans ce même magasin toujours à Montréal. Les résultats issus de la comparaison de ces deux produits sont simples :

- a. **Décarbonisation (focus sur diminuer la production de masse)**: la production par tête d'animaux, destinée pour les gros abattoirs en Amérique Latine, pays exportateur massif de productions animales, se chiffre par millions d'animaux. Ces derniers sont producteurs de très grandes quantités de carbone. Il est à noter que pour plusieurs pays ayant des gros abattoirs, le secteur d'élevage a été souvent financé par des mesures gouvernementales. Cependant, au même titre que nous avons appris aujourd'hui que le bon gras est bon pour la santé (à l'instar des publicités et dire de l'effet du gras sur le poids il y a plusieurs année), ou qu'on ne peut plus fumer dans l'avion (ou divers autres lieux publiques), nous voilà au moment clef où nous comprenons l'effet négatif de la production massive d'animaux regroupée (et non en pâturage naturel).
 - b. Écoresponsable: la production animale destinée aux abattoirs de proximité au Québec viennent de fermes familiales qui se chiffrent par centaines de têtes, voire maximum quelques milliers d'animaux. Cette production d'animaux, est moins polluante que celle mentionnée cidessus au point a. De plus, étant de proximité, elle a moins de kilomètres à réaliser pour se faire abattre. On tient compte ici du bien-être animal, lors de l'élevage et du transport de l'animal vers l'abattoir.
 - c. **Décarbonisation** (focus sur diminuer le transport des animaux vivants et le transport du produit fini): transporter l'agneau de la Nouvelle-Zélande vers le Québec, versus faire un trajet de 200 km de l'usine de Viandes Lafrance vers le magasin de Montréal, est certainement moins polluant. D'où le concept de décarbonisation, des géants du secteur en travaillant avec les plus petites PME locales.
 - d. **Diversification et meilleure santé du consommateur** : le produit local est frais, plus goûteux, voire savoureux, sans aucun agent de conservation, sans congélation et de saison. D'où le lien avec le bonheur et le bien-être du consommateur averti qui, de plus, va clairement obtenir du même magasin une multitude de produits différents.
 - e. **Confiance du consommateur** : le produit de Viande Lafrance assurant la traçabilité de l'étable au consommateur, restaure la confiance de ce dernier. De nos jours, la lecture du contenue de l'étiquette, de la provenance du produit est clef pour le consommateur.
 - f. **Prix :** le nerf de la guerre reste le prix pour le consommateur, car bien souvent l'agneau importé bénéficiant de l'économie d'échelle et diverses subventions sera moins cher. Le consommateur avertis fait aujourd'hui cette différence, et de plus en plus le consommateur recherche le produit local, même s'il est plus cher. Les diverses campagnes et publicités sur les produits locaux durant la Covid-19, ont permis d'élever le débat sur ce sujet.

Roulet et Bothello (2020), expliquent comment la décroissance est une stratégie importante pour tout géant quel que soit le secteur.

5. Réalité et lien avec l'analyse de la rentabilité globale – Viandes Lafrance

5.1 L'entreprise à l'épreuve d'une pandémie telle que la Covid-19

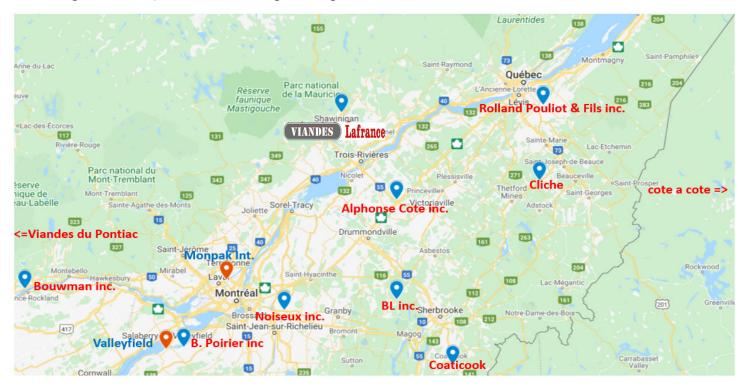
Dans la réalité actuelle et l'inquiétude croissante de notre impact social sur l'environnement, la société, voire l'humanité en général et la faim dans le monde, Viandes Lafrance est un modèle qui apporte une solution viable et durable alignée sur le concept de chaînes d'approvisionnement courtes (SFSC) fournissant un substitut fiable aux chaînes d'approvisionnement et de distribution conventionnelles, car le concept reflète les caractéristiques de « local », « naturel », « sain » et « fiable ». Ce modèle, qui offre un produit niche à priori, joue un rôle central dans les nouveaux modèles de développement, reconnectant la confiance entre l'agriculture, l'alimentation et les consommateurs.

Ce modèle se révèle comme résistant à une crise comme la Covid-19, tout en étant un réducteur d'impacts négatifs sur l'environnement, en plus de soutenir le développement régional, local et de contribuer à la qualité des aliments des consommateurs.

Tour à tour, en Amérique du nord, <u>Abattoir Breton</u>, Abattoir Olymel, <u>Abattoir Cargill</u>, et plusieurs abattoirs aux États-Uniss ferment leurs usines manufacturières en raison d'importantes éclosions de la Covid-19. <u>Viandes Lafrance</u>, un abattoir local à taille humaine de 40 personnes a été opérationnel durant toute la durée de la COVID-19 avec zéro cas dans l'usine. À chaque doute ou cas contact de la Covid-19 (avec enfants, aînés, parents, famille, école, etc.), on a réussi à isoler les cas suspects et surtout, continuer à opérer. Le problème des plus grosses usines manufacturières, se situe avec le nombre de milliers de personnes qui travaillent à proximité; cette gestion devient impossible et créé un impact concernant la continuité des chaînes de production, en cas de contamination de plusieurs personnes.

L'idée est d'avoir plusieurs entreprises multi-espèces de tailles raisonnables comme Viandes Lafrance à travers le pays au lieu de centraliser la production d'animaux autour d'un gros abattoir qui de manière apparente aurait une économie d'échelle mais, en réalité crée beaucoup plus de défis qu'on le voit et comprend à première vue.

Carte du Québec et positionnement des abattoirs à taille raisonnable (sous inspection permanente) ovins, bovins, caprins et porc.



5.2 La politique, l'importance, la pertinence de ces 'mots et concepts' :

Beaucoup de mots sont devenus une partie de notre vernaculaire ces derniers temps ; la durabilité, l'encouragement des modèles d'affaires locaux, les préoccupations environnementales, les facteurs ESG, le cycle de vie des produits, la réduction des déchets et d'innombrables autres variantes qui sont de plus en plus importantes pour notre population, en particulier auprès de la jeune génération plus avertie sur les enjeux globaux. Les leaders et investisseurs de demain soutiendront les entreprises qui adhèrent à ces valeurs et en feront une partie de leurs processus, pas seulement un slogan de site Web cool. Plus c'est petit, mieux c'est ; la proximité, rapidité, durabilité, équitabilité n'a jamais été aussi pertinent.

Les exemples sont abondants, et nous pouvons en examiner quelques-uns. Par exemple, les fournisseurs locaux et les clients locaux contribuent à une réduction des itinéraires de transport qui aident l'environnement. En outre, il y a une réduction des déchets étant donné les délais de livraison plus courts entre la production et la consommation finales. Sans avoir besoin de congeler inutilement les produits pendant le transport, nous pouvons aider davantage l'environnement en réduisant la consommation d'énergie ; de plus on évite également tous les problèmes de gaspillage due aux ruptures de chaines de froids. Et le produit qui en résulte est meilleur, plus savoureux, plus frais, de production locale. Tout le monde y gagne.

5.3 La diversité des produits pour une population de plus en plus inclusive

Les installations de production à grande échelle sont uniquement motivées par la réduction des coûts qui sont fournies par des économies d'échelle et la standardisation (un ou deux produits tout au plus, minimisant la diversification de produits). Aussi, les animaux élevés pour ces types d'usines, vivent moins en liberté (à l'instar du concept de fermes régionales) et ont une durée de vie régie que par l'optimisation de rentabilité. La réalité de ces sociétés, souvent cotées en bourse, est motivée par la rentabilité de leurs états financiers. Cela conduit à des décisions qui sont motivées uniquement par le résultat net. Dans ces cas, que se passe-t-il avec la diversité des produits qui sont offerts ? Les coupes et les types de viande produits sont standardisés et invariablement réduits au fil du temps que pour des marchés à grande échelle.

Les petites installations de productions locales, continueront de prospérer en comblant ce vide institutionnel délaissé par les productions de masse. Mais nous devons nous assurer que ces petites installations subsistent. En effet, les normes alimentaires et environnementales sont de plus en plus rigoureuses demandant plus d'efforts pour les petites installations pendant que la demande même du marché local est grandissante. Dans l'exemple de ce cas-ci de Viandes Lafrance, avec sa diversification de produits, l'usine arrive à satisfaire une diversité de population, de cultures, de coutumes et la tendance locale.

Le Canada, le Québec et son industrie touristique florissante sont mondialement reconnus pour la qualité et la diversité de leurs offres en matière de restaurations par exemple. Nous devons nous assurer que non seulement cela reste un fait, mais sans doute, assurons-nous davantage que nous investissons et développons cet aspect diversifié de la société. Viandes Lafrance, modèle d'inclusion de cultures, dessert un marché de niche, de production multi-espèces : bœuf, mouton,

agneau, chèvre, cheval, lama, taureau, buffle, etc. Un abattoir produisant « de la viande locale fraiche diversifiée de qualité » pour la population du Québec, grecque, italienne, musulmane, latino etc. qui veut consommer frais et local. Les grosses installations ne peuvent pas servir ces divers segments.

5.4 Le pouvoir de la taille (des géants ou majeurs dans l'industrie)

Chaque propriétaire d'entreprise qui opère dans un environnement B2B a une histoire avec Costco. Durant des mois, l'entrepreneur travaille avec acharnement pour entrer au Costco et puis, il obtient un contrat d'approvisionnement. Alors, les commandes augmentent en raison de la demande accrue dans leurs différents magasins. Après quelques mois, une lettre de Costco parvient au dirigeant indiquant que la multinationale ne paiera plus le prix convenu. Pire, le prix doit être réduit de « x% » afin qu'il soit encore sur les étagères. Cela vous semble familier ? C'est la puissance des grands réseaux de distribution. Au Canada, au Québec, vous pouvez remplacer Costco par Walmart, Home Dépôt, Couche Tard, tous les grands. Que faire ?

La prolifération des grandes entreprises entraîne la compression des marges bénéficiaires chez leurs fournisseurs. Malheureusement, cela conduit trop souvent à la faillite et à une réduction des petits fournisseurs. C'est une triste conséquence de ces pratiques commerciales. Souvent, nous voyons une consolidation d'une industrie de plusieurs petits fournisseurs à une structure oligopolistique. En fin de compte, tout cela est complètement contraire aux tendances que nous voulons voir sur les marchés.

Le modèle que nous proposons est de favoriser des entreprises d'envergure susceptibles d'intégrer plusieurs petites entreprises locales de taille humaine, de tailles raisonnables, de telle sorte que nous obtenions les avantages de l'accès aux aliments locaux dans les grandes surfaces sans compromettre la qualité ou encore le prix, et ce, au détriment des petites entreprises. Cette production de produits locaux intégrées aux géants (à travers divers mécanismes financiers, de régulation, de fusion et acquisition ou autres), engendrera un processus de diversification, décroissance et de décarbonisation.

6. Position sur le marché des Viandes Lafrance

6.1 Viandes Lafrance:

<u>Viande Lafrance</u> exploite un marché **très niché** combinant le Halal, le multi-espèces et l'approvisionnement local. Tous les animaux sont originaires du Québec dans une zone de déplacement d'une heure à une demi-journée au maximum. Le but est de prendre soin du transport minimal pour favoriser le bien-être des animaux. C'est une industrie qui n'est pas une concurrence aux grands acteurs, mais elle est plutôt destinée au marché non servi par les grands acteurs avec de la « **viande locale fraîche de qualité** ». De plus, en tant qu'entreprise provinciale établie au Québec, elle **domine le segment local, halal et a créé une relation de confiance très forte et unique entre les producteurs et les consommateurs / épiceries de taille moyenne. Viandes Lafrance fournit également des marchés non halal tels que des épiceries / supermarchés et des boucheries. Ce marché B2B fait des compromis entre divers fournisseurs de clients et d'animaux**

de petite, moyenne et grande taille (pour les clients et les fournisseurs d'animaux). Actuellement ce marché dessert un rayon d'environ 300 kilomètres incluant les grandes villes de Québec et Montréal.

En résumé Viandes Lafrance cible quatre (4) segments distincts de l'industrie de la viande :

- Viande fraîche de qualité
- Viande locale
- Viande halal
- Viande non-halal

6.2 Explication du Halal:

Communément en Afrique de l'Ouest, au Maghreb ou aux Émirats pour ne citer que cela, on ne parle point du Halal (car tout est Halal). Le mot Halal (ou Kasher pour les juifs) a été engendré, disons même institutionnalisé en occident pour marquer le rituel qui suit l'abattage par un musulman ou un juif, suivant une méthodologie de saigner après avoir béni (d'une prière par un musulman pour le Halal ou un juif pour la Kasher) l'animal qui est destiné à de la consommation humaine et le vidage du sang de l'animal qui fait en sorte que la qualité du produit est à son maximum (ne favorisant pas également la prolifération de bactéries). Cette méthodologie d'abattage versus qualité de produit étant un tel succès à tous points de vue et notamment sur le bien-être animal, qu'aujourd'hui même les plus grosses entreprises utilisent ce modus operandi pour l'abattage.

Cependant, en raison de la méconnaissance du processus, des pratiques de l'industrie et même pour une question de culture, généralement les entreprises ne parlent pas du processus halal, et adressent ce sujet par omission. Il ne faut pas oublier, que pour la plupart des personnes, ils veulent avoir un bon steak dans l'assiette mais ne veulent pas savoir d'où cela vient ou comment cela est produit.

De plus, le mot « abattoir » étant assimilé à la mort, avec des pratiques historiques non professionnelles, c'est un sujet vite tabou. Aujourd'hui, les abattoirs comme <u>Viandes Lafrance</u> opèrent de manière très professionnelle en respectant les normes alimentaires, sanitaires, de bien-être animal et de l'environnement. Et voici une parole qui aide à mieux comprendre notre milieu: La propriétaire de Viandes Lafrance aime expliquer à ses enfants son lieu de travail en disant : « Maman s'assure que les animaux élevés pour la consommation humaine sont emmenés en fin de vie dignement et distribués avec fierté. »

7. Intervenants et ressources requises pour favoriser la production de viandes locales à travers des structures similaires à l'étude de cas (ici Viandes Lafrance)

Les parties prenantes des chaînes d'approvisionnement alimentaire sont souvent limitées aux producteurs et aux distributeurs qui sont à l'avant-garde des principaux enjeux de l'industrie. Il est urgent de prendre en compte un groupe plus large de participants et acteurs de la vie, y compris les consommateurs, leurs associations, les producteurs alimentaires, les opérateurs logistiques, les

régulateurs gouvernementaux et du secteur de la viande, les organismes locaux, les organismes internationaux (la FAO, le PAM, etc.) ainsi que les influenceurs (chercheurs, ONG, etc.). Favoriser des liens plus étroits entre toutes les parties prenantes ne fera que se traduire par de meilleures stratégies, décisions et orientations qui satisferont les consommateurs, préserveront mieux notre planète, tout en profitant à l'industrie.

Les états dans un souci d'indépendance alimentaire, les PME et les majors du secteur, doivent s'aligner sur 'le sens commun' (le gros bon sens) de la production de viandes, et inclure dans leurs portefeuilles respectifs, les stratégies soutenant la croissance locale des fermes et la transformation du modèle d'affaires de cette industrie.

Aussi, au même titre que nous avons vu la règlementation évoluer, par exemple, concernant les gaz réfrigérants dans la conception des réfrigérateurs (éliminant alors les anciens modèles), nous avons également vu la voiture électrique être subventionnée pour stimuler cette industrie plus écoresponsable que la voiture à essence. C'est ainsi que dans le secteur de la viande, nous avons besoin d'une réglementation favorisant la décarbonisation et d'outils financiers qui obligeront les « majors » à identifier de petites entreprises dans le même secteur et à trouver un moyen de travailler avec elles localement afin de se décarboniser, de décroitre et de diversifier leurs portefeuilles. Ceci peut aller jusqu'à construire de nouvelles usines dans les régions tout en favorisant davantage de fermes qui bénéficieront au développement de l'économie locale.

Avec la Covid-19, à travers la planète et particulièrement plus dans les pays développés, nous avons vécu un phénomène accéléré de l'exode urbain correspondant au déplacement de populations, principalement des classes moyennes et supérieures, à la recherche d'une amélioration des conditions de vie. Ces gens quittent les grandes villes pour s'installer dans les zones périurbaines ou à la campagne située à proximité des zones urbaines. La création de plus d'usines manufacturières dans les régions va jouer un rôle important positif dans l'équilibre recherché des plus petites villes qui ont, pour beaucoup dans le passé subit l'exode rurale, une décroissance de leur population de manière à menacer l'équilibre de cet écosystème. C'est le cas de la localisation actuelle de Viande Lafrance, à Shawinigan, une belle région, à la porte d'un des plus beaux et riches parcs naturels du Québec.

Pour plusieurs pays africains ou asiatiques qui n'ont pas ou peu de structures d'abattages, ou encore, ne correspondant pas aux normes reconnues d'aujourd'hui, il est stratégique de bâtir des usines à taille humaine répondant aux conditions de production locale. Pour les pays ayant des structures d'usines d'abattage et de production de masse de millions de troupeaux d'animaux par an, créer un maillage avec plusieurs usines locales va permettre 3 éléments essentiels :

- **Diversification**: Une nouvelle filiale de produits de niche locale.
- Croissance d'économie locale : plus de fermes d'animaux en région, incluant une ou deux usines d'abattage et de transformation locale. Ici, il devient important de bénéficier d'un transfert de compétences, de certification, de main-d'œuvre, de certains outils, de l'usine mère vers les usines locales.

• **Décarbonisation**: moins de production de GES redevable aux économies de transport du « produit fini » vers le consommateur, et particulièrement moins de production de masse de troupeaux destinée à la grosse usine.

Le Canada, et particulièrement le Québec à travers ses exemples concrets de réussites et des pratiques exemplaires, peut « leader » cette pratique responsable. De plus, cela contribuera aux diverses opérations en cours sur le sujet de la « fin de la faim dans le monde », réduisant le gaspillage alimentaire.

Une formation d'ingénieur industriel, entre autres, pousse une maximisation de rentabilité industrielle. On peut absolument rallier rentabilité économique et sociale dans l'industrie de la viande en lien avec le bien-être de la population et de l'humanité. L'œil du leader global permet cette démonstration.

Divers articles et leaders parlent de nos jours d'entreprises net Carbon (Ploegmakers, 2021 et Polman et Winston, 2021).

8. Conclusion

L'Observatoire de la francophonie 2022 met de l'avant des projets et études de cas qui ont montré leur réussite sur le sujet d'une économie verte, résiliente et inclusive, réveillant les consciences sur notre terre, notre planète, notre environnement.

Aujourd'hui, les investisseurs en général, ne seront pas d'accord d'intervenir dans des projets qui ne respectent pas les principes environnementaux. « La prise de conscience de la Terre Mère » alliée avec nos valeurs vis-à-vis de la nourriture que nous mangeons, de la technologie que nous utilisons, de l'énergie renouvelable que nous voulons, va nous emmener à bâtir un mode de vie plus sain et moins polluant. Nous sommes maintenant prêts pour la prochaine phase en intégrant cet aspect dans le système éducatif. La nouvelle génération ne devrait pas accepter la partie polluante, de l'héritage laissé par notre génération.

C'est dans ce contexte que la protéine d'origine animale, la production de viande, doit absolument être produite de manière plus écoresponsable, avec un système de fermes moyennes, d'abattoirs à taille humaine, et de distribution locale. Le tout pour un périmètre limité d'environ 500 km à la ronde, favorisant l'emploi local et minimisant le transport des produits. Ce modèle a pu été prouvé dans cet article à travers un exemple de cette industrie de 1929 en région au Québec (Canada) desservant 2 à 3 millions d'individus : Viandes Lafrance. Ce type d'abattoirs avec fournisseurs de 'fermes locales et de la transformation' à proximité remplie les fondamentaux de : santé (de la population), proximité (du consommateur et du produit), rapidité (pour tous les acteurs), diversité (du produit), écoresponsabilité (moins de GES dans la production et le transport des animaux), durabilité, équité (bienêtre animal) et équitabilité (pour les emplois de la communauté).

Il devient une obligation pour les acteurs étatiques et financiers de jouer un rôle de régulateur sur la question en favorisant à travers des systèmes de crédits carbone, de taxation, de subvention, ou autres mécanismes de financement, les gros joueurs du secteur de la viande. Ces derniers doivent réfléchir aux moyens de décarboniser leur usine de production de masse en s'adaptant à une règlementation de décarbonisation qui se tarde à se mettre en place.

Oui, c'est vrai que cela peut être économiquement plus viable de manufacturer « x produit » dans un autre pays, mais combien de pollutions supplémentaires produisons-nous avec de l'élevage de masse et en essayant de ramener ce même produit là, où il faut le consommer (bien souvent en le transportant par vol et/ou cargo) ?

Combien de disparités sociales supplémentaires créons-nous en ne prenant pas la peine de développer localement les produits notamment essentiels en les développant ailleurs même moins cher ?

Être dans une économie mondiale avec de faibles capacités locales de production, dans trop de pays différents est aussi comparable que d'avoir trop peu de canots de sauvetage en mer. Ceci surtout dans le secteur alimentaire et avec l'expérience des diverses pénuries d'approvisionnement que nous avons vécues de manière mondiale en temps de pandémie de la Covid-19. Un devoir pour chaque pays d'essayer d'atteindre sa propre autonomie alimentaire, et la protéine animale demeure un produit clef dans l'alimentation de l'Homme.

Plus que jamais, ce qui importe, c'est notre capacité à influencer. Il ne sera pas facile d'aligner les pays riches et pauvres, les sociétés, les cultures, les entreprises ou les individus à la nouvelle réalité.

L'esclavage, l'apartheid, les principes des droits de l'homme, etc. sont toutes des étapes majeures qu'un jour, 'nous' avons décidé 'ensemble' d'abolir pour aller de l'avant. Comme l'a dit Winston Churchill, « ne jamais gâcher une bonne crise ». Aujourd'hui, nous avons une excellente occasion de changer les choses et de bâtir une économie et une écologie plus robuste et stable à travers notre savoir, soit de produire de la viande plus écoresponsable.

9. Bibliographies

- 1. Aguiar, Luane da Conceição, Mauro Eduardo DelGrossi, Karim Marini Thomé 2018: Short food supply chain: characteristics of a family farm, RURAL SOCIOLOGY Rural 48 (5) 2018. Disponible en ligne à http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84782018000500800.
- 2. Ploegmakers, Marieke 2021: Moving towards a net-zero carbon feed and food industry, All About Feed. Disponible en ligne à https://www.allaboutfeed.net/market/market-trends/moving-towards-a-net-zero-carbon-feed-and-food-industry/
- 3. Polman, Paul and Andrew Winston 2021: The Net Positive Manifesto. Harvard Business Review Press 2021. Disponible en ligne à <u>How Is Your Company Making the World Better?</u> (hbr.org)
- 4. Roulet, Thomas et Joel Bothello 2020: Why "De-growth" Shouldn't Scare Businesses. Harvard Business Review Press 2020. Disponible en ligne à https://hbr.org/2020/02/why-de-growth-shouldnt-scare-businesses

- 13 Actes de la troisième Conférence internationale sur la Francophonie économique
- 5. La presse 2021. Disponible en ligne à <u>Indira Moudi, PDG de Viandes Lafrance | Le parcours</u> international d'une entrepreneuse locale | La Presse
- 6. Women of Influence 2021. Disponible en ligne à <u>Comment les personnes inspirantes peuvent</u> contribuer à la réussite d'une carrière, quel que soit le secteur d'activité. Women of Influence.
- 7. Henkel TV 2021. Disponible en ligne à <u>Indira Moudi: la diversité en entreprise est une richesse</u> qui se mesure par le talent | <u>HenkelMedia.com</u>

Sur l'auteur : Indira Moudi, présidente et propriétaire Viandes Lafrance



Madame Moudi Indira est un Leader avéré du secteur privé et public. Ayant eu l'opportunité de vivre et travailler à la direction de plusieurs secteurs en Europe, en Afrique, en Asie, aux États-Unis et au Canada, la diversité dans tous les sens du terme fait partie de son quotidien. Elle combine une expérience unique des multinationales, de l'internationale, du régionale, d'entrepreneur chef d'entreprise, et en gestion de compagnie familiale.

Graduée de <u>l'école Polytechnique de Montréal</u> en Génie Industriel, elle a une capacité entrepreneurialepersonnelle de vouloir connaître et exceller dans des domaines d'activités variées. Madame Moudi cumule 30 ans d'expérience : 20 ans dans le secteur de l'énergie (Oil & Gas, Renouvelable, Uranium) et 10 ans dans le secteur agro-alimentaire (deux secteurs fondamentaux pour la vie). Cette expérience est consolidée par divers programmes en leadership à la <u>Harvard Business School</u> en 2008 et 2020, certifié en tant que leader

global à <u>l'Université Duke au Royaume-Uni</u> et à <u>l'Institut de leadership du Québec</u>.

Mme Moudi et son conjoint <u>Dr Guillaume Pham</u>, ont repris les <u>Viandes Lafrance</u>, le 6 avril 2012. Sa sœur, <u>Amina Moudi</u> a rejoint l'entreprise quelques mois après en fin 2012, formant ainsi une relève familiale en région de la Mauricie. A cette équipe de direction s'ajoutent au comité consultatif de l'entreprise : <u>Dr Fabien Houeto</u> et <u>Michael Ugwunali</u>. En 2017, <u>Francois-Xavier Assoumou</u>, rejoint l'équipe de direction renforçant l'assise entrepreneuriale.

Mme Moudi aime dire « c'est avec beaucoup d'humilité, de fierté et d'ambition qu'avec une équipe de 14 nationalités nous emmenons notre usine vers des pratiques qui font la différence. Créateur de richesses locales avec une vision nationale et internationale, nous sommes un modèle multiculturel qui bâtit un monde meilleur avec des résultats qui s'expriment par le bien-être et l'accomplissement de nos employés, clients, fournisseurs et partenaire ».

Fier fleuron québécois depuis 1929, Viandes Lafrance s'engage à conjuguer 'équité et durabilité', minimisant l'empreinte environnementale. On le sait, l'être humain n'arrêtera pas de manger de la viande. Notre mission est de produire et nourrir le Québec dans une approche éco-responsable, en étant le lien privilégié entre les producteurs de la région et le consommateur.

Les publications récentes sur l'auteur sont jointes à cet l'article (en cas de brisure de l'hyperlien ci-dessous) :

• Publication : <u>La presse</u> – Octobre 2021

• Publication: Women of Influence - Octobre 2021

• Publication: Henckel TV – Mai 2021

Viandes Lafrance en Image



2008 - Construction en zone Industrielle - Shawinigan



1929 dans la grange et Ferme de Monsieur Louis Lafrance



2019 Agrandissement des locaux en doublant la superficie







<u>De gauche à droite</u>: Amina Moudi (Québec & Niger), Francois Xavier Assoumou (Québec & Cote d'Ivoire), Daniel Germain (Québec), Ginette Lamy (Québec), Omar Zadi (Québec & Algérie), Indira Moudi (Québec & Niger), Émilie Gingras (Québec), Guillaume Pham (Québec & France). Photo prise au Gala Desjardins 2018.





De gauche à droite: Omar Z. et Daniel G., abattage des bovins







Hiver 2022 de l'étage de Viandes Lafrance vue sur les camions. <u>De gauche à droite</u> : Trophée Finaliste Covid-19 RFAQ-2020; Trophée Finaliste MMCQ-2022; Trophée Lauréat Entrepreneure d'Impact Mouvement Desjardins RFAQ-2021

