

Le bien-être des porcs à l'ère des médias

Jean-Paul Laforest, agr., Ph.D.
Professeur, Université Laval





Plan de la présentation

- ✓ Introduction
- ✓ Paradigme
- ✓ Contexte social
- ✓ Bien-être
- ✓ Cadre de travail
- ✓ Conclusion

Introduction

EUX : images fortes,
dérangeantes



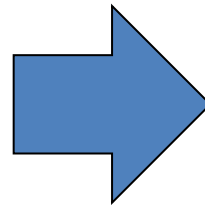
Introduction

NOUS : sensationnalisme,
hors contexte



Paradigme

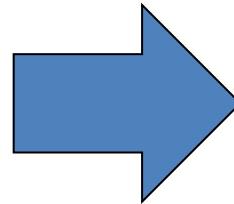
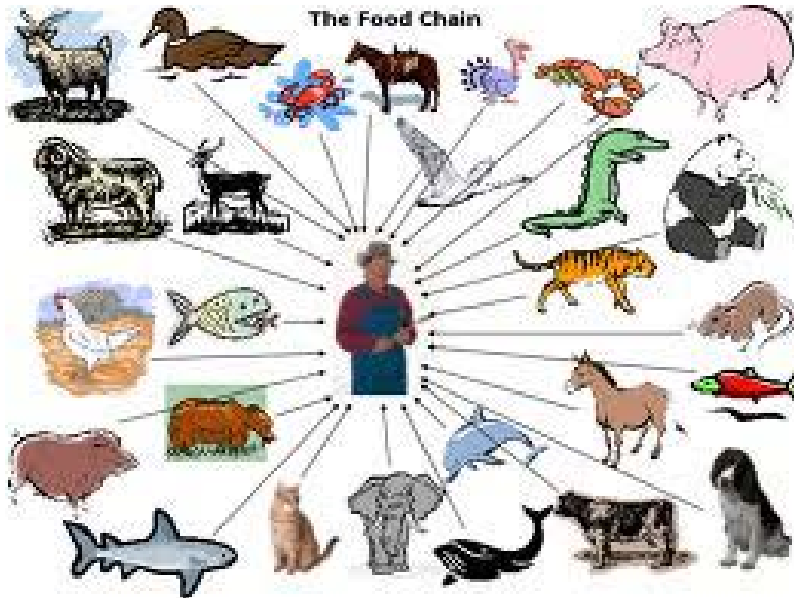
Paradigme : représentation du monde, une manière de voir les choses, un modèle cohérent qui repose sur une base définie - > **IMPACTS MAJEURS**



Paradigme

Paradigme : relation Homme - Animal

Homme dominant
la nature



Homme « protégeant »
la nature



Paradigme

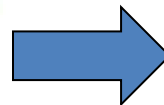
- ✓ Depuis des temps immémoriaux, dans presque toutes les cultures, l'Homme a une position « dominante » par rapport aux animaux (le « super-prédateur »)
- ✓ Aujourd'hui, on assiste à un changement majeur de perception, avec un souci accru pour le bien-être des animaux, mais aussi, avec une partie de la population qui soutient que les animaux ont les mêmes droits que les êtres humains
- ✓ D'où vient ce changement de paradigme ?
 - Les animaux peuvent souffrir (minimiser les souffrances)
 - La société a changé considérablement, surtout en termes de niveau de vie

Contexte social

Lorsque tous nos besoins sont satisfaits, on peut plus facilement se préoccuper des besoins des autres, **dont ceux des animaux** (surtout les animaux les plus près de nous)



Classe moyenne



Une forte proportion de la population peut se préoccuper des besoins de type 5

Contexte social



« Industrialisation » de l'agriculture et de l'élevage, à partir du début du XX^e siècle

- ✓ Les besoins grandissants de la population pour des aliments en abondance, de haute qualité et à faibles coûts ont amené une intensification des élevages
- ✓ Les élevages plus gros sont peut-être plus efficaces, mais ils contribuent à « chosifier » l'animal (changement de nature => l'animal considéré et traité de plus en plus comme un objet)

Contexte social



Urbanisation

Depuis 2011, plus de 50 % des humains vivent « en ville » et ça continue d'augmenter

- ✓ Méconnaissance du milieu rural et de l'agriculture
- ✓ Méconnaissance des modes de production de la nourriture
- ✓ Accès facile à une multitude de produits alimentaires
- ✓ Peu ou pas de contacts avec la mort, que ce soit l'abattage d'un animal ou le décès d'un proche

Contexte social



Animal de compagnie
USA 60 %
Canada 50 %
En croissance !

- ✓ Animal devient un membre de la famille
- ✓ Anthropomorphisme
- ✓ Analogie facile entre l'animal de compagnie et l'animal d'élevage (très utilisée dans le discours des tenants des droits des animaux)
- ✓ Appel aux sentiments

Contexte social

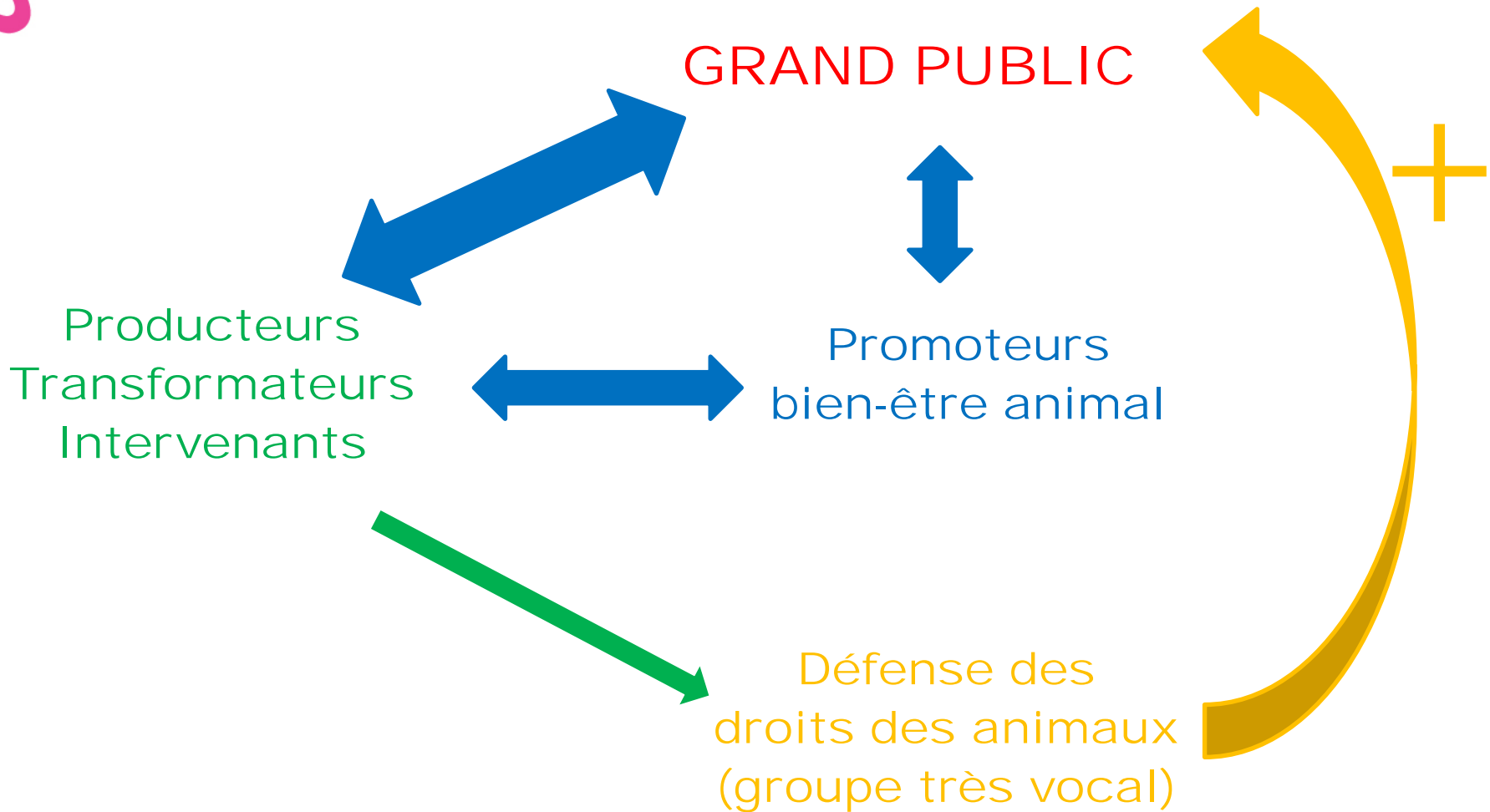


Communications

Multiplication des outils et
surabondance d'informations

- ✓ Outils plus nombreux et plus performants
- ✓ Informations de toutes sortes, **non validées**, disponibles très facilement ; terreau fertile pour la démagogie
- ✓ Les médias veulent tout d'abord survivre et prospérer : qu'est-ce qui se vend bien ? -> la nouvelle et le sensationnalisme !

Communications



Communications

DROITS DES ANIMAUX – ACTIVISME

- ✓ Pas représentatif de la population (> 3 %)
- ✓ Actions reposant sur le « droit des animaux »
- ✓ Idéologie a préséance sur la vérité
- ✓ Souvent sans nuances (LE « bien » vs LE « mal »)
- ✓ Généralisation à partir de l'anecdote
- ✓ La fin justifie les moyens (en guerre !)
- ✓ Énormes ressources (USA – 400 M \$ / an !)
- ✓ Pas favorable à la promotion du bien-être animal
- ✓ Une partie des arguments basée sur un fond de vérité

Communications



2002

Implication des médias
Communications

- ✓ Les groupes activistes sont particulièrement habiles à « utiliser » les médias
- ✓ Ils y consacrent beaucoup de temps, beaucoup d'efforts et beaucoup d'énergie
- ✓ Pour les médias, souvent -> pas de problèmes = pas de nouvelles !
- ✓ Nouveauté ! : « Advocate journalist » (journaliste défenseur ou promoteur d'une cause)

Communications



La multiplication des moyens de communications peut se comparer à la mise en place de caméras-radars sur les routes : les contrevenants courent un plus grand risque de se faire prendre

Bien-être

UTILISATION ET TRAITEMENT DES ANIMAUX

- ✓ Position acceptée par la majorité des gens :
 - Les êtres humains seraient moralement justifiés d'utiliser des animaux pour satisfaire des besoins (prise de position discutable !)
 - Les animaux doivent bénéficier d'un traitement humanitaire
 - **Aucune souffrance inutile n'est acceptable**
 - C'est faire preuve d'humanité que de ressentir de la pitié devant la souffrance des animaux

SOUFFRANCE ET DOULEUR

- ✓ La souffrance, ou douleur au sens large, est une expérience affective de **désagrément et d'aversion**, associée à un dommage ou à une menace de dommage
- ✓ La souffrance peut être physique ou mentale, selon qu'elle se rattache principalement à un processus somatique ou psychique dans un organisme

Bien-être

ACCEPTABLE VERSUS INACCEPTABLE ?

- ✓ Traitements cruels -> encadrement légal (lois) au Canada - **totale**ment **inacceptable de contrevenir**. Exemples :
 - Trainer un animal attaché à une chaîne
 - Forcer les animaux à se bousculer les uns sur les autres
 - Utiliser un bâton électrique sur des parties sensibles de l'animal
 - Fermer volontairement une porte sur un animal
 - Battre l'animal violemment (Grandin et Johnson, 2003)

- ✓ Respect des **libertés définies par le Farm Animal Welfare Council (1993)** -> Guides de bonnes pratiques - à respecter

- ✓ « Enrichissement » de l'environnement - OK -> prochaine étape, qui est déjà en marche



Bien-être

LES CINQ LIBERTÉS (FAWC, 1993)

- ✓ Libre de la soif, de la faim et de la malnutrition
- ✓ Libre d'inconfort
- ✓ Protégé et soulagé de la douleur, de la maladie et de blessures
- ✓ Libre d'exprimer la plupart des comportements normaux et naturels de leur espèce
- ✓ Libre de la peur et de la souffrance mentale



Bien-être

LES CINQ LIBERTÉS (FAWC, 1993)

- ✓ Libre de la soif, de la faim et de la malnutrition
- ✓ Libre d'inconfort
- ✓ Protégé et soulagé de la douleur, de la maladie et de blessures
- ✓ Libre d'exprimer la plupart des comportements normaux et naturels de leur espèce
- ✓ Libre de la peur et de la souffrance mentale

Bien-être

Inconfort



Douleur



Comportements sociaux



Peur





Bien-être

AMÉLIORATION DU BIEN-ÊTRE

- ✓ Définir un mode opérationnel acceptable (cadre de travail)
- ✓ Prendre conscience des besoins d'amélioration
- ✓ S'informer sur les diverses actions possibles à l'intérieur d'un cadre de travail défini et connu
- ✓ Travailler en amélioration continue, adopter les nouvelles pratiques et partager ce qu'on fait
- ✓ Baser les décisions sur des pratiques aussi objectives que possible (« science based »)

Cadre de travail

CADRE RÉGLEMENTAIRE

- ✓ Approche « législative »
 - Lois, règlements, etc. (cruauté, autres)
 - Guides et codes de bonnes pratiques

- ✓ Programmes d'assurance-qualité avec volet bien-être
 - Initiatives du milieu
 - Initiatives en amont (fournisseurs) ou en aval (transformateurs, détaillants, restaurateurs, etc.)



Cadre de travail



**Stratégie québécoise
de santé et de bien-être
des animaux**

Pour UNE santé bien pensée!



Québec

- ✓ Recommandation 2 : Sensibilisation et communication concernant la santé et le bien-être des animaux
- ✓ Recommandation 6 : Dépistage des situations graves de mauvais traitements envers les animaux
- ✓ Recommandation 9 : Adoption et diffusion des codes de bonnes pratiques recommandées

Cadre de travail

COMMUNICATION

- ✓ Importance d'être organisés et de travailler ensemble
 - Center for Food Integrity (CFI – USA)
 - Farm and Food Care Ontario (FFCF – Canada)
 - Ag & Food Exchange (Canada)

- ✓ Pour le Québec - > interlocuteurs crédibles, « champions » : à développer peut-être (???)
 - Ag & Food Exchange, Québec
 - Stratégie québécoise de santé et de bien-être des animaux (peut-être ???)

Cadre de travail

POSITIONNEMENT DU SECTEUR

- ✓ **Transparence et communication** – ceux qui connaissent le secteur sont les mieux placés pour expliquer les pratiques (ce qu'on fait, comment on le fait et pourquoi on le fait)
- ✓ Adopter les pratiques adéquates et recommandées de bien-être en élevage et **les faire respecter**
- ✓ Sensibiliser, informer et **former** les intervenants
- ✓ S'engager dans un processus continu d'adaptation et d'**amélioration** des pratiques (importance de la R&D)
- ✓ **Faire preuve d'autant de rigueur par rapport au bien-être que pour tous les autres aspects de l'élevage**

Cadre de travail

CE QUI PRÉOCCUPE LES CONSOMMATEURS (USA)

Center for Food Integrity, 2011

- ✓ Aliments sains
- ✓ Aliments peu dispendieux
- ✓ Aliments nutritifs
- ✓ Aliments produits avec un souci de réduire les intrants synthétiques
- ✓ Animaux élevés avec une préoccupation du bien-être
- ✓ Aliments produits avec un souci de conservation des ressources naturelles
- ✓ Aliments produits de façon durable
- ✓ Aliments produits de façon à satisfaire les besoins alimentaires mondiaux
- ✓ Aliments produits de façon à accroître la productivité



Cadre de travail

FAIRE PREUVE DE RIGUEUR

- ✓ Reportage CTV en novembre 2012 : panel de trois experts canadiens (organisé par CFI) - > ont trouvé que la majorité des pratiques correspondaient aux normes de bonnes pratiques, mais que deux pratiques étaient jugées inacceptables
 - Porcelet euthanasié en lui percutant la tête sur un poteau de métal
 - Animal ayant des problèmes de mobilité frappé à coups de pied et tiré par les oreilles

Conclusion

À RETENIR

- ✓ **Il ne faut pas jouer à l'autruche** - > les préoccupations sociales par rapport au bien-être animal sont là pour rester et « tout le monde en parle ! » : il faut une écoute active auprès du grand public et comprendre ses préoccupations
- ✓ **Il faut avoir sa « maison en ordre »** - > connaître les bonnes pratiques, les adopter, faire de l'amélioration continue, être pro-actif et non pas réactif : il faut interagir avec les promoteurs du bien-être animal et éviter de donner des munitions aux défenseurs des droits animaux
- ✓ **La communication a bien meilleur goût quand on est en contrôle** - > parler de ce qu'on fait, pourquoi on le fait, avec transparence et honnêteté, et tenir un message cohérent et conjoint : il faut communiquer avec nos partenaires ainsi qu'avec le grand public et, SURTOUT, bien le faire