

# Viande bovine, un magasin et un restaurant



## Ferme Houard

### 1 Description de l'innovation

L'agriculteur a hérité d'un troupeau laitier et d'un troupeau à viande. Il a abandonné le troupeau laitier et se concentra sur l'élevage de Blanc-Bleu.

Il inventa un nouveau concept 'De l'étable à la table' en développant l'élevage, l'engraissement, une boucherie, un restaurant et un magasin.

Il a suivi une formation de boucher pour transformer la viande en colis de viande découpée et en charcuterie.

Il a construit un restaurant dans une grande grange et un magasin dans d'anciennes étables.

Il a eu un rôle de pionnier dans sa région.



Contacts avec les consommateurs,  
Création d'emploi sur la ferme,  
Production et qualité (goût) du bétail

L'objectif a été d'augmenter le prix de la viande en transformant la viande et en la vendant dans le magasin et le restaurant (grill).

La force de changement a été le besoin de limiter les intermédiaires parce que le prix de la viande dans la chaîne de commercialisation conventionnelle était trop faible.

Les contraintes sont la mise en conformité des installations aux critères et contrôles sanitaires, et les investissements très importants dans un contexte incertain.

**ENVIRONNEMENT**

Type de sol : Argilo-limoneux

Climat : Tempéré continental

Altitude : 150 m

Pente : 15%

**GESTION DES PRAIRIES**

Pâturage : Oui

Type de gestion des prairies : Rotationnel

Principalement de l'ensilage, peu de foin

50% de la surface des prairies est exclusivement pâturée, 50% est à la fois pâturée et fauchée

**STRUCTURE**

Unités de Travail Annuel : 4

Surface agricole : 110 ha SAU

Surface de prairie permanente : 80 ha

Surface de prairie temporaire : 0 ha

Surface de culture annuelle : 30 ha

Race : Blanc Bleu Belge

Charge de bétail : 1,8 UGB par ha de prairie

**PERFORMANCE ANIMALE**

Carcasse des taureaux à 18 mois : 450 kg  
(Classification E)

Carcasse des vaches à 60 mois : 540 kg  
(Classification E)

**POURQUOI CELA MARCHE-T-IL ?**

Le système fonctionne grâce à la qualité et à la traçabilité de la viande (origine locale) qui suscite la confiance du consommateur.

L'agriculteur aime son métier, il a de la persévérance et est capable de fournir de grandes quantités de travail.

La région attire des touristes qui sont clients du magasin et du restaurant.