

# États généraux. « Nous aurions aimé y croire »

Ronan Larvor

Les agriculteurs cornouaillais ont tenté un bilan, la semaine passée, des États généraux de l'alimentation qui se sont achevés fin décembre. Des pistes sont ouvertes pour répondre notamment aux nouvelles demandes sociétales, mais elles semblent soit irréalistes, soit déjà utilisées. Le scepticisme domine donc.

Monter en gamme ? Le prix et la demande suivront-ils ? (Photo d'archive. Claude Prigent).

« Nous sommes mitigés. On aurait voulu y croire mais on n'y croit pas trop ». André Sergent, président de la chambre d'agriculture, a ainsi résumé, la semaine dernière, le sentiment des agriculteurs locaux à la suite des États généraux de l'alimentation qui se sont terminés le 21 décembre, à Paris. Une loi a été annoncée en ce début d'année sur les prix alimentaires afin de mieux encadrer les relations commerciales entre la grande distribution, les industriels et les producteurs (\*). Le sujet était abordé à Quimper dans le cadre de la réunion d'hiver



pour les agriculteurs du territoire Quimper-Quimperlé, sur le thème « Ramener de la valeur dans les exploitations : quelles pistes ? ».

## Monter en gamme ?

« Depuis dix ans, les revenus sont en baisse pour toutes les productions, a rappelé André Sergent devant un amphithéâtre plein. Pourquoi n'avons-nous pas réagi avant ? Car nous avons tenu en compensant par la technicité, les volumes. Mais aujourd'hui, on est au plancher ». « D'autant qu'il faudrait ramener la notion de revenu au temps de travail que nous

effectuons », souligne un agriculteur.

Le constat est connu et les pistes ouvertes par les États généraux de l'alimentation ont laissé beaucoup dubitatifs. « On nous parle de montée en gamme de nos productions comme si nous faisons de la merde », dit André Sergent.

« Dans mon élevage de porc, je respecte le cahier des charges du Label Rouge, mais le transformateur m'a dit qu'il ne voulait pas plus de viandes labellisées car il n'y a pas de demande supplémentaire », illustre un autre agriculteur.

## Problème de communication

André Sergent a pourtant insisté sur la nécessité de comprendre les nouvelles demandes sociétales, car les entreprises ont déjà commencé à y répondre. « On nous parle aujourd'hui de nuggets bio ! », illustre-t-il.

Une image a alors suscité de nombreuses réactions. « Cooperl lance un porc sans antibiotique », « D'aucy annonce la fin de l'œuf en cage », « Bel paiera plus cher le lait de vaches nourries sans OGM » : autant de messages qui semblent irréalistes à beaucoup de producteurs cornouaillais. « Les poules en

plein air ? Et les risques sanitaires ? », souligne un producteur. « Cooperl essaie de se démarquer avec sa communication. À nous d'expliquer que nous faisons déjà du porc sans antibiotique, souligne Sophie Jézéquel, vice-présidente de la chambre. Nous avons déjà les réponses aux attentes sociétales, mais nous ne sommes pas bons pour le faire savoir ». « Nous faisons des efforts mais, en fait, la communication sur la montée en gamme est faite par la grande distribution qui en tire les profits ».

## Messages contradictoires

Un des axes de travail pour valoriser les produits est l'accès aux marchés publics de restauration collective. Là encore, même s'il y a « un début de changement », les progrès sont lents. « On a vu un appel d'offres sur le lait qui partait de 270 € les 1.000 litres, quand on sait qu'il faut 340 € pour que l'on équilibre notre production », témoigne un producteur de lait pointant les contradictions entre les intentions et la réalité. Dans ce contexte, est revenu avec insistance la demande d'une meilleure organisation des producteurs, « seule façon pour les paysans de reprendre le pouvoir face aux transformateurs et aux distributeurs ».

(\* Les dépenses alimentaires des ménages sont à 75 % dans la vente de détail et dans celle-ci, la grande distribution compte pour 64 %, la vente directe ne représentant, par exemple, que 1,5 %. Par ailleurs, la part de l'alimentation dans le panier des ménages est passée de 40 % dans les années 1950 à 15 % aujourd'hui.