

L'Agriculture écologiquement intensive
dans mon assiette

Entretiens AEI 2014

Dans la même collection

*A disposition à l'Association pour une agriculture écologiquement intensive
et téléchargeable sur le site www.aei-asso.org/ rubrique PUBLICATIONS
(Plus de 100 textes disponibles sur le site)*

L'AEI face au changement global

(Entretiens AEI 2011)

Les origines du concept d'AEI

Définir les agricultures

L'élevage, un facilitateur d'AEI

L'AEI, une démarche de progrès

La transition vers le non labour

De la simplification du travail du sol à l'AEI

Agriculture de conservation, cohérence et AEI

Comment faire « croquer » l'AEI au consommateur ?

Affichons les bancs de mariage entre écologie et agriculture

Agroécologie et politiques agricoles, deux exemples en pays tropicaux

Les coopératives : freins ou accélérateurs du changement ?

Qu'est-ce que le changement global ?

AEI : les agriculteurs innovent

(Entretiens AEI 2012)

Des agriculteurs innovateurs

De l'innovation au changement

Histoire de la revue TCS

*L'agroforesterie : des pratiques innovantes au service de
l'économie et de l'environnement*

Comment utiliser la biodiversité comme innovation à des fins productives ?

Un exemple de conversion à l'agriculture biologique

Agriculture Etonnamment Innovante, rêve ou réalité ???

Accompagner des groupes de développement dans la démarche AEI par la formation

S'engager dans l'AEI : la démarche d'un groupe d'agriculteurs

L'AEI, une agriculture intensive en intelligence et compétence

Quelle politique agricole pour développer l'agroécologie ou l'AEI ?

Pour un nouveau modèle énergétique dans l'agriculture

Gérer le risque dans le cadre de l'AEI

Introduction

Du produire autrement au vendre autrement

L'Association internationale pour une agriculture écologiquement intensive a été fondée en 2009 par une petite centaine de citoyens désireux de créer les conditions du débat pour permettre d'élaborer, depuis l'Ouest de la France, un projet avant-gardiste pour l'agriculture et l'alimentation autour du concept d'agriculture écologiquement intensive.

Rassemblés autour d'un texte fondateur, le *Manifeste pour une agriculture écologiquement intensive* (qui est joint en annexe de cette brochure), chacun des membres, riche de sa culture, ses préoccupations et ses compétences, adhère à titre personnel. L'association est ouverte à toutes les personnes souhaitant dialoguer en profondeur pour réinventer un avenir à l'agriculture qui soit à la hauteur des enjeux actuels.

Outre son site Internet, la manifestation phare de cette association sont les *Entretiens de l'agriculture écologiquement intensive* qui, chaque année, rassemblent à Angers plusieurs centaines d'agriculteurs, enseignants chercheurs, militants de tous bords, industriels, politiques, etc. désireux de dialoguer pour imaginer ensemble cette agriculture, sans exclusive idéologique, syndicale ou partisane.

Chacun des entretiens donne lieu à la publication d'une brochure destinée à favoriser les débats. Après le « **Changement global** », traité en 2011, et les « **Agriculteurs innovants** » en 2012, la présente publication présente les relations entre agriculteurs et consommateurs avec l'AEI, autour du thème: « **L'AEI dans mon assiette** ».

Aujourd'hui en effet, les agriculteurs sont tous techniquement capables d'adapter leurs productions aux plus hautes attentes sociétales - sous réserve de mieux en vivre. Le vrai sujet est donc : comment vendre les produits « mieux-disant sociétaux » au juste prix ? En réponse au nécessaire « produire

autrement » doit être ajouté un indispensable « vendre autrement ».

Effectivement, la performance environnementale doit être mieux rémunérée pour inciter durablement les agriculteurs à suivre la voie de l'agro-écologie.

De plus, l'agriculture contemporaine, quel que soit le type, se focalise sur la compétitivité *coût*, oubliant souvent la compétitivité *hors coût*.

En effet, l'essentiel des efforts est orienté sur les techniques et pratiques qui permettent d'accroître la production à moindre coût (stratégie volume/prix) pour une qualité donnée. Pendant ce temps, les consommateurs deviennent un groupe de plus en plus hétérogène aux priorités variées qui consomment des produits cadrant avec leurs valeurs (végétariennes, communautaires, religieuses, écologiques, bien-être animal, etc.). Les prix de ces produits peuvent varier du simple au quadruple.

La recherche de *compétitivité hors coût* sur les produits est donc complémentaire et devient indispensable : il faut pouvoir inclure dans les prix la valeur symbolique du produit. Pour cela, il faut sortir de la zone de confort technique et mettre en place des stratégies commerciales adaptées à cet objectif. Ce sera tout l'objet de ces 4^{èmes} entretiens de l'AEI que d'identifier les efforts à mettre en place.

Bien entendu, tous ces textes appellent débats et toutes les contributions seront les bienvenues, n'hésitez pas à en envoyer puisque la raison d'être de notre association est bien de favoriser le dialogue.

*Maximilien Rouer*¹

Association internationale pour une agriculture écologiquement intensive,
Chargée de l'animation : Claire Gomez,
55 rue Rabelais, BP. 30748, 49007 Angers cedex 01, France,
Tél. : (33) 2 41 23 56 87 www.aei-asso.org - Mail : aei@groupe-esa.com

¹ Président de Be Citizen, www.becitizen.com/, administrateur de l'association AEI

Comment l'Agriculture Écologiquement Intensive peut-elle contribuer à des Filières Écologiquement Intensives ?

L'Agriculture écologiquement intensive (AEI), mais aussi l'Agriculture Biologique, l'Agriculture Raisonnée, l'Agriculture Durable, l'Agroécologie et bien d'autres encore, cherchent à associer les performances agricoles avec une certaine vertu environnementale : ne pas polluer l'eau et l'atmosphère ainsi que les aliments, réduire l'empreinte carbone, améliorer la biodiversité... Cela entraîne des efforts pour les producteurs agricoles. Mais leur effort, pour être durable, doit se justifier par des baisses de coûts, les aides de la PAC, et surtout par le marché. Au cœur du marché, les consommateurs seront déterminants, mais aussi les industriels de la transformation, et la distribution. Le succès de l'AEI dépend donc en partie de la cohérence de la filière, du champ jusqu'à l'assiette. Cette cohérence est-elle possible ? C'est ce que nous allons tenter d'explorer.

L'AEI perturbe le jeu économique habituel des filières et des marchés

Pendant plusieurs décennies, s'est élaboré un régime de fonctionnement des filières alimentaires, jusqu'à constituer le paysage d'aujourd'hui. Plus exactement, il y a plusieurs régimes de fonctionnement des filières et qui évoluent encore aujourd'hui. Enumérons-les.

Les filières d'alimentation de masse. Elles sont les héritières directes de la volonté politique de l'après guerre où ce qui était recherché était la diminution des coûts de l'alimentation afin permettre aux consommateurs de consacrer moins de ressources à l'alimentation et plus pour d'autres domaines afin de soutenir la diversification de l'économie industrielle. L'agriculture a donc été invitée à se moderniser rapidement pour produire en grande quantité et à faible coût. Elle y a réussi. Ce régime de fonctionnement sous la pression des prix relatifs, mais dans une grande stabilité, a accru la productivité

agricole dans de grandes proportions. Avec le temps, elle a établi une concurrence « verticale » au sein des filières, entre distribution, industries et producteurs, souvent même entre les producteurs et leurs propres coopératives.

La grande distribution a pris une grande importance et a installé un « pouvoir de marché » à son avantage. Ce grand choix économique a entraîné d'autres choix : la standardisation des produits alimentaires (recherche d'économies d'échelle), la standardisation de la matière première issue des exploitations agricoles et d'élevage et la mécanisation des industries.

Dans cette aventure, l'agriculture a fait les principaux efforts de productivité : motorisation, mécanisation, génétique, intensivité en engrais, en produits phytosanitaires en aliment du bétail, irrigation... Peu à peu les filières se sont « allongées » au sens où les circuits géographiques se sont étendus (agrandissement des bassins de collecte, allongement des transports des produits) éloignant progressivement les producteurs de leurs acheteurs et des consommateurs. Parallèlement, la nécessité de renforcer les contrôles sanitaires s'est accrue et l'appareil public qui en a la charge s'est déployé en exigeant des modernisations. On peut résumer cette tendance -qui est encore fortement majoritaire- comme l'ère des commodités (produits agricoles commodés à commercialiser), de la standardisation, et de la production de masse.

Pendant la même période a émergé une autre tendance. Celle des *produits et des filières plus « distinguées »* fondées sur une meilleure qualité que le bas de gamme. Le but était de définir de nouveaux standards pour répondre aux besoins des consommateurs plus aisés, donc dans le cadre de marques commerciales ou de labels de qualité. Cela supposait des contrats entre producteurs et industriels, et des cahiers des charges établis de manière à faire ressortir des qualités réclamées par les consommateurs. Cela a pu aller jusqu'à la constitution de filières distinctes de très grande qualité dans le cadre d'initiatives d'entreprises, de groupes de producteurs, et parfois de la grande distribution. S'établissait ainsi progressivement la notion de gamme de qualité de manière à répondre à l'éventail des revenus permis par les gains de pouvoir d'achat de la population.

Une série de plus en plus longue d'incidents et d'accidents sanitaires a fait émerger de nouvelles filières. Les réactions aux pollutions alimentaires (antibiotiques, nitrates, hormones, dioxine, produits phytosanitaires, ESB, etc.) ont contribué à renforcer la législation, la réglementation et les contrôles. Les fraudes avaient très tôt eu le même effet. Elles continuent. Cela renforce des tendances à la défiance vis-à-vis des filières de masse, et la recherche de filières alternatives garantissant l'absence de problèmes sanitaires.

Ce fut d'abord le cas de *l'Agriculture biologique* (AB) et les circuits biologiques prennent de plus en plus d'importance. De véritables filières intégrant aussi la distribution (Biocoop) se sont établies. L'AB refuse

d'utiliser des intrants chimiques et médicaments vétérinaires. Pour le consommateur, ce refus est une sécurité et elle est garantie grâce à une certification indépendante.

Naissent aussi aujourd'hui des *filières « citoyennes »* fondées sur des contrats entre producteurs et consommateurs par de la vente directe, par exemple avec les AMAP (Associations pour le maintien de l'agriculture paysanne). Pour d'autres consommateurs, il est important que les transactions commerciales avec les producteurs soient équitables. Plus largement, les consommateurs cherchent des relations de proximité avec les producteurs par des « *circuits courts* », le fait de se connaître établissant une relation humaine de confiance.

Au total, il y a une évolution notable des régimes de fonctionnement des marchés et des filières que l'on peut résumer de la manière suivante :

- Essoufflement des filières « de masse », la logique d'une agriculture à prix bas atteignant des limites pour les producteurs et les petites industries.
- Emergence rapide des « filières bio » en réaction aux angoisses sanitaires liées aux accidents qui surviennent régulièrement.
- Emergence de la notion de filière courte, la proximité territoriale entre producteurs et consommateurs redonnant de la confiance dans les achats.
- Emergence de préoccupations citoyennes.

L'intensification écologique s'ajoute à cet ensemble. Quelle est sa spécificité ? Quels types de filières et régimes de fonctionnement des marchés sous-entend-t-elle ?

Elle part du principe qu'il n'y a pas contradiction entre performances techniques (productivité) et performances environnementales. Non seulement il n'y a pas contradiction, mais l'utilisation de raisonnements écologiques à des fins productives conduit à des synergies entre performances techniques et environnementales. On peut même aller plus loin : dans certains cas, il y a synergie avec des améliorations de qualité ; par exemple pour la viande, les produits laitiers, la qualité des céréales, tout comme dans le cas du « bio ». Il y a aussi amélioration de certaines qualités sanitaires (recours limité à des intrants chimiques). Mais l'AEI est une transition, une évolution, un cheminement. Ce n'est pas un « état » donné de l'agriculture, contrairement à l'Agriculture biologique. Il est donc plus difficile pour les consommateurs, les citoyens, et partant, pour le grand public de se faire une opinion et d'accorder sa confiance à l'AEI car celle-ci couvre une gamme de situations qui part de formes proches de l'agriculture conventionnelle, pour aller vers des états

éventuellement plus vertueux que le « bio », à haute intensité écologique. Dès lors que faire pour que les partenaires des agriculteurs en particulier les industriels, mais aussi les consommateurs participent à un « nouveau régime de fonctionnement » qui intègre pleinement l'AEI ?

Comment le consommateur peut-il s'intéresser à l'AEI ?

Un premier problème est de donner aux consommateurs des points de repère fixes sur la qualité des produits et non de donner des informations sur les parcours d'intensification écologique. L'AEI étant une démarche, garantir qu'un produit s'inscrirait dans cette démarche serait certes intéressant, mais pas de nature à assurer le consommateur d'un haut niveau de qualité. C'est pourquoi, l'AEI n'est pas et ne peut pas être un label, ni une certification.

Pourtant, l'entrée dans une démarche AEI permet des améliorations. Elles sont de différents ordres :

- La réduction progressive des pesticides et médicaments vétérinaires, donc la diminution de certains risques sanitaires.
- La réduction des pratiques qui aboutissent à des dégradations environnementales (effet de serre, perte de biodiversité, ruissellement des eaux, érosion, etc.) et l'amélioration symétrique (lutte contre l'effet de serre, gains de biodiversité, infiltration des eaux de pluie, non érosion, etc.).
- L'amélioration progressive de certaines qualités organoleptiques des produits, comme l'agriculture « bio ».

Les consommateurs peuvent être intéressés mais ils sont à la recherche de garanties solides du type « garantie totale effective » :

- Garanties sanitaires : il s'agit de respecter les règlements mais ceux-ci sont souvent vus comme insuffisants par les consommateurs.
- Eventuellement des garanties de qualité environnementale, mais il n'y a pas de labels spécifiques ; il existe des certifications par exemple « Haute valeur environnementale » (HVE), ou Agriculture raisonnée, ou éventuellement ISO 26000.
- Garanties concernant le caractère équitable : il existe des labels de commerce équitable comme Max Havelaar.
- Eventuellement des garanties concernant les qualités organoleptiques spécifiques résultant de pratiques productives particulières, ce qui peut être obtenu par des labels et des politiques de marque.

Cela fait quatre qualités à repérer sur les étiquetages ce qui est certes difficile pour un consommateur surtout s'il est pressé et si les informations sont illisibles !

La promotion des produits issus de l'AEI auprès des consommateurs peut donc se faire, à ce stade, de différentes manières :

- Par des marques énumérant par la publicité les différentes qualités du produit (sanitaires, gustatives, environnementales et éthiques) ; c'est le cas en 2013 des cafés Malongo ou de la « nouvelle agriculture » de Terrena.
- Par la mise en valeur sur les emballages des labels et certifications : HVE, ISO 26000.

Pour que la filière fonctionne et que la reconnaissance des efforts de qualité soit effective il faut :

- Qu'il y ait des groupements de producteurs de taille suffisante pour approvisionner convenablement la filière, ou des coopératives capables de prendre l'initiative de l'organisation.
- Et qu'il y ait la même reconnaissance de ces efforts au niveau de la transformation industrielle car c'est d'elle que dépend le produit fini, ou bien de la distribution s'il n'y a pas de transformation (fruits et légumes par exemple).

Il y a donc des solutions pour que le « maillon producteurs agricoles » soit reconnu dans son effort d'intensification écologique, mais ces solutions dépendent de la volonté des autres opérateurs des filières. Pour cela il faut une cohérence et cette cohérence définit un régime de fonctionnement spécifique de la filière. Il nous faut le définir.

Quel régime de fonctionnement spécifique des « filières AEI » ?

Un régime de fonctionnement se caractérise par les formes de concurrence et de coopération entre partenaires du circuit et des marchés, le partage de la valeur ajoutée, le partage de la stratégie et la vérification que tous les opérateurs respectent les engagements si c'est le cas. Ce qui donne un caractère spécifique à des « filières AEI » est qu'elles sont en cohérence avec les qualités AEI du maillon agricole, ce qui veut dire :

- Que l'ensemble de la filière garantit des qualités sanitaires (qui se rapprochent de la qualité « bio »), par exemple par la réduction, voire la non utilisation, de pesticides et la réduction au stade industriel des conservateurs, colorants, arômes non indispensables, etc.
- Qu'il y a des qualités environnementales (par exemple la qualité des eaux, le paysage) respectées par tous les opérateurs qui bénéficient à l'image de la filière toute entière.

- Et qu'il y a des qualités organoleptiques liées aux techniques de production agricole (par exemple la qualité spécifique d'une viande de bœuf à l'herbe) qui sont valorisées par l'aval.

Mais il serait dommage de s'arrêter là. En effet, l'AEI (le maillon agricole) induit des opportunités de qualité nouvelles pour la filière toute entière :

- Les qualités organoleptiques et gustatives peuvent être « additionnées » le long de la filière, chaque « maillon » ajoutant ses approches techniques de la qualité à celles des maillons antérieurs. Par exemple : en ce qui concerne le café, le maillon production caféicole cultive des variétés de qualité, avec des techniques sous ombrage, en pratiquant une récolte à maturité et un lavage et un séchage dans les règles ; le torréfacteur affine ses réglages pour exprimer les arômes les meilleurs et soigne l'emballage. Autre exemple : des éleveurs laitiers en AEI optent pour un système alimentaire conférant de bons arômes au lait, le lait correspondant livré à la fabrique est tracé, les fromages qui en résultent sont eux aussi tracés, l'affinage est conduit avec un soin particulier dans les règles par la cave et par le marchand distributeur qui en fait une publicité particulière, etc. Les conventions et ententes entre les maillons sont des conditions nécessaires d'obtention de produits de très grande qualité valorisable par de bon prix sur les marchés de consommation. L'AEI est donc une occasion de construire une « qualité de filière ».
- Autre opportunité : l'AEI correspond à une gamme complète de qualités caractéristiques du « développement durable » et de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) : éthique environnementale, équité économique, sûreté sanitaire (respect des règlements), qualités gustatives et organoleptiques. C'est donc l'opportunité de promouvoir un concept de « RSE de filière », ce qui constitue un élargissement du concept de RSE d'entreprise.

Des filières AEI ? Qui y gagnerait et à quelles conditions ?

Les premiers gagnants potentiels à de telles évolutions sont les agriculteurs. Il y a au moins trois raisons pour eux d'entrer dans une filière écologiquement intensive :

- Pris dans une concurrence permanente et une course à la productivité, les agriculteurs ont avec l'AEI l'opportunité de passer d'une concurrence aigüe sur des marchés de masse à une concurrence plus commode sur des marchés de qualité.

- Critiqués dans la société pour utiliser des pratiques polluantes, les agriculteurs peuvent voir dans l'AEI une opportunité de se saisir de la question environnementale rurale et de changer la donne sociale sur cette question.
- Le « verdissement » de la PAC, les financements agri-environnementaux sont une opportunité pour faire les investissements correspondants et sécuriser la transition vers une agriculture à haut niveau d'intensité écologique.

En outre, ils y gagneront en termes de risques sanitaires personnels (manipulation de produits dangereux). Enfin, la pratique de l'AEI demande une qualification élevée et diversifiée qui représente un avantage professionnel et un statut social.

Les coopératives y gagneraient aussi. De service commercial pour les agriculteurs, elles pourraient devenir des pôles stratégiques :

- Entraînées dans le courant de la production de masse et de production de matières premières standardisées, et ayant perdu des capacités d'autonomie stratégique, elles pourraient reprendre l'initiative pour structurer une production de meilleure qualité.
- En fusionnant de manière à avoir une taille supérieure, elles pourraient investir dans l'agroalimentaire et créer des filières AEI et peser plus vis-à-vis des IAA et de la distribution.
- Profitant de la restructuration économique générale et de l'importance de l'Economie Sociale et Solidaire (ESS) en France, elles pourraient consolider avec d'autres coopératives d'autres métiers un secteur alimentaire fondé sur la Responsabilité Sociale de l'Entreprise (RSE) et l'AEI.

Les industriels pourraient aussi y gagner. Les industries agroalimentaires françaises ne profitent pas assez de l'excellente réputation agricole et gastronomique dont jouit notre pays pour gagner des places à l'exportation. Le secteur est un des plus importants économiquement et c'est pourtant un des plus faibles en matière de recherche et développement ainsi que d'innovation. Différentes perspectives sont possibles :

- Le modèle de production de masse de produits de faible qualité n'est plus compétitif au plan international : il faut inventer une entrée de gamme exportable de qualité distinctive.
- La montée en puissance d'une agriculture fondée sur l'écologie productive constitue une opportunité pour relancer une stratégie de produits de qualité supérieure et de diversification audacieuse pour l'exportation.

- Enfin, les industries agroalimentaires pourraient investir dans le développement durable et en particulier les économies d'énergie et l'économie circulaire, en cohérence avec les exploitations agricoles.

La Distribution a aussi beaucoup à gagner à ne pas poursuivre dans la stratégie qui consiste à faire pression à la baisse sur les prix. Nous arrivons dans ce domaine à des limites. Son intérêt serait plutôt ailleurs.

- Elle devrait, en accord avec les industriels, assurer des produits d'entrée de gamme de qualité standard rehaussée prenant en compte par exemple le bien-être animal et les nouvelles règles environnementales de la PAC 2015 de manière à offrir des produits d'un bon niveau de qualité compétitive de base sur les marchés européens.
- Elle gagnerait à offrir des produits issus des terroirs proches (ce que fait Super U), limiter l'empreinte carbone, diminuer les frais de transport.
- Enfin, dans l'optique de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise, elle pourrait investir dans l'information et l'éducation des consommateurs notamment en prenant une part active dans la promotion intelligente de l'AEI.

Les consommateurs et les citoyens qui sont les mêmes personnes pensent avant tout en termes de prix et de sûreté des aliments, puis en termes de qualités gustatives, moins en termes de qualités nutritionnelles et environnementales.

- Pourtant, avec le temps, émergent des nouvelles demandes de qualité allant dans le sens de la proximité, la connaissance des circuits des produits et leur traçabilité, la confiance dans les distributeurs, l'impact environnemental... Il faut renforcer ces tendances par de l'information publique, de la formation scolaire (le comportement de consommation est un sujet de politique publique), et la participation de la distribution (voir ci-dessus).
- Il convient aussi de cesser de faire peser sur l'alimentation et l'agriculture les baisses de prix et les baisses de budget des ménages, alors que depuis trois décennies la part des transports et du logement n'ont pas bougé. L'alimentation ne doit plus être la variable d'ajustement du budget des ménages. Les efforts de productivité doivent être mieux répartis.

Enfin, tout cela n'est possible que si s'établit, au sein des filières, une nouvelle répartition de la valeur ajoutée, à chacun selon son effort et sa responsabilité, dans un esprit d'équité, de consensus stratégique et de contrat. Il ne s'agit plus là d'une utopie puisque de tels cas commencent à exister.

En conclusion.

Ne serions nous pas avec l'AEI dans une mutation plus large que ce que l'on imaginait ? Partant d'une agriculture AEI on envisage en effet, par nécessité de cohérence, l'émergence de « filières AEI », l'émergence d'une nouvelle politique pour les Industries agroalimentaires fondée sur la fin d'une alimentation de masse et la promotion d'exportations de haute qualité, et un renforcement des tendances positives de la consommation pour anticiper l'avenir. C'est sans conteste un scénario positif, volontairement positif car il existe très partiellement déjà ici ou là, et que nous manquons d'esprit positif dans un pays qui se voit volontiers en déclin. Dans cette perspective, les agriculteurs innovants qui vont dans le sens de l'AEI et des idées voisines constituent une force d'initiative cultivant un tel scénario avec conviction. Et les coopératives –si elles ont une taille suffisante- constituent, toujours dans cette même perspective, les instruments indispensables à la formulation des stratégies de filière correspondantes. Il revient enfin aux pouvoirs publics, dans notre pays qui leur accorde tant d'importance, de porter un discours d'avenir, de mobilisation des différents acteurs et de formuler les politiques incitatives les plus pertinentes possibles.

Michel Griffon²

² Agronome et économiste, Président de l'association AEI, auteur de Nourrir la planète et de Qu'est-ce que l'agriculture écologiquement intensive ?

AEI, qui va payer ?

Les agriculteurs et leurs organisations et entreprises s'interrogent légitimement sur la « rentabilité » de leurs efforts en matière d'Agriculture écologiquement intensive, craignant que de début d'engouement actuel ne retombe rapidement si aucune satisfaction matérielle n'apparaît, ou, pire, si leurs efforts aussi louables que méritoires ne génèrent qu'une baisse de leurs revenus. Faisons un peu d'arithmétique à ce sujet !

= EGAL : chacun doit se débrouiller pour respecter son bout de planète

Inutile de rêver en matière de maintien des ressources naturelles qui nous sont (provisoirement) confiées. Nous nous devons de les rendre « aussi propres que nous les avons trouvées », et c'est à chacun de se débrouiller pour réaliser cet objectif de bon sens.

Par exemple, le maintien de la fertilité de son sol, c'est l'affaire personnelle de chaque agriculteur, et on ne voit pas très bien au nom de quoi il pourrait faire appel à d'autres pour ce faire. S'il veut transmettre à son héritier ou successeur un sol aride, érodé, pollué, compacté, sans matières organiques, etc., c'est son problème. Il est là face à sa conscience et à ses responsabilités propres. La terre était là bien avant lui, elle restera bien après lui, il n'est que de passage pour une courte durée, et c'est à lui de penser aux générations suivantes. Suivant l'expression de St Exupéry : « *nous n'héritons pas la terre de nos parents, nous l'empruntons à nos enfants* ». A la limite, la société aurait le droit moral de l'obliger à en faire un minimum, à le protéger contre lui-même en quelque sorte, et en tous les cas a le devoir de veiller à ce que d'éventuelles conduites irresponsables sur sa propre terre ne nuisent pas à celles de ses voisins.

Autre exemple, l'eau. Il y a quelques années, certains étudiants de l'ESA, bretons, fils de producteurs de porcs, me disaient, sans voir l'énormité de leurs propos « *d'accord pour rendre l'eau aussi propre que nous l'avons trouvé, afin que nos voisins puissent boire de l'eau potable, mais combien la société peut nous payer pour ça ?* ». On n'entend dorénavant plus guère de

tels propos, preuve que les mentalités ont évolué. L'eau potable est un « bien commun » et le droit à y avoir accès ne se discute pas. Chacun, agriculteur, industriel, municipalité, simple particulier se doit de le respecter. Les efforts pour y arriver n'ont pas à être rémunérés, c'est exactement l'inverse : ceux qui ne le font pas ou n'y arrivent pas devraient payer intégralement le coût de la réparation de leurs dégâts. On a encore de vrais progrès à faire sur ce plan, en particulier dans l'ouest et dans le centre de la France, où l'on revient de loin, à cause d'excès de lisiers d'un côté et de fertilisants minéraux de l'autre, et de pesticides des deux côtés. Mais espérer de la société qu'elle vous paye pour ne plus polluer les cours d'eau et nappes phréatiques est carrément déraisonnable ! Et même demander de nouveaux délais pour se mettre en conformité.

Troisième exemple, l'air. Chacun a droit à respirer du bon air, comment en douter ! Et donc ceux qui empêchent les gens de respirer tranquillement doivent cesser de le faire, à leurs frais ! L'épuration des fumées de nos cheminées, la suppression des mauvaises odeurs qui incommode le voisinage est un devoir, qui s'impose à tous, aux agriculteurs et éleveurs comme aux industriels et aux artisans. Pas question de le monnayer par des subventions, ce devrait être l'inverse, et il serait « normal » que ceux qui le continuent à polluer paient des amendes... Là aussi, le fait qu'il y ait encore du chemin à faire ne permet aucunement de réclamer des aides financières.

Puisque nous avons évoqué trois des quatre éléments naturels de base, terminons notre revue : chacun comprend aisément que celui qui réclamerait des subventions pour ne pas mettre le feu chez ses voisins aurait plus de chance d'être enfermé qu'entendu !

Donc, pour toute une série de mesures, l'agriculteur AEI n'a rien à demander : il tente d'effectuer son simple devoir de base mieux ou moins mal que les autres c'est tout : on peut lui en donner acte et le citer éventuellement en exemple (et ce serait d'ailleurs bien de le faire), mais qu'il n'en attende aucune rétribution financière, à part le fait que si l'état distribue des amendes, il en soit exempté.

+ OU - : En matière d'agriculture, la frontière est floue

Normalement, l'agriculteur qui vient de lire la page précédente doit être fortement irrité d'avoir lu un texte de plus qui le considère a priori comme pollueur ! Pour ceux qui ont franchi l'obstacle, allons donc plus loin. Le principe « pollueur-payeur » qui sous-tend le raisonnement est en effet nettement plus difficile à manier en matière agricole qu'en matière industrielle. Pour une industrie, il est théoriquement sans appel : l'idée de créer des richesses de façon privée en externalisant et socialisant les « externalités négatives » (comme on dit pudiquement) n'est pas morale. Ce qui ne veut pas dire qu'on ne trouve pas très souvent des accommodements avec la dite morale, du style « je

pollue d'accord, mais je crée des emplois et je ramène des devises » ; la vie est aussi faite de compromis, surtout avec les puissants !

Mais en matière agricole le raisonnement est plus complexe, car si une ferme peut polluer, en exportant elle aussi des externalités négatives, elle peut tout aussi bien améliorer positivement son environnement, et générer des externalités positives en rendant service à ses voisins. On peut y fixer du carbone de l'atmosphère, y purifier de l'eau, y étendre les boues urbaines, y accueillir dans un environnement agréable les promeneurs (ou les skieurs, ou des enfants des écoles, etc.), y entretenir un paysage attractif et reposant, etc. Et la frontière entre les deux est difficile à déterminer. D'un côté de cette frontière, il est moralement légitime que l'agriculteur soit sanctionné (avec discernement), et de l'autre... qu'il soit subventionné pour les services qu'il rend à la société.

Par exemple les villes sont bien obligées de trouver une utilisation à leurs boues des stations d'épuration. D'un côté elles sont pleines de matières organiques, et à ce titre constituent un engrais naturel, et de ce point de vue, l'intérêt est partagé entre la ville et à la campagne, car elles sont utiles aux champs qui les accueillent. Mais d'un autre il est bien rare qu'elles aient été entièrement épurées de leurs métaux lourds, antibiotiques, contraceptifs, médicaments divers, produits chimiques nocifs, et à ce titre elles polluent les mêmes champs, et à terme les nourritures qui y sont produites et retourneront être mangées dans ces mêmes villes ! Alors, dans ce cas, qui doit payer qui finalement ?

Autre exemple : près des captages d'eau potable pour une ville, il est normal d'exiger des pratiques agricoles très strictes qui ne laissent filtrer aucun engrais ni pesticides. Ceci induit pour les agriculteurs concernés une agriculture beaucoup moins rentable que celle de leurs voisins, par exemple de l'élevage bovin extensif au lieu de céréales intensives. Là aussi, qui doit payer qui ? C'est pareil pour les parcs nationaux ou régionaux : l'intérêt collectif impose une agriculture moins rentable, et il est normal que les agriculteurs, indispensables au projet, puissent néanmoins vivre décemment sur place.

D'une manière générale, la généralisation des aides PAC avec conditionnalités environnementales, comment doit-on la considérer ? Comme une amende à ceux qui ne se sont pas mis au niveau attendu par la société, si on considère que les primes PAC sont un dû pour avoir une agriculture viable ? Ou bien comme une prime à ceux qui construisent une autre société, si on considère que le marché suffit dorénavant à réguler l'agriculture et que les primes PAC sont devenus un outil vers une transition écologique ?

On voit bien que, vu de ce point de vue, la diffusion de techniques AEI obligera à revoir en profondeur la philosophie même des rapports entre l'agriculture et la société.

- MOINS : dépenser moins pour gagner plus

C'est ici que les principales espérances économiques de l'AEI sont à rechercher. Le pari est en effet, sous nos latitudes, de réussir à produire autant, mais avec moins. Moins d'engrais, de pesticides, d'énergie, de tracteur, etc. Il s'agit donc de vendre autant mais de dépenser moins, ce qui devrait permettre de gagner davantage. Ça n'est pas facile : produire autant reste dans la plupart des cas un but à atteindre, pas une réalité. Et des éventuelles économies de charges peuvent aussi être compensées par des charges nouvelles. L'agriculteur AEI devrait logiquement acheter moins de produits, mais comme il s'avance en terrain inconnu et complexe, il devrait tout aussi logiquement acheter davantage de services (conseils, formation, analyses, assurances), et il prendra probablement davantage de risques, au moins dans un premier temps.

Notons que les coopératives, qui historiquement se sont créées souvent en tant que groupement d'achat, devront également trouver un autre modèle économique ; au lieu de vendre les produits en offrant les services (en particulier de conseil), à terme, elles devront vivre essentiellement de la vente de conseils, quitte à parfois offrir les produits (par exemple le pesticides destiné à réparer les dégâts créés par des conseils insuffisamment efficaces).

Il reste que l'essentiel de l'équation économique AEI pour les agriculteurs est à rechercher dans ce sens de la baisse des charges, au moins pour le secteur végétal.

En matière d'élevage ce sera probablement plus complexe et aléatoire. La question sera probablement de viser davantage d'autonomie dans une époque où céréales et protéines végétales seront chroniquement chères, donc de produire soi-même ses aliments avec ses propres végétaux, ou au moins des végétaux locaux, et de réussir à vendre plus cher une viande ou un lait de qualité. Le défi de ne produire en France que les animaux (de qualité) que l'on pourra nourrir avec les végétaux français, céréales et protéines, est immense, mais devra bien être relevé, et l'AEI devrait logiquement montrer la voie en la matière.

Le second problème est celui du rapport au reste de la filière. Si les acheteurs de produits agricoles (industriels et distributeurs) sentent qu'il y a là une marge nouvelle et tentent de se l'approprier en achetant moins cher les produits AEI sous prétexte qu'ils ont coûté moins cher à produire, tout l'édifice s'écroule ! Et, disons-le, le risque n'est pas nul au vu de l'histoire passée ! Une stratégie préventive est certainement à inventer par les organisations agricoles. Les agriculteurs auront absolument besoin de défendre efficacement leurs marges.

+ PLUS : le consommateur va-t-il payer ?

Chacun rêve de gagner plus, c'est humain, et les agriculteurs qui se lancent dans l'AEI le font logiquement. Mais qui va payer ?

On imagine bien sûr que ce pourrait être le consommateur ; il est donc urgent de réfléchir à la meilleure manière de lui faire « avaler », ou « croquer »³ de la nourriture AEI de façon préférentielle et de le convaincre de dépenser plus pour ce faire. Malheureusement, c'est probablement un vœu pieux.

D'une part la difficulté de labelliser des « produits AEI » sera considérable. Nous parlons là de techniques agricoles consistant à produire avec moins d'intrants industriels, particulièrement chimiques ; on peut éventuellement mesurer la baisse d'utilisation d'engrais chimiques et de pesticides (et encore en la matière chaque année sera différente des autres), mais comment quantifier efficacement et de façon incontestable la réduction du labour, la couverture permanente du sol, le recours à des mélanges de plantes complémentaires ou à des animaux auxiliaires de culture, le développement de l'agroforesterie, etc. ? Et même si on pouvait le faire, comment organiser une filière fiable de la fourche à la fourchette, et prouver de manière convaincante qu'au bout du compte le produit alimentaire est meilleur ?

Meilleur pour qui d'ailleurs, pour la planète ou pour la santé du consommateur ? Ça ne va pas forcément de pair. L'idée que la « Mère Nature » nous veut du bien, et que donc manger plus « naturel » serait un gage de bonne santé est très largement une construction de l'esprit : rien ne prouve, alors que 95 % des plantes ne sont pas comestibles, que manger des plantes « pures », qui contiennent parfois des maladies bien naturelles, soit toujours meilleur pour la santé humaine que de manger des plantes qui contiennent parfois des résidus de médicaments destinés à soigner leurs maladies. Le dernier vrai scandale sanitaire en Europe a quand même été le fait de graines bio égyptiennes germées en Allemagne, qui ont fait une cinquantaine de morts outre Rhin (dix fois plus là-bas que la vache folle !).

D'autre part, comment convaincre le consommateur qu'il devrait dépenser davantage pour financer des pratiques agricoles qu'il estime « normales », pensant que c'est la permanence des autres pratiques du XX^e siècle qui à ses yeux sont maintenant devenues anormales ?

Le dit consommateur est réputé dans les médias vouloir manger « *bio, local et équitable* » ; au fait combien de consommateurs exactement ? Le bio ne représente que 3 % des surfaces agricoles, malgré une progression impres-

3 Je fais ici référence à la différence entre le croquage et l'avalage que j'avais développé dans l'article Comment faire « croquer » l'AEI aux consommateurs ? publié dans la première brochure l'AEI face au changement global de 2011 et disponible sur le site internet de l'AEI.

sionnante qui a fait beaucoup parler d'elle dans les dernières années, et une bonne partie du bio vendu en France est... importé ! Mais même avec les importations, la part du bio reste très faible dans notre pays.

Les filières dites courtes apparaissent comme complexes et ambiguës : courtes en quoi ? En kilomètres parcourus ; les produits locaux mangés par chaque locavore sont alors réputés meilleurs que ceux que mangent les locavores des autres régions, a fortiori des autres pays ? En nombre d'intermédiaires, mais les achats directs aux producteurs peuvent bien s'effectuer très loin de chez soi ? En proximité idéologique, quand on s'efforce de manger des produits dont tous les acteurs de la filière pensent comme soi ? Même en rassemblant les trois concepts, on n'arrive qu'à quelques points de pourcentage ; on n'est pas près de nourrir intégralement les 10 millions de parisiens avec des Amap, drives fermiers et autres marchés paysans.

Et l'équité, vaste programme : on voit à peu près ce qu'on peut faire pour les petits producteurs de café amis de Max Havelaar, mais qu'est-ce que l'équité pour les produits français, comment la mesurer et la réglementer pour arriver à des prix que tous jugent justes ?

Au total, même en ratissant large, on ne dépasse certainement pas les 5 % de la nourriture achetée en France qui soit réellement « *bio, locale ou équitable* », et beaucoup moins qui soit les trois à la fois. Ce n'est donc pas, et pour longtemps, un vrai enjeu économique ; c'est d'abord un enjeu culturel, l'occasion de réfléchir à notre alimentation, d'en parler et de lui redonner du sens. Là la percée est indéniable : pour faire caricatural, ces 5 % de notre consommation représentent certainement 70 % des conversations (au moins chez les intellectuels). Quand on a fini ces discussions qui nous honorent, chacun sait qu'on retourne au supermarché pour acheter « *pas cher, vite fait et pratique* », qui est en fait le vrai trio qui compte économiquement !

Donc si les trois labels *bio, local et équitable* ont si peu convaincus le consommateur français, alors qu'ils sont culturellement beaucoup plus puissants, bon courage à l'AEI pour se lancer à son tour dans cette course ! Qui va croire que demain des millions de consommateurs français réclameront régulièrement des produits AEI pour avoir l'honneur et le plaisir de les payer plus cher ? Ils ne seront ni plus pratiques ou vite faits, ni nécessairement plus locaux ou équitables, ni de façon sûre et prouvée meilleurs pour la santé. Ni même « sans » (gluten, lactose, sucre, graisses, additifs divers, etc.), la qualité qui monte en ce moment. Pas plus goûteux que la moyenne, ni plus sûrs, ni plus exotiques, ni plus modernes, ni plus traditionnels... Rien de vraiment décisif donc à se mettre sous la dent.

Aujourd'hui, qui parmi les producteurs serait d'ailleurs prêt à troquer un label rouge ou un label bio ou une appellation d'origine contrôlée contre un hypothétique label AEI ?

Mais restons ouverts : qu'est qu'un juste prix à la vérité ? Est-ce que nous allons indéfiniment vouloir dépenser moins pour manger, et davantage pour nous soigner ? Dans les années 60, nous consacrons en France le quart de nos revenus pour nous nourrir, deux fois plus que pour nous loger. Aujourd'hui 12 à 15 % de nos revenus, et deux fois moins que pour nous loger. Bientôt nous allons dépenser davantage pour nos loisirs (culture, sport, vacances, télévision et téléphone) que pour nous sustenter. Ces évolutions peuvent parfaitement subir de nouvelles ruptures. Qui sait si dans 10 ou 20 ans, nous n'allons pas de nouveau revenir à plus de fondamentaux, à consacrer une plus grande part de nos revenus à nous nourrir, et à le faire davantage en phase avec la planète ? Dans ce cas les agriculteurs AEI auront été des précurseurs, des « sentinelles de la terre » qui auront su anticiper sur la demande sociale, et, aidés par d'efficaces hommes et femmes de marketing, mieux valoriser leurs efforts...

+ PLUS : le citoyen peut-il payer ?

Mais, si finalement ce n'est pas le consommateur qui paye, le citoyen pourrait-il le faire ? Peut-être finalement ! Car l'AEI est une action citoyenne, pas consumériste. Et que, tous un peu schizophrènes, nous avons des attitudes différentes face au politique et derrière une caddie. Le grand problème à court terme de l'AEI est celui de la transition et des risques associés. Par exemple, quand on arrête de labourer, cela peut prendre quelques années de reconstituer son cheptel de vers de terre, champignons, bactéries, mycorhizes et autres auxiliaires de culture. Et pendant ce temps la production baisse. Diminuer fortement les doses d'engrais et de pesticides ou mélanger les cultures fait prendre des risques, surtout au début quand on manque d'expérience. Planter de nombreux arbres dans les parcelles coûte évidemment des années avant que ça ne rapporte, sans compter les erreurs possibles d'espèces à planter.

Le risque peut se mutualiser localement, par exemple au niveau d'une coopérative ou d'un groupement de producteur, mais il peut aussi s'assurer à un niveau plus large, citoyen. Les Conseils régionaux, l'Etat ou l'Europe pourraient aussi bien, et devraient, jouer ce rôle. On a bien inventé un système de subvention triennal aux agriculteurs en transition vers le bio, pourquoi pas l'étendre à la transition vers les autres formes d'AEI ? Il paraît urgent de se mettre à définir ce que pourraient être les règles de telles subventions, pour pouvoir les proposer aux différents pouvoirs publics avant qu'ils ne nous les imposent, on n'est jamais aussi bien servi que par soi-même.

Bruno Parmentier⁴

4 Consultant conférencier, secrétaire de l'association AEI, auteur de Nourrir l'humanité et de Manger tous et bien ; blog : <http://nourrir-manger.fr/>

L'AEI peut-elle constituer une valeur perçue par le consommateur ?

L'AEI : vers un nouveau label garanti par l'Etat ?

Le consommateur est souvent un être égoïste par nécessité. Si à l'entrée du magasin il est sensible au bien de la planète, force est de constater qu'à la caisse, son pouvoir d'achat l'a mené à des « choix contraints ». Pour qu'il accepte de payer plus cher un produit, ce dernier doit apporter un bénéfice clairement perçu par lui. Cette valeur perçue relève de la seule rationalité de l'individu consommateur. C'est ce qui donne naissance aux segments de marché regroupant des consommateurs partageant les mêmes convictions et ayant les mêmes préférences à l'achat.

A ce titre le Bio est un segment exemplaire. Des consommateurs inquiets de la qualité de leur alimentation et de ce qu'elle peut potentiellement contenir, sont prêts à payer plus cher pour un produit clairement perçu comme meilleur pour leur santé. Certain d'entre eux en font également un acte militant par rapport à une vision du développement humain et une certaine idée de l'économie qu'ils souhaitent plus équitable. D'ailleurs, du fait de son développement et de l'internationalisation des échanges de produits Bio, plusieurs sous-segments apparaissent à l'intérieur même du marché du Bio, à l'image du label « Bio cohérence » qui garantit non seulement le mode de production mais également une démarche de type équitable.

Le label rouge constitue à l'identique un segment de marché. Sa promesse est de garantir une qualité gustative supérieure, démontrée par des analyses sensorielles.

A la différence de ces signes de qualité, garantis par l'Etat, l'Agriculture écologiquement intensive n'a pas fait, à ce jour, le choix de devenir un label officiel. D'ailleurs, l'association AEI a d'emblée choisi de ne pas emprunter ce chemin et d'interdire l'usage du terme à titre de communication sur les produits.

Comment un produit issu d'une démarche de type AEI pourrait-il bénéficier d'une reconnaissance du consommateur ?

L'AEI n'est pas monolithique. Elle regroupe des initiatives différentes qui, de notre point de vue, mènent le même combat : redonner progressivement à l'écologie toute sa place dans les modes de production en lieu et place des pratiques agricoles conventionnelles utilisées depuis plusieurs décennies. Par exemple, en préservant et stimulant la vie du sol, il est possible de réduire significativement l'usage des engrais chimiques. En élevage, la prise en compte du comportement naturel de l'animal et l'aménagement progressif de ses conditions d'élevage contribue à maintenir les animaux en bonne santé et à diminuer l'usage des antibiotiques. Autre exemple, le mélange de deux variétés de colza au semi permet par le décalage de floraison de la première variété et in fine son sacrifice, de protéger des méligethes la variété choisie pour être récoltée sans avoir recourt aux traitements insecticides.

Si de ces évolutions, naissent des bénéfices du point de vue environnemental comme la diminution des quantités de produits chimiques utilisés, la réduction de gaz à effets de serre, la diminution des fuites de produits polluants dans les eaux ou une moindre dispersion dans l'environnement de molécules antibiotique, elles ne constituent pas à proprement parler une valeur immédiatement perçue par l'individu-consommateur.

Du lien entre mode de production, qualité nutritionnelle et sanitaire et préservation du capital-santé

Le bénéfice pour l'individu consommateur des produits issus de l'Agriculture écologiquement intensive est clairement à rechercher du côté des garanties apportées en matière de traçabilité et de garantie d'origine, et de qualité nutritionnelle et sanitaire des produits.

La multiplication des crises alimentaires (cheval, vache folle en Europe, mélamine dans le lait en Chine, etc.) crée un sentiment d'insécurité et d'inquiétude, pour le consommateur face à ses choix. Cette anxiété constitue dorénavant un puissant levier pour les marques comme le développait Georges Chetochine⁵ et conduit à l'émergence d'un segment intermédiaire entre Agriculture Biologique et le conventionnel. Aux Etats-Unis, il est dénommé « Natural ». D'une façon plus pragmatique, des marqueteurs hollandais parlent de produits « Honest ».

⁵ Georges Chetochine, professeur de marketing décédé en 2010 était un spécialiste des marques, du marketing des émotions et du comportement des consommateurs.

Ce segment émergent se définit par la multiplication d'initiatives d'acteurs économiques qui contribuent à offrir aux consommateurs des garanties sur l'origine des produits et les modes de production et d'élevage, autrement dit des garanties sur les agriculteurs.

A ce titre la démarche conduite depuis plus de dix ans par l'association Bleu-Blanc-Cœur⁶ démontre le potentiel que représente l'AEI du point de vue du consommateur. Le travail conduit depuis des années par Pierre Weill, ses équipes et les membres de l'association a démontré de façon claire le lien entre l'alimentation des animaux et la qualité nutritionnelle des produits qui en sont issus. L'intensification de l'élevage et la standardisation de l'alimentation a dégradé les qualités nutritionnelles notamment l'équilibre entre acide gras de type Oméga 6 et Oméga 3. Les conséquences néfastes d'une consommation prolongée et régulière d'aliments au profil Oméga 6 / Oméga 3 déséquilibré n'est plus à prouver. L'introduction de graines de lin en complément d'une alimentation fourragère de qualité pour les ruminants contribue à améliorer naturellement les profils d'acides gras.

C'est un champ immense qui s'ouvre à nous sur le lien entre mode de production et qualités nutritionnelles des aliments que ce soit en production animale ou végétale. La conviction qu'il existe un lien fort entre les modes de production et la qualité des produits est d'ailleurs partagée par beaucoup de consommateurs. C'est d'ailleurs un champ de recherche crucial pour le développement de l'AEI et nécessitera d'intensifier les programmes de recherche. Dans un avenir proche il sera possible, en analysant une viande ou un produit laitier, de dire ce que l'animal a mangé. Il en sera de même pour les humains pour lequel le lien entre alimentation et préservation du capital-santé n'en est qu'à ses prémices à travers la nutriginomique.

Les marques et les MDD : obstacles ou soutien à l'AEI ?

La plupart des grandes marques de l'alimentaire ont travaillé depuis des années sur la qualité et la présentation du produit final, sa praticité et sa sécurité sanitaire. Elles sont, dans leur majorité, restées discrètes sur l'origine des matières premières et les procédés de fabrication de leurs produits. Ceci est d'autant plus compréhensible que, sans jamais déroger à la sécurité sanitaire des aliments, elles ont assemblé des « soft commodities » (matières premières et ingrédients, mondiaux et standardisés au plus faible prix). C'est l'une des clés de leur rentabilité. Finalement, le consommateur se satisfaisait pleinement de cette situation ayant, in fine, un produit correspondant à ses attentes, sûr du point de vue sanitaire et lui apportant le plaisir et l'imaginaire offerts par la marque.

6 <http://bleu-blanc-coeur.com/>

Mais c'était sans compter sur la montée en puissance des enjeux du développement durable et la soif de transparence des « consommateurs ». Soutenue par l'ensemble des organisations non gouvernementales (ONG), amplifiée par le développement des réseaux sociaux, cette dernière crée une aspiration collective et inconsciente des consommateurs.

C'est ainsi que de grandes marques internationales sont ébranlées, déstabilisées par les répercussions de campagnes menées par certaines ONG. Le plus bel exemple est certainement celui de la campagne de Greenpeace contre la déforestation qui a conduit à diaboliser l'huile de palme en tant qu'ingrédient alimentaire.

La responsabilité globale des entreprises orientée vers l'individu et non plus vers le seul consommateur

En première approche, cette évolution peut apparaître comme une défiance irrationnelle, voire une façon de jouer sur les peurs collectives. Bien au contraire, elle est la suite logique d'un transfert progressif de responsabilités de la sphère politique vers la sphère économique.

L'incapacité des responsables politiques à agir de concert sur les différents thèmes du développement durable incite les parties prenantes externes à basculer leurs actions sur le terrain économique et à attribuer aux entreprises une responsabilité globale qui dépasse le périmètre, stricto sensu, de leurs activités de fabrication. Par définition, plus une marque ou une enseigne est puissante, plus sa responsabilité est grande, donc plus l'exigence de transparence et d'exemplarité de son action que ce soit du point de vue social, environnemental ou économique, sera forte. L'entreprise a un rôle essentiel à saisir pour rendre possible le dialogue entre entreprises, publics, administrations, parties tiers, actionnaires, ...

Si par autisme, la marque ou la MDD sont prises dans le tourbillon d'une crise sans pouvoir témoigner de leur bonne foi, elle perd rapidement de la valeur aux yeux des consommateurs et cette tâche indélébile marque à tout jamais son histoire. Alors sans changer fondamentalement leur modèle économique, les marques sont obligées d'interroger différemment leur amont agricole et de préparer la réponse à ce qui pourrait constituer une brèche dans leur forteresse.

C'est là une opportunité essentielle pour l'Agriculture Ecologiquement Intensive ! Sans avoir besoin de devenir un label, elle trace la route pour les marques qu'elles soient d'entreprise agroalimentaire ou de distributeur.

Une opportunité unique pour les agriculteurs de se réapproprier le commerce de leur produit !

Si l'agriculture, c'est-à-dire l'ensemble des techniques de production, fait l'objet de forte critique, l'agriculteur émerge comme un point stable à la fois marqueur du « produire local », héritier des valeurs historiques, gardien d'un territoire et véritable Sentinelle de la Terre®.

Dans la mesure où cet agriculteur endosse une posture responsable et témoigne par son action d'une véritable adhésion vers les enjeux essentiels de l'AEI, il devient un puissant prescripteur de la qualité intrinsèque des produits et le garant d'une sécurité retrouvée. Son pouvoir à diminuer l'anxiété du consommateur est d'ailleurs d'autant plus fort qu'il répond à la question « qui a produit et qui a touché mon aliment ».

La naissance d'une nouvelle économie des filières agricoles

Cette mutation génère une demande insistante des marques d'entreprise et de distributeur vis-à-vis de la production agricole. Malheureusement, celle-ci a peu investi dans le marketing ces dernières années. Les seules expériences connues et significatives sont les signes officiels de qualité à l'image du label rouge ou des AOC mais qui, engoncés dans leurs cadres réglementaires, peinent à intégrer les nouveaux enjeux. De son côté, AB génère un différentiel de prix qui limite son accès à l'ensemble des consommateurs.

Il s'agit donc aujourd'hui pour tous les acteurs de la production agricole d'investir pour offrir à leurs clients des solutions fiables et pertinentes pour les consommateurs. Construire une démarche filière depuis le champ de l'agriculteur jusqu'au rayon du distributeur n'est pas chose facile et nécessite la construction d'un modèle économique spécifique. En effet, le principe consiste à créer des différences en terme de pratique agricole qui induisent souvent un surcoût à la sortie de l'exploitation agricole qui va augmenter mécaniquement au fur et à mesure de son avancée dans la filière sous l'influence de deux paramètres décisifs :

- Un planning de production et une collecte spécifique. Cela signifie que la planification des volumes finaux doit intervenir très en amont et ne pourra faire l'objet d'aucun ajustement instantané ni d'aucune substitution.
- Le déclasserement et l'équilibre matière. Ceci se détermine par la différence entre les volumes réellement mis en production chez les agriculteurs et la production réellement valorisée, in fine, auprès du consommateur. Son impact économique est déterminant puisqu'un taux de déclasserement de 50 % conduit à doubler instantanément le surcoût du produit agricole.

Du co-branding au co-marketing des filières agricoles

Le moteur de la différenciation repose sur l'acte agricole. La complexité consiste donc à prioriser dans les évolutions des pratiques agricoles des enjeux communicables aux consommateurs et qui serviront de socle à la construction de l'offre. L'agriculteur étant un chef d'entreprise indépendant, il doit lui-même être convaincu du bien-fondé de la démarche et acteur de sa mise en œuvre.

Pour cela, un travail de médiation permanent entre agriculteurs et consommateurs doit être favorisé. La constitution de groupes de médiation permet de créer la proximité nécessaire entre agriculteurs et consommateurs pour la réussite du projet. Les travaux conduits par Agnès Alessandrin⁷ dans ce cadre sont d'ailleurs assez exemplaires. De plus en plus, ce marketing collaboratif associe également de nombreuses parties prenantes internes et externes qui, de par leur propre combat, font émerger les tendances clés de l'offre de demain.

Ces démarches ne peuvent s'inscrire dans une logique classique d'appel d'offre et de contrat court terme. Pour imaginer et construire la filière et mettre en place concrètement un planning de production impliquant les agriculteurs, il est nécessaire de s'inscrire dans une durée de trois à cinq ans selon les productions. Le challenge est de faire travailler ensemble sur des durées longues tous les maillons des filières agroalimentaires. Il s'agit d'une vision transversale où le temps court de la consommation n'est pas celui du temps long de la production agricole.

Pour réussir durablement à implanter une telle démarche, il est impératif que l'ensemble des entreprises mette à plat la chaîne de valeur et travaille ensemble autour d'indicateurs de performance communs. Par exemple, le marketing de distribution doit non seulement orienter son assortiment et sa politique promotionnelle pour séduire ses consommateurs mais également pour améliorer l'équilibre matière et donc s'assurer les prix les plus compétitifs.

Peu d'outils sont aujourd'hui à la disposition des professionnels. C'est ce qui a conduit deux entreprises du monde agricole, un distributeur et l'école AgroParisTech à créer une chaire entreprise-école autour de la « *Sustainable demand supply chain* ». Le champ de recherche concerne à la fois la contractualisation, la chaîne de valeur perçue mais aussi la fluidité de l'information et de la traçabilité des pratiques sur toute la filière agricole.

⁷ Agnès Alessandrin, agrosémiologue, s'occupe en particulier de médiation participative entre producteurs et consommateurs.

Marier performance économique et éthique

Alors que l'industrie agroalimentaire et l'agriculture française souffrent de la concurrence européenne au point d'avoir perdu leur place de premier exportateur, l'émergence de ce segment de marché intermédiaire entre AB et le conventionnel, est une formidable opportunité de transformer les contraintes de l'agriculture française en opportunités économiques.

Le rejet des OGM, le maintien d'exploitations agricoles de petite taille, les hauts standards en matière d'environnement et de biodiversité deviennent des atouts pour repartir à l'offensive de l'exportation en utilisant pleinement l'image unique de la France en matière d'alimentation, de gastronomie et de tourisme. Pour cela, il faut que la stratégie soit intégrée par les acteurs du monde agricole pour formuler des offres pertinentes et attaquer de façon pragmatique les marchés en croissance. Dans un monde professionnel agricole largement dominé par la technique, souvent réfractaire au marketing, c'est une véritable révolution culturelle qui s'engage.

La marque ne peut pas être juge et partie. Elle ne peut pas d'elle-même décider et proclamer avoir bien agi. Elle doit donc ouvrir le dialogue avec toutes les parties prenantes et se connecter avec les réseaux sociaux pour comprendre et interagir avec les lanceurs d'alerte, prescripteurs ou leaders d'opinion.

La Nouvelle Agriculture® : une expérimentation Terrain

Ce nouveau modèle d'agriculture, résolument tourné vers l'avenir, amorce un grand virage pour mettre en pratique des techniques agricoles innovantes. Produire plus et mieux avec moins nécessite d'avoir sur l'exploitation des solutions techniques innovantes : l'accent a donc été mis dès le départ sur la R&D. La Nouvelle Agriculture® repose avant tout sur les 3 piliers suivants :

- Des agriculteurs organisés en coopérative, Sentinelles de la Terre®.
- Un socle technologique : l'Agriculture Ecologiquement Intensive.
- Un bénéfice Nutrition Santé pour les consommateurs.

Notre constat est le suivant : les Marketing actuels des marques et des MDD sont des barrières au progrès des agriculteurs. En effet, les habitudes ne changent pas alors que nous sommes en phase de transition. Les appels d'offres restent majoritairement basés sur des commodités, issues de nombreux fournisseurs interchangeables, au plus bas coût possible, avec les importations comme arme de dissuasion à la différenciation.

Pourtant l'aspiration des consommateurs à savoir comment leur alimentation a été produite n'a jamais été aussi forte ! C'est une opportunité unique pour les agriculteurs de s'impliquer dans la commercialisation de leurs produits et de rétablir une juste répartition de la valeur ajoutée au sein des filières permettant à l'agriculture de relever les défis immenses du XXI^{ème} siècle. L'émergence d'un nouveau type de marque, qu'elle soit d'entreprise ou de distributeur, qui repose sur une contractualisation honnête avec l'agriculteur, premier maillon de la chaîne alimentaire est sans nul doute la voie la plus efficace de promotion et de développement de l'Agriculture écologiquement intensive.

Christophe Couroussé⁸ et Alain Montebault⁹

Référence : Tout savoir sur... Le Marketing est mort, Vive le Marketing! novembre 2013, éditions Kawa, Auteurs: ADETEM, Collection dirigée par Henri Kaufman

8 Directeur du marketing stratégique et de la communication de Terrena et trésorier de l'association AEI

9 Directeur R&D, Qualité, Achat chez Terrena, www.terrena.fr/

Le e-commerce, promoteur des produits alimentaires de qualité ?

L'exemple de www.terredeviande.coop et réflexions autour de l'AEI...

La CAVAC est une coopérative qui réalise près de 50 % de son chiffre d'affaires dans le domaine des productions animales mais qui n'est pas impliquée directement dans l'industrie des viandes : seulement *via* des participations minoritaires dans l'aval.

Cette non-implication directe dans l'aval nous rend donc plus libres de toute initiative en matière de distribution, sans risque de conflit d'intérêt avec nos clients historiques qui ne sont pas les acteurs de la Grande Distribution, mais des industriels.

Nous travaillons en outre sur un territoire (Vendée / Deux-Sèvres) particulièrement riche de diversité en matière d'élevages.

A juste raison, nos agriculteurs sociétaires nous ont rappelé combien il était dommage que le monde agricole et le monde coopératif en particulier, ne se soient pas appropriés plus tôt, la commercialisation directe des produits agricoles, notamment en frais.

Nous avons raté le premier train de la grande distribution de masse et nous risquons de passer à côté de la grande mutation que vit actuellement la distribution : place grandissante en Grandes et moyennes surfaces (GMS) des messages de réassurance auprès du consommateur via les circuits courts et de proximité, place grandissante des concepts multi-frais complémentaires des Drives qui fleurissent un peu partout.

Depuis quelques années, des magasins de producteurs commencent à émerger.

Des réflexions se font jour chez de nouveaux acteurs économiques coopératifs ou non mais elles restent isolées ; et la création d'enseignes d'envergure de distribution en circuit plus court, avec de véritables réseaux de magasins peine à aboutir.

Forte de ces constats, Cavac a lancé mi-2011 un site web de vente en ligne de viandes émanant des producteurs de la coopérative, avec livraison à domicile possible sur toute la France (*et/ou sur points relais sur la Vendée*) : www.terredeviande.coop

Il s'agit de viandes sélectionnées (la qualité sans tomber dans le haut de gamme), apportant toute garantie d'origine (en provenance des départements 85 & 79) et la garantie d'être produites par des éleveurs-coopérateurs impliqués via leur coopérative dans des démarches de développement durable.

Le site offre l'avantage de couvrir tout l'univers des viandes puisque Cavac est impliquée dans toutes les filières. Une gamme Bio y est également mise en avant.

Les viandes sont présentées sous vide et distribuées via messagerie, en colis réfrigérés.

Au terme de plus de 2 années de fonctionnement, la montée en puissance est progressive mais réelle. Pour autant et nous le savions dès le départ, la viande est un univers peu « web-perméable ». Les réticences face à l'achat Internet restent importantes pour ce type de produits frais, même si le retour des clients qui ont franchi le pas, est particulièrement élogieux (qualité reconnue des produits).

En outre, la barrière à l'achat tient aussi beaucoup aux frais de port que nous avons successivement modifiés pour rendre l'achat plus accessible : livraison gratuite dès 100 € de commande.

Avec Terre de viande, nous surfons sur l'origine des produits : « *ces viandes, on sait d'où elles viennent* » et l'actualité nous démontre régulièrement qu'il s'agit là d'une garantie majeure recherchée par le consommateur.

Nous surfons également sur la notion de *circuit court* mais davantage circuit court que circuit de proximité puisque l'habitant du sud de la France qui nous achète des produits n'est pas vraiment sur un achat de proximité !

Alors en quoi l'initiative de Cavac peut-elle inspirer les démarches AEI ?

Il n'est pas inutile tout d'abord de préciser que l'AEI ne signifie pas circuit court. Ce sont deux notions qui peuvent parler aux oreilles des consommateurs mais qui sonnent développement durable pour des raisons

différentes : l'AEI en tant que mode de production plus respectueux de l'environnement mais préservant le potentiel de production ; le circuit court en tant que schéma logistique supprimant des intermédiaires, réduisant les risques inhérents à des circuits complexes et limitant l'impact carbone (souvent, mais pas toujours...).

L'AEI peut se révéler en revanche complémentaire des circuits courts en permettant de cumuler les garanties apportées.

Et cela peut s'envisager en magasins mais également via Internet.

La question est de savoir ce que le consommateur -complexe par nature- recherche avant tout.

S'il va sur Internet, ce peut être pour la simplicité d'achat (ne pas avoir à aller en magasin). En cela, le site *Terre de viande* offre une gamme large qui lui permet de retrouver la garantie qu'il aurait en achetant son bœuf à l'agriculteur du coin tout en ayant la possibilité de faire son marché et de panacher ses achats compte tenu de l'abondance des références proposées.

La livraison à domicile participe également à cette simplification de l'acte d'achat.

S'il va sur Internet en matière alimentaire, c'est aussi et en priorité pour trouver des produits qui lui apparaissent comme étant plus sécurisants, plus sains, meilleurs qualitativement, que ce qu'il pourrait trouver dans sa grande surface préférée.

L'AEI peut certainement participer à cette réassurance du consommateur ; mais comment ?

La démarche la plus simple, c'est que soit l'action collective développement durable de la coopérative qui soit mise en avant. Cavac ne l'a pas fait aujourd'hui mais elle pourrait très bien sur le site *Terre de viande*, mettre en avant son implication dans l'association AEI et par exemple, ses actions dans la voie d'une démédiocrité maximum en élevages.

En faisant cela, on fait de l'AEI une démarche d'entreprise un peu « chapeau », une démarche de garantie « supplétive », dans l'esprit de la RSE (responsabilité sociétale des entreprises).

La démarche la plus exigeante réside dans l'identification de produits relevant singulièrement de l'AEI. Ce qui a été fait de manière très ciblée avec la marque Nouvelle Agriculture (N.A.) de Terrena, orientée vers les Grandes et moyennes surfaces GMS, et notamment le lapin sans antibiotique.

Mais reste à savoir si un véritable magasin -qu'il soit physique ou virtuel- peut se construire autour de produits centrés sur l'AEI, et qui ne soit ni un magasin Bio, ni un magasin de produits de terroir...

Le concept de l'AEI est vaste et sa déclinaison sur toute une gamme de produits est rendue complexe car il relève d'initiatives aussi diverses que la préservation des sols, celle de la biodiversité, de mesures alternatives au chimique,...

En cela on peut légitimement s'interroger sur le caractère suffisamment attractif et différenciateur en soi, d'un réseau de magasins physiques ou virtuels centrés sur l'AEI.

Et, pour autant que cela puisse répondre à un besoin, notre scepticisme est grand, quant à penser que cela puisse constituer autre chose, qu'une micro-niche. Or l'AEI n'a pas vocation dans son concept à rester cantonné à une niche.

En conclusion de ces réflexions, nous pensons que les ventes via Internet, y compris sur des univers peu perméables au Web comme c'est le cas des viandes, devraient se développer au diapason de la levée progressive des freins psychologiques inhérents à ce type d'achat.

Les modes de production plus écologiques dont l'AEI se fait la promotion, peuvent permettre aux acteurs de cette mise en marché, de renforcer leurs argumentaires de vente ; mais il sera certainement compliqué d'en faire un levier suffisamment différenciateur pour alimenter un concept marchand spécifique à grande échelle.

A défaut d'être suffisant, le Web peut au moins se révéler un levier pédagogique. Si les sites marchands qui font le plus écho à l'AEI (vente de produits issus de pratiques recommandées par l'AEI) s'évertuent demain à faire le lien avec l'association, ses finalités et ses ambitions, ce sera au moins un moyen de faire mieux connaître le concept, auprès des clients de ces sites...

L'AEI constitue avant tout une démarche de progrès en matière de pratiques agricoles pour tirer de façon plus générale vers le haut, la perception qualitative par le consommateur citoyen, des produits agricoles de la ferme France.

Nous qui sommes une coopérative agricole, à l'heure où les coopératives agricoles enclenchent ce début 2014, une action de communication grand public d'envergure nationale pour mieux se faire connaître et reconnaître, il serait intéressant que l'Agriculture Ecologiquement Intensive irrigue davantage les coopératives et soit perçue comme l'un de leurs axes stratégiques et différenciateurs à la fois.

Mais de là à ce que le consommateur reconnaisse les produits AEI et les revendique dans son assiette, il y a du travail et du chemin à parcourir !

La difficulté que le concept *AgriConfiance*¹⁰ porté par les coopératives agricoles met pour véritablement sortir du bois après de nombreuses années d'existence, illustre combien est compliqué à promouvoir auprès du consommateur, un concept basé sur un mode de production différencié, autre que le Bio.

*Jacques Bourgeois*¹¹

10 www.agriconfiance.coop/

11 Directeur Général de la Cavac, www.cavacweb.info/

Le drive fermier, une initiative compatible avec des orientations AEI

La Chambre d'Agriculture de la Gironde et son Relais Agriculture & Tourisme ont décidé d'expérimenter une nouvelle forme de commercialisation des produits girondins sur le Web.

Le premier Drive Fermier® a ouvert officiellement ses portes le 19 octobre 2012 à Eysines sur le site de la SICA Maraîchère bordelaise.

Depuis 2 autres points relais urbains ont été créés à Lormont (au domaine Valmont à côté du lycée des Iris) puis à Gradignan (sur le site de Bordeaux Sciences Agro).

En septembre dernier, un Drive Fermier® rural a vu le jour à La Réole dans le sud-Gironde.

Ces deux sites d'e-commerce permettent de mettre en contact direct les agriculteurs et les consommateurs girondins en proposant des produits locaux et de saison. Le Drive Fermier® propose des produits de qualité, à des prix intéressants pour le consommateur, et rémunérateurs pour l'agriculteur qui s'engage à vendre au même prix que sur l'exploitation. Une alternative intéressante à la vente à la ferme, les marchés de producteurs, les AMAP ou bien les magasins de producteurs.

L'internaute peut commander à tout moment sur les sites sachant que l'offre en produits est la plus complète du lundi au mercredi de chaque semaine. Les commandes sont clôturées le mercredi minuit pour une livraison le vendredi après-midi (de 13h30 à 19h) sur les sites de retrait.

Une trentaine de producteurs individuels et 3 groupements de producteurs participent au Drive Fermier® de l'agglomération bordelaise et proposent une large gamme de produits : légumes, fruits, viande, volaille, vins, produits laitiers... soit plus de 630 références.

Le drive fermier® de La Réole fédère 15 producteurs individuels locaux et propose 150 références produits.

Sur 2013, les Drive Fermiers girondins ont préparé et livré plus de 9800 commandes soit plus de 42700 produits !¹²

L'expérience de la Chambre d'Agriculture de la Gironde s'inscrit dans une volonté nationale de l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture et de son réseau Bienvenue à la Ferme de proposer des outils de vente en ligne aux agriculteurs.

*Alain Monget – François Delmas Saint Hilaire*¹³

12 En savoir plus : www.drive-fermier.fr/33/ et www.drive-fermier.fr/lareole/

13 Service Promotion Agritourisme - Chambre d'agriculture de la Gironde tourisme.gironde@chambagri.fr

Êtes-vous responsable de ce que vous mangez ???

J'ai la chance d'avoir une épouse qui cuisine admirablement bien. Ni trop ni trop peu mais toujours à point. Cela me rappelle mon enfance où déjà en traversant la cour de la ferme je pouvais sentir et deviner ce qui allait être dans mon assiette au repas du midi. Eh oui, à l'époque, on savait ce que l'on mangeait ...

Il y a 60 ans, ma maman a démarré l'élevage des poulets pour l'auto-consommation, puis rapidement la basse-cour s'est agrandie et le surplus se vendait au marché local. Autant dire qu'il fallait mieux qu'il soit bon le poulet car sinon le client ne manquait pas de vous le rappeler la semaine suivante, et votre pub était faite...

Semaine après semaine, les clients revenaient voir mes parents car ils avaient apprécié ce qu'ils avaient acheté. Mes parents se retrouvaient à la fin du marché avec les voisins Fermiers qui écoulaient également leurs gallinacés, pour parler de la pluie et du beau temps, mais aussi pour discuter de l'avenir de leur métier. Ils étaient une bonne dizaine à vendre du poulet sur le marché, et les discussions portaient sur l'avenir de leur production, comment faire profiter plus de monde de ces si bons poulets, comment assurer un approvisionnement régulier aux clients avec une qualité toujours irréprochable, comment passer du petit élevage de basse-cour à une production raisonnée tout en gardant ce lien très fort qui unit le consommateur au producteur ???

A l'époque, un volailler (surnommé « *aile d'essai* ») avait repéré ces Fermiers et il n'a pas hésité à commencer à passer des commandes pour les jours de fêtes. Cette phase fut le début de ce que l'on appelle aujourd'hui des « intermédiaires », ce fut bien pour l'économie de la ferme de mes parents et mes voisins mais comment le consommateur allait pouvoir retrouver ce si bon poulet maintenant vendu sur les étalages à côté d'autres volailles venues d'ailleurs ???

Le Label rouge est né pour cela, pour garantir une qualité irréprochable au consommateur, mais mes parents iront beaucoup plus loin que ce label et ils ont eu la chance de pouvoir intégrer un syndicat (à l'époque, le

syndicat de défense du poulet de LOUE ; devenu aujourd'hui « Fermiers de LOUE ») qui s'est créé il y a plus de 50 ans pour justement organiser cette filière avicole. La particularité de ce syndicat est qu'il rassemble producteurs, transformateurs, distributeurs et tout le monde se retrouve autour d'une table pour organiser la production (sélectionneurs, accoueurs, éleveurs, fabricants d'aliment, suivi sanitaire), la transformation (abatteurs, transformateurs, conditionneurs), la distribution et le contrôle à tous niveaux.

50 ans plus tard, qu'est ce qui a changé dans l'assiette ???

Rien, rien n'a changé dans l'assiette, le goût du poulet n'a pas changé et c'est la fierté des Fermiers de LOUE qui comme mon épouse élèvent (et consomment) poulets, pintades, canettes, chapons. La passion de cet élevage a donc traversé les décennies et a su à chaque fois s'adapter pour coller au marché et passer les crises, mais toujours sans rien renier de la qualité, gage de durabilité.¹⁴

Le syndicat des pionniers a donc évolué en coopérative, il est passé de 10-15 producteurs à plus de 1 000 aujourd'hui, mais rassemblés géographiquement autour d'un territoire, afin de pouvoir tout contrôler de A à Z.

Pensez donc, mon épouse fait partie de cette coopérative, elle élève ces si bonnes volailles qui tantôt garnissent la table de notre maison, la cantine de nos enfants, les tables de restaurants étoilés mais aussi des supers ou hypermarchés de notre pays, et même de temps à autre la table de l'Élysée...

Évidemment, quand on a cette responsabilité de savoir que le produit que l'on a élevé avec passion finit dans l'assiette de M Lambda, on n'a pas le droit de tricher et c'est pourquoi mon épouse signe chacune de ces volailles, d'une magnifique bague qui assure la traçabilité du poulailler à l'assiette, cette bague porte notre nom, et vous permet si vous le souhaitez de venir visiter notre élevage.

Et oui, on ne se contente pas d'élever nos volailles, nos parents nous ont expliqué depuis longtemps que «le groupe serait toujours plus fort que le plus fort du groupe», voilà pourquoi au sein de notre coopérative, on permet à chacun de s'exprimer sur les compétences qu'il a en dehors de l'acte de production. On retrouve donc des *Fermiers de LOUE* qui vont aller à la rencontre des consommateurs dans les grandes surfaces pour simplement expliquer ce qu'est un poulet Fermier, donner des conseils sur la cuisson par exemple (il faut retourner la volaille toutes les 15 mn dans le four pour bien faire pénétrer les graisses dans la chair, humm...). Expliquer pourquoi la coopérative s'interdit une alimentation à base d'OGM et l'écrit sur la

¹⁴ Entre nous, rien, rien ne va changer ; tout, tout va continuer : <http://www.youtube.com/watch?v=57edduDiW18&hd=1>

barquette, et privilégie l'utilisation de phytothérapie. Expliquer en quoi nos modes de production «à l'ancienne» augmentent les défenses immunitaires de nos volailles, et pourquoi nos volailles picorent les petits cailloux de nos parcours herbeux (parce qu'elles n'ont pas de dents, mais vous le saviez j'en suis sûr). Enfin répondre à toutes les questions que chaque consommateur est en droit de se poser.

D'autres éleveurs se chargent d'animer les foires locales mais aussi le grand Salon parisien, et là il suffit de montrer comment le poussin sort de l'œuf pour faire coïncider le goût du poulet avec l'image de la poule. Il est loin le temps du marché où l'on pouvait voir l'animal vivant avant de le déguster, c'est pourquoi selon ces Fermiers il est important d'aller à la rencontre du consommateur. D'autres éleveurs sont moins à l'aise parmi la foule, mais à l'inverse sont prêts à recevoir chez eux les consommateurs pour leur faire visiter leur ferme. Certains de ces éleveurs sont devenus **aéronautes** pendant leurs temps libre, et pour le plaisir de tous ils nous font découvrir un paysage magnifique lorsqu'ils font décoller leurs ballons dans nos parcours. Nos volailles vivent dans un parcours arboré une bonne partie de leurs temps, et l'entretien de ces parcours a permis à notre bocage de ne pas changer en ½ siècle. Pour cela, on compte sur les compétences de nos techniciens qui nous conseillent sur la plantation d'arbres, de haies, mais aussi sur la taille, le choix des essences pour une vocation fruitière, énergétique ou simplement florifère.

J'arrête ici le récit des talents cachés de nos Fermiers, j'en oublie beaucoup, tout comme ceux qui ont un rôle dans la vie sociale de nos communes, associations, organisations, mais je vais plutôt vous parler de l'avenir.

Depuis 50 ans, les Fermiers de LOUE ont su organiser leur filière, répartir les marges entre tous les maillons de la chaîne pour garantir le meilleur prix au consommateur, mais ils ont aussi su anticiper pour résister à chaque crise (alimentaire, économique, médiatique, etc.).

Demain, nos Fermiers ne vont pas se contenter de vous fournir toujours ce même poulet dans votre assiette, ils vont être en mesure d'assurer un mode de production parfaitement écologique de cette volaille, et ils vont contribuer à compenser les besoins énergétiques de leur filière par de l'énergie renouvelable. Toute l'énergie nécessaire à l'ensemble de la filière (de la sélection des races au four de la ménagère), sera donc produite par l'ensemble des Fermiers de LOUE sous forme d'énergie renouvelable, sur nos fermes, dans nos champs, sous forme de panneaux solaires ou d'éoliennes. Notre coopérative sera la première marque alimentaire à énergie positive.

Encore un signe fort que l'on peut produire durablement sans impacter notre environnement.

Mais l'avenir, il est peut-être finalement dans votre assiette ???

Maintenant, je ne saurais dire à quoi peut ressembler l'AEI dans les assiettes, tout simplement parce que pour moi cela fait bien longtemps que j'en mange, ce n'est pas écrit sur la barquette, ce sont mes papilles qui me le disent.



Christelle Pastoureau¹⁵ et Philippe Pastoureau¹⁶

<http://www.youtube.com/watch?v=57edduDiW18&hd=1>

Entre nous, rien rien ne va changer, tout tout va continuer 🎵🎵

¹⁵ Fermière

¹⁶ Eleveur de vers de terre, administrateur de l'association AEI, <http://agriculture-de-conservation.com/-Philippe-Pastoureau-.html>

Etiquetage de l'origine de la viande : le point de vue d'Agnès Le Brun

Si la réglementation européenne prévoit la mention du type de viande proposé à la consommation humaine, elle n'exige pas celle de l'origine, à l'exception de la viande bovine fraîche ou lorsque l'absence de cette mention serait susceptible d'induire le consommateur en erreur sur la véritable origine de la denrée.

Or, l'indication du pays d'origine de la viande est fondamentale pour rassurer les consommateurs sur les produits qu'ils achètent et responsabiliser les producteurs, notamment à la suite des scandales récents comme celui de la fraude à la viande de cheval.

Choqués par ces scandales, les consommateurs exigent désormais une plus grande transparence de l'information en matière d'étiquetage alimentaire.

Le règlement N° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires obligeait la Commission européenne à présenter avant le 13 décembre 2013 un rapport sur l'indication obligatoire du pays d'origine ou du lieu de provenance pour la viande transformée entrant, en tant qu'ingrédient, dans la composition des plats préparés. La Commission pouvait, selon ce même règlement, accompagner son rapport de propositions législatives.

Au début du mois d'octobre 2013, j'ai été alertée par les acteurs de la filière agroalimentaire de mon territoire et par de nombreuses associations de consommateurs sur le refus de la Commission, contre toute attente, d'inclure des propositions législatives dans le rapport qu'il s'apprêtait à rendre.

Alors que plusieurs crises ont mis au jour des défaillances dans le domaine de la sûreté alimentaire au cours des dernières années, mon devoir d'élue était de m'opposer au choix incompréhensible du Commissaire : ignorer les attentes fortes des citoyens européens en matière de traçabilité. J'ai donc vivement et rapidement réagi à l'absence de propositions législatives accompagnant le projet de rapport.

En renvoyant une telle décision à la compétence du Conseil de l'Union européenne et du Parlement européen, la Commission européenne s'est livrée à une scandaleuse manipulation des obligations des Traités européens dont elle est garante du respect.

J'ai rappelé à la Commission européenne qu'en tant que détentrice du monopole de l'initiative législative de l'Union européenne, elle est la seule habilitée à proposer que l'on mentionne l'origine de la viande dans les plats préparés. Le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne ne sont impliqués dans le processus décisionnel qu'à la suite d'une telle proposition. J'ai également rappelé à Tonio Borg les enjeux de l'étiquetage de l'origine de la viande utilisée dans les plats préparés.

Après échange de courriers, nous nous sommes rencontrés le 22 octobre. Malgré l'absence d'avancées au sortir de ce rendez-vous, le Commissaire campant sur l'argument controversé du risque d'une hausse du prix des produits qu'induirait l'apposition d'un nouvel étiquetage, des avis contraires, se sont fait jour au sein du Collège des Commissaires le 31 octobre, notamment par la voix du Commissaire français Michel Barnier, qui ont permis de repousser sine die la publication du rapport.

Alors que j'écris ces lignes, la Commission européenne vient d'adopter son rapport. Il est rééquilibré en faveur de l'étiquetage mais malheureusement trop faiblement et ne contient toujours aucune proposition législative.

Par ailleurs, la Commission vient également d'adopter les mesures d'étiquetage de la viande fraîche, qui suivent une procédure parallèle. Certaines de ces dispositions empêchent de facto l'étiquetage d'origine de la viande comme ingrédient. En effet, selon ce règlement d'exécution, les viandes hachées et les chutes de parage ne bénéficient que d'un étiquetage d'origine spécifiant la provenance Union européenne ou hors Union européenne. Or, ces viandes sont l'essentiel du « minerais » utilisé dans les plats préparés.

Il y a donc une grande incohérence dans l'action de la Commission européenne. Elle se défend de refuser l'étiquetage d'origine de la viande dans les plats préparés mais se comporte comme si ce projet était enterré.

*Agnès Le Brun*¹⁷

17 Député européen pour l'Ouest, Maire de Morlaix

Comment la filière aquatique communique vers le consommateur

La filière aquatique est récente au sein de l'AEI. Les pratiques sont scindées en 2 : la pêche et l'aquaculture.

Les pêcheurs s'apparenteraient plutôt aux ramasseurs de champignons !

Les champignons repoussent chaque année, les sous-bois les plus productifs sont à peu près connus, mais il faut aller les chercher et nul ne peut garantir le rendement de la matinée. Beaucoup de cueilleurs, professionnels et amateurs « vont aux champignons » et il est de la responsabilité de chacun de respecter la nature, et de préserver le mycélium pour la pousse des saisons à venir. En fonction du comportement de chacun, la récolte de l'année suivante sera plus ou moins abondante. Pour un même sous-bois !

En juillet 2011, la Commission Européenne a proposé comme objectif d'atteindre le « Rendement Maximal Durable » (RMD). Le RMD est, en théorie, le rendement le plus élevé (ou le maximum de captures) pouvant être obtenu d'un stock donné. Indéfiniment et en maintenant la taille de la population au point de croissance maximum. Cette démarche est une véritable avancée, voire une révolution dans la gestion des stocks de pêche, puisque qu'elle vise non plus seulement le maintien des captures, mais leur augmentation, en volume, et en profitabilité. Puisque des stocks plus abondants seront plus faciles à pêcher, réduisant le coût de l'intrant gazole. Cela correspond bien à la ligne de conduite de l'AEI : produire plus avec le moins d'intrants possibles. En matière de pêche l'intrant est la biomasse naturelle.

L'aquaculture s'apparente à n'importe quel élevage terrestre.

Quelle soit d'eau douce ou d'eau de mer, en milieu naturel ou en circuit fermé hors-sol, l'objectif en aquaculture - comme en élevage - est

d'atteindre le niveau durable, c'est-à-dire rentable sur les 3 dimensions : environnemental, social et économique. Or dans *économique* il y a économies en intrants : aliment, eau, médicaments, etc., et dans *environnemental* il y a gestion des effluents. C'est pourquoi la filière s'oriente à présent vers les élevages à terre, pour lesquels consommation d'intrants et rejet d'effluents sont contrôlés et confinés. Cette orientation s'inscrit clairement dans les principes fondamentaux de l'AEI.

La filière aquatique a développé de nombreux outils de communication depuis une vingtaine d'années. Les messages étaient historiquement d'abord ciblés sur la qualité des productions puis sur les garanties sanitaires. C'était le Label Rouge, les garanties sans antibiotiques. Puis cela a été sur la gestion durable des pêches et les conditions d'élevage. Très récemment on commence à évoquer l'efficacité.

Quels sont ces outils ? Comment atteignent-ils le consommateur et influencent-ils ses choix de consommation ? Nous évoquerons ici quelques exemples de support de communication et de canal.

Il faut savoir que dans cette filière, la production française (pêche + pisciculture) contribue pour moins de 20% à la consommation intérieure française. La communication est donc surtout faite par des acteurs internationaux, producteurs ou promoteurs.

La communication sur le web

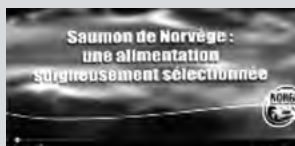
Le support web s'adresse à tous, consommateurs comme acheteurs ou simples curieux. Le web est utilisé par l'ensemble des acteurs : nations, ONG, filières, marques, éleveurs, producteurs d'aliment, etc. Chacun communique sur son site web. Nous prendrons comme exemple ici la communication de **deux nations tournées vers la mer : Islande et Norvège**. Puis d'un **fabricant d'aliment**.



Ces pays se sont dotés d'organismes nationaux de communication et de marketing envers les clients de leurs clients, c'est-à-dire envers les consommateurs de leurs produits. Les organismes, financés par des cotisations ou contributions sur l'exportation, ont mis en place des sites web en français, à destination des consommateurs.

Le site norvégien¹⁸ est tourné vers la pisciculture du saumon et s'adresse résolument au consommateur ; il :

- Propose des recettes, y compris pour les enfants.
- Communique sur les bienfaits nutritionnels des produits de la mer de Norvège.
- Explique les techniques d'élevage : respect des animaux, etc.
- Explique le respect de l'environnement et la surveillance des fonds marins.
- Explique sur une vidéo comment la recherche faite par les industriels de l'alimentation du bétail a permis de réduire la dépendance au poisson fourrage.
- Et comment l'aquaculture est plus efficace que la nature, avec moins d'intrants.
- Dédramatise les articles de presse dénigrants et rassure sur les flash médiatiques inquiétant.



« En 1990 il fallait 4 kg de poisson sauvage pour produire 1 kg de saumon ; aujourd'hui 2.5 kg »

« Notons qu'à l'état sauvage un saumon consomme 10 kg de petits poissons pour grossir d'1 kg »

Jeudi 7 novembre, Envoyé Spécial a diffusé un reportage intitulé "Poisson : élevage en eaux troubles". La Norvège répond : »



Suite au reportage d'Envoyé Spécial « Poisson : élevage

Ces messages rassurent, expliquent, convainquent tous les consommateurs par nature inquiets.

Le site islandais est davantage dans la pédagogie de la gestion responsable des pêches. Il s'adresse à un public un peu plus averti. Il explique par plusieurs vidéos :

- Comment les pêcheurs respectent l'environnement et les fonds marins,
- Comment ils préservent la ressource par un engagement de chacun : ne prélever que ce qui est vendu, respecter les mesures de gestion mises en place : quotas, zones de fermeture pour la reproduction, etc.

« Lorsqu'un patron pêcheur relève son filet et constate que trop de juvéniles sont présents, il averti immédiatement les autorités qui ferment la zone pour favoriser la reproduction »

18 www.poissons-de-norvege.fr

La communication est bien évidemment surtout adressée aux professionnels pour lesquels l'intrant aliment représente une grosse part du budget d'exploitation. Mais les **fabricants d'aliment** commencent aussi à répondre aux attaques médiatiques et communiquent des messages simples et percutants pour les consommateurs¹⁹.

Les ONG communiquent beaucoup sur leurs sites, et utilisent aussi beaucoup les newsletters et les pétitions²⁰.

Un exemple récent est la bande dessinée inspirée et relayée par l'association Bloom pour interdire la pêche des grands fonds²¹.

Friends of the Sea indique sur son site les magasins dans lesquels peuvent être achetés les produits certifiés. Le logo est apposé sur les produits qui ont été certifiés.



19 Exemple : www.skretting.fr/

20 www.bloomassociation.org/

21 www.friendofthesea.org/FR/

La communication sur les lieux de vente



Le rayon marée des **Grandes et moyennes surfaces** est le lieu de prédilection de la communication avec le consommateur. J'inclus ici aussi les poissonneries indépendantes, qui entretiennent aussi une relation de confiance avec leur clientèle.

L'Islande – en tant que nation – est en partenariat avec notamment Système U pour une communication vers les clients du rayon mare de l'enseigne. De grands posters, adressés aux consommateurs, sont affichés au-dessus du rayon. Un livret de recettes est aussi le vecteur d'un message environnemental²².

La filière piscicole française a établi une charte qualité qui, outre les critères sanitaires et qualitatifs, inclut des indicateurs concernant le bien-être animal et l'alimentation. Elle communique sur les lieux de vente par le logo « Pisciculture de nos régions » et par des bagues sur les truites, attestant – entre autres – d'une alimentation performante. Auchan, Casino, Cora/Match, Intermarché, Metro, Système U sont partenaires de la démarche. La certification Label Rouge est aussi adaptée à la filière piscicole.

La filière pêche française, a lancé une communication nationale avec une campagne TV et des étiquettes sur les rayons marée des supermarchés. Mais elle est axée sur la nationalité des pêches plus que sur la durabilité ou l'efficacité.

Les ONG, souvent à l'initiative de labels environnementaux, communiquent au rayon marée et dans les poissonneries indépendantes à l'aide de brochures destinées aux consommateurs, tracts et affiches.

Les marques ont un très grand rôle à jouer en matière de communication. *FINDUS*, marque de cœur des Français, avec Picard, lorsqu'il s'agit de poisson, communique sur les packs de poisson surgelé avec un logo correspondant à son référentiel de durabilité des ressources.

« *Tout le plaisir d'un bon poisson bien VERT* »

Food4Good est une marque uniquement dédiée au poisson durable. Elle propose sur leur site web des informations sur la durabilité de la pêche et les conditions d'élevage, et s'engage entre autres à une empreinte écologique faible, ce qui se rapproche de la notion de peu d'intrants !²³

22 www.responsiblefisheries.is

23 www.food4good.fr/

Les enseignes elles-mêmes ont créé leurs propres certifications, labels et communication. Les magasins U ont fait une campagne TV en 2013 insistant sur l'environnement.

« *U le commerce qui profite à tous ET À L'ENVIRONNEMENT* »

Le vecteur de la restauration hors-foyer

Enfin, la restauration hors-foyer est un bon vecteur de communication sur les pratiques d'élevage des poissons et de gestion des pêches.

Chaque société (Brake, Sodexo, API, Pomona, Davigel...) a mis en place une communication vers les clients des cantines.

Une ONG, Mr GoodFish, édite des brochures à l'intention des restaurateurs et de leur clientèle, pour les sensibiliser aux conditions de gestion de la pêche. .

Enfin des concours prestigieux sont organisés lors des salons professionnels, mais relayés par la télévision, la presse grand public et des médailles apposées sur les produits. Le Bocuse d'or organisé durant le SIRHA à Lyon et Saveurs de l'année pendant le Seafood Exhibition à Bruxelles favorisent une qualité organoleptique, mais véhiculent aussi les valeurs de production ou d'élevage des poissons.

Les aquariums !

Les aquariums voient passer un très grand nombre de visiteurs, et particulièrement un large public d'enfants et de jeunes adultes. Tous communiquent sur la pêche et l'élevage professionnel de manière très active et très efficace. C'est un vecteur à ne pas oublier.

Les bénéfices de la communication

La communication autour de valeurs de durabilité ou de pratiques responsables crée un premium pour le producteur. Pour exemple nous citerons seulement :

- Le Label Rouge
- Le poisson de ligne par rapport au chalut. La bague apposée sur chaque bar de ligne, associée à la traçabilité permet d'obtenir un premium à la technique de pêche, reconnue par les consommateurs comme + respectueuse de la biomasse marine. Et ce grâce à la communication qui a été faite.

En conclusion, l'importance de la communication directe vers le consommateur est capitale à la lumière du pouvoir des médias qui avancent que l'aquaculture serait en train de s'enliser dans les mêmes dérives que l'agriculture intensive. La filière aquatique commence à communiquer vers le consommateur sur **les méthodes d'élevage** et sur la nécessité d'avoir recours à l'aquaculture pour produire à l'échelle mondiale davantage de protéines. Elle ne communique encore pas du tout vers le consommateur sur le RMD dont nous avons parlé plus haut, mais communique beaucoup vers le consommateur sur l'étape précédente du **maintien ou de la reconstitution des stocks**. Et cela a fait ses preuves.

La filière halieutique informe, éduque et capte l'attention des consommateurs et éclaire et facilite les choix par le moyen de labels de qualité. Cependant, la multiplication des acteurs créateurs de labels (GMS, ONG, pays) peut entraîner une certaine confusion, d'autant que le niveau d'information est de plus en plus complexe. La question est donc : à qui le consommateur fera-t-il confiance (son poissonnier, un pays, une ONG ?). Sachant qu'au final chacun sait que l'écart est grand entre la déclaration par les consommateurs de leurs attentes, et l'acte d'achat, bien souvent emporté par le prix. La rapide ascension du pangas dans les années 2000 en est le témoin.

Il s'agit donc bien de fournir non pas seulement un produit ou un message mais bien un véritable service.

*Agnès Joly*²⁴

24 JolyMer Conseil, www.jolymer.fr

Les associations céréale-légumineuse : de multiples atouts et des défis à relever dans les filières

Les cultures associées présentent de nombreux atouts dans les systèmes de culture pour améliorer leur durabilité et robustesse face à divers aléas. Elles présentent aussi des atouts pour les filières comme la sécurisation de l'approvisionnement en protéagineux, ou la fourniture de céréales à teneur en protéines élevée tout en garantissant des faibles impacts environnementaux pour leur production qui peuvent être des éléments de différenciation dans la valorisation des produits. Des expériences dans plusieurs coopératives apportent de nouveaux éclairages sur les questions techniques (tri, coût associé, etc.), logistiques, et les défis à relever pour favoriser leur développement. Ci-dessous, sont exposés plusieurs tests grandeur nature dans différentes régions menés dans le cadre de deux projets : CASDAR 8058 Associations multiservices, piloté par l'ESA UR LEVA (G. Hellou) et ANR PERFCOM piloté par INRA Montpellier (P. Hinsinger).

Collecter des associations céréale-protéagineux – conséquences pour une coopérative en Pays de la Loire

La coopérative Terrena a étudié les résultats de collecte en 2009 et 2010 d'associations céréale-légumineuse. En 2010, par exemple, 158 tonnes d'associations ont été collectées en Agriculture Biologique et des tests de tri sur 9 lots bien identifiés ont été réalisés. Les résultats du tri sont hétérogènes. Il y a systématiquement trop de grains cassés de protéagineux dans le blé empêchant la valorisation en alimentation humaine et une perte de grains non valorisés en protéagineux, perte pour le collecteur si les prix des protéagineux sont supérieurs.

Le coût du tri est estimé à 15 € la tonne comprenant l'opération stricte de « démélange » (7 € la tonne) et 8 € de pertes de protéagineux (non séparé du blé) et donc non valorisé au prix du protéagineux. Ce coût, s'il est répercuté sur le paiement de l'agriculteur, reste acceptable en agriculture biologique par rapport aux gains de rendement réalisés, à l'amélioration de

la teneur en protéines, et aux prix de vente élevés des productions. Par contre en agriculture conventionnelle, ce coût prend une place plus importante et diminue l'intérêt de l'association malgré les diminutions de charges d'intrants. Ce coût ne prend pas en compte les investissements en cellules de stockage et séchage qui seraient aussi nécessaires.

Pour le collecteur, au-delà de la qualité du tri, des difficultés logistiques sont soulignées : besoin supplémentaire en capacités de stockage, disponibilité de la main d'œuvre pour traiter de façon particulière des lots en période de pointe d'activités et difficulté de réalisation d'un échantillon représentatif pour le paiement de l'agriculteur. Pour que la valorisation du blé en alimentation humaine soit envisageable, une dilution avec d'autres lots serait nécessaire ou l'investissement dans du matériel de tri plus sophistiqué. D'autres trieurs existent avec une meilleure efficacité mais avec un débit de chantier beaucoup moindre. Il est néanmoins possible de limiter les difficultés de tri *via* le choix des espèces et les variétés associées.

La coopérative a observé de meilleurs résultats pour le tri du mélange blé-féverole. L'association triticale-pois pose aussi moins de problèmes que l'association blé-pois puisque la céréale est dans ce cas valorisée en alimentation animale. Par ailleurs, la coopérative trouve un intérêt à ces associations si cela permet de sécuriser un approvisionnement en protéagineux, aujourd'hui rares en particulier en agriculture biologique (association riche en protéagineux).

Mise en culture par les agriculteurs biologiques et la valorisation par les filières meunières et animales en Lorraine

L'INRA de Mirecourt (en partenariat avec CGA Lorraine et Probiolor) a mené une expérience « grandeur nature » de production et valorisation en meunerie d'associations en agriculture biologique en Lorraine. Des associations blé-pois ont été conduites sur 6 sites en comparaison avec du blé pur. Le rendement du blé associé est égal à 80 % de celui du blé pur, auquel s'ajoute la production de pois. La teneur en protéines du blé est nettement améliorée. L'intérêt des agriculteurs pour le blé associé est certain en raison de sources azotées insuffisantes et de teneurs en protéines trop basses sur des blés en milieu de rotation.

Le tri est réalisé à la ferme (nettoyeur séparateur à grilles horizontales) ; le pois est trié comme un déchet. Le tri à la ferme permet de valoriser le protéagineux par le troupeau (diminution des achats de concentrés), ou de favoriser la collecte par filière (meunerie, aliment du bétail). Pour réaliser un bon tri, il s'agit d'un compromis entre l'équipement de tri et stockage, le

choix variétal (taille des graines, facilité de battage des graines) et le réglage de la moissonneuse-batteuse. La commercialisation du blé issu d'associations est délicate, car toutes les brisures de pois ne peuvent être enlevées. Le critère de propreté des lots est très difficile à atteindre et constitue le principal frein à l'écoulement en filière meunière. La situation est paradoxale car le blé associé permet de répondre au critère de teneur en protéines.

Insertion d'associations dans la filière blé dur dans le sud de la France

L'INRA de Toulouse (UMR Agir) a réalisé une étude approfondie au niveau de la filière blé dur sur les conditions d'adoption des associations dans le cadre du projet ANR PerfCom. Les mêmes problèmes de tri que ceux décrits dans les cas précédents ont été observés : avec le matériel de tri de la coopérative AgriBio Union, le blé dur présente un taux d'impuretés encore trop élevé pour une valorisation en alimentation humaine. Pour la transformation pastière, une part de protéagineux dans le blé n'est pas préjudiciable au contraire mais les transformateurs veulent des produits les plus homogènes possibles. Une analyse de la filière montre que l'adoption des cultures associées dans les exploitations peut entraîner des changements importants représentant des coûts et bénéfices variés.

Au-delà du tri considéré comme le point le plus critique, le conseil pour ces pratiques innovantes est aussi un point clé. Par ailleurs, le nombre restreint des semouliers et pastiers dans la filière blé dur freine le développement de ces systèmes productifs innovants. Toutefois, les cultures associées peuvent être vues comme une occasion pour les transformateurs de développer des produits à plus forte valeur environnementale, afin de se différencier sur le marché. Lors d'enquêtes, les coopératives indiquant que leur logistique serait a priori compatible avec ces nouvelles pratiques sont celles qui sont les plus orientées vers une gestion de la qualité ; ce sont celles aussi qui possèdent des trieurs performants et des marges de manœuvre de temps de passage pour le tri de ces mélanges. Dans tous les cas le développement des cultures associées nécessite une coordination efficace des acteurs le long de la filière pour atteindre cet objectif.

Même si les freins existent, depuis 4-5 ans on commence à voir des collecteurs qui acceptent ces mélanges et des pistes sont identifiées pour lever certains freins (choix des espèces, matériels de tri plus sophistiqués, etc.). La présence d'une certaine proportion de protéagineux dans la farine pour la fabrication du pain ou des pâtes n'est pas préjudiciable à la qualité des produits ; des travaux montrent que la qualité technologique de la farine peut en être même améliorée. Un certain seuil est tout à fait acceptable sans modification du process de transformation. Dans certains cas, une valeur

inférieure sur un critère pourrait être compensée par une modification du process, dont la faisabilité dépend des volumes concernés. Les transformateurs souhaitent toutefois des produits homogènes et réaliser eux-mêmes les mélanges. La question de l'adaptation des process de transformation à des produits moins homogènes est aussi posée.

La question plus globale (qui dépasse le cas seul des cultures associées) du verrouillage des systèmes à des « pratiques AEI » doit être travaillée ; elle nécessite une appropriation commune des connaissances sur les leviers à mobiliser et une coordination des acteurs (des producteurs aux transformateurs) pour lever les freins à ces innovations.

*Guénaëlle Hellou*²⁵

²⁵ Enseignant-chercheur en Agroécologie, Groupe ESA à Angers, www.groupe-esa.com/

La diffusion et le transfert des innovations : un enjeu stratégique pour l'agriculture

Le transfert des innovations au plus grand nombre permet à travers l'expérience d'agriculteurs, de développer la culture de l'innovation et de l'adaptation. C'est aussi permettre l'appropriation de l'agriculture écologiquement intensive par les exploitants eux-mêmes, les inscrivant dans une démarche continue de progrès.

En organisant l'opération **INNOV'ACTION** en Bretagne et en Pays de la Loire en 2013²⁶, les Chambres d'agriculture ont marqué leur attachement à soutenir l'innovation au sein des exploitations agricoles. Déjà engagées dans un projet en faveur de l'AEI, INNOV'ACTION en est la traduction opérationnelle et rassemble sur un mois des portes ouvertes en mobilisant toutes les filières pour :

- Créer une caisse de résonance autour d'actions s'inscrivant dans l'AEI.
- Décloisonner les actions par des approches « thématiques et systémiques ».
- Créer une dynamique Grand ouest, voire nationale sur le sujet.
- Valoriser l'expérience et la communication « d'agriculteurs parlant aux agriculteurs ».



A travers cette opération de développement et de transfert, 80 agriculteurs bretons et ligériens ont partagé leurs expériences sous la bannière d'INNOV'ACTION avec plus de 12 000 agriculteurs visiteurs en 2013. A l'image de la diversité des agricultures, la diversité des techniques innovantes

²⁶ www.innovaction-paysdelaloire.com

présentées permettent leur transfert dans toutes les filières et tous les types de productions. Ce projet est conduit avec les partenaires économiques ou associatifs qui souhaitent s'investir et communiquer sur une ferme au côté d'un agriculteur. Et le concept fait des émules, puisque près d'une dizaine de régions se lancent dans l'aventure INNOV'ACTION en 2014.

Afin d'en vulgariser les messages, les Chambres d'agriculture intègrent désormais l'AEI dans toutes les composantes de leurs métiers : animation de groupes, recherche et expérimentation, conseil individuel ou collectif, émergence de groupes de progrès, formations ou encore journées d'information...

Suivent deux témoignages témoignages d'agriculteurs innovants en Pays de la Loire ayant ouvert leurs portes dans le cadre d'INNOV'ACTION 2013 : Christophe Hamon et Jean & Luc Goulet.

*Christiane Lambert*²⁷

²⁷ 1re Vice-présidente de la Chambre régionale d'agriculture des Pays de la Loire, Présidente du comité de pilotage AEI-Innovation, vice-présidente de l'association AEI

Utiliser le moins possible d'intrants chimiques et être curieux de pratiques « innovantes »



L'exploitation de Christophe Hamon²⁸, bien que située dans le Pays de Châteaubriant, ne produit pas de maïs, ni de productions fourragères et n'élève pas de bovins. En effet, les ressources économiques proviennent principalement de l'atelier de canards prêts à gaver, consolidées par 80 ha de cultures de vente à forte valeur ajoutée. Depuis 2010, la SCEA Les Plumes Grises est engagée dans le réseau de fermes DEPHY Ecophyto du castelbriantais, animé par la Chambre d'agriculture de la Loire-Atlantique, avec l'objectif de réduire sa consommation d'intrants.

Seul sur l'exploitation, je souhaite simplifier et réduire le temps travail. Pour cela, je me suis lancé au début des années 2000 dans la pratique du semis direct, sans modifier ma rotation : monoculture de blé. C'était pratique et je pensais que le semis direct préserverait la structure du sol. Mais ce n'était pas suffisant. Peu à peu, il y a eu plus d'adventices, de maladies et les rendements ont chuté. Depuis, je cherche à allonger mes rotations et à diversifier les cultures. L'objectif est d'alterner cultures d'hiver et de printemps, différentes familles et introduire des légumineuses, pour casser le cycle des adventices, maladies et insectes.

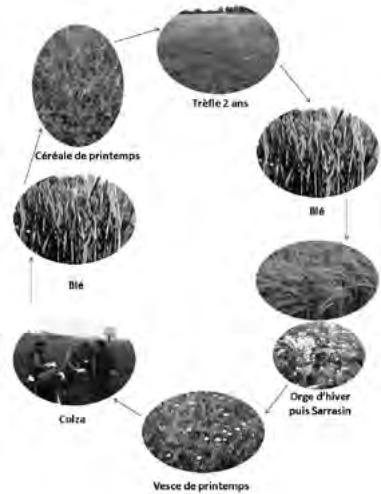
²⁸ Christophe HAMON, SCEA Les Plumes Grises, 44250 La Meilleraye-de-Bretagne

Si je diminue le travail du sol, il me semble naturel et complémentaire de réduire aussi l'utilisation des produits phytosanitaires. J'estime que les produits chimiques ne sont bons ni pour l'environnement, ni pour l'agronomie car ils détraquent le sol qui est notre outil de travail.

« J'allonge mes rotations »

Depuis quelques années, je cherche à introduire de nouvelles cultures, pour résoudre notamment des problèmes croissants de salissement, mais tout en ayant la volonté de réduire l'usage des phytos. J'ai commencé par mettre en place du trèfle violet, en production de semences, en complément du blé et de l'orge d'hiver. Cette culture prairiale semi pérenne permet de « reposer » le sol et d'obtenir un couvert dense concurrençant directement les adventices. J'ai aussi implanté de la vesce de printemps et quelques hectares de sarrasin, afin de faire varier les dates de semis dans ma rotation. L'objectif à terme est une rotation sur 8 ans : trèfle - trèfle - blé - triticale ou orge d'hiver (puis sarrasin) – vesce de printemps – colza – blé – céréale de printemps. J'essaie de raisonner maintenant à la rotation et non plus à la culture. Ce qui fait que je peux éventuellement « perdre » sur une culture pour « gagner » sur une autre.

Rotation envisagée



« J'innove pour réduire mes phytos »

Si le trèfle présente des avantages, sa mise en place en fin d'été n'est pas toujours aisée. En effet, j'ai eu plusieurs échecs de levée. Ces « mauvaises » levées ont alors eu des conséquences directes sur la production du trèfle :

peuplement non optimal et concurrence avec les adventices. Afin de remédier à ces résultats aléatoires et d'essayer de réduire l'usage d'herbicides, j'ai testé en 2012 une implantation de trèfle sous couvert d'avoine de printemps. Début mars, j'ai semé un mélange de 25 kg/ha d'avoine de printemps, associés à 5-6 kg/ha de trèfle violet, avec mon semoir de semis direct. La levée des deux espèces s'est bien déroulée au regard des conditions peu poussantes du printemps. Un désherbage, début mai, anti dicots à large spectre, a permis de limiter le salissement de ma parcelle et de favoriser le bon développement des deux espèces. Au total, avec ce mode d'implantation, j'ai réduit mes herbicides de l'ordre de 40% par rapport à mes pratiques habituelles.

« Je réfléchis en euros plus qu'en quintaux »

Sur le blé, mes pratiques ont évolué vers une conduite à bas niveaux d'intrants. Pour cela, je mets en place des moyens préventifs et agronomiques, qui vont permettre de rendre la culture plus robuste et moins soumise aux bioagresseurs. D'abord, je sème des mélanges variétaux dans l'idée de compléter les différentes résistances et d'obtenir une régularité inter annuelle des rendements. D'ailleurs, je me fixe des objectifs de rendement aisément atteignables et non des rendements que j'aimerais atteindre ! Cette nuance a aussi des conséquences sur l'azote et son fractionnement. Je réduis aussi mes densités de semis afin de limiter la biomasse, la diffusion des maladies et le risque de verse. En complément de ces leviers agronomiques, j'utilise le système Plocher avec des produits activateurs biologiques des sols et visant à renforcer les défenses naturelles des plantes contre les parasites. Ainsi, je n'utilise plus de régulateurs, ni de fongicides, tout en maintenant un rendement de 70 à 75 q/ha.

BLE TENDRE - récolte 2012		Moyenne 44 <small>(source Mesp@rceilles)</small>	Scea Les Plumes Grises
RENDEMENT (q/ha)		74	72
DONNEES ECONOMIQUES (€/ha)			
CHARGES	Semences	83 €	37 €
	Fertilisation	140 €	117 €
	Phytosanitaires	130 €	67 €
	<i>fongicides</i>	67 €	- €
	<i>herbicides</i>	56 €	60 €
	<i>insecticides</i>	0.5 €	2.0 €
	<i>molluscicides</i>	0.1 €	- €
	<i>adjuvants</i>	1.5 €	5.0 €
	<i>régulateurs</i>	5 €	- €
	Bio contrôle	- €	65 €
CHARGES €/ha		354 €	286 €
Coût de prod. €/q		4.83 €	3.97 €
PRODUITS	prix de vente €/q	21 €	21 €
	PRODUITS €/ha	1 579 €	1 537 €
MARGE BRUTE (€/ha)		1 225 €	1 251 €

Marges blé 2012



SCHEMA Système d'exploitation

REPERES AEI

Viabilité économique :

- recherche de marges par économie de charges : opérationnelles, mécaniques et d'énergie.
- maintenir les rendements, notamment des cultures à fortes valeurs ajoutées

Préservation de l'environnement :

- réduction d'utilisation de phytos par pratiques agronomiques et produits de bio contrôle
- maîtrise des fuites de nitrates : optimisation de la fertilisation organique et minérale, réduction d'utilisation d'engrais chimiques azotés par présence des légumineuses et objectifs de rendement réalistes
- pas d'achats d'engrais P et K
- réduction gaz à effet de serre

Amélioration des conditions de travail :

- réduction du temps de travail par le non labour
- réduction des expositions aux phytos

Produire des lapins avec moins d'antibiotiques



Au Sud de la Loire-Atlantique, à la limite de la Vendée, l'exploitation de l'EARL GOULET²⁹ est spécialisée dans la production de lapin de chair. Exploitée par deux frères, Luc et Jean Goulet, l'exploitation ne dispose pas de terres agricoles excepté la parcelle qui accueille les bâtiments d'élevage. L'atelier cunicole compte 2 100 femelles conduites en 3 lots afin d'organiser plus facilement le travail. Depuis 4-5 ans les associés n'utilisent plus d'aliment médicamenteux et les paramètres d'élevages ont été revus afin de limiter l'apparition de problèmes sanitaires.

Notre volonté depuis 4-5 ans est de produire des animaux en ayant peu recours aux antibiotiques. Il faut savoir que l'élevage de lapin est un élevage délicat et sensible. Le recours à l'utilisation d'antibiotiques dans les élevages est souvent nécessaire ce qui nous a aussi conduits parfois à l'utilisation systématique afin de sécuriser la performance. Il y a quelques années, nos performances étaient très moyennes et les charges d'aliments médicamenteux et traitements représentaient une charge de plusieurs dizaines de milliers d'euros. Nous avons alors décidé de revoir notre système, diverses investigations et diagnostics ont été réalisés avec nos partenaires. Suite à ces investigations nous avons revu nos paramètres d'ambiance, modifier l'organisation de

²⁹ Jean et Luc GOULET, EARL GOULET, 44116 VIEILLEVIGNE

l'élevage et de la gestion du cheptel, mise en place d'un système de traitement de l'eau et adapté un plan de rationnement spécifique.

Une protection sanitaire renforcée

Avec une taille d'atelier importante, l'idée est de limiter l'apparition de problèmes sanitaires. Pour cela, nous avons mis en place un sas sanitaire d'entrée dans l'élevage, identifié une zone de stationnement des véhicules des visiteurs et mis en place des barrières physiques afin de définir un périmètre de protection de l'élevage. Nous essayons de respecter et de faire respecter ces barrières sanitaires et nous avons mis en place un circuit pour les véhicules afin que les transports de déjections ne passent pas devant les entrées d'air des bâtiments.



Une meilleure gestion de l'ambiance.

Afin d'assurer un confort à nos animaux, nous avons réalisé un diagnostic d'ambiance et équipés de cheminées afin de limiter les effets du vent sur les pignons. Nous avons ensuite revu les paramètres d'ambiance et installé un boîtier de gestion de la ventilation, ce qui nous permet de mieux gérer l'ambiance dans le bâtiment.

Une eau de qualité

Les lapins boivent deux fois plus qu'ils ne mangent et notre atelier est alimenté en eau par un puits. Afin d'assurer une bonne qualité de l'eau aux animaux nous avons mis en place un système de traitement de l'eau et nous contrôlons chaque semaine la qualité de l'eau distribuée aux lapins. Pour compléter ce dispositif, nous avons revu nos circuits d'alimentation en eau afin de faciliter le nettoyage et le rinçage des canalisations.

Un programme alimentaire adapté

Nous avons élaboré avec notre technicien un programme alimentaire adapté à notre élevage. Pour cela, nous avons opté pour une base alimentaire plus fibreuse et mis en place un système de rationnement. Pour conduire ce rationnement, nous avons équipé l'élevage de boîtiers de rationnement et nous pesons des lapins toutes les semaines afin de bien contrôler les courbes de croissance.



Un nouveau bâtiment

Nous avions un bâtiment très ancien et pour améliorer tous les paramètres nous avons fait le choix de construire un bâtiment neuf et arrêter le vieux. Nous avons essayé de mettre en place un bâtiment fonctionnel et bien équipé afin de rechercher de bons paramètres d'ambiance et de bonnes conditions de travail. Ce nouveau bâtiment est équipé de cages polyvalentes afin de le conduire en tout vide tout plein. Avec l'investissement dans ce bâtiment sans augmenter la taille du cheptel, nous avons également fait le choix de mettre en place un système de séparation de phase directement sous les cages, afin de limiter la présence de déjection dans le bâtiment et d'obtenir un compost facilement exportable car nous avons recours à des tiers pour l'épandage.

Un cheptel plus dynamique

Au final, en améliorant les conditions d'ambiance des bâtiments et limitant les pertes en élevages, nous avons un cheptel reproducteur en meilleure santé, plus de jeunes à mettre à la reproduction, plus de choix de réformes et nous conservons que des femelles performantes.

Moins d'antibiotique

Aujourd'hui, nous n'utilisons plus d'aliment médicamenteux et il y a très peu de recours à des traitements thérapeutiques. Pour cela, nous avons essayé de maintenir de bonnes conditions d'ambiance, de mieux surveiller nos animaux, et la mise en place d'un traitement n'est qu'une solution de dernier recours. Aujourd'hui nous progressons encore et plus de 2/3 des lots de lapins ne reçoivent pas de traitement en engraissement. Nous avançons par étape, et comme la situation s'améliore, ça nous donne l'envie de progresser.

REPERES AEI

Améliorer le revenu

En travaillant sur les conditions d'ambiance de notre atelier nous avons amélioré les performances car nous sommes passés de 13 à 17kg par IA. Cette évolution nous a permis de maintenir nos coûts de production malgré la hausse des prix de l'aliment.

Préserver l'environnement

Grâce à la mise en place d'un système de séparation de phase et de production de compost, 1/3 des déjections est repris par une entreprise de commercialisation de compost à destination des zones céréalières. Ce choix permet de réduire la pression organique des plans d'épandage mis à disposition.

Réduire les intrants

L'amélioration des paramètres d'ambiance de l'ensemble de l'atelier a permis de réduire l'indice de consommation alimentaire et l'utilisation des antibiotiques.

Améliorer les conditions de travail

En travaillant en trois lots et dans des bâtiments adaptés, l'atelier est en cohérence avec les attentes des éleveurs qui peuvent se libérer plus facilement.

La mise en place de barrière sanitaire impose également aux éleveurs d'être bien organiser dans le travail.

Annexe 1

Vers une agriculture écologiquement intensive

Manifeste de l'association internationale pour une agriculture écologiquement intensive

Le terme **agriculture écologiquement intensive** et à haute valeur environnementale est né pendant le Grenelle de l'Environnement en août 2008 pour évoquer la nécessité, pour le futur, que l'agriculture française, comme d'autres agricultures à l'échelle mondiale, soit capable de faire face aux importants besoins productifs qui se profilent, et soit compatible avec la santé humaine et celle des écosystèmes. Ce mouvement vers une nouvelle technologie est un mouvement mondial. Il concerne aussi bien les agricultures conventionnelles hautement productives comme l'agriculture française, que les agricultures familiales pauvres des pays en développement. Il concerne par ailleurs toutes les activités de production à partir des écosystèmes que sont les systèmes de grande culture, l'élevage, l'arboriculture et la foresterie, l'horticulture et le maraîchage.

L'Association regroupe des personnes physiques qui souhaitent participer activement et en toute indépendance à la définition et l'orientation de ce mouvement dont l'origine est en partie issue de la réflexion des agronomes et des professionnels agricoles français, et qui se doit d'éviter toute forme de récupération et de s'associer aux initiatives similaires qui se tiennent dans d'autres pays.

L'idée d'une agriculture écologiquement intensive et à haute valeur environnementale trouve son origine dans différentes réflexions et pratiques : l'agriculture de conservation, les techniques culturales simplifiées et le non labour, le semis-direct, et plus largement la Révolution Doublement Verte, la Production Intégrée, l'Agriculture Raisonnée dont elle est une suite et une amplification, l'agriculture de précision, l'Agriculture Biologique l'Agriculture Paysanne, et d'autres références plus ponctuelles. Il s'agit de dépasser

les querelles anciennes entre ceux qui souhaitaient « produire mieux » (et produisaient souvent moins) et ceux qui souhaitaient « produire plus » (et surexploitaient souvent indûment les ressources de la planète). L'association entend également contribuer à un nouveau contrat social entre les agriculteurs et la société, particulièrement pour que les jeunes agriculteurs participent à un mouvement de conciliation entre les fonctions productives et la production de services écologiques.

L'idée d'intensivité écologique se réfère à différentes notions :

- L'utilisation amplifiée et intégrée de fonctionnalités naturelles des écosystèmes antérieurement peu utilisées, par exemple, l'utilisation systématique des relations proies – prédateurs pour contrôler les pullulations de ravageurs ;
- La gestion des cycles et des bilans en énergie, en eau et en nutriments pour limiter les coûts, limiter les pertes et la vulnérabilité ;
- L'utilisation de la biodiversité comme source de résistance des systèmes productifs aux fluctuations de l'environnement.
- L'équilibre entre la gestion optimisée des écosystèmes agricoles et le recours à des améliorations génétiques des plantes et des animaux ;
- La bioinspiration, c'est à dire l'utilisation de phénomènes naturels comme source d'inspiration pour créer des procédés nouveaux, par exemple l'imitation de molécules naturelles insecticides pour une production industrielle.
- La production de services écologiques couplée aux activités de production de manière à améliorer l'état de l'environnement et de la biosphère.

On attend de ces techniques nouvelles qu'elles permettent des économies d'intrants, la réduction des atteintes à l'environnement, et des performances productives élevées. Bien qu'elle soit fondée sur l'utilisation des fonctionnalités écologiques, cette technologie ne refuse pas les techniques conventionnelles, mais pour une utilisation subsidiaire et en cas de nécessité.

Par quel raisonnement en arrive-t-on là ?

D'abord, par la constatation que l'agriculture va devoir produire en abondance pour faire face à l'accroissement de la population mondiale et à l'évolution de son régime alimentaire qui, avec plus de consommation de viande, requiert davantage de productions végétales. De plus, l'agriculture sera inévitablement sollicitée, mais en moindre part, pour produire des carburants et des matériaux divers en substitution du pétrole. Même si, par ailleurs, la réflexion sur la limitation de l'accroissement de la population, le

rééquilibrage de la diète des plus riches et la priorité à donner à la production de nourriture sur les meilleures terres doit se poursuivre, il n'en est pas moins que l'agriculture mondiale devra faire face un énorme problème de quantité.

Cet accroissement de production risque de se faire par l'extension des surfaces cultivées au détriment de la forêt tropicale avec des déboisements massifs, lesquels entraîneront une dégradation des écosystèmes, un changement des régimes hydriques, et des pertes importantes de biodiversité. Il est donc nécessaire de limiter l'extension des surfaces cultivées et donc de trouver de nouveaux moyens pour accroître les rendements.

Le modèle technique qui a permis d'accroître les rendements durant les cinq dernières décennies a été extraordinairement efficace. Il était fondé sur l'utilisation de variétés végétales à haut rendement adaptées à la monoculture, et sur l'utilisation intensive d'engrais et de produits phytosanitaires. Le fondement en était le labour, technique destinée à préparer la structure des sols et éliminer les mauvaises herbes, ainsi que la préparation minutieuse des lits de semence. Souvent l'irrigation a été utilisée de manière à s'affranchir des irrégularités du climat ou simplement à assurer de très hauts rendements. Dans les régions de grande culture des pays industriels, les niveaux de motorisation et de mécanisation atteints ont été très élevés. Dans les régions de grande culture des pays en développement, l'agriculture est restée peu mécanisée en raison de l'abondance des disponibilités de main d'œuvre, mais a aussi atteint de hauts rendements.

Malheureusement, ce modèle général de production rencontre de nombreuses limites. Tout d'abord, la motorisation et le labour, principales pratiques agricoles, consomment des quantités importantes d'énergie fossile. Le coût va s'accroître avec la raréfaction du pétrole et avec les politiques destinées à réduire les émissions de gaz à effet de serre. Les engrais azotés, eux aussi produits à partir de ressources fossiles limitées vont voir progressivement leur coût augmenter. Il en va de même pour les phosphates et les potasses dont les gisements sont désormais limités. Certes, les hausses pourraient être progressives et à long terme. Mais on peut aussi s'attendre à des fluctuations de prix plus importantes que dans le passé, suivant les niveaux de rareté du pétrole. Le labour deviendra donc de plus en plus coûteux. Il sera remplacé par d'autres techniques de structuration du sol et de contrôle de mauvaises herbes et la fertilité doit donc être repensée.

La technique conventionnelle a aussi utilisé intensivement les herbicides, fongicides et insecticides. Ces produits présentent des dangers pour la santé des agriculteurs, et éventuellement pour les consommateurs et l'environnement. Il y a de plus en plus d'opposition à leur utilisation dans la société. Le Grenelle de l'environnement a d'ailleurs conclu à une forte limitation de leur usage. Il faut penser un avenir avec une utilisation réduite d'une partie des pesticides actuels.

L'eau d'irrigation qui a été le principal facteur d'accroissement des rendements à l'échelle de la planète devient elle aussi de plus en plus rare car elle est de plus en plus utilisée et de moins en moins retenue dans les écosystèmes : la déforestation de la planète favorise surtout le ruissellement plutôt que l'infiltration et donc la recharge des nappes phréatiques. Il faudra donc apprendre à économiser l'eau. On ne peut pas refaire au XXI^e siècle le même effort de mise en service de 200 millions d'hectares d'irrigation qu'on a fait au XX^e siècle, alors même qu'une partie de ceux-ci a été gâchée, en particulier par la salinisation.

La nécessité d'une nouvelle évolution technologique

La somme de ces nouvelles contraintes appelle à définir de nouvelles technologies. Certains ont pensé aller plus loin dans l'intensification conventionnelle pour obtenir de très hauts rendements. Mais ce serait ne pas tenir compte des raretés futures et des coûts élevés. La tendance qui propose d'inventer des semences de plantes qui intègrent, par la voie de transgénèse, les caractéristiques nécessaires d'optimisation des ressources en fertilité, de résistance aux maladies et ravageurs, de résistance à la sécheresse ou aux autres agressions climatiques, de production de protéines, d'antioxydants ou et de vitamines, etc. est actuellement très forte et est portée par quelques firmes, selon un modèle d'organisation libéral nord-américain. C'est une voie encore futuriste et qui rencontre de nombreuses difficultés : résistances biologiques des maladies et ravageurs, risques supposés pour l'environnement ou pour la santé humaine, monopole de quelques firmes... Les OGM rencontrent par ailleurs une opposition farouche des mouvements environnementalistes européens. Ils ne peuvent pas actuellement constituer à eux seuls une alternative complète ni une réponse aux nouvelles contraintes, et ils risquent fort d'être impraticables pendant de nombreuses années sur le vieux continent.

L'agriculture biologique, conçue pour éviter les risques de pollutions et des autres atteintes à l'environnement, ne permet pas d'envisager, sous ses formes actuelles, d'obtenir des rendements suffisants pour faire face aux immenses besoins à venir (en général elle produit « mieux », mais « moins »). Cependant, les contraintes qu'elle se met à l'exercice de la production l'obligent à être perpétuellement inventive, ce qui devrait en accroître progressivement les performances au bénéfice de tous.

Il faut pourtant trouver une solution efficace. Le risque est en effet important que, pendant les deux ou trois décennies qui viennent, il y ait une progression insuffisante de la courbe d'offre pour faire face à la progression de la courbe de demande. Il en résulterait un risque de rareté permanente et des crises des prix alimentaires comme celle que l'on a connue en 2008. Les catégories pauvres des pays en développement et même des pays industriels en

souffriraient particulièrement, ce qui engendrerait inévitablement des troubles sociaux graves ; on assiste ainsi en particulier à une sorte de nouvelle colonisation de la part de pays riches et surpeuplés, ou riches et arides, qui tentent de s'approprier de larges étendues de terres dans les pays où on a déjà faim, ce qui ne pourra à terme que provoquer de graves tensions. Aussi, comme le dit E. Pisani, pour nourrir le monde, toutes les agricultures du monde devront être mobilisées, qu'il s'agisse des grandes entreprises agricoles, ou des agricultures familiales et en particulier les agricultures pauvres.

Produire plus et mieux avec moins

L'équation est donc claire : produire plus, avec des rendements plus élevés, en réduisant les intrants énergétiques fossiles et les pesticides, en économisant l'eau et en la gérant plus efficacement, en limitant fortement les atteintes à l'environnement (pollution de l'air et de l'eau, réduction de la biodiversité), et en améliorant si possible la qualité des paysages.

Les agricultures européennes seront particulièrement concernées car elles se situent aux portes d'une grande région du monde que sera de plus en plus importatrice pour des raisons de sévères limitations des ressources en eau et de climat : le Maghreb et le Moyen Orient. De plus elles se développent sur un continent chroniquement déficitaire en énergie, tant fossile qu'en matière de gisements de matières nucléaires fissionnelles. Mais d'autres grandes régions seront sollicitées, en particulier les Amériques et la Russie, surtout si le changement climatique favorise la mise en culture de régions septentrionales. L'Asie qui est très peuplée devra faire un effort important d'accroissement des rendements, ce qui devrait se révéler difficile en raison des niveaux déjà élevés obtenus avec la Révolution verte qui, dans les années soixante-dix, a permis un accroissement exceptionnel de ces rendements. L'Afrique tropicale devra impérativement augmenter très fortement ses capacités de production pour faire face à un accroissement massif de sa population, alors même qu'elle n'aura évidemment pas les moyens d'importer, ni les infrastructures nécessaires pour acheminer ces importations.

Pour toutes ces raisons la solution qui apparaît la plus réaliste, bien qu'audacieuse, est celle de la production écologiquement intensive. Elle répond clairement au nouveau cahier des charges. Les réalisations concrètes qui existent déjà permettent de penser que l'on peut en attendre de bons résultats, d'autant plus que nous n'en sommes qu'au début de la recherche et développement de cette nouvelle technologie.

En matière de fertilité des sols, les techniques proposées et disponibles utilisent le recyclage intensif des débris végétaux ainsi que des apports de matière organique de cultures interstitielles de service dont la croissance est possible pendant toutes les périodes où le climat le permet. Des solutions

classiques peuvent être réutilisées comme le recours systématique à des rotations faisant intervenir des légumineuses. Mais on peut aussi compter à l'avenir, avec des solutions plus futuristes : amélioration du rendement de la décomposition de la biomasse et de la minéralisation, plus grande efficacité des micro-organismes du sol, maîtrise de la fixation symbiotique l'azote sur les céréales, diversification des légumineuses comme plantes alimentaires, etc.

En matière de contrôle des maladies et ravageurs, on peut compter sur des solutions classiques comme les rotations de culture, la diversité des variétés utilisées dans différentes parcelles, l'utilisation de mélanges de variétés au sein d'une même parcelle, etc. Les potentialités offertes par la lutte biologique et la lutte intégrée sont très importantes. Par ailleurs, des solutions plus futuristes peuvent aussi être envisagées : invention de nouvelles molécules pesticides imitant des molécules existant dans la nature, utilisation des mécanismes de défense naturels des plantes, etc.

Bien évidemment, l'amélioration génétique des plantes et des animaux continuera à jouer un rôle important, notamment en matière d'adaptation au changement climatique, et de résistance aux maladies et ravageurs.

Il faudra aussi que le machinisme agricole s'adapte à l'émergence de nouvelles pratiques culturales et nouveaux itinéraires techniques, à la nécessité d'économiser l'énergie et à la nécessaire évolution vers des techniques de plus grande précision.

Les nouvelles pratiques agricoles pourraient aussi améliorer significativement la qualité de l'environnement : haies et jachères favorisant la biodiversité des insectes et des auxiliaires des cultures, rugosité du paysage destinée à favoriser la recharge des nappes phréatiques particulièrement dans les zones de captage et à limiter les ruissellements, aménagements du paysage de manière à en améliorer la qualité touristique et en valoriser les retombées économiques.

L'agriculture sera également sollicitée pour pouvoir participer à la séquestration du carbone dans les sols. Elle pourrait ainsi jouer un rôle positif dans l'atténuation du changement climatique à long terme.

Dans le domaine de l'élevage, la recherche d'une plus grande diversité des espèces des pâturages et de l'alimentation animale et la mise en pratique systématique de stratégies de qualité des produits animaux irait dans le même sens.

Une mobilisation générale et un environnement à redéfinir

De la même façon que la grande modernisation de l'agriculture dans les années 1960 n'a pu se faire qu'avec des financements publics importants et une politique agricole de soutien actif, le passage à une agriculture fondée sur des raisonnements scientifiques écologiques va demander un effort important.

Le premier effort important est celui de la recherche. Il faut en effet pouvoir proposer une gamme étendue de solutions, depuis ce qu'il est possible d'appliquer immédiatement jusqu'aux solutions les plus futuristes. Pour ce faire, il faudra faire travailler ensemble les agronomes et les écologues, deux mondes dont les références intellectuelles avaient divergé. Beaucoup d'exploitants agricoles souhaitent également ne pas attendre les résultats de la recherche et s'engager eux-mêmes dans de l'expérimentation de systèmes intégrés. Cela devrait conduire à inaugurer de nouvelles formes de recherche associant directement l'expérimentation des professionnels et le travail des chercheurs. Il s'agit aussi de mettre au point des systèmes de production d'une grande diversité correspondant aux réalités écologiques locales. Dans la définition de ces systèmes, les agriculteurs et les éleveurs joueront un rôle clé car ils connaissent mieux que quiconque les caractéristiques précises, les potentialités des milieux qu'ils cultivent, et les possibilités d'associer harmonieusement productivité, service écologique et respect de l'environnement. Mais ils devront aussi importer des connaissances et des techniques venant de la recherche. Il s'agit donc d'inventer une nouvelle relation entre les producteurs, les conseillers et les chercheurs.

Le deuxième effort important est à consentir en matière d'information et de formation. L'agriculture écologiquement intensive est aussi une agriculture intensive en connaissances et en savoir-faire. Un apprentissage est donc nécessaire, et il faudra donc revoir fortement les systèmes d'enseignement et de conseil.

Un autre effort important est celui qu'il faudra consentir en matière d'investissements pour reconstituer les infrastructures écologiques du paysage, ce que le Grenelle de l'environnement qualifie de « trame verte » et de « trame bleue ». Ces trames écologiques devront non seulement être constituées, mais aussi entretenues et le service écologique fourni par les agriculteurs reconnu.

Enfin, la réflexion sur les politiques agricoles et environnementales devra reprendre et être revivifiée. L'effort productif mondial n'est pas compatible avec une concurrence qui conduirait à maintenir dans la stagnation une partie des agricultures pauvres et à ne favoriser que celle qui bénéficierait d'avantages comparatifs. Les nouvelles politiques commerciales doivent permettre de renforcer et stimuler la croissance agricole partout où cela est nécessaire. La sécurité alimentaire, pendant les trois décennies qui

viennent, doit être assurée aux différentes échelles géographiques de la planète. Des formules nouvelles rendant compatibles sur le marché international des exportations provenant de régions ayant des coûts de production très différents devront être trouvées. De même cette réflexion devra intégrer la nécessité de réduire le dumping écologique, social, et monétaire.

En France, la politique agricole devra favoriser l'évolution vers une agriculture écologiquement intensive, intégrée, et à haute valeur environnementale en sécurisant les transitions nécessaires et assurant le financement pour les agriculteurs afin de rémunérer, les services écologiques rendus pour le compte de l'ensemble de la société.

Annexe 2

Charte pour une « agriculture écologiquement intensive® »

Engagement de nos partenaires et sponsors

1. **Agir pour que l'agriculture française et mondiale soit capable de faire face aux importants besoins productifs du XXI^{ème} siècle tout en étant compatible avec la santé humaine et celle des écosystèmes**
 - En dépassant les querelles anciennes entre ceux qui souhaitent produire mieux et ceux qui souhaitent produire plus,
 - En contribuant à un nouveau contrat social entre les agriculteurs et la société particulièrement pour que les jeunes agriculteurs participent à un mouvement de conciliation entre les fonctions productives et la production de services écologiques,
 - En favorisant les logiques d'actions communes entre agriculteurs, chercheurs, enseignants, techniciens, écologistes et entreprises des filières alimentaires.

2. **Favoriser l'expérimentation et la diffusion des bonnes pratiques pour une agriculture écologiquement intensive**
 - En utilisant de façon amplifiée et intégrée des fonctionnalités naturelles des écosystèmes,
 - En gérant des cycles et des bilans en énergie, en eau et en nutriments,

- En utilisant et préservant de la biodiversité comme facteur de production au travers de la bio inspiration par exemple,
- En encourageant l'ensemble des acteurs économiques à placer l'agriculteur au cœur du processus d'expérimentation en tant qu'acteur à part entière de l'innovation,
- En favorisant l'émergence de nouvelles technologies capables de concilier respect des équilibres naturels des écosystèmes et productivité,
- En respectant les animaux, leurs besoins et leurs cycles naturels

3. Intégrer le réchauffement climatique et la raréfaction des énergies fossiles à l'évolution des pratiques agricoles

- En favorisant une économie « cyclique » économe en intrants non renouvelables, en énergie fossile et faiblement productrice de déchet non valorisable,
- En favorisant le stockage du carbone, la fixation naturelle de l'azote de l'air notamment par la culture des légumineuses.

4. Améliorer les qualités gustatives et nutritionnelles des produits agricoles

- En étant à l'écoute des besoins des consommateurs,
- En favorisant les alternatives aux produits phytosanitaires,
- En favorisant la réflexion sur les équilibres alimentaires et leur impact sur la santé,

5. S'engager pour un partage d'expérience à l'échelle mondiale entre acteurs de l'agriculture

- En considérant que les enjeux sont communs entre tous les agriculteurs du monde et que les solutions doivent être partagées,
- En plaçant l'action locale et l'initiative des acteurs au cœur de l'engagement de l'AEI plutôt que les grands discours.

Remerciements

L'Association pour l'agriculture écologiquement intensive est une association de personnes physiques indépendantes. Elle n'est affiliée à aucun intérêt économique, syndical, politique, idéologique, etc.

Mais elle a besoin de fonds pour pouvoir organiser ses activités ; un certain nombre de sponsors, entreprises ou institutions, ont accepté de la subventionner et nous souhaitons les remercier.

Le Conseil d'administration accepte ces soutiens, sous réserve que l'entreprise sponsor s'engage à porter l'image d'une agriculture écologiquement intensive et à promouvoir pour ses propres activités cette logique de production. Pour matérialiser ce soutien, l'entreprise adhère formellement à la Charte de l'agriculture écologiquement intensive reproduite ci-dessus.

À ce titre et pour l'année 2012, le Conseil d'administration tient donc à remercier pour leur soutien :

- Les coopératives Terrena, Cavac et Triskalia, et Coop de France Ouest
- Les chambres d'agriculture régionales de Bretagne et des Pays de la Loire
- Les entreprises industrielles John Deere, Laboratoire Goëmar, PRP
- L'entreprise de distribution Système U
- Le Conseil régional des Pays de la Loire
- Le Groupe ESA, enseignement supérieur et recherche en agriculture à Angers

Table des matières

Introduction - Du produire autrement au vendre autrement	3
Comment l'Agriculture Ecologiquement Intensive peut-elle contribuer à des Filières Ecologiquement Intensives ?.....	5
AEI, qui va payer ?	15
L'AEI peut-elle constituer une valeur perçue par le consommateur ?.....	23
Le e-commerce, promoteur des produits alimentaires de qualité ?	31
Le drive fermier, une initiative compatible avec des orientations AEI.....	37
Êtes-vous responsable de ce que vous mangez ???	39
Etiquetage de l'origine de la viande : le point de vue d'Agnès Le Brun	43
Comment la filière aquatique communique vers le consommateur	45
Les associations céréale-légumineuse : de multiples atouts et des défis à relever dans les filières	53
La diffusion et le transfert des innovations : un enjeu stratégique pour l'agriculture	57
Utiliser le moins possible d'intrants chimiques et être curieux de pratiques « innovantes ».....	59
Produire des lapins avec moins d'antibiotiques.....	63
Annexe 1 - Vers une agriculture écologiquement intensive.....	67
Annexe 2 - Charte pour une « agriculture écologiquement intensive® ».....	75
Remerciements.....	77

Tous droits réservés, reproduction interdite sans l'autorisation de l'éditeur

Editeur : Association internationale pour une agriculture écologiquement intensive,
55 rue Rabelais, 49007 Angers cedex 01

Maquette : Trombone - Imprimerie : Setig Palussière

Première édition : janvier 2014