

 PRÉFET DE LA RÉGION CENTRE-VAL DE LOIRE	<b>Etats Généraux de l'Alimentation</b>	Sours (28), le 16/10/2017
Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt		

	<b>Atelier n° 4 : comment créer et mieux répartir la valeur au long de la filière</b>  <b>Présidents</b> <b>Jean-Pierre LEVEILLARD</b> Président de la chambre régionale d'agriculture <b>Philippe LESEURE</b> Directeur Filières, Groupe LSDH	
<b>Animation</b>	<b>Arnaud Bontemps</b>	<b>DRAAF</b>
<b>Secrétariat de séance</b>	<b>Fabienne BIBET</b>	<b>DIRECCTE</b>
<b>Secrétariat de séance</b>	<b>Nathalie MILANO</b>	<b>SGAR</b>

### 1. Introduction par les Présidents de séance – témoignages

Présentation préliminaire des présidents, des secrétaires de séance et des modalités de déroulement de l'atelier et de la restitution (Arnaud BONTEMPS et Muriel FILIPPI, appui à l'animation, DRAAF Centre Val de Loire). Une synthèse complète sera envoyée pour la fin du mois au gouvernement.

#### **Présidents de séance :**

M. Jean-Pierre LEVEILLARD, Président de la chambre régionale d'agriculture  
 M. Philippe LESEURE, Directeur Filières, Groupe LSDH

M. LEVEILLARD est le rapporteur de l'atelier. Il souligne l'acuité du problème de la répartition de la valeur dans le secteur laitier et annonce deux témoignages, l'un à travers la démarche de la Laiterie Saint-Denis de l'Hôtel, qui associe les producteurs et les consommateurs, l'autre à travers l'exemple du fonctionnement du Cadran de Sologne pour gagner en valeur ajoutée.

#### Deux témoignages :

##### 1. Filière « lait »

M. LESEURE (LSDH) présente la démarche « **c'est qui le patron** » :

LSDH avait des difficultés à un moment donné pour son approvisionnement en lait, d'où un effort de diversification avec les jus de fruits puis les salades avec l'acquisition de la société « Les Crudettes ». Le groupe emploie 2000 personnes et crée 800 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Concernant le lait, la région assurait une faible production laitière, ce qui obligeait à se différencier. Les producteurs ont mené un travail pour créer une organisation de producteurs transversale (Association des Producteurs de Lait du Bassin Centre ou APLBC) avec l'objectif de conserver une production de lait sur notre territoire.

En 2005, LSDH ne créait plus de valeur sur le lait (écoulement de 80% des volumes collectés en premier prix), d'où des investissements et une diversification : production de laits « régionaux », « solidaires », « santé », « bien-être animal », etc. L'OP est conjointe avec les producteurs de lait et, depuis 2015, fonctionne avec des contrats tripartites qui intègrent de la transparence, un respect mutuel, de la visibilité et une pérennité, ainsi que la prise en compte des coûts de production.

La collecte concerne 450 exploitants sur plus de 14 départements.

L'idée de « C'est qui le patron » est venue d'un homme, Nicolas CHABANE, qui a pris conscience face à

une interview de M. MULLIEZ, patron d'AUCHAN, que le client est le patron.

En 2016, une enquête a été lancée auprès des consommateurs pour leur demander ce qu'ils souhaitaient mettre en avant sur le produit « lait ». Cela a conduit à définir un cahier des charges et un prix, avec l'objectif de faire vivre les éleveurs.

Après une année d'activité, c'est une réussite. Un prix de base de 390 euros les 1000 litres est garanti. La démarche a permis de repositionner des valeurs fortes : équité, traçabilité, qualité auprès des consommateurs. 23 millions de litres de lait ont été vendus en 1 an. Cela représente entre 10 et 25% du linéaire pour les grandes et moyennes surfaces (GMS) qui y adhèrent.

La démarche a été médiatisée et est copiée, mais cela appelle une vigilance, par exemple pour éviter du lait équitable « discount ».

## **2. Filières Fruits et Légumes (fraises, poireaux)**

M. Michel Piquet, Vice-président et ancien président du **Cadran de Sologne** (41), présente le fonctionnement de la coopérative créée en 1981 (230 tonnes de fraises), qui commercialise des fraises (actuellement 26 adhérents pour 2600 tonnes, soit la 2<sup>e</sup> organisation de producteurs à l'échelle française) et des poireaux (7 adhérents pour 2600 tonnes), sur le principe des enchères dégressives (à l'identique du marché de Plérin pour le porc) :

- les acheteurs sont conventionnés,
- les adhérents apportent la totalité de leur production au cadran : c'est la clé du succès, car cela évite une concurrence par une vente parallèle.

La marchandise est enlevée sur place et vendue à 80 % en GMS, 15 % à Rungis et 5 % aux détaillants.

Le cadran est une organisation de producteurs qui achète aussi environ 20% de marchandises à des partenariats avec des maisons de commerce et des intervenants de la grande distribution. L'objectif est que la marge revienne au producteur.

Il fonctionne avec un effet de masse et une discipline dans la production, pour occuper le personnel, fidéliser les cueilleurs, diversifier les variétés. Une des conditions de réussite est de collecter au moins 80 % de la production du territoire.

Les « champions » du cadran sont les Hollandais et les Belges où le nombre de producteurs est réduit.

Le cadran permet une vraie transparence sur les prix mais en cas de crise de production, il ne permet pas d'empêcher la chute des prix.

L'exemple de la fraise dans le 41 est un marché de niche, sans concurrence avec les fraises espagnoles car la cible, la garigette, est une variété bien typée et attendue par le consommateur français.

L'organisation du Cadran de Sologne apporte de la transparence sur les prix, donne du poids aux producteurs, permet de valoriser la qualité du travail de ses adhérents.

A l'issue de la présentation de ces modèles d'organisation, le débat porte sur la possibilité d'étendre le modèle du cadran à d'autres filières et sur la nécessité de l'organisation des producteurs. Le système du cadran peut s'appliquer à certaines productions comme le frais mais pas la conserve, pour laquelle sont mis en œuvre des contrats de volume. Dans le domaine des fruits, la crise des producteurs ne se traduit pas au niveau des prix qui restent stables en rayon. Il pourrait fonctionner pour les productions légumières en frais. Concernant la pomme, les producteurs doivent exporter, connaissent de fortes contraintes de la GMS et un fort coût de la main d'œuvre.

Doit-il y avoir une seule OP dans une filière ? Le cadran est adapté à un produit très réactif à l'évolution des cours et bien ancré sur le territoire. Pour qu'une filière fonctionne bien, il faut que tous se respectent et une valorisation personnelle de la qualité du travail. Le cadran n'est pas équivalent à la coopérative qui « collectivise » tous les produits.

### **→ Thèmes ou sujets retenus**

Discussion du modèle « C'est qui le patron » (groupe LSDH)

Discussion sur l'organisation des producteurs en région Centre-Val de Loire

## 2. Analyse régionale : identifier les forces, faiblesses, opportunités, menaces

<b>Thème 1 : Discussion du modèle « c'est qui le patron »</b>		
	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Interne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prise de conscience des difficultés des producteurs par le consommateur</li> <li>• Exemple du lait « C'est qui le Patron » : contractualisation tripartite</li> <li>• Développement d'un marketing moderne par les réseaux sociaux</li> <li>• Proximité de la région parisienne qui est un bon débouché,</li> <li>• Transparence des démarches entreprises auprès de tous les acteurs de la filière</li> <li>• Rémunération de tous les intervenants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dans la région, éloignement des exploitations</li> <li>• Difficultés d'accès au pâturage</li> <li>• Nécessité d'expliquer la démarche au consommateur</li> <li>• Efforts à faire pour pérenniser la démarche</li> </ul>
	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<b>Externe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nécessité d'une bonne organisation de filière</li> <li>• Réflexion sur l'extension de la démarche à d'autres produits</li> <li>• Extension du contrat jusqu'à l'amont avec les filières végétales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concurrence internationale,</li> <li>• Concurrence d'autres structures (« discount de l'équitable »)</li> <li>• Dépendance par rapport aux filières végétales</li> </ul>

<b>Thème 2 : l'organisation de producteurs en région CVL</b>		
	<b>Forces</b>	<b>Faiblesses</b>
<b>Interne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présence de terroirs en région (Beauce, Sologne, Berry) / bonne valorisation de certains produits/stratégie qualité (dont viticulture) / identité de la Loire Valley / le haut de gamme est valorisé</li> <li>• Présence d'agriculteurs diplômés en région</li> <li>• Sols de qualité / irrigation possible pour mieux valoriser/stabiliser les productions</li> <li>• Présence d'acteurs forts qui impulsent une dynamique (céréales, sucre, par exemple)</li> <li>• Des filières avec producteurs organisés existent : oléoprotéagineux (groupe Avril pour les oléagineux) et céréales (coopératives céréalières). Diversité possible des modèles d'organisation collective</li> <li>• Filière betteraves : présence de deux entreprises de poids et qui investissent</li> <li>• Légumes/fruits : besoins croissants et de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le modèle du Cadran de Sologne peut s'appliquer à des productions valorisées sur des petits marchés et pour lesquelles la demande est supérieure à l'offre</li> <li>• Absence de structure d'organisation et/ou structure de faible poids et/ou d'insuffisance de notoriété - Ex. filières des fruits et légumes, viandes</li> <li>• Difficultés de s'organiser en groupe / individualisme des producteurs qui peuvent baisser les prix individuellement avec des conséquences sur les autres producteurs</li> <li>• Règlement encadrant les OP contraignant</li> <li>• Difficulté dans l'adéquation de l'offre- demande / difficulté de connaître les marchés</li> <li>• Peu d'OP garantissent un prix</li> </ul>

	<p>qualité</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les OP existantes permettent un lien direct entre la GMS et les producteurs : transparence/confiance/ dont par les cahiers des charges signes de qualité)</li> <li>• Proximité du marché parisien à fidéliser / présence de marchés de proximité</li> <li>• Bonne organisation régionale qui a des effets de régulation sur les volumes produits et stabilisent les prix</li> <li>• Les OP permettent la mutualisation des outils de travail / la réduction des coûts de production / valeur ajoutée accrue pour le producteur</li> <li>• Les OP permettent de disposer de cahiers des charges de production qui donnent confiance aux acheteurs lorsqu'ils sont respectés (discipline nécessaire)</li> </ul>	<p>minimum corrélé aux coûts de production</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pour certaines productions, il est difficile d'envisager une OP régionale (ex. pommes de terre liées à un marché interrégional)</li> <li>• Crainte d'augmentation des charges dans les OP, notamment pour les productions consommatrices de travail manuel et crainte d'investissements trop lourds</li> <li>• Raréfaction des producteurs dans certaines productions sous AOP (fromages)</li> <li>• Difficulté d'organisation des producteurs de vins (leur poids diminue)</li> <li>• Renouvellement des générations qui peut déstructurer les organisations</li> </ul>
	<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<b>Externe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les céréales de qualité sous valorisées en région (= exportées)</li> <li>• Marchés de débouchés : le grand Paris/région IDF</li> <li>• IdF perd des terres cultivables qui augmentent l'intérêt de la surface agricole du Centre-Val de Loire proche</li> <li>• Le dispositif réglementaire de reconnaissance des OP est dérogatoire au droit des ententes en leur faveur</li> <li>• Les OP peuvent passer des marchés pluriannuels avec une clause de révision</li> <li>• Une tentative de faire évoluer la réglementation EU est en cours</li> <li>• Une OP permet de répondre à des marchés de débouchés plus importants</li> <li>• Bien définir le mandat de l'OP : production, commercialisation, les contrats pluriannuels + clause de renégociation (lissage et sécurisation des producteurs)</li> <li>• Le changement climatique offre l'opportunité de changer de pratiques et l'OP permet de le faire collectivement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le risque d'une taille des OP trop grande au sein de laquelle un producteur ne se retrouverait plus (menace ou opportunité ?)</li> <li>• Maintien de la réglementation communautaire</li> <li>• Le renouvellement des générations menace le maintien des outils coopératifs</li> <li>• La disponibilité en eau peut être limitante dans un contexte de changement climatique</li> <li>• L'adéquation offre-demande est difficile à comprendre (manque de visibilité sur les marchés)</li> </ul>

### **3. Propositions : entre idées et faisabilité**

Plusieurs enjeux sont identifiés :

- Développer des organisations de producteurs pour mieux négocier les cahiers des charges ;
- Mieux maîtriser les coûts de production ;
- Créer des caisses de sécurisation (ex. maïs semences) ;
- Développer les contrats tripartites (producteurs / transformateur / distribution) ;
- Eduquer le consommateur pour faire comprendre la démarche ;
- Développer la capacité d'évolution des produits pour s'adapter et se développer.

**Suite à l'analyse de la démarche « C'est qui le patron », les clefs pour mieux répartir la valeur dans la filière sont :**

- Avoir un produit identifié (avec les spécificités de la région),
- Développer une approche socialement responsable de répartition de la valeur,
- Mettre en place un contrat formalisé tripartite,
- Susciter une implication des consommateurs.

**Suite à la discussion sur les organisations de producteurs, le modèle de l'organisation de producteurs est plébiscité :**

- Communiquer sur les enjeux de l'organisation des producteurs ;
- Inciter à créer et dynamiser les OP ;
- Faire converger toutes les politiques publiques à l'échelle régionale, de façon à ce qu'elles concourent à l'organisation et la structuration des producteurs, et notamment pour les jeunes ;
- Investir collectivement dans l'aval des filières, dans la transformation et dans le marketing,
- Organiser la montée en gamme des produits et une meilleure identification des produits (rechercher la valeur) afin d'éviter la concurrence avec des producteurs « à bas coût » ; insister sur les qualités multiples des produits (intrinsèques, liées au terroir, sociales, etc.) et diversifier y compris avec des produits non alimentaires ;
- Insister sur la nécessité de l'investissement humain dans les conseils d'administration des organisations de producteurs ;
- Développer une nouvelle contractualisation avec les agriculteurs et les OP, y compris de portée pluriannuelle.