



## Conclusions session finale entretiens Open Agrifood 2017 par Michel GRIFFON

### **Le producteur, le consommateur et le citoyen**

Tel est le titre que nous aurions pu donner à nos entretiens. Comme une fable de La Fontaine. Mais ce serait une erreur car les trois personnages en réalité n'en forment souvent qu'un seul. Mais nous avons pris l'habitude de découper les personnes humaines en fonctions et de les réduire à ces fonctions. L'économie alimentaire tend ainsi à réduire les personnes à un estomac et un porte-monnaie. Celui qui pense les politiques publiques, à des citoyens qui votent. Le militant de la cause environnementale à des victimes de l'industrie chimique. Les services de santé à des malades sous-alimentés ou mal-alimentés...

De même, nous réduisons souvent les aliments et les produits à des prix, des calories, des glucides, lipides et protéines.

En fait, au-delà du producteur, du consommateur et du citoyen, il y a la personne humaine, et c'est à elle que l'on doit s'adresser avant tout.

Et au-delà du produit chosifié par la relation de marché, il y a bien d'autres choses qui en font la richesse. Il y a de l'amélioration génétique (depuis 12000 ans pour le blé); des techniques de culture respectant des objectifs de différentes nature (culinaires, gustatifs, de conservation...); des effets de terroir recherchés (par exemple le socle rocheux d'un terroir pour constituer la charpente d'un vin); le soin apporté dans le transport et le stockage; les techniques de transformation (par exemple l'affinage des fromages); l'emballage et la qualité d'usage...

Aussi, pourrait-on presque aller jusqu'à dire que les produits alimentaires ont une âme –« objets inanimés avez-vous donc une âme »? Cette âme n'existe que si à chaque maillon de la chaîne de valeur on ajoute, précisément ... de la valeur. Pas seulement la « valeur ajoutée » en Euros, mais surtout les valeurs qui définissent le faisceau de la qualité : aspect, propreté, commodité d'usage, goût, saveurs, odorat, qualités physiques, prix, lieu de production, personnes qui l'ont produite... Tout au long du circuit d'une filière, les pratiques de qualité s'ajoutent les unes aux autres. Par exemple, la qualité du lait tient aux races de vaches laitières, à l'alimentation, foin plutôt qu'ensilage, élimination du maïs qui accroît la matière grasse laquelle freine l'égouttage et réduit l'aptitude à l'affinage, préférence pour l'herbe fraîche pour les qualités gustatives, diversité botanique qui conditionne la typicité, équilibre bactérien pour la fermentation, condition importante de qualité gustative, pas d'homogénéisation ni de standardisation de la matière grasse qui donne des yaourts



au goût « à l'ancienne », et si pasteurisation il y a, qu'elle soit lente pour conserver le goût... (source INRA). On peut en dire autant pour chaque produit.

Et la notion de filière de qualité ne doit pas s'arrêter là, sinon elle ne s'adresse qu'aux estomacs ! Elle doit s'adresser au plaisir de celui qui mange, à son palais (quel joli mot pour accueillir un aliment !), à sa connaissance et sa reconnaissance mémorielle du produit, à son intelligence. Aussi, la valeur ne se révèle pleinement à l'esprit de celui qui mange que s'il en parle et qu'il a les mots pour dire son plaisir. Le vocabulaire du vin en langue française, c'est plus de 400 mots pour exprimer le plaisir ; par exemple seulement en commençant par la lettre A : on peut dire d'un vin qu'il est acerbe, ascendant, acide, aéré, agressif, aigre, alcoolique, amer, ample, amylique, animal, aqueux, aoûté, aranéux, aromatique, astringent, austère... Et la poésie de la qualité semble sans limites (source : les mots du vin, G. Margeon, PUF).

Que conclure de ces remarques ?

D'abord que pour restituer au produit toutes ses dimensions et ses valeurs de qualité, il faut informer avec le plus de transparence possible celui qui consomme. La révolution numérique devrait nous y aider énormément.

Ensuite, on peut conclure qu'il est possible de s'adresser en même temps au consommateur, au citoyen, au patient, à celui qui a peur de la chimie comme au dionysiaque, donc à la personne. Pour cela, il faut plus que de l'information, même complète, il faut de la formation dès l'âge scolaire. Car savoir bien manger est un bien public aux multiples effets bénéfiques.

## **L'avenir des filières longues est aux contrats**

Parler de chaîne de valeur n'est pas neutre. On emploie aussi le mot filière. Employer le mot « chaîne » signifie que tout au long d'un circuit d'un produit, la valeur s'ajoute à la valeur. Il y a donc un circuit du produit, de ses consommations intermédiaires et de ses co-produits. Il y a aussi une succession de techniques, une succession de coûts de production, une succession d'entités économiques liées entre elles par des marchés. Il y a une grande variété de filières selon le sous-secteur agroalimentaire, selon qu'elles sont courtes ou longues (peu d'acteurs ou une série), selon le caractère artisanal ou industriel de certains maillons, selon le caractère géographique local ou plus large (exportation), selon le caractère concentré ou atomisé de certains maillons (oligopoles, petites et moyennes entreprises...). Un recensement rapide chiffre à plus de 200 les cas de filières.

Ces filières peuvent inclure l'amont de l'agriculture : les machines agricoles, les équipements et bâtiments, les engrais, les produits phytosanitaires et vétérinaires, les semences...



On oublie aussi souvent le maillon de la consommation : la cuisine et la restauration scolaire, d'entreprise ou de ville, la restauration familiale.

Ces filières ont beaucoup évolué dans les cinq dernières décennies :

L'amont est généralement devenu un domaine de grandes entreprises en situation d'oligopole.

Les exploitations agricoles ont des tailles très variées et tendent à se concentrer. Beaucoup de petites ont disparu.

Les coopératives de fourniture d'intrants et de commercialisation sont nombreuses et se regroupent jusqu'à devenir des oligopoles.

La transformation comprend à la fois des artisans, des PME et de grands groupes industriels.

La distribution est devenue très concentrée dans des super et hypermarchés.

Quant aux consommateurs, ils ont beaucoup réduit la part de leur budget consacrée à l'alimentation, et la cuisine a connu une révolution électroménagère.

En résumé, les filières ont évolué de différentes manières. Les grandes filières ont connu des tendances créant des crises périodiques :

- Concentration de l'amont, des industries de transformation et de la distribution créant un « pouvoir de marché » qui leur est favorable dans la formation des prix ;
- La production agricole reste atomisée ce qui lui donne en général un caractère de « maillon faible » ; le caractère « atomisé » crée un désavantage de marché ; les agriculteurs ont dû compenser par un fort accroissement de la productivité qui leur est souvent maintenant reproché. Aujourd'hui, les secteurs les plus atomisés sont périodiquement en crise : lait, viande de porc, volaille...
- La concurrence horizontale au sein du maillon distribution a abouti à faire pression sur les prix dans les filières ;
- Les consommateurs en ont bénéficié en termes de prix ;
- La pression sur les prix a tiré la concurrence vers le bas de gamme mais une vingtaine d'accidents et de scandales alimentaires ont généralisé la défiance vis-à-vis des entreprises alimentaires
- En même temps, sur longue période, il y a eu diversification des produits et développement de qualités supérieures tirant la gamme des produits vers une amélioration de la qualité ;

Il y a aussi, bien heureusement des filières viables. Par exemple celles qui fonctionnent sous contrat avec des firmes, celles qui sont ancrées dans des terroirs reconnus, les filières locales, celles qui ont des stratégies de qualité, celles qui bénéficient du label bio...

Que peut-on tirer comme conclusion de ces remarques ?



D'abord, que la qualité résultant d'une construction cohérente des efforts de chaque maillon de la filière, cette construction doit, pour être stable, faire l'objet d'un ensemble de conventions ou de contrats. Pour être robustes, ces contrats doivent prévoir la rémunération des efforts de chacun dans les conditions de bas prix (protéger les agents économiques) comme de hauts prix (réaliser les investissements d'intérêt commun).

Les signaux du marché restant déterminants, les entreprises et les exploitations agricoles doivent pouvoir être assez flexibles pour faire face aux fluctuations.

Ensuite, l'intérêt commun doit amener à faire des recherches et des innovations coordonnées de manière à améliorer et maintenir les avantages comparatifs de filière en termes de compétitivité. Ceux qui savent organiser la qualité dans les filières et viser la catégorie premium peuvent maîtriser les choix en termes de gamme de qualité, ce que ne savent pas faire ceux qui sont cantonnées dans les entrées de gamme.

Economie des contrats (théorisée par l'Institutionnal Economics), qualité et compétitivité sont donc complémentaires.