



**Plénière internationale**  
**Valeur environnementale, valeur sociétale et valeur économique ;**  
**USA, Russie et Philippines : une conférence à 360° !**

Animé par :

**Philippe RAFFIN**, qui accompagne en conseil les marques, entreprises et les institutions de l'agroalimentaire et de la santé, et **Stéphane COURGEON**, journaliste professionnel

Avec :

**Éric ACHOUR**, Directeur Général Cerfrance Alliance France,  
**Lauren BIEGLER, Shanon KHADKA, Patrick HOFFMANN**

rédigé par Chloé SAVEANT, Cyrielle BRAUN et Cécile SCHNEIDER, élèves d'AGROPARISTECH

**Qu'est-ce que la valeur dans les filières agroalimentaires ? - Éric ACHOUR**

Le sens premier de la filière alimentaire est de fournir une alimentation de confiance pour tous, en préservant les acteurs économiques de la filière, et ce de manière équitable, clé de la pérennité. La filière agroalimentaire est une filière complexe fortement impactée par son environnement (changement des besoins alimentaires face à l'explosion démographique, risques liés aux aléas climatiques et volatilité des marchés des produits agricoles). Il convient d'impliquer les nombreuses parties prenantes du champ à l'assiette, et de déconstruire la complexité pour résoudre les problèmes avec elles.

Cette filière pèse en France : c'est une filière d'excellence, en termes de qualité, de traçabilité, de variété, de diversité ... L'enjeu est un enjeu de souveraineté et de géostratégie.

Cette filière est soumise à de fortes attentes sociétales et sociales. Les consommateurs expriment des attentes de plus en plus fortes sur la qualité des produits, introduisant des enjeux de santé, de bien être et de conditions de fabrication des produits.

Les acteurs doivent répondre à ces attentes pour que la création de valeur vienne enrichir les filières. Il est nécessaire de pouvoir créer de la valeur avant de pouvoir la répartir.

Il faut définir ce qu'est la création de valeur. Une entreprise, c'est l'organisation d'activités avec deux objectifs : la création d'une valeur perçue par le client sur un marché, et la génération d'une marge. Il peut y avoir des déconnexions fortes entre ce



que le producteur produit et la valeur perçue de ce qui est produit. Une grande part des agriculteurs a des revenus négatifs : soit les prix sont trop bas, soit les coûts de production sont trop élevés. Un enjeu majeur est la reconsidération de la façon dont les acteurs distribuent la valeur, d'autant plus qu'un trop grand nombre d'exploitants ne connaissent pas leurs coûts de production.

Certains leviers sont à considérer : l'amélioration de la compétitivité de l'amont agricole et la connexion des filières aux attentes sociétales. Les pratiques de gestion doivent évoluer : simplification, intégration de mécanismes de fiscalité pour mieux gérer les aléas, meilleure veille au niveau européen pour que les distorsions puissent s'amenuiser. Le prix est important mais pas que. In fine c'est l'individu qui décide. Pour les filières il faut coller aux attentes de fond, utiliser la communication positive sur ce qu'on est, sur ce qu'on fait, sur ses engagements, communiquer sur l'immatériel. Tout doit être sincère dans les messages. Il faut savoir s'emparer des outils de communication pour que les messages soient crus. Le succès de « C'est qui le patron ?! » montre qu'on est capable de créer de la valeur en partant des attentes du consommateur, en incluant les attributs qu'il est prêt à payer dans le prix du produit. Il en résulte tout un questionnement sur notre façon de vivre et de consommer : arriver à faire accepter de payer un juste prix pour l'alimentation. Il faut oser affronter la complexité.

### **Agricultures américaine et françaises : pas si différentes que cela ! - Lauren BIEGLER**

Lauren BIEGLER, née et élevée dans une ferme familiale dans l'Ohio, est diplômée en marketing et en agribusiness. Elle a travaillé 5 ans chez Dupont Pioneer puis chez Cargill. C'est chez Cargill qu'elle a rencontré son mari avec qui ils ont décidé de reprendre la ferme familiale de ce dernier. Sur cette ferme ils ont 1000 hectares de culture de maïs et de soja et proposent aussi des services personnalisés pour aider d'autres agriculteurs à faire la transition vers une agriculture plus responsable.

Lauren BIEGLER et son mari ont décidé de changer de pratiques culturales lorsqu'ils ont constaté à quel point l'érosion des sols impactait leurs cultures. Ils ont rapidement observé les bienfaits d'une agriculture plus durable. Lauren BIEGLER souligne le fait que les pratiques agricoles sont avant tout un héritage familial et que c'est souvent difficile pour les agriculteurs de changer de pratiques. C'est pourquoi encore peu de fermes aux Etats-Unis appliquent des pratiques durables. Mais Lauren BIEGLER est convaincue que les pratiques durables peuvent aussi être appliquées dans de grandes fermes, et même qu'il est plus facile pour les grandes fermes de réaliser les investissements nécessaires.



## **Une rentabilité dans le porc en Russie, qui n'a rien à envier à LVMH! - Patrick HOFFMANN**

Patrick HOFFMANN se spécialise dans l'élevage porcin innovant en Russie. Bien que né de parents agriculteurs, Patrick HOFFMANN a commencé par des études d'ingénieurs et a travaillé 5 ans dans les missiles nucléaires, puis 8 ans dans une banque d'affaires avant de rencontrer son associé avec qui il s'est lancé dans l'élevage porcin en Russie. Il a choisi la Russie car le contexte est favorable à l'élevage : le gouvernement a mis des mesures de barrières à l'import. De plus, la Russie est très différente de l'image donnée par les médias, et notamment, l'administration y est très simple. Grâce à plusieurs investisseurs, M. Hoffmann a levé 2 millions d'euros, qui lui ont permis de rénover une première ferme. Il a commencé avec un élevage de 35000 têtes et 1000 truies, et a désormais 4 élevages et 6000 truies.

Dès la construction de leur deuxième ferme, il décide de prendre en compte les normes européennes de bien-être animal car il est convaincu que la Russie va devenir un grand exportateur de porc.

Selon lui, les éleveurs de porcs les plus efficaces sont les américains car ils fonctionnent en cycle fermé : même le lisier devient une ressource.

Tout comme Lauren BIEGLER, il pense qu'il est bien plus complexe de passer à des pratiques durables dans de petites exploitations car cette transition nécessite de nombreux investissements que les petites exploitations ne peuvent pas se permettre.

## **« Que sert donc à l'homme de gagner le monde entier s'il perd son âme ? » - Shanon KHADKA**

Shanon KHADKA est directeur d'une ONG fondée par Tony MELOTO. Il a grandi dans une ville aux Philippines, où on lui a dit d'étudier pour ne pas devenir agriculteur. Car aux Philippines, agriculteur est synonyme de pauvreté, bien que des centaines d'hectares cultivables soient inutilisés et que de nombreuses familles souffrent de la faim. Il a alors rencontré Tony MELOTO qui lui a donné une vision et un rêve pour son pays. Ils sont convaincus que chacun peut produire et combattre la pauvreté, plutôt que laisser la terre se transformer en désert. Ils recrutent de nombreux stagiaires étrangers chaque année, notamment des français.

## **CONCLUSION**

Bien que les intervenants soient tous porteurs de projets très différents il y a de nombreux points communs : l'envie de s'adapter, d'innover et l'esprit d'ouverture. Il y a dans le monde entier des démarches de création de valeur dans l'agriculture. Alors comment en France, dans le même esprit, peut-on aujourd'hui créer et partager de la valeur le long des filières alimentaires ?