

alim'agri

MAGAZINE DU MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION
6 € - NUMÉRO 1566 - SEPTEMBRE-OCTOBRE-NOVEMBRE 2017

LES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION



Harmonie Fonction Publique, mutuelle référencée ministère de l'Agriculture



Partenaire historique du ministère de l'Agriculture

En renouvelant sa confiance envers Harmonie Fonction Publique dont l'offre était déjà référencée depuis 2009, le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt reconnaît la qualité et la spécificité de l'offre de notre mutuelle ainsi que son adéquation aux besoins des agents.

A compter du 1^{er} janvier 2017, elle assurera pour une durée de 7 ans la couverture santé et prévoyance (maintien de salaire en cas d'arrêt de travail, capital décès...) des agents du ministère, de l'IFCE, de l'ONF, de FAM, de l'INAO, de l'ODEADOM, de l'IRSTEA et de l'ASP ainsi que leur famille.

*Pour plus d'informations,
contactez-nous au :*

0 800 007 101 Service à appel
gratuits

Du lundi au vendredi, de 9h00 à 17h30



**Harmonie
fonction
publique**

www.harmonie-fonction-publique.fr



8 POURQUOI LES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION?

11 INFOGRAPHIE
La consommation alimentaire

14 INFOGRAPHIE
Les 14 ateliers thématiques



16 LA RÉMUNÉRATION DES AGRICULTEURS

17 DOCUMENTAIRE L'agriculture, une histoire de prix?



21 FORMATION DES PRIX ET DES MARGES
Observer les prix pour anticiper les crises

22 CONTRACTUALISATION
Du temps et de la confiance

23 CONTRAT FILIÈRE VIANDE
Renforcer une filière locale

23 CONTRAT FILIÈRE LAIT
Protéger les producteurs de la volatilité des prix



24 FRANCIS AMAND, MÉDIATEUR DES RELATIONS COMMERCIALES AGRICOLES
Son combat : des contrats équitables

26 ADAPTER LES PRODUCTIONS AGRICOLES AUX BESOINS DES MARCHÉS Le porc bio, ça rapporte !



28 3 QUESTIONS À THIERRY MARX
Pour une responsabilité de la terre à l'assiette



29 FOCUS Le pavillon du bio de Rungis

31 MIEUX RÉMUNÉRER LES PRODUCTEURS C'est qui le patron?! La marque qui rend consomm'acteur

33 GARANTIE DU REVENU
65 paniers par semaine



35 SOUTIEN AUX PAYSANS
Au cœur d'une dynamique sociale inédite



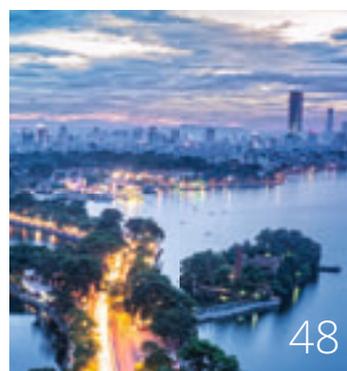
37 SUPERMARCHÉS PARTICIPATIFS
Le consommateur prend le pouvoir



38 PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL
Mobiliser le réseau alimentaire local



43



48

41 VENDRE À L'EXPORT, CONQUÉRIR DE NOUVEAUX MARCHÉS

43 EXPORT & IMAGE « FRANCE »
Le succès des confitures *made in France*

45 EXPORT & STRATÉGIE COMMERCIALE La limonade artisanale fait des bulles à l'export

47 EXPORT & PACKAGING
L'anis de Flavigny, le bonbon bien enrobé

47 EXPORT & CIBLE HAUT DE GAMME
Un vrai carton à l'étranger pour le rosé de provence

48 DIPLOMATIE ÉCONOMIQUE
La France à l'honneur au Vietnam



53

50 RÉUSSIR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE



52 INTERVIEW DE FRANÇOIS COLLART-DUTILLEUL
Une approche locale et globale

53 AGRICULTURE DURABLE

Horizon agro-écologie

56 AQUAPONIE

Des truites dans les salades



56 FILIÈRE PÊCHE

De la mer à l'assiette

60 TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET CONSOMMATION

Des repères pour manger plus vert

63 INFORMATION DU CONSOMMATEUR

Gagner la confiance

65 UNE ALIMENTATION PARTAGÉE

65 ÉDUCATION AU GOÛT

Bien manger, ça s'apprend

66 MODÈLE ALIMENTAIRE FRANÇAIS

Interview de Claude Fischler, directeur de recherche au CNRS



68 INTERVIEW DE GUILLAUME GAROT
L'éducation à une bonne alimentation est un impératif national

70 ÉCONOMIE SOLIDAIRE

Le bio accessible

71 SOLIDARITÉ ALIMENTAIRE

Avec Le Carillon, c'est chacun pour tous!

72 ALIMENTATION ET SANTÉ

Trouver le bon équilibre

74 COMPOSITION DES ALIMENTS

L'agroalimentaire s'engage

77 CONTRÔLES AUX FRONTIÈRES

Les forteresses sanitaires

79 PRÉPARER L'AVENIR

79 INVESTISSEMENT

Alimentation intelligente

80 INNOVATION ET BIEN-ÊTRE ANIMAL

Prédire le sexe du poussin avec «Soo»

81 AGRICULTURE NUMÉRIQUE

#Digitag, sept ans d'innovations

82 FORMATION ET MÉTIERS

Bioéconomie: la chimie verte recrute

83 INFOGRAPHIE

La bioéconomie

84 INNOVATION AGROALIMENTAIRE

Le Food'Inn Lab

84 Croc & Vie,

des bâtonnets apéro food

85 SOLS ET SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

Le 4 pour 1 000



NUMÉRO 1566

Direction de la publication
Laurence Lasserre

Rédaction en chef
Marielle Roux

Direction artistique & maquette
Jean-Charles Federico

Rédaction
Stéphanie Gauthier, Cécile Poulain, Magali Poulet, Sylvain Tallon

Photographies
Xavier Remongin, Cheick Saidou, Pascal Xicluna

Photothèque
Cécile Bouvard

Publicité
Xavier Herry

Impression
Direction de l'information légale et administrative (Dila)
26, rue Desaix
75727 Paris Cedex 15

Alim'agri/Bimagri est une publication du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
78 rue de Varenne 75349 Paris 07 SP
Tél.: 01 49 55 44 93
Fax: 01 49 55 83 56
alimagri@agriculture.gouv.fr
ISSN 0152-3295



10-31-2190 / Certifié PEFC

Couverture
Photo © Thinkstock



@Min_Agriculture



Alimagri



Alim'agri



Alim'agri



infographies.agriculture.gouv.fr
ministre-en-images.agriculture.gouv.fr
le-lab.agriculture.gouv.fr
agripicture.fr



agriculture.gouv.fr
alimentation.gouv.fr



MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION



**MAÎTRE
CORBEAU
NE LAISSERA
PLUS TOMBER
SON FROMAGE**

gaspillagealimentaire.fr



**BLANCHE
NEIGE
AURAIT DÛ
CROQUER
UNE POMME
MOCHE**

gaspillagealimentaire.fr



**RIEN NE SE
PERD, TOUT
SE CONGÈLE
AVEC LA REINE
DES NEIGES**

gaspillagealimentaire.fr



**À MINUIT
LE POTIRON
DE CENDRILLON
FERA UN BON
BOUILLON**

gaspillagealimentaire.fr

STOP
AU GASPILLAGE
ALIMENTAIRE



**LA SOUPE
DES 3 OURS
N'EST PAS
PERDUE POUR
BOUCLE D'OR**

gaspillagealimentaire.fr



**QUAND
PEAU D'ÂNE
PRÉPARE
SA GALETTE
LE PRINCE
N'EN PERD PAS
UNE MIETTE**

gaspillagealimentaire.fr



**PETIT
POUCET
A COMPRIS
COMBIEN
LE PAIN
EST PRÉCIEUX**

gaspillagealimentaire.fr

**JETER
MOINS
=
MANGER
MIEUX**



LE MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE L'ALIMENTATION
PRÉSENTE
LES CONTES
DE L'ANTIGASPI



© XAVIER REYRON/AGF

“

Chantier clé pour le dynamisme de l'agriculture, de la pêche et de l'agroalimentaire français, les États généraux de l'alimentation ont vocation à être un temps de réflexion partagée et de construction de solutions nouvelles.

”

ÉDITO STÉPHANE TRAVERT

MINISTRE DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION

Nous nous engageons dans une réforme sans précédent de l'agriculture française, qui vise à permettre aux agriculteurs de vivre dignement de leur travail par le paiement de prix justes ; et en même temps, à assurer la pleine prise en compte par l'agriculture des enjeux économiques, sociaux, sanitaires et environnementaux.

L'agriculture doit évoluer pour concourir à produire une alimentation toujours plus saine, plus sûre et plus durable, que nous appelons de nos vœux pour nous-mêmes, pour nos concitoyens, pour les consommateurs européens et pour l'ensemble de la planète.

Car le consommateur est à la fois l'enjeu et l'acteur majeur de notre action collective. Ses attentes sont multiples, parfois complexes. Cela offre des opportunités exceptionnelles en matière de conquête de nouveaux marchés et de création de valeur ajoutée. Cela impose aussi parfois des défis nouveaux à relever. Répondre à ces évolutions et à ces attentes c'est prendre un temps d'avance. Il faut transformer ce qui peut être perçu parfois comme une contrainte en une opportunité formidable qui doit montrer que notre agriculture peut être multiperformante : sur le plan économique et social, en permettant aux agriculteurs de réaliser leurs projets et d'en vivre dignement, ce n'est qu'à ce prix que nous pourrons attirer les jeunes

vers les métiers de l'agriculture ; sur le plan sanitaire, car c'est une exigence incontournable ; sur le plan environnemental, parce qu'une agriculture qui ne respecterait pas l'environnement c'est une agriculture qui ne parie pas sur son avenir. La question à se poser ce n'est pas de savoir « *Comment on pourra s'affranchir de cette évolution de la demande ?* ». La question à se poser c'est « *Comment être les premiers à répondre aux nouvelles attentes des consommateurs ?* » Consommateurs, nous le sommes tous !

Nous savons que le poids économique et social de l'agriculture, de l'agroalimentaire, de la pêche, est essentiel pour la France. Nous savons que l'alimentation concerne tout un chacun dans sa qualité de vie au quotidien, sa santé, son pouvoir d'achat, la qualité de son environnement. Nous savons, depuis toujours, qu'agriculture et alimentation sont indissociablement liées.

Ces états généraux, nous les voulons gagnants pour les territoires, pour les hommes et les femmes qui vivent de ces métiers, pour les jeunes qui en rêvent, pour notre industrie et ses exportations, pour l'image de la France à l'international. Je compte sur la mobilisation de tous pour ces états généraux que j'ai l'honneur et la fierté de piloter en ma qualité de Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation. ▀



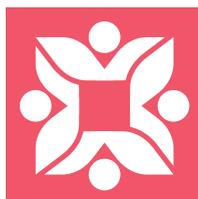
POURQUOI DES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION ?



De gauche à droite : Benjamin Griveaux, secrétaire d'État auprès de Bruno Le Maire, ministre de l'Économie et des Finances, Édouard Philippe, Premier ministre, et Stéphane Travert, ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation.

“ L'ALIMENTATION, SES MÉTIERS, SA QUALITÉ, LES FEMMES ET LES HOMMES QUI LA PRODUISENT, DOIVENT ÊTRE REPLACÉS AU CŒUR DES PRÉOCCUPATIONS DES FRANÇAIS ET DANS LE CŒUR DES FRANÇAIS ”

Édouard Philippe, Premier ministre.



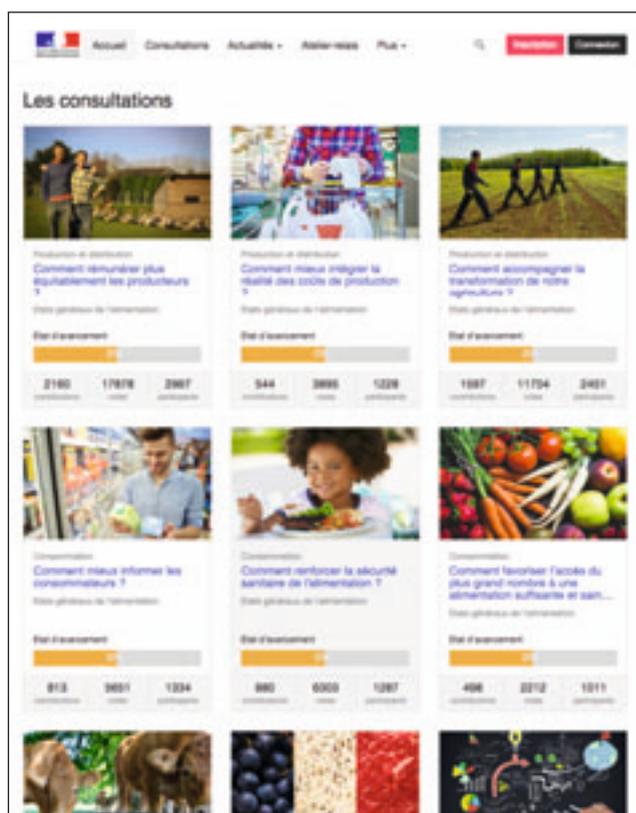
Annoncés par le Président de la République en juin 2017, les États généraux de l'alimentation ouverts le 20 juillet 2017 en présence du Premier ministre, s'organisent en deux chantiers : *création et répartition de la valeur et alimentation saine, sûre, durable et accessible à tous*, à travers quatorze ateliers thématiques et une consultation citoyenne.

Ces États généraux de l'alimentation associent monde agricole et de la pêche, industrie agroalimentaire, distribution, consommateurs, restauration collective, élus, partenaires sociaux, acteurs de l'économie sociale et solidaire, et de la

santé, ONG, associations caritatives et d'aide alimentaire à l'international, banques et assurances. Ils traduisent la volonté d'engager avec détermination une reconquête de la valeur dans les filières françaises, condition indispensable au maintien sur les territoires des entreprises agricoles et à une juste rémunération des acteurs de toutes les filières. Chantier clé pour le dynamisme de l'agriculture, de la pêche et de l'agroalimentaire français, ils ont vocation à être un temps de réflexion partagée et de construction de solutions nouvelles. L'ensemble des attendus et contributions serviront à établir une feuille de route nationale. ▀



L'AGRICULTURE ET L'ALIMENTATION, C'EST NOTRE AFFAIRE À TOUS !
CHAQUE CITOYEN, CHAQUE CONSOMMATEUR A PU CONTRIBUER
AUX ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION VIA UNE **CONSULTATION PUBLIQUE EN LIGNE.**



**Commentez,
votez, argumentez
sur egalimentation.gouv.fr**

Comment rémunérer plus équitablement les producteurs ? Comment mieux informer les consommateurs ? Comment soutenir des modes de consommation plus responsables ? Autant de questions qui nous interpellent tous en tant que citoyen et auxquelles chacun peut réagir.

Le principe : chacun est invité à participer librement à ce grand débat autour de l'alimentation en donnant son point de vue sur les propositions déjà en ligne et/ou en mettant en ligne ses propres propositions. La consultation est structurée en dix questions autour des thématiques « production et distribution », « consommation », « exportation / internationale ». Vous pouvez commenter, voter, argumenter... Chaque contribution est importante et permettra d'enrichir les discussions.

À l'issue de cette consultation publique, qui s'achèvera à la fin du mois d'octobre 2017, l'ensemble des contributions servira à l'élaboration d'un agenda des solutions. La plate-forme participative egalimentation.gouv.fr a déjà recueilli plus de 9 000 contributions et 67 000 votes. Pourquoi pas les vôtres ?



**Suivez toute l'actualité
des États généraux de l'alimentation
et retrouvez tous les contenus
sur alimentation.gouv.fr
et sur [Twitter #Egalim](https://twitter.com/Egalim).**

LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE

Sources : Insee enquête budget de famille, Agreste memento 2015.



Un français dépense
3 600 €

par an pour l'alimentation

Produits alimentaires, boissons, restauration hors domicile (2014).



soit **20 %**
de son budget

RÉPARTITION DU BUDGET CONSACRÉ AUX PRODUITS ALIMENTAIRES



Viande 25%

Pain, prod. boulangerie, féculents 19%

Lait, fromages, œufs 15%

Légumes 10%

Poisson 8%

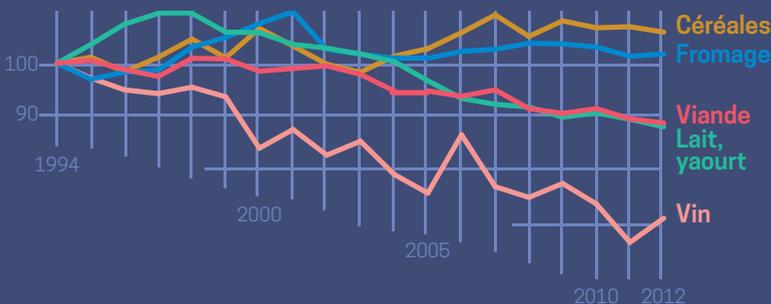
Fruits 7%

Sucre, confiture, confiserie 7%

Huiles, graisses 2%

Autres 8%

ÉVOLUTION DES QUANTITÉS CONSOMMÉES EN FRANCE DE QUELQUES PRODUITS (par habitant/an)



Hausse des prix à la consommation entre 2010 et 2015

6%

Ensemble des produits alimentaires et boissons non alcoolisées





LA CONSULTATION PUBLIQUE EN CHIFFRES egalimentation.gouv.fr

Au 25 septembre 2017.

90 000 visiteurs

13 800 inscrits qui ont apporté 10 900 contributions

85 700 votes

34% des visiteurs de la plateforme sont des visiteurs réguliers

86% du trafic provient de la France métropolitaine
et 7,6% de l'Île de La Réunion

La région Île-de-France représente 39% des visiteurs.
La deuxième région la plus représentée en termes de visiteurs
est Auvergne-Rhône-Alpes (10%)

11 ministères impliqués
dans les États généraux
de l'alimentation⁽¹⁾

(1) Transition écologique
et solidaire / Europe
et Affaires étrangères /
Cohésion des territoires
/ Solidarités et Santé /
Économie et Finances /
Travail / Agriculture
et Alimentation /
Action et Comptes
publics / Enseignement
supérieur, Recherche
et Innovation /
Outre-Mer / Sports



Une méthode de consultation interactive



La consultation publique s'appuie sur une méthodologie d'intelligence collective adaptée aux objectifs des États généraux de l'alimentation. En effet, cette consultation poursuit deux objectifs principaux : élaborer un diagnostic partagé sur les questions soulevées dans le cadre de ces états généraux et formuler des propositions concrètes pour nourrir l'agenda des solutions des ministères. Pour répondre à ces objectifs et pour chaque thématique, le Gouvernement a soumis à consultation

des problèmes qu'il souhaitait résoudre, des causes qu'il considère être à l'origine de ces problèmes et des pistes de solutions envisagées.

Dans le cadre de cette consultation, citoyens et organisations de la société civile peuvent réagir aux propositions du Gouvernement ou aux nouvelles propositions en votant (pour/mitigé/contre) ou en déposant des arguments pour ou contre mais aussi proposer des solutions concrètes sur les différentes thématiques proposées.

DES DÉBATS RÉGIONAUX

FOCUS

Aux 14 ateliers d'échelle nationale, s'ajoutent les nombreux débats organisés en région entre septembre et décembre 2017. Dans une lettre adressée à l'ensemble des préfets, le Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation avait ainsi souhaité une concertation « la plus large possible pour que toutes les idées pertinentes puissent s'exprimer et que les pistes de solution les plus efficaces puissent être identifiées ». En Auvergne-Rhône-Alpes une soixantaine de participants ont assisté le 6 septembre à l'atelier. « Réunissant, préfet, élus, organisations de producteurs et

acteurs du monde associatif, le panel était impliqué et diversifié. J'ai écouté des témoignages et présentations de qualité et senti une réelle volonté d'échange de points de vue et de débat » explique Thierry Poutch, économiste à l'APCA et intervenant dans l'atelier. « On a cherché ensemble des pistes d'amélioration pour les filières. Au sein d'une région qui s'enorgueillit de posséder le plus de signes de qualité, on a parlé standards, cahier des charges et demandes des consommateurs. On sent toujours des tensions sur certains sujets comme le prix et la répartition de la valeur, mais on a besoin de répéter, de vulgariser la possibilité de trouver de nouvelles logiques partenariales plutôt qu'actionnariales... ».

L'ensemble des éléments présentés et débattus ont été transmis aux parlementaires, aux élus de la région et remonté à l'échelle nationale.

Territoire pilote sur la lutte contre le gaspillage alimentaire, la Normandie a organisé un atelier sur ce thème fin septembre. « Les interventions ont été très riches, raconte Éric Prud'homme, directeur régional délégué de l'Ademe, avec la présentation de démarches concrètes, les débats autour de la DLC (dates limites de consommation), la question de la gestion des stocks en grande surface... La problématique du gaspillage alimentaire est très complexe et nécessite le partage d'expériences au plus grand nombre ».

ON A CHERCHÉ ENSEMBLE DES PISTES D'AMÉLIORATION POUR LES FILIÈRES



LES 14 ATELIERS THÉMATIQUES DES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION

500 personnes sont conviées aux ateliers. Sont ainsi réunis : onze ministères ; le monde agricole et de la pêche ; l'industrie agroalimentaire ; la distribution ; les consommateurs ; la restauration collective ; les élus ; les partenaires sociaux ; les acteurs de l'économie sociale et solidaire, et de la santé ; les associations caritatives et d'aide alimentaire à l'international ; les ONG ; les banques et assurances.

1



Mieux répondre aux attentes des consommateurs en termes de qualités nutritionnelles et environnementales, d'ancrage territorial, de bien-être animal et d'innovations

2



Développer les initiatives locales et créer des synergies

3



Développer la bioéconomie et l'économie circulaire

4



Conquérir de nouvelles parts de marché sur les marchés européens et internationaux et faire rayonner l'excellence du modèle alimentaire et le patrimoine alimentaire français en France et à l'international

5



Rendre les prix d'achat des produits agricoles plus rémunérateurs pour les agriculteurs

6



Adapter la production agricole aux besoins des différents marchés et aux besoins des transformateurs

7



Améliorer les relations commerciales et contractuelles entre les producteurs, les transformateurs et les distributeurs

8



Assurer la sécurité sanitaire de l'alimentation française dans une économie agroalimentaire mondialisée et dans un contexte de changement climatique tout en prévenant les contaminations chimiques

9



Faciliter l'adoption par tous d'une alimentation favorable à la santé

10



Lutter contre le gaspillage alimentaire

11



Réussir la transition écologique et solidaire de notre agriculture en promouvant une alimentation durable

12



Lutter contre l'insécurité alimentaire, s'assurer que chacun puisse avoir accès à une alimentation suffisante et de qualité en France et dans le monde

13



Renforcer l'attractivité des métiers de l'agriculture et des filières alimentaires et développer la formation

14



Préparer l'avenir : quels investissements, quel accompagnement technique, quelle recherche pour une plus grande performance environnementale, sanitaire, sociale et économique ?





QUEL PARTAGE DE LA VALEUR ENTRE
PRODUCTEURS, TRANSFORMATEURS ET DISTRIBUTEURS ?

LA RÉMUNÉRATION DES AGRICULTEURS

**CET ENJEU EST AU CŒUR DES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION.
« LES AGRICULTEURS VEULENT VIVRE DE LEUR TRAVAIL, DE LEUR TERRE
ET DE LEURS COMPÉTENCES », A DÉCLARÉ LE PREMIER MINISTRE
ÉDOUARD PHILIPPE À L'ASSEMBLÉE NATIONALE.**

**DERRIÈRE DES CONCEPTS UN PEU TROP ABSTRAITS, COMME
LA RÉPARTITION DE LA VALEUR, LA FIXATION DES PRIX ET DES MARGES,
SE CACHE UN ENJEU DE SOCIÉTÉ : QUELLE ALIMENTATION VOULONS-NOUS ?**

REPÈRES

**La France leader en Europe
pour l'agriculture, la pêche
et l'agroalimentaire**

1^{re} surface agricole
utile en Europe

1^{er} rang de la production agricole
en valeur en 2015
devant l'Italie et l'Allemagne

3^e rang européen en valeur et en volume
de productions issues de la pêche
et de l'aquaculture en 2014

2^e chiffre d'affaires agroalimentaire
juste derrière l'Allemagne
et devant l'Italie en 2015

(Source : FranceAgrimer)

La France est un grand pays agricole, l'un des seuls à pouvoir assurer son **autosuffisance alimentaire**. Près de 90 % de la nourriture que nous mangeons est produite en France. Notre modèle alimentaire découle de la richesse de nos terroirs, de la qualité de sa production, du savoir-faire des professionnels et de sa réputation à l'international. Mais pas seulement.

L'agriculture a toujours été préservée, pilotée, encouragée par des politiques agricoles nationales et européennes. Une Politique agricole commune qui organise les marchés, gère les stocks, anticipe l'évolution des prix, prévient les crises. Des structures (interprofessions, coopératives, organisations de producteurs) au service de l'agriculteur. Des outils nationaux (le Service national des marchés, le médiateur des contrats, l'Observatoire de la formation des prix et des marges, etc.) d'analyse et de préconisations...

La production primaire



451 000 exploitations agricoles
722 000 ETP environ (2015)



69,5 milliards d'euros,
valeur de la production agricole
(2016 hors subventions)



1,8 milliard d'euros,
valeur de la production
de la pêche et de
l'aquaculture (2014)

(Source : FranceAgrimer)



DOCUMENTAIRE

L'AGRICULTURE, UNE HISTOIRE DE PRIX?

Un film documentaire réalisé et produit par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation revient sur 80 ans d'intervention publique sur les marchés agricoles.

Réalisé intégralement à partir d'images d'archives, il montre sous un jour nouveau l'histoire récente de notre agriculture.

Et pourtant... En 2016, de nombreux agriculteurs français ne couvrent pas leurs coûts de production! Et l'aval de certaines filières comme la viande, arrive à peine à l'équilibre. De la formation des prix de la fourche à la fourchette dépend l'avenir de nos agricultures.

Avec des exploitations de tailles différentes, des filières aux contraintes différentes et multiples (saisonnalité des productions, sensibilité aux aléas climatiques, concurrence internationale, volatilité des prix, risques sanitaires, évolution du marché et des attentes des consommateurs, etc.), la ferme France est au cœur de problématiques complexes où le consommateur doit être partie prenante : ses pratiques d'achat sont la clé de l'équilibre global d'une filière, de la vie des territoires.

Avec la consultation publique et citoyenne menée par les États généraux de l'alimentation, c'est ce consommateur qui s'engage dans l'avenir de notre modèle agricole et agroalimentaire. ▀

Surproduction, chute des cours, manifestations, l'histoire de l'agriculture contemporaine bat au rythme des manifestations paysannes, des crises qui se succèdent, des interventions politiques qui tentent d'y remédier. Gérer les surproductions ou au contraire les rationnements, pallier l'effondrement des cours, garantir des prix décents payés aux producteurs, nourrir à faible coût les consommateurs avec des produits de qualité... En 80 ans, des mécanismes de régulation des marchés agricoles se sont mis en place, affinés, ...



... transformés, petit à petit accompagnés, voire remplacés par des mécanismes d'orientation des productions. Avec, à chaque fois, les mêmes questions vitales qui resurgissent : faut-il garantir des prix fixes aux producteurs pour leur permettre de vivre décemment ou les soumettre aux lois du marché? Comment orienter les choix des agriculteurs pour éviter les surproductions et les faire correspondre aux attentes des consommateurs? ▽

Film lauréat des Green Awards 2017 de Deauville



L'agriculture, une histoire de prix, réalisé par Alice Billouet, a reçu le Trophée d'argent catégorie « qualité de vie », aux Green Awards 2017 de Deauville. Ce prix distingue la qualité du travail et l'adéquation des messages aux grandes questions actuelles autour de l'agriculture, de l'alimentation et de l'environnement.



À voir sur Alim'agri

LES DATES CLÉS DE L'HISTOIRE DES PRIX AGRICOLES

1936 Le Front Populaire crée le premier office agricole pour répondre aux crises du blé. C'est une première dans le paysage agricole français.

1940 Le rationnement sur le pain s'impose et la pénurie de céréales dure jusqu'aux années 50. L'Office fixe le prix de toutes les céréales et

prend le nom de Office national interprofessionnels des céréales (Onic).

1950-1960

L'agriculture entre dans l'ère de la modernisation, et, bientôt, de la surproduction. Vin, lait, tous les grands secteurs sont touchés. De grandes manifestations se



déroulent dans le Sud-Ouest (1953) et en Bretagne (1961). Des sociétés d'intervention sont créées (Interlait, Sibeve, IVCC). À partir de 1953, un décret annuel fixe le prix du blé. C'est le retour au prix garanti et l'Onic gère la production de céréales devenue excédentaire. L'État aide à la création de capacité de stockage, les silos.

1953 Création du Service des nouvelles

des marchés avec deux missions : informer les opérateurs sur les marchés de gros des fruits et légumes et normaliser les fruits et les légumes (calibres et catégories de qualité).

1960 Les lois d'orientation agricole de 1960 et 1962 portées par Edgard Pisani font entrer l'agriculture française dans le productivisme et l'exportation.



PART DES DIFFÉRENTS PRODUITS DANS LA VALEUR DE LA PRODUCTION (2016)

- Vins **16,5 %**
- Lait et autres produits de l'élevage **13 %**
- Fourrages, plantes et fleurs **12,2 %**
- Céréales **11,1 %**
- Bovins **10,4 %**
- Légumes et pommes de terre **8 %**
- Volailles et œufs **6,6 %**
- Services **6,6 %**
- Plantes industrielles **5,5 %**
- Porcins **4,5 %**
- Fruits **4,4 %**
- Ovins, caprins et équidés **1,2 %**

En 2016.
Source : FranceAgrimer



AGROALIMENTAIRE : 1^{ER} SECTEUR INDUSTRIEL FRANÇAIS



Nombre

17 600



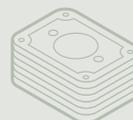
Effectifs en ETP

382 300



À l'exportation

36 md €



Chiffre d'affaires H.T.

171 md €



1^{er}
employeur
de l'industrie
manufacturière
(Insee-Esane 2014)



1^{er}
chiffre d'affaires
de l'industrie
manufacturière
(Insee-Esane 2014)



15%
des produits agroalimentaires
commercialisés dans
l'Union européenne sont français
(Eurostat 2014)



6^e
exportateur
mondial
(Douanes 2014)

Sources : Insee-Esane 2014
Tabac exclu, Dom inclus.



1961 Le Forma est créé pour faire face aux premières crises de surproduction agricole.

8 juin 1961
Effondrement des cours, 10 000 agriculteurs bretons manifestent à Morlaix.

1962 Le Feoga gère les crédits communautaires.

1969 Avec le plan Mansholt, la Commission européenne réforme les structures de l'agriculture communautaire. 100 000 agriculteurs défilent dans les rues de Bruxelles le 23 mars 1971.

1977 Pour limiter la surproduction, l'Union européenne finance



l'arrachage des vignes dans le Midi.

1983 Création de cinq offices par produits : Onivins, Onippam, Oniflor, Onilait et Ofival.

1984 Régulation des marchés agricoles, l'Union européenne instaure les quotas laitiers.

1992 La réforme de la PAC instaure les aides directes et les premières mesures

sanitaire devient une priorité pour la puissance publique.

Années 2000

Le mécontentement des agriculteurs s'exprime désormais aussi contre les industriels et les distributeurs accusés de capter la valeur ajoutée agricole. Les agriculteurs comprennent la nécessité de réinventer de nouvelles formes de production et de commercialisation. Les dernières réformes



agro-environnementales. Les prix garantis disparaissent progressivement. La France devient le premier pays exportateur de produits agroalimentaires.

de la PAC vont dans le sens d'une agriculture plus verte, plus responsable, moins productiviste. En 2020 une nouvelle PAC entrera en vigueur.

1999 Crise de la vache folle : la sécurité

IMAGES TIRÉES DU FILM L'AGRICULTURE, UNE HISTOIRE DE PRIX, RÉALISÉ PAR ALICE BILLOUET

FORMATION DES PRIX
ET DES MARGES

OBSERVER LES PRIX POUR ANTICIPER LES CRISES

INTERVIEW

**PHILIPPE CHALMIN,
PRÉSIDENT
DE L'OBSERVATOIRE
DE LA FORMATION
DES PRIX
ET DES MARGES.**

SIX ANS APRÈS LA CRÉATION DE L'OBSERVATOIRE, QUELLES SONT SES PRINCIPALES AVANCÉES ?

Cet Observatoire de la formation des prix et des marges est unique en Europe. Nous avons à notre disposition énormément de données statistiques (Agreste, Insee, Rica), et de nos propres panels... Nous calculons les marges brutes et les marges nettes des produits agricoles peu transformés (viande, jambon, fruits et légumes...) de chaque maillon de la chaîne, des prix payés au producteur jusqu'à l'industriel et la grande distribution. Nous apportons de la transparence pour restaurer la confiance dans les relations commerciales entre les opérateurs.

L'Observatoire aide à sortir des idées reçues : personne ne s'en met plein les poches ! La grande distribution ne réalise qu'1,5 % de marge nette, mais réalise son bénéfice grâce à des ventes considérables. En étudiant la répartition des marges au sein de la filière viande, nous avons tous été surpris : les éleveurs de races allaitantes ne couvrent pas la réalité



de leurs coûts de production, les comptes des industriels sont à peine à l'équilibre et les marges nettes du rayon boucherie de la grande distribution sont régulièrement négatives !

OBSERVEZ-VOUS UNE ÉVOLUTION DANS LES PRATIQUES, LES MARGES OU LES RAPPORTS DE FORCE ENTRE DES DIFFÉRENTS OPÉRATEURS DE LA FILIÈRE ALIMENTAIRE ?

Le monde agricole a vécu une grande révolution, le passage du stable à l'instable. Certains secteurs, comme les céréales, sont habitués à gérer cette instabilité. Pour d'autres, c'est plus difficile. Pour le lait, il y a encore quelques années, le producteur n'était informé du prix qu'une semaine après la fin du trimestre ! Il lui faut maintenant des contrats annuels, voire des relations de contractualisation qui aillent sur du pluriannuel. Et pour cela il nous faut de bons indicateurs de prix, souvent très compliqués à construire étant donné l'hétérogénéité du secteur laitier.

Sur la longue période, nous obser- ...





■ ■ ■ vous surtout l'importante responsabilité des consommateurs et de leur mode de consommation dans l'évolution des marges. Dans leur panier, la part des matières premières non transformées (fruits, légumes, viandes, lait) se réduit au profit de denrées plus sophistiquées où le produit agricole perd son identité... Et sa lisibilité pour notre observatoire. ▽

**POUR LE
PRODUCTEUR,
UNE GARANTIE
DE DÉBOUCHÉ DE SA
PRODUCTION ET POUR
L'ACHETEUR UN
APPROVISIONNEMENT
CONFORME À SES
ATTENTES**

CONTRACTUALISATION DU TEMPS ET DE LA CONFIANCE

En 2015, avec la crise de l'élevage, plusieurs acteurs de la transformation et de la distribution ont fait le choix de la contractualisation avec les éleveurs.

Démarche peu connue des consommateurs, la contractualisation contribue à l'émergence de relations commerciales confiantes et apaisées entre les acteurs de la chaîne alimentaire : pour le producteur, une garantie de débouché de sa production, à un prix fixé et une durée qui sont au cœur du contrat, et pour l'acheteur un approvisionnement conforme à ses attentes, en qualité, en quantité, et en cadence de livraison.

Le contrat est souvent adossé à un cahier des charges qui précise les critères et les conditions de production et de qualité que le consommateur, bien informé, est prêt à rémunérer.

Ces dernières années, Auchan, Système U, Intermarché, le groupe Casino ou encore Herta, McDonald's et KFC par exemple, ont mis en place des démarches de contractualisation dans les secteurs du lait, du porc et de la viande bovine. ▽



© THINKSTOCK

CONTRAT FILIÈRE VIANDE

RENFORCER UNE FILIÈRE LOCALE

Au cœur du Massif Central, en 2015, la coopérative agricole Altitude signe un accord de contractualisation avec le groupe de grande distribution Casino. Ce contrat sur trois ans vient pérenniser des relations commerciales entretenues depuis de nombreuses années.

«Alors que d'habitude les accords sont uniquement en amont, ce contrat engage les éleveurs et les abatteurs en amont, mais aussi le distributeur en aval», explique Félix Puechal, directeur de la branche produits carnés chez Altitude. Un cahier des charges a été établi, certifié par un organisme indépendant, Certipaq. «Le produit livré à Casino est certifié issu d'un animal né, élevé et abattu dans le Massif Central et est distribué dans les enseignes Casino de la région», explique la coopérative. Casino s'engage en retour à commercialiser les volumes, mais aussi à prendre en compte les coûts de production dans la fixation du prix. Pour les consommateurs, c'est une garantie sur l'origine de la viande achetée.

UN ACCORD GAGNANT-GAGNANT

Le volume de production a été fixé à environ 1 000 génisses par an, ce qui permet aux éleveurs d'avoir une visibilité sur leur production à long terme. Les animaux

sont généralement commercialisés à l'âge de seize mois dont au moins quatre passés au pâturage, pour un poids de 300 à 350 kg.

«Ce contrat est aussi sécurisant pour la coopérative que pour le distributeur», ajoute Félix Puechal. Si Altitude s'engage, sous risque de pénalités, à livrer les volumes convenus dans l'accord, Casino s'engage en contrepartie à commercialiser ces volumes. ▼

CONTRAT FILIÈRE LAIT

PROTÉGER LES PRODUCTEURS DE LA VOLATILITÉ DES PRIX

Le regroupement de producteurs laitiers de l'Association des producteurs de lait du bassin Centre (APLBC), la laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel (LSDH) et le groupe Auchan ont signé en 2016, un accord de contractualisation d'une filière laitière sous marque distributeur dans le Centre-Val de Loire.

Le contrat engage les trois parties prenantes sur une durée de trois ans, mais l'actualisation du prix unique est faite pour le semestre en cours. La démarche assure aux producteurs une visibilité sur le long terme tout en les protégeant de la volatilité des prix sur ...



© THINKSTOCK



■ ■ ■ le court terme. Cet accord s'inscrit par ailleurs dans une démarche de qualité environnementale et de bien-être animal. La laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel réduit de 25% le poids de l'emballage et la suppression des opercules en aluminium.

Par cette démarche, le distributeur garantit aux consommateurs des produits de qualité issus de circuits courts avec une traçabilité et une transparence maîtrisées.

Cet accord tripartite permet la mise en place d'un partenariat profitable à l'ensemble des acteurs en assurant une juste rémunération aux producteurs comme au transformateur de la laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel. ▼



CONTRATS COMMERCIAUX

SON COMBAT : DES CONTRATS ÉQUITABLES

FRANCIS AMAND, MÉDIATEUR DES RELATIONS COMMERCIALES AGRICOLES. PORTRAIT D'UN PASSIONNÉ, UN ÉQUILIBRISTE AJUSTANT LES RÈGLES DE DROIT AU RÉEL, POUR UNE PLUS JUSTE RÉPARTITION DE LA VALEUR AU SEIN DES FILIÈRES AGRICOLES.

Créé en 2010 par la loi de modernisation agricole pour faciliter la conclusion de contrats, le « médiateur des contrats » devenu « médiateur des relations commerciales agricoles » peut être saisi par tout opérateur d'un des maillons de la filière agricole en cas de litige, ou pour donner un avis sur toute question relative aux relations contractuelles entre les acteurs d'une filière. D'une manière générale, il a mission de faciliter le

dialogue au sein de la chaîne alimentaire. Connaissance des marchés, droit des contrats, droit de la concurrence, mais aussi écoute, empathie et bon sens...

Nommé à la fois par le Ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation et celui de l'Économie et des Finances, fin connaisseur du monde agricole et des rouages économiques et législatifs, il est rompu aux négociations et a été de toutes les crises agricoles. C'est lui qui a permis

aux éleveurs laitiers de gagner 4 centimes le litre lors de la crise du lait en 2013 ou c'est encore grâce à lui que 20 millions d'euros sont remontés dans la filière viande en 2015!

Au ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, Francis Amand aide les professionnels de l'agroalimentaire à améliorer leurs relations commerciales. Il essaie d'obte-

“

**LE CONSOMMATEUR
DOIT PRENDRE
CONSCIENCE
QUE POUR AVOIR
DES PRODUITS
DE QUALITÉ,
IL FAUT ÉGALEMENT
LES PAYER À UN PRIX
RÉMUNÉRATEUR
POUR CHAQUE
ACTEUR DE LA FILIÈRE**

”

© CHEICK SANDOUCO

nir des uns et des autres la plus juste répartition de la valeur dans le respect des droits et obligations de chacun. C'est ce fragile équilibre, inscrit dans l'économie réelle et la réalité humaine et contraint par les règles de la concurrence, que Francis Amand ajuste depuis son arrivée en 2012 au poste de médiateur des relations commerciales agricoles.

Il ne dispose pour cela que du seul pouvoir de la convic-

tion. Et «*de celui de nommer ceux qui refusent le dialogue. Cela conduit tout le monde autour de la table où les parties s'aperçoivent alors qu'elles ont des intérêts communs*».

Pour cet orfèvre de la relation commerciale, «*le contrat peut être la meilleure comme la pire des choses, selon qu'il est équilibré ou pas! Il faut pouvoir réajuster les nombreuses clauses chaque fois que c'est nécessaire*». Son contrat idéal? «*Un contrat qui scelle un partenariat économique équilibré et prévoit les conditions dans lesquelles ses clauses peuvent être aménagées, notamment quant à la détermination du prix... Le contrat parfait n'existe qu'à un moment : il ne peut prévoir de manière ferme et intangible les événements extérieurs à la filière et la juste répartition de leurs effets entre les co-contractants. Il faut un dispositif de suivi et d'adaptation aux circonstances, et la médiation est là pour aider à cela*».

C'est ainsi que son équipe gère au quotidien une vingtaine de dossiers «complexes» avec les acteurs du lait, des œufs, du porc, des fruits et légumes, du bœuf, du vin... Seconde les organisations professionnelles dans la négociation des accords-cadres prévus par la loi Sapin 2 ; explique en continu comment se saisir des outils juridiques mis à disposition des filières.

Pour lui, les États généraux de l'alimentation sont également une occasion rare de parler au consommateur de la valeur créée dans les filières alimentaires. «*Nous devons sensibiliser le consommateur à la valeur du travail de l'agriculteur. Avec l'image erronée d'une terre généreuse, le consommateur a oublié les efforts entrepris pour en extraire les fruits en en garantissant la qualité. Il doit prendre conscience que pour avoir des produits de qualité, il faut également les payer à un prix rémunérateur pour chaque acteur de la filière!*» ▀



ADAPTER LES PRODUCTIONS AGRICOLES
AUX BESOINS DES MARCHÉS

LE PORC BIO, ÇA RAPPORTE !

Adapter la production agricole aux besoins des différents marchés et aux besoins des transformateurs est une priorité. Activité rémunératrice, l'élevage de porcs bio peut afficher une belle rentabilité.

TÉMOIGNAGE D'HERVÉ LONGY, PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION DES ÉLEVEURS BIO ET DIRECTEUR DE L'EXPLOITATION DU LYCÉE AGRICOLE DE NAVES EN CORRÈZE.

L'élevage de porcs bio s'installe doucement dans le paysage agricole français :

en 2016, l'Agence Bio recense plus de 700 élevages sur le territoire (naisseurs, naisseurs-engraisseurs et engraisseurs), soit une croissance de 9% en un an. Une offre encore loin de combler la demande : l'élevage de porcs bio – à peine 1% du cheptel de porcs français –, ne suffit pas à alimenter une demande toujours en croissance.

Depuis 2012, la consommation de viande de porc bio et de charcuterie bio a augmenté de près de 15%, avec une tendance à stagner ces dernières années face au déficit d'offre tant au niveau national qu'europpéen.

« La consommation en viande de porc bio s'inscrit dans une vague durable. Elle est recherchée par toutes les enseignes de distribution. Transformateurs et distributeurs sont ainsi prêts à proposer aux producteurs des contrats de dix ans avec des prix élevés pour sécuriser leur approvisionnement », analyse Hervé Longy, administrateur de la coopérative de viande bio le Pré Vert, président de la Fédération des éleveurs bio de France.

« Il y a une réelle demande en porc bio. Notre coopérative qui abat 25 porcs par semaine en aurait besoin de 150 pour satisfaire la demande locale ! »



**LA CONSOMMATION
EN VIANDE DE PORC
BIO S'INSCRIT DANS
UNE VAGUE DURABLE.
ELLE EST RECHERCHÉE
PAR TOUTES LES
ENSEIGNES DE
DISTRIBUTION.
TRANSFORMATEURS
ET DISTRIBUTEURS
SONT AINSI PRÊTS
À PROPOSER AUX
PRODUCTEURS DES
CONTRATS DE DIX ANS
AVEC DES PRIX ÉLEVÉS
POUR SÉCURISER LEUR
APPROVISIONNEMENT.**



■ ■ ■ Hervé Longy est également responsable de l'exploitation du lycée agricole de Naves et conduit un élevage de porcs converti au bio. «*En passant au bio, nous avons multiplié de deux fois et demi la marge de notre élevage. Le porc bio est très rémunérateur : il est vendu à 3,6 euros le kilo contre 1,50 euro en conventionnel... Quel que soit le système, la charge de l'alimentation animale représente les deux tiers du prix de vente. Il reste donc ainsi 1,2 euro le kilo en bio contre 0,50 euro en conventionnel du kilo carcasse*». La dynamique est là : autour de l'élevage bio du lycée, en Nouvelle-Aquitaine, une dizaine de projets d'installation voient déjà le jour. ▼

TÉMOIGNAGE

3 questions à Thierry Marx

POUR UNE RESPONSABILITÉ DE LA TERRE À L'ASSIETTE

QUEL EST VOTRE RAPPORT AU BIO ?

Il est important que les actions des chefs cuisiniers soient bio «*de la terre à l'assiette*». Pour ma part, j'utilise du bio depuis plus de vingt ans dans ma cuisine, mais aussi dans mes autres activités alimentaires.

VOTRE CUISINE S'ADAPTE-T-ELLE EN FONCTION DES CONSOMMATEURS ? DES PRODUCTEURS ?

Je reste bien sûr attentif à l'attente de mes clients. Cependant, j'ai toujours cuisiné dans une dynamique de «*plaisir, bien-être et santé*».



Je crois au «*manger mieux et manger moins*». Quant à mes producteurs, je m'attache à ce qu'ils me proposent. L'établissement où j'officie, le Mandarin Oriental à Paris, suit une démarche haute qualité environnementale (HVE). La mise en avant des petits producteurs y est donc une absolue nécessité, dans la mesure du possible.

QU'ATTENDEZ-VOUS DES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION ?

Je me sens très concerné. J'aimerais que soit mise en place une échelle de valeurs pour une responsabilité «*de la terre à l'assiette*».

Thierry Marx, chef multi-étoilé, est un pionnier de la cuisine moléculaire en France. C'est aussi un chef engagé : en 2012, il fonde « Cuisine mode d'emploi(s) », une école de la réinsertion dans le quartier parisien de son enfance, à Ménilmontant. Ex-détenus et jeunes en échec scolaire y apprennent gratuitement un métier autour de la cuisine. Cet engagement en faveur de la réinsertion lui vaut de recevoir la Légion d'honneur en 2013.

© ROBERTO FRANKENBERG

Le petit producteur doit être rémunéré à sa juste valeur. Il doit pouvoir fournir un produit d'excellence tout en transmettant une terre saine aux générations futures. Aussi, des cours de cuisine pour enfants pourraient en faire des consommateurs « justes ». Chacun d'entre nous doit être capable de définir ce qu'est un bon produit. ▽

© CHEICK SAIDOU

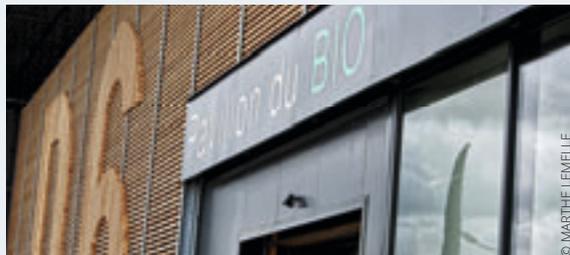
FOCUS

Le pavillon du bio de Rungis

« Il faut s'adapter à la demande des consommateurs, les écouter, analyser leurs demandes », explique volontiers Stéphane Layani, P.-D.G. de la Semmaris, entreprise reconduite par l'État pour gérer jusqu'en 2050 le marché d'intérêt national de Rungis. Le besoin de proximité et de manger local est exprimé ? Le Carreau des producteurs, celui des producteurs franciliens, est rénové. Le bio est incontournable ? En 2016, un pavillon dédié est inauguré.

5 600 mètres carrés en font le plus grand espace de vente consacré aux produits biologiques en Europe. Avec un pavillon spécialisé, le second de ce genre après l'ouverture du pavillon dédié à la gastronomie en 2013, Rungis franchit une étape supplémentaire dans la diversification de son offre, en phase avec les attentes des consommateurs.

Tous les produits du pavillon du bio sont certifiés par le label européen et le label AB, d'autres également par le label Demeter (biodynamie). Comme sur l'ensemble du marché, un contrôle permanent est exercé à la fois par les services vétérinaires et la répression des fraudes.



© MARTHE LEMELLE



**DEMANDER AU CONSOMMATEUR SON AVIS
SUR LA QUALITÉ SOUHAITÉE D'UN PRODUIT
ET COMBIEN IL EST PRÊT À PAYER POUR**



Nicolas Chabanne
et sa brique de lait
déjà vendue
à 20 millions
d'exemplaires.



MIEUX RÉMUNÉRER LES PRODUCTEURS

C'EST QUI LE PATRON?! LA MARQUE QUI REND CONSOM'ACTEUR

Consommer autrement et de manière responsable, c'est possible. Rendre les prix d'achat des produits agricoles plus rémunérateurs pour les agriculteurs, c'est possible.

La marque C'est qui le patron?! Le prouve avec une brique de lait qui s'est vendue à 20 millions d'unités en 10 mois ! Son cahier des charges et son prix – assurant une juste rémunération aux producteurs – ont été fixés par des consommateurs.

Après la marque Le Petit Producteur et le collectif Les Gueules Cassées, la nouvelle initiative de Nicolas Chabanne fait beaucoup parler d'elle.

Le principe : demander au consommateur son avis sur la qualité souhaitée d'un produit et combien il est prêt à payer pour. Une idée pleine de bon sens qu'il a concrétisée avec Laurent Pasquier, cofondateur du moteur de recherche alimentaire mesGoûts.fr. La brique de lait C'est qui le patron?! est ainsi devenue un véritable phénomène de société... Qui fera sans doute des petits à l'étranger. Cette démarche de transparence, qui redonne de la valeur ajoutée au travail des producteurs, place le consommateur face à ses responsabilités.

L'initiative a été lancée en août 2016 par une consultation publique via Internet. Dans ce climat morose pour la filière française de production du lait, elle a fait du

bien à la cinquantaine d'exploitations de la coopérative de Bresse-Val-de-Saône (Ain), dont certaines étaient en grande difficulté. Trente-neuf centimes par litre de lait leur sont en effet garantis via la laiterie de Saint-Denis-de-l'Hôtel (Loiret), soit environ 25 % en plus du prix consenti par les grands collecteurs de lait français. « Pour nous, ces quelques centimes font toute la différence », assure Martial Darbon, président de la coopérative.

La brique de lait C'est qui le patron?! est aujourd'hui disponible dans 8 500 points de vente de la grande distribution (Carrefour, Auchan, Intermarché, Colruyt, Casino, Migros, Cora et Leclerc). Forte de son premier succès, La marque du consommateur a étendu sa gamme avec un jus de pomme, une pizza et du beurre bio. Une quinzaine d'autres produits est d'ores et déjà en préparation. ▀



« NOUS AVONS RETROUVÉ CONFIANCE EN NOTRE MÉTIER »

Aurélié Payet-Maugeron est l'une des 50 exploitations à participer au projet « C'est qui le patron ?! ».

Installée à Saint-Jean-sur-Reyssouze (Ain), en GAEC avec ses parents et son frère, elle est à la tête d'un troupeau de 130 vaches laitière.

« En dix mois, cela a changé beaucoup de choses. Notre trésorerie remonte et on peut enfin payer nos dettes. Avant, on vendait notre lait en dessous du prix de production, alors c'était impossible de rembourser quoi que ce soit ! Aujourd'hui, on peut recommencer à avoir des projets. Ce regain de trésorerie va nous permettre de se dégager un salaire, d'abord, mais aussi d'améliorer un peu nos conditions de travail. Très concrètement, grâce à la meilleure rémunération du lait, nous allons pouvoir investir dans un outil de traite adapté à la taille du troupeau et, ainsi, nous libérer du temps. »

L'intérêt d'une telle démarche, c'est aussi ce lien retrouvé entre producteur et consommateur. On pensait que le grand public avait une image négative de notre métier. Et, au contraire, on s'est rendu compte qu'il était demandeur d'informations, qu'il ne jugeait pas nos pratiques. On se sent reconnu et cela nous a redonné confiance en notre métier. » ▶



GARANTIE DU REVENU

65 PANIERS PAR SEMAINE

**S'installer en agriculture, un collectif
de consommateurs en poche, c'est s'assurer
un chiffre d'affaires, des prêts bancaires...
Et des soutiens prêts à épauler en cas de pépin.**

**TÉMOIGNAGE DE MARC BIANCHI, INSTALLÉ
EN MARAÎCHAGE BIOLOGIQUE DEPUIS 2015
À SAINT-AUGUSTIN, DANS LE NORD
DE LA SEINE-ET-MARNE.**

**Un parisien de 45 ans, le profil idéal du futur agricul-
teur?** Bruni par le soleil, ongles noirs et mains calleuses,
Marc Bianchi l'incarne parfaitement. Il s'est installé depuis
deux ans à peine comme maraîcher dans l'agglomération pa-
risienne sur quatre hectares d'un paysage « *vallonné, joli et
silencieux* ». De l'agriculture, il en a déjà vécu ses aléas :
« *deux premières années furieuses!* » La rupture ...



© PASCAL XICLIUNA



■■■ d'anévrisme de Boris, son associé, en 2015, les inondations du printemps 2016. De l'agriculture, il en vit sa complexité : « une quarantaine d'itinéraires techniques de légumes à maîtriser pour pouvoir fournir des paniers diversifiés au consommateur ».

« UNE AMAP ÇA N'A PAS DE PRIX »

Il livre chaque semaine soixante-cinq paniers à deux collectifs de consommateurs en Amap, (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne). Regroupant consommateurs et paysans autour d'une charte, l'Amap les engage à vendre/acheter sans intermédiaire la production, pour une période donnée, avec un prix fixé.

Marc Bianchi ne changerait cela pour rien au monde. Signer avec une Amap, c'est une récolte déjà vendue au moment des semis ! C'est une commercialisation garantie qui rassure le producteur et la banque, « traditionnellement frieuse de prêter à des installations en maraîchage : c'est grâce à l'Amap que ma banque m'a accordé un prêt de 60 000 € ».

Au-delà du confort économique, Marc Bianchi y a tissé une belle relation de confiance : « mes clients sont de véritables partenaires, des consommateurs capables d'accepter une rupture temporaire de contrat et de venir me donner un coup de main sur le terrain au plus fort des crises ».

De l'agriculture et ses suées, Marc Bianchi en tire aujourd'hui tout son sens : « produire à manger est un métier avec une utilité sociale. Après quinze ans de vie professionnelle, plusieurs entreprises, plusieurs métiers, où chaque matin on se demande pourquoi on y va, j'ai trouvé le maraîchage et mes consommateurs ». ▽

TÉMOIGNAGE

Hélène Binet est porte-parole de La Ruche qui dit oui !, plate-forme de vente en ligne qui marie un outil web innovant et des circuits courts.

On essaye de recréer du lien entre le consommateur et le producteur. Aujourd'hui, nous avons plus de 1 000 ruches ouvertes, chacune regroupant une quinzaine de producteurs en moyenne.





On constate que les consommateurs sont d'abord demandeurs de légumes frais... Un développement international est en cours, notamment en Angleterre et en Europe de l'Ouest.

SOUTIEN AUX PAYSANS

AU CŒUR D'UNE DYNAMIQUE SOCIALE INÉDITE

En dix ans, l'association Terre de liens a acheté plus de 3 000 hectares de terre et a installé 140 fermes en agriculture biologique. Unique au monde par son ampleur et son financement mixte épargne ou dons solidaire/subvention publique/mécénat privé, Terre de liens s'appuie sur un dense réseau associatif qui lie mangeurs et citoyens du territoire aux paysans.

À Terre de liens, achetant de la terre pour y soutenir l'installation des paysans, 19 000 citoyens « partagent le poids d'un modèle agricole et alimentaire lourd à porter seul », explique l'association qui expérimente sur les fermes de nouvelles manières d'être propriétaire et de produire. Lorsque Terre de liens, via sa fondation et de l'épargne solidaire, acquiert de la terre et la transmet à un paysan, un « bail rural environnemental » engage citoyens propriétaires et paysan locataire dans une charte : une agriculture biologique et paysanne favorisant l'approvisionnement local, l'emploi et le dynamisme ■■■



© SYLVAIN TALLON



■ ■ ■ des territoires, la préservation du paysage, de l'eau et du sol! «Aujourd'hui, ceux qui n'ont pas de patrimoine foncier ont un accès difficile au crédit. Nous mobilisons les citoyens, les collectivités et d'autres acteurs telles les agences de l'eau pour faciliter l'accès à la terre aux modes d'agriculture respectueux des ressources naturelles», détaille Damien Roumet, salarié de Terre de liens. L'association a notamment reçu 450 000 € de subventions publiques (agences de l'eau, collectivités, ministères...) pour l'achat de sites sensibles permettant la protection de la ressource en eau. «Sur le terrain, nos bénévoles épaulent le paysan dans son installation, collectent des fonds, soutiennent ces fermes et font vivre les projets. C'est l'appui d'habitants du territoire à l'agriculteur! Ils sont là pour partager avec lui les injonctions contradictoires de produire mieux en protégeant ses ressources naturelles, et en gagnant sa vie!» ▼

SUR LE TERRAIN, NOS BÉNÉVOLES ÉPAULENT LE PAYSAN DANS SON INSTALLATION, COLLECTENT DES FONDS, SOUTIENNENT CES FERMES ET FONT VIVRE LES PROJETS.

Damien Roumet, chargé de mission mutualisation, installation, transmission et collectivités à l'association Terre de liens.



© PASCAL/ICLUNA



© CHECK SAIDOU





SUPERMARCHÉS PARTICIPATIFS

LE CONSOMMATEUR PREND LE POUVOIR

Mieux manger à prix modique en respectant le prix payé aux producteurs. SuperQuinquin, La Chouette Coop, La Louve, plus d'une vingtaine de supermarchés coopératifs et participatifs essaient en France depuis le début de l'année. Inspirés de Park Slope Food Coop à New-York sauront-ils révolutionner le commerce de l'alimentation ?

Tom Boothe, initiateur du supermarché coopératif La Louve.

Le supermarché le plus performant des États-Unis? Park Slope Food Coop à New York, un magasin coopératif et participatif américain créé par des hip-pies dans les années soixante-dix.

17 000 membres, une santé insolente, une rentabilité au mètre carré dix fois plus élevée que celle du géant américain Whole Foods... Et des prix alimentaires bas! Un modèle que tente de reproduire en France avec Super-Quinquin à Lille, La Chouette Coop à Toulouse, la Louve à Paris, tous en phase de test depuis fin 2016.

Tom Boothe, américain vivant à Paris, fin gourmet et initiateur de La Louve, en rêvait depuis six ans. «*Nous n'étions pas satisfaits de l'offre alimentaire qui nous était proposée tant en prix qu'en qualité, alors nous avons décidé de créer notre propre supermarché.*

Objectif : reprendre la main sur ce secteur et proposer des produits de qualité choisis par nous avec des prix les plus abordables possible. »

AUTOGESTION, RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

«*Nous avons l'ambition d'être comme la bibliothèque publique du quartier : répondre aux besoins locaux et aux choix alimentaires de nos membres. Nous privilégions bien sûr la production locale et bio mais nous proposons aussi de la fraise d'Espagne à prix très bas... Nous voulons nourrir des milliers de personnes en trouvant le bon équilibre entre un prix et une responsabilité sociale et environnementale*», explique Tom Boothe.

Avec ses 1500 m² ouverts dans un quartier populaire de Paris et ses 5000 membres atteints début juillet, La Louve est le premier supermarché non lucratif et participatif de France. Venir y faire ses courses demande un engagement : devenir coopérateur, prendre 100 € de parts sociales (ou 10 € pour les personnes à faibles revenus) et réaliser trois heures de bénévolat chaque mois dans le supermarché (nettoyage, tenue de caisse, mise en rayon, tâches administratives...) aux côtés des salariés. Ce modèle d'autogestion permet de pratiquer des prix bas dans une transparence totale dans les achats, la vente et la gestion, tout en rémunérant correctement les producteurs. ▀



PROJET ALIMENTAIRE
TERRITORIAL

MOBILISER LE RÉSEAU ALIMENTAIRE LOCAL

Depuis 2017, le projet alimentaire territorial porté par la communauté d'agglomération du Havre (Codah) veut réconcilier centre et périphérie, consommateurs et producteurs. Pour développer une économie alimentaire de proximité, le « PAT » a notamment l'ambition de sauver la ceinture maraîchère du Havre. Pari réussi avec deux maraîchers bio en test d'installation et trois autres installés.

**TÉMOIGNAGE DE MÉLANIE BRIAND,
CHARGÉE DE MISSION AGRICULTURE À LA CODAH.**

Quand on a 240 000 consommateurs étalés sur dix sept communes, que le territoire agricole est riche et diversifié avec pas moins de sept AOP sur son territoire... Et qu'une faible partie de la production agricole locale est consommée sur l'agglomération, que fait-on? « *Un PAT!* » répond Mélanie Briand. Pour elle, « *un projet alimentaire territorial permet de rassembler les nombreux acteurs travaillant sur les problématiques de l'alimentation autour d'un projet commun. Grâce à la structure public/privé/associatif rendue possible avec le PAT, on est en contact avec l'ensemble de la filière alimentaire du territoire!* »

RÉIMPLANTER L'AGRICULTURE EN PÉRIURBAIN

Débuté en mars 2017, le PAT du Havre veut tisser une toile alimentaire locale sur son territoire. L'enjeu : géolocaliser les acteurs jouant un rôle dans la dynamique alimentaire locale (producteurs, transformateurs,

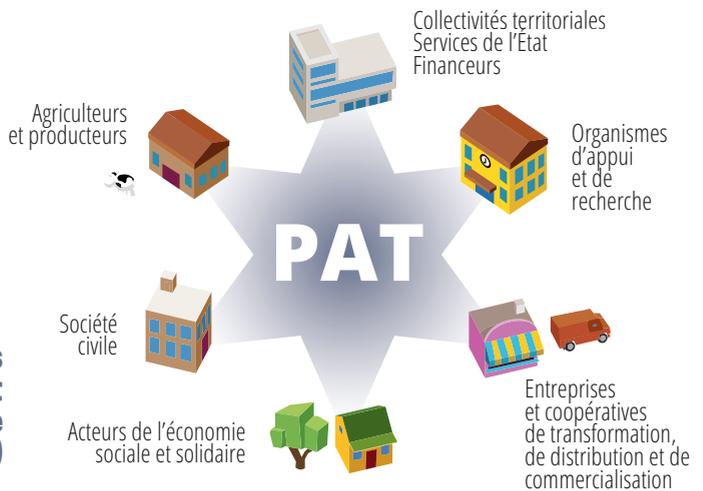


transporteurs, distributeurs et consommateurs), identifier les flux alimentaires existants entre eux et accélérer les connexions. « *Nous voulons, d'ici à la fin 2017 pouvoir identifier les "trous dans la raquette" du réseau alimentaire local pour mieux connecter les flux entre l'agriculture périurbaine et les consommateurs. À la suite de ce diagnostic, en partenariat avec les acteurs économiques du territoire, nous imaginerons la création de plateformes de distribution en circuit court ou d'outils de transformation agroalimentaire... Nous voulons relocaliser l'alimentation pour la rendre accessible à tous* », ambitionne Mélanie Briand. Pour faciliter aux consommateurs l'accès au local, la Codah a déjà publié un guide sur les lieux de vente directe de produits agricoles locaux et lancera une appli mobile dans les prochains mois. Côté agriculteurs, en partenariat avec la Safer, le Civam et les chambres d'agriculture, la Codah a accompagné la transmission des exploitations et a installé des maraîchers bio en test sur la ceinture maraîchère du Havre. ▀



© PASCAL XICLUNA

Les acteurs d'un projet alimentaire territorial (PAT)





ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION



Suivez toute l'actualité
des États généraux de l'alimentation
et retrouvez tous les contenus
sur alimentation.gouv.fr
et sur [#Egalim](https://twitter.com/Egalim).

EXPORTATIONS
ET RAYONNEMENT INTERNATIONAL

VENDRE À L'EXPORT, CONQUÉRIR DE NOUVEAUX MARCHÉS

**POUR S'IMPLANTER
À L'ÉTRANGER,
LE FAMEUX FRENCH ART
DE VIVRE EST LE MEILLEUR
DES AMBASSADEURS.
DE BELLES RÉUSSITES
EN TÉMOIGNENT.**

**LE SECTEUR
AGROALIMENTAIRE
EST UNE VRAIE FORCE
À L'EXPORT : C'EST
LE TROISIÈME EXCÉDENT
COMMERCIAL DE
LA FRANCE AVEC
9,3 MILLIARDS D'EUROS
EN 2015. UNE
PERFORMANCE QUI NE
DOIT PAS FAIRE OUBLIER
QUE TROP PEU
D'ENTREPRISES FONT
ENCORE LE PARI
DE L'EXPORT.**

Dans le prolongement de la politique du commerce extérieur mise en place par le gouvernement, le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, avec l'ensemble de ses partenaires, a mis en place un plan stratégique 2017-2021 pour le développement des exportations et l'internationalisation des filières agricoles, agroalimentaires, forêt-bois et des produits bio sourcés. Avec trois axes d'action : accompagner les entreprises dans la durée, ouvrir de nouveaux marchés et favoriser l'accès aux marchés existants. Enfin, promouvoir les produits français en renforçant notamment les opportunités d'échanges « business » lors des rencontres officielles : la diplomatie économique. L'objectif est d'amener plus d'entreprises à l'export en facilitant la présence et la performance des PME grâce à des actions qui puissent répondre aux besoins de toutes les entreprises, petites et grandes, et de tous les secteurs. ▼



CHIFFRES CLÉS



3^E EXCÉDENT COMMERCIAL DE LA FRANCE AVEC 9,3 M D'€ D'EXCÉDENT EN 2015.



UNE DEMANDE MONDIALE EN FORTE CROISSANCE : +8% PAR AN DEPUIS 2000 SOIT UN TRIPLEMENT EN 15 ANS.

DE NOMBREUX ATOUTS À FAIRE VALOIR...



Une image d'excellence.



Une position de leader mondial sur plusieurs secteurs

(vins et spiritueux, produits laitiers, semences, légumes transformés, etc.)



Une capacité d'innovation reconnue.

... MAIS ÉGALEMENT DES FRAGILITÉS



Un excédent commercial reposant sur un nombre de secteurs limités.



Peu d'entreprises exportatrices (25 % contre 80 % en Allemagne).



Une culture de l'export insuffisamment développée.



Le guide Agroalimentaire, où exporter en 2017

Élaboré par le réseau Agrotech Business, ce guide composé de quatorze zooms sectoriels et de quarante « fiches pays France » identifie les nouvelles tendances de consommation et les opportunités de marché pour les produits agroalimentaires français. Le réseau Agrotech Business France est soutenu par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation. Le guide est accessible sur le site de Business France.



© THINKSTOCK



BONNE MAMAN, LE FLEURON DE LA CONFITURE FRANÇAISE

Le pot de confiture Bonne Maman est un produit phare de l'industrie agroalimentaire française. C'est en 1971 que Jean Gervoson fonde l'enseigne, observant que les fruits invendus pouvaient avoir une autre vie : la confiture. Bonne Maman était le nom qu'il avait l'habitude de donner à sa grand-mère maternelle. C'est Pierre Roche-Bayard, le co-créateur de la marque, qui eut l'idée du motif vichy rouge et blanc ainsi que l'étiquette avec sa calligraphie d'antan. Une révolution dans l'univers du packaging qui fonctionne toujours aujourd'hui. L'histoire est encore plus belle quand on sait que le fameux couvercle des confitures s'inspirait des rideaux de la ferme familiale, et que Pierre Roche-Bayard avait rédigé l'étiquette originale Bonne Maman à l'aide de son porte-plume de lycéen.

Depuis plus de 45 ans, la marque n'a cessé de se développer et de montrer sa présence dans les réseaux de distribution, les hôtels, et les restaurants du monde entier. Bonne Maman contrôle le marché des confitures en France avec 35 % de part de marché, et plus de 30 % de sa production annuelle

est destinée à l'exportation. À l'étranger, le motif vichy s'est fait une place de choix. Grâce à une image bien «*made in France*», les confitures s'étaient chez les plus grands distributeurs, comme Tesco au Royaume-Uni ou Wal-Mart aux États-Unis. La chanteuse américaine Lindsay Lohan, star des

réseaux sociaux, a même été photographiée un pot à la main dans un supermarché américain. Les hôtels chics, qu'ils soient chinois, italiens, russes ou canadiens, n'ont d'yeux que pour la *french marmelade*. ▽

EXPORT & IMAGE « FRANCE »

LE SUCCÈS DES CONFITURES MADE IN FRANCE

**Emblème de la culture
du sucré en France,
les confitures rencontrent
un grand succès à l'étranger.
Industrielle, artisanale
ou haut de gamme,
il y en a pour tous les goûts.**



À L'ÉTRANGER, LE MOTIF VICHY
S'EST FAIT UNE PLACE DE CHOIX



© LA CHAMBRE AUX CONFITURES

LA CHAMBRE AUX CONFITURES, UN PETIT POT HAUTE COUTURE

La jeune enseignne française lancée en 2011 attire tous les regards des gourmands. Lise Bienaimé, sa fondatrice, a déjà réussi à se développer en France avec neuf boutiques, mais aussi en Islande, au Japon, en Côte d'Ivoire, en Australie ou en Norvège. Dans ce dernier pays, dont les habitants sont les plus gros consommateurs de confitures au monde, elle a un magasin à son nom, en franchise à Oslo. Les spécialités de la maison sont de subtils mélanges de saveurs aux goûts raffinés. «Abricot lavande», qui sent bon la Provence, est très apprécié. Il y a aussi «Cassis violette», «Citron jaune», «Poire praliné», mais le pot qui attire les foules c'est la framboise au Champagne.

Quel est le secret de la réussite de La Chambre aux confitures, qui arrive pourtant sur un marché fortement concurrentiel? Le choix du segment : haut de gamme. Outre ses magasins et les épiceries fines, cette ancienne spécialiste du marketing de luxe chez l'Oréal a fait le choix de livrer des palaces comme le Plaza Athénée ou le Bristol, à Paris. L'autre idée ingénieuse, c'est l'offre destinée aux touristes avec des pots de 100 g qui se glissent dans un bagage à main en avion. ▀

DES POTS DE 100 G
QUI SE GLISSENT
DANS UN BAGAGE À MAIN.

REPÈRES

Les Français et la confiture



70 % des Français
en achètent 7 fois par an



3,9 kg consommés par foyer par an



Top 3 des confitures préférées :
fraise, abricot et orange amère

(Sources : Fédération des industries d'aliments conservés, Fiac. Enquête OpinionWay-Collective du sucre, 2013. Panel Nielsen)



EXPORT & STRATÉGIE
COMMERCIALE

LA LIMONADE ARTISANALE FAIT DES BULLES À L'EXPORT

La boisson gazeuse s'exporte toujours autant à l'étranger grâce à son authenticité, son originalité et sa diffusion sélective. La France compte une trentaine de marques de limonades. Parmi elles, deux réalisent des chiffres remarquables à l'export : Lorina et Elixia.



© LORINA

LORINA, MONDIALEMENT CONNUE

Depuis sa reprise en 1996, la maison Geyer Frères et sa marque de limonade Lorina connaissent une progression fulgurante. La limonaderie Geyer, créée à la fin du XIX^e siècle dans l'est de la France (Moselle), comprend vite que la recette qui fait le succès de Lorina en France n'est pas applicable aux États-Unis. La limonade vendue outre-Atlantique sera dès lors systématiquement colorée et aromatisée. D'où, le succès de la boisson rose à base de raisin sur ce territoire.

Des 600 000 bouteilles écoulées chaque année avant la reprise, la production est passée à 35 millions aujourd'hui. Son chiffre d'affaires est passé de 150 000 euros en 1995 à plus de 35 millions d'euros lors des derniers exercices. Siège de la marque Lorina, le petit atelier qui comptait à l'époque seulement deux salariés à plein-temps



LA LIMONADE VENDUE
OUTRE-ATLANTIQUE
SERA SYSTÉMATIQUEMENT
COLORÉE ET AROMATISÉE.

s'est transformé en une entreprise industrielle, composée de quatre-vingt collaborateurs en France et une dizaine aux États-Unis.

Aujourd'hui, la marque est distribuée à travers quarante-deux pays (Canada, Japon, Brésil, Russie, Australie, Singapour, Maroc, Grèce...) dans plus de 20 000 points de vente, dont des grandes surfaces, des enseignes de restauration rapide (Starbucks), des hôtels, des épiceries fines, etc. Son chiffre d'affaires est réalisé à 50 % grâce à l'export, et notamment aux États-Unis. ▀



ELIXIA, NOUVELLE TENDANCE À DUBAÏ

Elixia, c'est l'histoire d'une famille et d'un homme : Hugo Sublet, représentant de la sixième génération. En 2002, il relance la saga familiale interrompue en 1991. Il crée une nouvelle entreprise, Imagram, sur les bases du produit du XIX^e siècle avec les mêmes ingrédients (eau, sucre et arômes naturels) et le même matériel de fabrication. La limonaderie implantée à Champagne (Jura) depuis 1856 est la plus ancienne de France.

Cet élixir d'été, vendu à un million d'exemplaires, a réussi le pari de la tradition et de l'innovation dans 30 pays. *« Au fur et à mesure des années, on a innové en faisant des limonades classiques à la fraise des bois, myrtilles, etc. Puis, on a innové en faisant des vins avec de la limonade »,* explique Hugo Sublet, l'homme qui est à la tête d'Elixia. En 2010, la marque a gagné en notoriété en créant une limonade avec des paillettes d'or 24 carats pour un importateur de Dubaï. *« C'est à partir de là que la marque a été connue et reconnue. »*

Ce qui fait le succès d'Elixia ? Le respect total d'une fabrication artisanale qui n'a pas

changé depuis son origine. Extraits naturels de fruits et de plantes, eau de source de montagne suffisent à faire émerger la boisson face à ses concurrents de la grande consommation. En parallèle, l'entreprise a fait le pari de l'innovation afin de répondre aux tendances des différents marchés. La société a tout d'abord étendu sa gamme avec de nouveaux parfums (mirabelle, myrtille). Elle a remis au goût du jour des produits oubliés (vins blanc et rouge limés), puis lancé des créations originales comme la limonade au chocolat ou au cola et à la vanille de Tahiti, sans oublier une gamme super premium et une autre bio au sirop d'agave. Cette inventivité a de nombreuses fois été remarquée par les Innovations du Salon international de l'alimentation. ▼

UNE LIMONADE AVEC DES PAILLETES D'OR 24 CARATS POUR UN IMPORTATEUR DE DUBAÏ.

Tous les continents l'apprécient !

Si les premiers marchés à l'export furent les différents pays européens, dès 2009 des contrats sont signés en Asie (Taïwan, Corée, Japon...), puis en Amérique du Nord et au Moyen-Orient. *« Nos nouveaux clients sont un peu étonnés parce qu'ils ne comprennent pas bien ce que nous faisons. Dans beaucoup de pays, il y a des sodas en mass market. Avec Elixia, ils trouvent des limonades fabriquées artisanalement, avec des produits naturels et des ingrédients de première qualité – une boisson premium au packaging élégant ».* De Dubaï à l'Uruguay, les chaînes d'hôtel s'ajoutent aux grands magasins et aux épiceries fines.

© LORINA





EXPORT & PACKAGING

L'ANIS DE FLAVIGNY, LE BONBON BIEN ENRÔBÉ

La perle blanche de Bourgogne a séduit le monde entier. Catherine Troubat dirige l'entreprise depuis 1990, après avoir succédé à son père et son grand-père. Depuis son arrivée, la production est passée d'un million à quatre millions de tonnes d'anis vendues.

La confection de l'Anis de Flavigny est longue et minutieuse. Les graines d'anis sont nettoyées et vérifiées dans le moindre détail. Puis, elles roulent dans des bassines en cuivre sous un filet de sirop de sucre pendant 15 jours jusqu'à obtention de la fameuse perle. Cette recette originale et artisanale garantit un bonbon sans colorant, ni édulcorant, ni conservateur, ni OGM, ni arômes artificiels.

La petite boîte d'Anis de Flavigny plaît beaucoup à l'international. Elle est déjà vendue dans plus de 35 pays, en Europe, Japon, Corée, États-Unis, Afrique du Sud, Amérique du Sud, etc. Petit à petit, elle fait son nid dans les épiceries fines et les beaux magasins un peu partout dans le monde. «*À l'étranger on vend d'autres goûts. Le citron, la menthe, le réglisse. En Asie, ils n'aiment pas l'anis, mais ils aiment beaucoup la rose. Les Allemands veulent le produit typique et les Américains sont fans de la violette*», explique Catherine Troubat. Et lorsqu'on lui demande pourquoi tout le monde aime tant ce petit bonbon, sa réponse est simple : «*parce qu'il est bon et bien présenté dans des boîtes mignonnes*» ; les légendaires boîtes ovales racontent l'histoire d'amour entre un berger et une bergère : une romance intemporelle qui se décline de boîte en boîte avec des mises en scènes différentes, empruntant le style de l'imagerie rurale traditionnelle française. ▀

EXPORT &
CIBLE HAUT DE GAMME

UN VRAI CARTON À L'ÉTRANGER POUR LE ROSÉ DE PROVENCE

La Provence est la première région productrice de vins rosés AOC en France avec 38% (160 000 millions de bouteilles) de la production nationale, et elle fournit environ 8% des rosés du monde.

Grâce aux bonnes performances des rosés de Provence, la France se positionne depuis plus de dix ans comme le premier producteur et consommateur mondial de vin rosé. En 2015, elle représentait plus du tiers des volumes mondiaux (36%) selon le Conseil interprofessionnel des vins de Provence (CIVP). L'Hexagone est aussi le premier exportateur de vin rosé au monde en valeur (30%), avec un chiffre d'affaires de 1,5 milliard d'euros en 2015. Sur ce total, presque la moitié (45%) est réalisée grâce aux rosés de Provence.

Pour se différencier sur le marché international, le rosé de Provence a joué la carte du haut de gamme afin de mettre au point un vin bien identifiable par le consommateur : pâle, sec et sans trop de sucre ajouté. Résultats : les volumes exportés ont quadruplé depuis 2002. Ce sont en tout plus de 160 millions de bouteilles qui sont vendues hors de nos frontières, soit un chiffre d'affaires de plus de 670 millions d'euros. ▀





DIPLOMATIE ÉCONOMIQUE

LA FRANCE À L'HONNEUR AU VIETNAM

En novembre 2017, le Vietnam célèbre pendant plus d'un mois la France, la qualité de ses produits et de son savoir-faire. Explications sur cet événement unique par son ampleur qui illustre les enjeux d'une diplomatie économique.

FOCUS

Des linéaires des grandes surfaces, au principal salon agroalimentaire, jusqu'aux soirées culturelles et conférences diplomatiques, le Made in France est mis à l'honneur pendant le mois de novembre 2017 au Vietnam. « Par son ampleur et sa concentration de moyens dans un temps court, cet événement promotionnel, qui s'adresse aussi bien au professionnel qu'au consommateur vietnamien, est exceptionnel. L'opération mobilise les pouvoirs publics (ambassade, ministères, délégation de l'Union européenne), FranceAgriMer, les opérateurs (Business France, Sopexa, Adepta, CCIFV), trois interprofessions (Cniel, FICT, Interfel), une vingtaine d'entreprises françaises, un institut de recherche, le réseau de médaillés du mérite agricole et d'étudiants d'école d'agronomie. Nous avons une réelle carte à jouer pour faire connaître nos savoir-faire et expertises en matière

**C'EST UN PAYS
DONT LES POLITIQUES
REVÊTENT UNE
IMPORTANCE
STRATÉGIQUE DANS
LA LUTTE CONTRE
LE CHANGEMENT
CLIMATIQUE ET DANS
LA GOUVERNANCE
MONDIALE DE
L'AGRICULTURE
ET DE L'ALIMENTATION.**

de goût, qualité et sécurité sanitaire de nos produits alimentaires », explique Frédéric Laffont, chargé de mission Vietnam, Laos, Cambodge au ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation : « Nous, pouvoirs publics, sommes là pour rassembler, se serrer les coudes et exporter ensemble de la fourche à la fourchette ». Marché en forte croissance, le Vietnam voit émerger une classe moyenne très exigeante en produits alimentaires sains et de qualité. Boostée par les récentes ouvertures de marché pour les pommes, la viande bovine, les ovins et caprins vivants, la France a exporté au Vietnam pour 200 millions d'euros en 2016.



Une stratégie export pour promouvoir les produits et le savoir-faire français

Ces dernières années, la diplomatie économique s'est développée pour notamment favoriser les courants d'affaires des entreprises françaises à l'international. Avec une enveloppe d'environ 10 millions d'euros, le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation apporte via son plan stratégique export un appui financier à ses partenaires nationaux : Business France, Sopexa et Adepta. Ce budget leur permet d'organiser des événements de promotion collective à destination de professionnels et du grand public à l'international. Ainsi, en 2017, près de 70 salons agroalimentaires et agricoles ont accueilli un pavillon France permettant aux entreprises françaises de promouvoir collectivement leurs produits et savoir-faire. Le ministère a également un rôle de promotion de l'image de la France via notamment plusieurs campagnes d'influence digitales et un site Internet en français et en anglais.

franceagroalimentaire.com
frenchfoodandbeverages.com

© THINKSTOCK

En poste à Hanoï depuis un an, Alexandre Bouchot, conseiller agricole, a travaillé de concert avec autorités publiques et monde économique pour organiser cet évènement : *« le Vietnam concentre de nombreux points d'intérêts stratégiques pour l'agriculture et l'agroalimentaire français. Non seulement il s'agit d'un marché à grand potentiel pour nos produits et notre expertise mais c'est également un pays dont les politiques revêtent une importance stratégique dans la lutte contre le changement climatique et dans la gouvernance mondiale de l'agriculture et de l'alimentation »*. ▽



ALIMENTATION DURABLE

RÉUSSIR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

REPÈRES

1

La production agricole repose au plan agronomique sur la mise en valeur des ressources naturelles et sur les régulations biologiques. La préservation des milieux (sols, eau, air et biodiversité) est une condition de la pérennité des systèmes agricoles et leur permettra de mieux s'adapter aux conséquences du changement climatique.

2

De nombreuses pratiques, d'ores et déjà engagées par les exploitants agricoles, contribuent au maintien de la qualité des milieux : pratiques agro-écologiques, systèmes herbagers, mode de production de l'agriculture biologique, systèmes de cultures à bas niveaux d'intrants, exploitations sous certification environnementale, agroforesterie, etc.

3

L'agro-écologie a été prise en compte dans les différentes structures de recherche (Inra, Irstea) et d'enseignement agricole ; les instituts techniques, le réseau des chambres d'agriculture, les coopératives agricoles, les organismes de développement agricole...

4

Dans un contexte de progression de la population mondiale et d'apparition de nouveaux défis climatiques, de nouveaux modes de consommation émergent, notamment pour l'alimentation, avec une grande attention à la santé, au respect de la nature et au bien-être animal.





« On peut faire un saut qualitatif tous ensemble, dont la conséquence sera de redonner de la sécurité économique, psychologique et sanitaire aux agriculteurs. Le moment est favorable, un moment pour créer une passerelle de confiance entre l'agriculture et une société devenue majoritairement urbaine. »

Nicolas Hulot, ministre de la Transition écologique et solidaire



LE DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE POUR UNE ALIMENTATION PLUS SAIN ET DURABLE SE FONDE SUR UNE LOGIQUE DE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE, ENVIRONNEMENTALE, SOCIALE ET SANITAIRE.

5 L'agriculture, la pêche et l'agroalimentaire doivent s'adapter à ce nouveau contexte, mieux répondre à la demande sociale et être en capacité de conjuguer performance économique, sociale, environnementale et sanitaire.

6 L'agriculture et la pêche recèlent de vastes potentialités, elles apparaissent plus que jamais facteurs de solutions au regard des défis de la transition écologique.



© CHECK SAÏDOU

INTERVIEW

NOURRIR LA PLANÈTE

UNE APPROCHE LOCALE ET GLOBALE

FRANÇOIS COLLART-DUTILLEUL EST SPÉCIALISTE DU DROIT DE LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE.

Il est à l'initiative du programme Lascaux – projet international pour lutter contre la faim dans le monde – et directeur de publication du site de l'observatoire de la restauration collective locale et durable.

LE « MANGER LOCAL » EST-IL LA SOLUTION MIRACLE ?

Il n'est pas possible de manger que ce qui est produit à côté de chez soi. Certains ne mangeraient pas beaucoup, d'autres trop ou pas assez équilibré. Il faut concevoir l'agriculture avec un regard global et local à la fois. L'équilibre entre les deux est la clé de la réussite. Mais nous commençons à l'expérimenter.

VOUS ÊTES UN FERVENT DÉFENSEUR DU DROIT À L'ALIMENTATION...

Oui, le droit à l'alimentation, c'est la possibilité pour chacun d'avoir accès à une alimentation suffisante, équilibrée, saine, de qualité et choisie. C'est la définition que donne la FAO (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture). Nous en sommes loin, en France et dans les pays en développement. Il faut de changer le système. Parce que ce sont des produits vitaux, il est impératif de cesser de traiter les produits agricoles comme des marchandises ordinaires. Créer une exception agricole serait un bon début. Et ce n'est pas qu'une question d'experts. La population doit être associée à la décision : comment est produite la nourriture qu'elle consomme ?

AVEZ-VOUS UN EXEMPLE À DONNER ?

Privilégier un approvisionnement local, en particulier dans la restauration collective : dix-sept milliards d'euros par an pour trois milliards de repas en France chaque année. Or, le code des marchés publics interdit de retenir l'origine géographique comme critère de choix. Des solutions existent pourtant, et de plus en plus de collectivités mettent en œuvre des politiques publiques locales innovantes.

QUE PROPOSEZ-VOUS CONCRÈTEMENT ?

Au niveau d'un territoire, il y a des ressources locales et des besoins locaux : on peut les mettre en perspective. C'est une façon directe de soutenir l'agriculture du territoire et de maîtriser l'environnement. Pour ce qui ne peut être produit localement ou en suffisance, on recourt au commerce national ou international. Il s'agit d'ajuster habilement, de manière équilibrée, le cœur du libéralisme qui est l'offre et la demande, et le cœur de la solidarité des territoires qui est un ajustement des ressources avec les besoins. C'est un pari de l'intelligence. ▀

AGRICULTURE DURABLE

HORIZON AGRO-ÉCOLOGIE

Reprenre une ferme « hors cadre » à vingt ans, sans expérience, il faut du cran. La transformer en ferme agro-écologique d'autant plus. Passer en semis direct puis en bio, être fou! À vingt ans, DUT de bio et une licence à peine en poche, Félix Noblia, jeune musicien de la côte basque, reprend les terres de son oncle un peu par hasard, «*pour ne pas les voir partir hors de la famille*».

Fermage, endettement et convictions environnementales l'obligent à concevoir autrement l'élevage intensif en quasi-monoculture de maïs transmis par son oncle. Il se forme beaucoup, écoute, lit, observe et s'inspire d'exploitations innovantes. ■■■

Hier, en 2008, Félix Noblia rachetait la ferme de son oncle avec une forte envie de faire autrement. Aujourd'hui, des groupes d'agriculteurs se succèdent chez lui pour observer le jeune phénomène... Et ses pratiques innovantes. Moins de dix ans pour passer d'une agriculture intensive et dépendante à une agro-écologie productive et rentable.

**REPORTAGE CHEZ LE LAURÉAT
DU PRIX DE L'INNOVATION
DES TROPHÉES
DE L'AGRO-ÉCOLOGIE
2016-2017.**

© PASCAL XICLUNA





“

**JE N'ACHÈTE QUE DU
GAZOLE, DES ENGRAIS
ORGANIQUES ET
QUELQUES SÈMENCES.
LE RESTE EST PRODUIT
ET CONSOMMÉ
SUR MA FERME.**

... Teste et expérimente. Découvre l'autonomie : *« je n'achète que du gazole, des engrais organiques et quelques semences. Le reste est produit et consommé sur ma ferme »*. Supprime le maïs *« trop consommateur d'eau et de phytos »*. Sème des mélanges de variétés et d'espèces. Allonge ses rotations. Fait pâturer ses vaches en dynamique dix mois par an et leur donne fourrages et protéines de la ferme... Se heurte souvent avec son oncle qui habite encore sur la ferme. *« Ma vision*

**Félix Noblia,
éleveur bovin,
a converti son
exploitation
à l'agriculture
biologique.**





© PASCAL VICIUNA

de l'agriculture et mes nouvelles pratiques bouleversaient ses certitudes.» Son oncle, Michel Lataillade, confirme : «sa manière de produire, de transformer à la ferme, de moins travailler, d'être moins sur le tracteur, de passer du temps en formation et en voyages, d'expérimenter, tout est différent! Félix a même changé la race du troupeau. De la ferme que je lui ai transmise, je n'y retrouve que mes terres!»

Quatre années passent. Félix Noblia arrête de labourer, couvre ses sols en permanence d'une dizaine d'espèces différentes, pour nourrir ses vaches et sa terre. Patouille. Bidouille. Se plante. Réussit. Du rouge, ses comptes de résultat passent au vert. Très vert. En 2016, il convertit l'ensemble de son exploitation à l'agriculture bio.

UNE AGRICULTURE DE CONSERVATION PRODUCTIVE ET RENTABLE

Ses pratiques innovantes, on les regarde de loin. Puis de près. «Beaucoup de monde vient sur la ferme voir comment Félix travaille et il fait des émules : deux voisins se sont convertis à l'agriculture

biologique et d'autres passent au semis direct, témoigne son oncle. Agriculteurs, coopératives, associations, organismes de recherche viennent observer mes pratiques. J'ai lancé une plate-forme expérimentale sur mon exploitation pour tester l'agriculture biologique sans labour. Réussir à contrôler les mauvaises herbes sans herbicides ni labour nécessite d'être très technique et très rigoureux. C'est une véritable course de vitesse entre la culture et les mauvaises herbes!» Convaincu et militant, Félix Noblia passe aujourd'hui près d'un tiers de son temps sur ses expérimentations : «Je veux prouver que l'écologie marche, qu'on peut faire de l'agriculture productive dans un système durable en amélioration permanente. L'agriculture biologique est capable de faire les mêmes rendements qu'en conventionnel!». Et il travaille avec le voisinage : «Je les aide à se mettre au sans labour, ils se convainquent eux-mêmes en voyant les résultats. Mon oncle aussi a accepté cette (r)évolution, il en est même fier». Pour Michel, «ce que Félix a envie de faire il le fait. Il se remet en cause en permanence et il avance!» ▽

**J'AI LANCÉ
UNE PLATE-FORME
EXPÉRIMENTALE
SUR MON
EXPLOITATION
POUR TESTER
L'AGRICULTURE
BIOLOGIQUE
SANS LABOUR.**



Un groupe d'agriculteurs visite une parcelle en semis direct sous couvert chez Félix Noblia pour se former à la gestion des adventices en agriculture biologique.





AQUAPONIE

DES TRUITES DANS LES SALADES

Faire pousser des salades dans des bassins d'élevage de truites pour y extraire phosphore et azote, recycler l'eau et composter le reste pour une pisciculture à moindre impact environnemental, le pari est relevé.

LAURENT LABBÉ, CHERCHEUR À L'INRA ET DIRECTEUR DE LA PISCICULTURE EXPÉRIMENTALE DES MONTS D'ARRÉE (PEIMA).

Dans ses bassins expérimentaux de truites arc-en-ciel lavés par les embruns, Laurent Labbé, imagine pour demain un nouveau type d'aquaculture durable. La pisciculture expérimentale des Monts d'Arrée (Peima), dans le Finistère conçoit et expérimente des systèmes de pisciculture en aquaponie, recyclant l'eau et produisant des légumes (salades bettes, navet, choux, mâche) pour la consommation humaine. « *Très encadrés par la réglementation environnementale sur les effluents élevages, les pisciculteurs peinent aujourd'hui à s'agrandir et à fournir la demande française en truites. On estime le déficit de l'offre à près de 40 %* », explique Laurent Labbé. Pour réduire l'empreinte de l'élevage sur le milieu, l'ingénieur a conçu un système d'épuration et de recyclage de l'eau des bassins qui économise dix fois plus d'eau que les élevages classiques.

Une innovation dont s'emparent déjà les professionnels. Au sein du programme Aquaponie, innovation végétale et aquaculture (Apiva) – programme interdisciplinaire



FILIÈRE PÊCHE

DE LA MER À L'ASSIETTE

Près de 460 000 tonnes de poissons sont pêchés et débarqués chaque année dans les ports français, pour un chiffre d'affaires supérieur à un milliard d'euros, ce qui fait de l'Hexagone le quatrième producteur européen de produits de la pêche. Avec l'Outre-mer, la France, est le deuxième pays au monde en termes d'espace maritime.

Qu'ils soient pêchés, élevés ou transformés, la variété de ces produits (plus de 150 espèces différentes!) répond aux attentes d'un nombre toujours croissant de consommateurs séduits par la richesse et la diversité de leurs saveurs tout au long de l'année. En général, le



© XAVIER REMONGIN

auquel contribuent financièrement le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation et l'Union européenne –, le chercheur s'est ensuite amusé à cultiver des végétaux sur différents supports de culture (filtre à gravier ou radeaux flottants) ; les légumes, nourris uniquement par les rejets des poissons, ont un rendement identique à une même production qu'en hydroponie classique. Les rendements obtenus sont de l'ordre de 20 kg/m² par an soit 200 tonnes par hectare, extrayant près de 15% du phosphore et de l'azote rejetés par l'élevage. Il ne reste plus que la « matière sèche » récupérée sous forme de compost naturel, et bingo, le tour est joué, un élevage avec peu de déchet qui nous vend sa salade! ▼

L'aquaponie permet de combiner productions végétales et élevage de poissons. Le projet Apiva vise à tester et caractériser techniquement et économiquement différents systèmes aquaponiques, en eau chaude ou froide.

délai entre le débarquement de la pêche et la livraison du produit chez le poissonnier ne dépasse pas 48 heures. Ce laps de temps est suffisant pour vendre le poisson en halle à marée, le conditionner, le préparer (filetage par exemple), le transporter et le commercialiser. À chaque étape, les acteurs (les pêcheurs, les halles à marées, les mareyeurs, les transporteurs, les distributeurs et les poissonniers) s'attachent à garantir la fraîcheur et la qualité du poisson. Chaque maillon est soumis à une réglementation précise dont le suivi est vérifié par de nombreux contrôles.

Le label public français pêche durable répond au souhait de la filière pêche de disposer d'un signe de qualité permettant de valoriser la pêche durable incluant exigences environnementales, économiques et sociales (voir page 60). ▼ Source : FranceAgriMer



© INRA, MÂITRE CHRISTOPHE

LES FILIÈRES PÊCHE ET AQUACULTURE



7373

bateaux
(2015)



16236

emplois
de marins pêcheurs
(2015)



3228

entreprises
d'aquaculture
(2013)

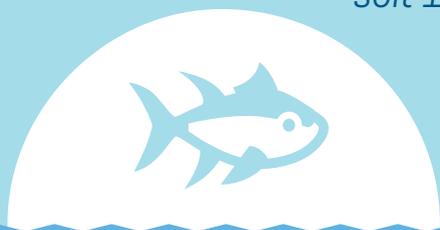


18618

emplois
en aquaculture
(2013)

691 000

tonnes vendues en 2014
soit 1,8 milliard d'€



Pêche fraîche & congelée⁽¹⁾
489 000 t 1,1 md€

Conchyliculture
155 000 t 540 M€

Pisciculture
50 000 t 190 M€

Tonnes équivalent poids vif. (1) Ventes totales par les bateaux français : en halles à marée, directes, à l'industrie de transformation et à l'exportation.

Source : FranceAgriMer
Chiffres clés avril 2017



PRINCIPALES ESPÈCES VENDUES EN 2015

Tonnes équivalent poids vif. Ventes totales par les bateaux français : en halles à marée, directes, à l'industrie de transformation et à l'exportation.



Thon tropical
98 000 t



Huître
76 600 t



Moule
75 100 t



Merlu
43 700 t



Truite
35 000 t

PRINCIPALES ESPÈCES IMPORTÉES EN 2016



2

Saumon

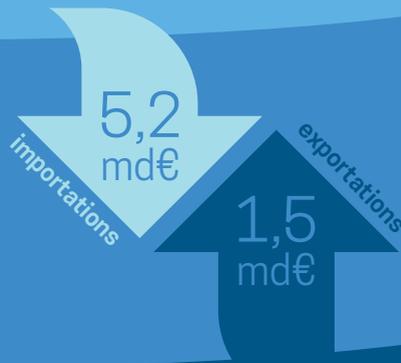


1

Thon



3



34 kg

consommation moyenne annuelle par habitant
(moyenne 2013-2015)



3^e

pêche européenne avec 11% du volume après le Royaume-Uni (14%) et l'Espagne (20%) en 2014





La qualité des aliments est l'un des socles de la politique alimentaire. En France, de nombreux produits font l'objet de démarches officielles de qualité, validées par les pouvoirs publics et soumis à des contrôles réguliers. Indications géographiques (AOC, AOP ou IGP), Label rouge ou mentions valorisantes (montagne, fermier, pays), ces démarches officielles garantissent aux consommateurs des conditions de production très encadrées et des aliments de qualité. Le label Agriculture biologique a été le premier label à garantir

TRANSITION ÉCOLOGIQUE
ET CONSOMMATION

DES REPÈRES POUR MANGER PLUS VERT

spécifiquement un mode de production respectueux de l'environnement et du bien-être des animaux. Depuis sa création en 1985, les modes de consommation ont évolué vers une

attention toujours plus grande aux modes de production et à la préservation des ressources naturelles. De nouveaux logos sont apparus, d'autres ont évolué.

HAUTE VALEUR
ENVIRONNEMENTALE

DES YAOURTS ÉCOLOS



La laiterie basque Bastidarra collecte du lait issu d'exploitations locales et certifiées haute valeur environnementale (HVE) qu'elle transforme en yaourts.

«La certification haute valeur environnementale ? Personne ne connaît ! Mais il n'y a pas un seul client insensible à cette démarche de qualité !» taquine Hubert Candelé, heureux façonneur de yaourts

de la laiterie Bastidarra (Pyrénées-Atlantiques) dans le vallonné pays basque. Il en donne pour preuve la santé insolente de son entreprise : en cinq ans d'existence, Bastidarra a recruté une douzaine de salariés, affiche un chiffre d'affaires de 800 000 € et prévoit de l'augmenter de 50 % en 2016. Yaourts de vache ou de brebis aromatisés de plusieurs fruits, fromages blancs, faisselles... Dans le magasin

FOCUS

Le dispositif HVE

La haute valeur environnementale est conçue selon une logique de certification progressive par niveaux sur l'ensemble de l'exploitation agricole. Elle concerne la biodiversité de l'exploitation mais aussi la stratégie phytosanitaire, la gestion des engrais et de la ressource en eau.

adossé à la laiterie s'alignent plus d'une soixantaine de produits lactés différents et de nombreux prix et médailles de concours alimentaires... Le petit dernier, le yaourt bi-couche, lancé en février 2016 avec un étiquetage signé par un chef et deux de ses associés éleveurs, a déjà raflé un prix d'innovation agroalimentaire et ses ventes vont bon train. Un modèle d'entreprise qui marche et qui valorise du lait de qualité. ▼



SIGNES OFFICIELS DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE

INTÉGRER LES PRINCIPES DE L'AGRO-ÉCOLOGIE



Depuis 2016, l'Institut national de l'origine et de la qualité intègre l'approche agro-écologique au sein des signes de la qualité et de l'origine, confortant les démarches entreprises par les professionnels depuis plusieurs années.

Les signes de la qualité et de l'origine sont « naturellement » au cœur de la démarche agro-écologique : en lien fort avec leur milieu, ils s'impliquent quotidiennement pour le préserver. Depuis longtemps, plusieurs d'entre eux présentent (incluses ou non dans leur cahier des charges), des dispositions préservant leur milieu naturel qui peuvent souvent être qualifiées de mesures environnementales. Intégrer les principes de l'agro-écologie dans les cahiers des

charges vient conforter les démarches déjà entreprises par les professionnels tout en ouvrant de nouvelles perspectives pour beaucoup d'entre eux.

Les organisations de producteurs vont pouvoir décider si elles souhaitent ou non prolonger leur démarche, et introduire dans leurs cahiers des charges des mesures agro-environnementales, ou les compléter. Six thématiques ont été identifiées : préserver et développer la biodiversité ; maîtriser et réduire la fertilisation ; limiter l'usage des pesticides ; favoriser une meilleure gestion de l'eau ; adapter les modes d'élevage aux ressources locales ; recourir à une génétique plus adaptée. ▼





PÊCHE DURABLE

UN NOUVEAU LABEL POUR LES CONSOMMATEURS

C'est le tout nouvel écolabel mis en place par les pouvoirs publics pour l'alimentation. Début 2017, «Pêche durable» a été créé pour répondre au souhait des opérateurs et des consommateurs de disposer d'un label public adapté aux spécificités de l'activité de pêche dans ses composantes environnementales, sociales et économiques, en intégrant notamment l'aspect qualité du produit.

Le dispositif de certification est désormais ouvert aux candidatures et la mobilisation de tous les acteurs de la filière pêche est en marche! Les professionnels de la pêche, de la transformation et de la distribution (navires de pêche, criées, mareyeurs, grossistes, conserveurs, grandes surfaces, poissonneries, restaurateurs...) peuvent désormais se porter candidats au label. Chaque maillon de la filière devant être certifié, c'est l'ensemble de la filière qui se mobilise pour la valorisation des produits. ▽



GAGNER LA CONFIANCE

Mieux répondre aux attentes des consommateurs en termes de qualités nutritionnelles et environnementales, d'ancrage territorial, de bien être animal et d'innovations : une question de confiance! Garantie de l'origine, traçabilité, information sur

les conditions de production, mise en relation directe, les outils numériques permettent désormais la transparence de l'information et la mise à disposition des données. Une nouvelle manière de créer la confiance avec le citoyen.

BIEN-ÊTRE ANIMAL

LES AUDITS DES ABATTOIRS SONT EN LIGNE

Les abattoirs occupent une place particulière au sein des établissements de la chaîne alimentaire : l'inspection vétérinaire y est permanente pour garantir la protection du consommateur. La présence d'animaux vivants implique des responsabilités en matière de santé et de protection animales. En avril 2016, à la suite de la diffusion d'images tournées dans les abattoirs, un plan de contrôle pour évaluer le niveau de maîtrise de la protection des animaux depuis leur déchargement jusqu'à leur abattage avait été conduit lors d'une opération spécifique demandée par le Ministre de l'Agriculture à ses services de contrôle. Les rapports d'inspection, puis la synthèse des audits ont été publiés dès juillet 2016. ▀

CONTRÔLES SANITAIRES

ALIM'CONFIANCE, L'APPLI QUI CHANGE TOUT

Attente légitime des citoyens, depuis avril 2017 les résultats des contrôles sanitaires de tous les établissements de la chaîne alimentaire sont publiés sur le site et l'appli alim-conscience. Restaurants, cantines, abattoirs... Les résultats des contrôles sanitaires sont désormais accessibles à tous. ▀ alim-conscience.gouv.fr

ALERTES SANITAIRES

INFORMER EN TEMPS RÉEL

Le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation publie régulièrement sur son site Internet des listes de produits alimentaires rappelés ou retirés de la vente. Dernière en date, l'affaire des œufs contaminés frauduleusement au Fipronil, a fait l'objet d'une publication régulière et en temps réel des produits mis en cause. ▀



ÉTIQUETAGE DE L'ORIGINE

PLUS DE TRANSPARENCE

Depuis le 1^{er} janvier 2017, l'étiquetage de l'origine de la viande dans les plats préparés et du lait dans les produits laitiers est obligatoire. Cette mesure est une expérimentation lancée pour une durée de deux ans, qui sera suivie par la Commission européenne en vue d'une éventuelle généralisation à l'Union européenne. Elle assure aux consommateurs une meilleure transparence et une meilleure traçabilité pour les produits qu'ils consomment.

L'étiquetage de l'origine de la viande dans les plats préparés est obligatoire à partir du moment où le plat préparé (lasagnes, raviolis, etc.) contient plus de 8% de viande dans le plat.

L'étiquette devra préciser l'origine du produit (pays de naissance, d'élevage et d'abattage des animaux). La mention « Origine France » ne pourra être utilisée que si 100% des viandes le sont. L'étiquetage de l'origine était déjà obligatoire pour l'ensemble des viandes fraîches depuis le 1^{er} avril 2015. Enfin, l'étiquetage de l'origine du lait dans les produits laitiers est obligatoire à partir du moment où le produit contient plus de 50% de lait (lait liquide entier, demi-écrémé ou écrémé, beurre, crème, yaourts et fromages). Ne sont en revanche pas concernés les laits infantiles, les glaces, les fromages à pizzas. L'étiquette devra indiquer le pays de collecte, de conditionnement et de transformation du lait. ▀

L'ÉTIQUETAGE DE L'ORIGINE DE LA VIANDE DANS LES PRODUITS PRÉPARÉS ET DU LAIT DANS LES PRODUITS LAITIERS

POUR LES PRODUITS PRÉPARÉS



Si le produit contient **8%** ou plus de viande, l'étiquette doit préciser :

- le pays de naissance des animaux
- le pays d'élevage
- le pays d'abattage

POUR LES PRODUITS LAITIERS



Si le produit contient **50%** ou plus de lait, l'étiquette doit préciser :

- le pays de collecte du lait
- le pays de conditionnement
ou le pays de transformation

La mention **Origine France** peut être utilisée si toutes ces opérations se sont déroulées en France.

ÉDUCATION, SOLIDARITÉ, SANTÉ...

UNE ALIMENTATION PARTAGÉE

PERMETTRE À CHACUN D'AVOIR ACCÈS À UNE ALIMENTATION DE QUALITÉ, SAIN ET DURABLE, EST L'OBJECTIF DE NOMBREUX PROJETS, APPUYÉS PAR LE PROGRAMME NATIONAL DE L'ALIMENTATION, AUTOUR DE QUATRE GRANDS ENJEUX : L'ÉDUCATION DES PLUS JEUNES, LA JUSTICE SOCIALE, LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE ET L'ANCRAGE TERRITORIAL.

ÉDUCATION AU GOÛT

BIEN MANGER, ÇA S'APPREND

À l'occasion de la sortie du livre *L'alimentation des enfants racontée aux parents*, co-écrit par Sophie Nicklaus, directrice de recherche au Centre des sciences du goût et de l'alimentation (CSGA), retour sur les recherches scientifiques en matière d'éducation au goût pour lutter contre l'obésité et favoriser une alimentation équilibrée.

Avaler trois choux de Bruxelles et deux navets sans se pincer le nez? Ce ne sera bientôt plus une fiction grâce à la science et ses recherches sur l'éducation au goût! Sophie Nicklaus, directrice de recherche au Centre des sciences du goût et de l'alimentation, explore les origines du comportement alimentaire et ses relations avec la santé. *«Les comportements alimentaires et le goût se forment, comme le langage, dès nos premières années. Il nous est difficile, adulte, d'apprendre une nouvelle langue comme de changer nos goûts en matière d'alimentation. Les expériences précoces ...»*





... ont un impact énorme sur nos comportements futurs : la diversité, la qualité, les quantités...»

La chercheuse, obsédée par l'acquisition de bonnes habitudes alimentaires pour une meilleure santé publique, s'intéresse à l'origine du goût, depuis l'alimentation de la femme enceinte, l'allaitement, la diversité de

pour personnes âgées dépendantes) de la région tente d'optimiser l'environnement du mangeur et du consommateur. «Les cantines scolaires françaises sont un levier extraordinaire pour l'éducation au goût : dans de nombreux pays, les enfants ne mangent le midi que des lunchbox aux sandwiches mous. Nous avons un potentiel

LES CANTINES SCOLAIRES FRANÇAISES SONT UN LEVIER EXTRAORDINAIRE POUR L'ÉDUCATION AU GOÛT.

l'alimentation du jeune enfant jusqu'aux cantines des crèches et des établissements scolaires. Avec son équipe, elle suit notamment les comportements alimentaires et la santé de 18 000 enfants jusqu'à l'âge adulte de la cohorte Elfe nés en 2011⁽¹⁾. L'équipe, en collaboration avec les industries agroalimentaires, des associations comme Eveil'o'Goût, les cantines scolaires et les restaurations collectives des Ehpad (Établissements d'hébergement

énorme pour actionner des leviers favorisant un mode d'alimentation en adéquation avec les recommandations nutritionnelles... Tout en maintenant le plaisir de manger!»

(1) L'étude Elfe, pilotée par l'Ined et l'Inserm, suit 18 000 enfants de la naissance à l'âge adulte pour mieux comprendre comment l'environnement, l'entourage familial et les conditions de vie influencent leur développement et leur santé.

INTERVIEW

MODÈLE ALIMENTAIRE FRANÇAIS

NOS PRATIQUES ÉVOLUENT, MAIS CONSERVENT LEURS SPÉCIFICITÉS

CLAUDE FISCHLER EST DIRECTEUR DE RECHERCHE AU CNRS, SPÉCIALISTE DES QUESTIONS SUR LES RAPPORTS DES HUMAINS À LEUR ALIMENTATION.

Il a notamment publié plusieurs études sur ce sujet. Ses travaux portent, entre autres, sur les caractéristiques du modèle alimentaire français et ses évolutions.

© CHRISTOPHE BOUSSAMBA



L'alimentation des enfants racontée aux parents, Donnez à votre enfant le goût de bien manger... Jean-François Desessard, avec Sophie Nicklaus, 192 pages, 2017, Éditions Quæ.



Accompagné et guidé dans sa démarche par une chercheuse réputée, l'auteur passe son enfance et son éducation au goût au crible de la science. Vous découvrirez qu'il est nécessaire d'éduquer votre enfant au goût et que vos pratiques influenceront son comportement alimentaire. De précieux conseils aux apprentis parents d'aujourd'hui et de demain.

LE « MODÈLE ALIMENTAIRE FRANÇAIS » EST-IL UNE RÉALITÉ ?

Il y a clairement des spécificités françaises. Nombre d'études nationales et internationales, quantitatives ou qualitatives, les ont repérées. En particulier une série d'enquêtes comparatives que nous avons publiée en 2008 sur les représentations de l'alimentation en Europe et aux États-Unis. En France, plus encore qu'ailleurs, l'alimentation est vraiment au centre de la vie sociale et de la sociabilité...

QUELLES SONT LES CARACTÉRISTIQUES DE CE MODÈLE ?

En France, « manger », ce n'est pas seulement absorber de la nourriture, c'est remplir des conditions de temps, de lieu, de personnes présentes et d'ordre des mets. La comparaison avec les pays de développement équivalent montre que, de manière générale, nous mangeons davantage que quiconque à heures fixes, le plus souvent en compagnie, et que nous y consacrons aussi plus de temps. C'est une norme sociale. En France, la « commensalité », le repas partagé, est une institution rituelle très structurée qui socialise et légitime le plaisir alimentaire.

ASSISTE-T-ON À UNE REMISE EN QUESTION DE CE MODÈLE ?

Je ne dirais pas cela. Ce « modèle » n'est pas un village d'Astérix assiégé. C'est plutôt un système qui évolue, s'assouplit, mais pour l'instant conserve ses particularités. Les pressions de la mondialisation sont par définition mondiales : moins de temps passé à cuisiner, évolution de l'offre et des pratiques... Mais elles sont modulées par la culture locale. L'étude *Mond'Alim 2030* du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation le confirme : jusqu'ici, le modèle alimentaire français évolue en s'adaptant. ▽



JUSTICE ALIMENTAIRE

« L'éducation à une bonne alimentation est un impératif national »

TÉMOIGNAGE DE GUILLAUME GAROT, ANCIEN MINISTRE DÉLÉGUÉ À L'AGROALIMENTAIRE ET ACTUEL PRÉSIDENT DU CONSEIL NATIONAL DE L'ALIMENTATION (CNA).

Connu pour son engagement dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, il préside l'atelier n°10 consacré à cette thématique, dans le cadre des États généraux de l'alimentation.

© ARNAUD TERRIER



INTERVIEW

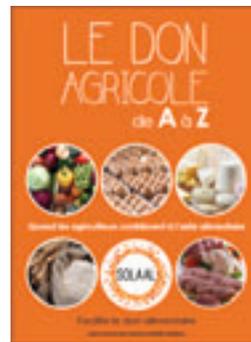
COMMENT S'ASSURER QUE CHACUN PUISSE AVOIR ACCÈS À UNE ALIMENTATION SUFFISANTE ET DE QUALITÉ?

Il n'y a pas de politique de réduction des inégalités efficace sans éducation : l'éducation à une bonne alimentation, dans notre pays si attaché à sa gastronomie, est un impératif national ! Les conclusions de la dernière étude de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail sur les comportements alimentaires militent en ce sens, pour transmettre à chaque enfant les repères d'une alimentation équilibrée. De même, la lutte contre le gaspillage alimentaire doit désormais elle aussi être fermement appuyée sur un volet éducatif, d'ailleurs contenu dans la loi que j'ai portée sur le sujet : rien ne sera possible sans une

volonté politique forte. Pas de progrès non plus sans une meilleure information des consommateurs, pour un équilibre nutritionnel global dans l'alimentation de chacun.

COMMENT GARANTIR LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE, NOTAMMENT POUR LES PLUS DÉFAVORISÉS ?

Le temps est venu désormais de bâtir une politique de la justice alimentaire, à l'échelle de notre pays comme de l'Union européenne. Cette exigence doit déterminer toutes les politiques publiques, « du champ à l'assiette », ou plutôt dans une nouvelle logique, « de l'assiette au champ ». Ce sont les choix collectifs pour l'alimentation qui devront guider les politiques pour la production, la transformation, la distribution : l'action publique devra soutenir l'amélioration des standards de qualité, à tous les niveaux, pour une alimentation à des prix accessibles à tous, sûre et saine. ▀



Guillaume Garot, ambassadeur de l'association Solaal

L'association Solaal (solidarité des producteurs agricoles et des filières alimentaires) est née en 2013 d'un constat simple : un agriculteur se retrouve parfois contraint de jeter une partie de sa production, pourtant encore comestible. Solaal a décidé de changer la donne en mettant en relation les agriculteurs avec les associations d'aide alimentaire. Ce service gratuit,

qui lutte de fait contre le gaspillage alimentaire, facilite les dons et offre des produits frais aux plus démunis, contribuant ainsi à l'équilibre nutritionnel et à diversifier le bol alimentaire des bénéficiaires. On estime en effet que seuls 6,5 % des personnes ayant recours à l'aide alimentaire consomment des fruits et légumes cinq fois par jour. Aujourd'hui, Solaal, c'est déjà 12 000 tonnes de dons distribués – soit l'équivalent de 24 millions de repas – dont

98 % de produits frais (fruits, légumes, produits laitiers, œufs, viandes...) au bénéfice de 4 millions de personnes. Et comme tout donateur, l'agriculteur bénéficie d'une réduction d'impôt. La dernière idée de Solaal ? L'association vient de sortir un guide du don agricole, véritable boîte à outils pour tous ceux qui souhaitent s'engager dans cette démarche solidaire et anti-gaspi. www.solaal.org



ÉCONOMIE SOLIDAIRE

LE BIO ACCESSIBLE



Rendre accessible aux populations les plus précaires des produits sains et de qualité, une belle utopie ? C'est pourtant le défi relevé depuis trois ans par l'association Vrac (Vers un réseau d'achat en commun) dans une douzaine de quartiers populaires de la métropole lyonnaise, et bientôt dans d'autres villes.

Une fois par mois, dans le quartier du Grand-Vire à Vaulx-en-Velin, c'est l'effervescence. L'espace d'une journée, le centre social se transforme en une épicerie éphémère, où chacun met la main à la pâte : réception des marchandises, reconditionnement du vrac... les acheteurs participent à la mise en place et à la distribution, qui devient un moment de rencontres et de convivialité.

Ici, tous les produits sont biologiques, locaux ou équitables... Et proposés à des tarifs très attractifs. La recette : l'achat en grande quantité, la priorité aux circuits courts, la limitation des emballages et la vente à prix coûtant.

« Nous ne réalisons aucune marge sur les ventes, précise Boris Tavernier, directeur de Vrac, grâce à des partenaires qui jouent le jeu... Et qui y trouvent aussi leur intérêt ». Pour Guillaume Ponceau, apiculteur, c'est par exemple la garantie de vendre deux tonnes de miel par an. Même chose pour Sébastien Bedel, producteur de

fromages de chèvre en conversion bio, qui a accepté de réduire sa marge par conviction : les adhérents raffolent de son fromage et les commandes dépassent les 1300 unités par mois, loin des 80 espérées.

L'ENVIE DE CONSOMMER MIEUX EST BIEN LÀ

Créée fin 2013 à l'initiative d'Est Métropole Habitat et de la Fondation Abbé Pierre, Vrac est ouverte à tous sans condition de ressource ni de lieu d'habitation. Elle compte aujourd'hui plus de 1200 adhérents sur l'agglomération lyonnaise – dont la moitié de familles. Mais les débuts ont été timides. « Il a fallu faire preuve de pédagogie, organiser des dégustations, pour que les habitants acceptent l'idée que ce type de produit était aussi pour eux, explique Boris. L'envie de consommer mieux était là, mais entre des moyens financiers limités et une offre commerciale réduite, les habitants n'avaient pas vraiment le choix. Maintenant, ils l'ont! » ► vrac-asso.org



Anita Wattier, co-responsable du magasin de producteurs Les Poireaux de Marguerite, à Paris.

Les stickers de l'association montrent les services proposés chez ce commerçant.

SOLIDARITÉ ALIMENTAIRE

AVEC LE CARILLON, C'EST CHACUN POUR TOUS!

Depuis 2016, le projet Le Carillon aide les sans-abri en s'appuyant sur un réseau de commerçants prêts à leur rendre des petits services du quotidien : recharger son téléphone, se laver les mains, accéder au wifi, recours à une trousse de premiers secours, mais aussi lire les journaux, simplement discuter avec le commerçant... Ou manger un bon repas chaud!

Impossible de manquer l'affichette aux trois cloches sur la vitrine des commerçants du réseau. Il indique aux sans-abri du quartier qu'ils sont les bienvenus. Juste à côté, de petits stickers précisent la nature des services proposés, dont plus 16 000 ont déjà été rendus. «*Il s'agit avant tout de recréer du lien social... Et la solidarité est un bon prétexte!*», explique Louis-Xavier Leca, le fondateur de l'association La cloche qui conduit plusieurs projets autour de la solidarité.

Les « carillonneurs » sont présents dans quatorze arrondissements de Paris, mais aussi à Lille, Nantes, Lyon, Marseille et Melun. Sur les 600 commerçants du réseau, environ un tiers offre des services liés à l'alimentation (repas, en-cas, pain, boissons chaudes, invendus...). C'est le cas du restaurant Paris New York et du magasin de producteurs Les Poireaux de Marguerite, dans le 11^e arrondissement de Paris, qui ont tous deux répondu présents dès le début. Leurs points communs : la générosité, bien sûr, et la lutte contre le gaspillage. ► lecarillon.org



© PASCAL XICLIJINA



ALIMENTATION ET SANTÉ

TROUVER LE BON ÉQUILIBRE

L'alimentation joue un rôle essentiel sur notre santé. Pour mieux prévenir certaines maladies, améliorer la qualité nutritionnelle des aliments et faciliter l'adoption par tous d'une alimentation favorable à la santé, il est indispensable de bien connaître l'alimentation ainsi que les habitudes de consommation de la population.

L'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation (Anses) réalise régulièrement une étude individuelle nationale des consommations alimentaires (Inca). Les études Inca fournissent à un instant donné une photographie des habitudes de consommation alimentaire de la population française métropolitaine. Ainsi, l'on apprend que les Français consomment en moyenne 2,9 kg d'aliments chaque jour, soit environ 2200 kcal, dont 50% de boissons. Les femmes privilégient généralement les yaourts et fromages blancs, les compotes, la volaille et les soupes. Quant aux hommes, ils sont plutôt amateurs de fromages, de viandes, de charcuteries, de pommes de terre et de crèmes dessert. Une assiette dans laquelle on trouve toujours plus de produits transformés, une nette augmentation des compléments alimentaires depuis 2007, encore trop de sel et surtout pas assez de fibres.

UNE POPULATION TROP SÉDENTAIRE

Certaines pratiques des Français sont aussi potentiellement plus à risques : une consommation croissante de denrées animales crues, des températures relevées dans les réfrigérateurs qui ne sont pas toujours adaptées, des





« En matière de santé la prévention passe par l'alimentation. Cela repose sur trois piliers : l'information et l'éducation alimentaire dès le plus jeune âge ; l'amélioration de l'environnement alimentaire dans les différents groupes de population ; et le principe de surveillance pour s'assurer que l'offre alimentaire soit la meilleure possible »

Agnès Buzyn, ministre des Solidarités et de la Santé



L'Anses recommande de renforcer la consommation de légumineuses, les produits céréaliers moins raffinés (pains, pâtes et riz complets), les huiles végétales riches en acide alpha-linolénique (huiles de colza et de noix) et, bien sûr, les fruits et légumes.

dépassements plus fréquents des dates limites de consommation. Enfin, les niveaux d'activité physique et de sédentarité des Français peuvent quant à eux être qualifiés d'inadaptés : une activité physique insuffisante pour une grande partie de la population, un temps passé quotidiennement devant les écrans (hors temps de travail) qui ne cesse de croître, avec une augmentation moyenne sur les sept dernières années de vingt minutes chez les enfants et d'1h20 chez les adultes. ▽



COMPOSITION DES ALIMENTS

L'AGROALIMENTAIRE S'ENGAGE

Environ 80% des dépenses alimentaires des ménages concernent des produits alimentaires transformés. Les entreprises agroalimentaires ont donc un rôle majeur dans la qualité nutritionnelle de l'alimentation. Avec l'appui des pouvoirs publics, les entreprises s'engagent à améliorer la composition de leurs produits sur le plan nutritionnel. Des avancées importantes pour la santé des consommateurs, car elles touchent des produits de grande consommation.

La France a été l'un des premiers pays européens à se doter d'un programme national nutrition santé (PNNS), avec l'ambition de donner des repères nutritionnels aux citoyens en associant l'objectif de santé aux notions de goût, de plaisir et de convivialité.

Avec le Programme national pour l'alimentation (PNA), le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation s'adresse aux entreprises et aux structures d'accueil des publics (écoles, hôpitaux, prisons) afin de permettre à chaque citoyen d'accéder à une alimentation de qualité et respectueuse de l'environnement. C'est dans ce cadre que le secteur agroalimentaire s'est engagé à signer des accords collectifs avec l'État afin de modifier la composition d'un produit de manière à diminuer les teneurs en sel, sucre et matières grasses. L'enjeu santé se double d'un enjeu commercial : il faut réussir à modifier la recette du produit sans dénaturer ni son goût ni sa texture, car le consommateur se détourne vite d'un produit qui ne correspond plus à ses habitudes. ▽

SEPT ACCORDS COLLECTIFS ONT ÉTÉ SIGNÉS À CE JOUR :



INITIATIVES

BLEU BLANC CŒUR

L'association s'est engagée à promouvoir des modes de production, de transformation et de distribution durable ; à améliorer la qualité lipidique des aliments ainsi que la qualité gustative des produits.

Avec un objectif final : rendre accessible au plus grand nombre les produits Bleu Blanc Cœur.

HERTA

L'entreprise augmente le nombre de produits allégés en sel et réduit de 5% la teneur en matières grasses de ses pâtes à tarte végétales.

L'accord concerne également les fournisseurs producteurs de porc qui sont dans des démarches d'amélioration continue pour la protection de l'environnement,



la nutrition et le bien-être animal. Grâce à un partenariat avec Sicht Pack Hagner et Éco-emballages, Herta s'engage à améliorer son packaging : certains produits sous emballage rigide comprendront 70 % de matières recyclées. De plus, l'entreprise expérimente un conditionnement totalement recyclable.



© THINKSTOCK

LA BOULANGERIE ARTISANALE

Elle diminue la teneur en sel afin que 80 % des baguettes respectent le niveau maximal de 18 grammes de sel par kilo de farine, tel que préconisé par l'Anses.

L'ensemble de la filière s'est mobilisé : l'Association nationale de la meunerie française et la Chambre syndicale française de la levure ont apporté leur concours actif à la Confédération nationale de la boulangerie et boulangerie-pâtisserie française.

Les boulangers sont également concernés, avec un accompagnement pour réaliser des économies d'énergie et une sensibilisation aux enjeux du développement durable et à la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Avec plus de 32 000 artisans boulangers qui accueillent plus de 12 millions de consommateurs quotidiennement, l'impact d'un tel accord sur l'alimentation des Français est très important. Le pain est le principal contributeur des apports de sel dans l'alimentation !



LA CHARCUTERIE INDUSTRIELLE ET ARTISANALE

Elle s'engage à diminuer de 5 % le taux moyen de sel et de gras pour dix familles de produits. Cet accord est dans le prolongement de la charte d'engagement nutritionnel PNNS signée en 2010.

LES BOISSONS RAFRAÎCHISSANTES

Le secteur s'est engagé à diminuer de 5 % le taux moyen de sucres pour 80 % de ses boissons entre 2010 et 2015, et à arrêter les publicités télévisées sur les créneaux d'audience qui rassemblent plus de 35 % d'enfants de moins de 12 ans.





LES CÉRÉALES PETIT-DÉJEUNER POUR ENFANTS

Sur la base des efforts initiés depuis plusieurs années, ce secteur prévoit de réduire la teneur moyenne en sucres des céréales chocolatées (-18,8%) et des céréales miel chocolat caramel (-8,8%) pour des références (marques nationales et marques distributeurs) représentant plus de 60% du marché.

DAVIGEL

L'entreprise spécialisée dans la fabrication de surgelés pour la restauration commerciale et collective s'engage à réduire de 3% le taux de sucres dans les desserts à sa marque avant fin 2018.

Afin de protéger les ressources naturelles, 40% de son approvisionnement sera constitué avant fin 2018 de légumes issus d'exploitations agricoles engagées dans des démarches à moindre

impact environnemental reconnues par le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

Par ailleurs, Davigel s'engage à diminuer d'ici fin 2018 la consommation énergétique des véhicules de livraison à 23 litres aux 100 kilomètres.

Enfin, l'entreprise entend renforcer la sécurité des salariés avec un objectif de zéro accident du travail.

CES CHERCHEURS QUI TRAQUENT GRAS, SEL ET SUCRE DANS NOS ASSIETTES



Le projet de recherche européen TERIFIQ

(combining technologies to achieve significant binary reductions in salt fat and sugar in everyday foods whilst optimising their nutritional quality) coordonné par l'Inra de 2012 à 2016, a cherché à réduire de manière significative sodium, matières grasses et sucres dans les aliments. Un objectif complexe car ces ingrédients contribuent aux différentes caractéristiques de l'aliment telles que la texture, la perception du goût, l'acceptabilité, la durée de conservation, les propriétés sanitaires et nutritionnelles.

Les chercheurs ont réussi à réduire significativement les taux de sel dans les fromages

testés (raclette, brie, trappiste, fromage à pâte molle), allant jusqu'à 36% pour le fromage trappiste. Dans les saucisses cuites, ils ont pu diminuer les matières grasses saturées de 24% et le sodium de 20%. Pour la saucisse sèche : une réduction de 35% de sodium et de 70% de gras a été obtenue grâce à l'ajout de chlorure de potassium, d'extraits de levures, d'arômes, d'émulsions... Pour plat de résistance, les sauces à pizza : moins 20% de sel et moins 30% de matières grasses ! Et, cerises sur les gâteaux : moins 40% de matières grasses et moins de 25% de sucre pour les muffins et les madeleines... Des produits reformulés majoritairement acceptables tant du point de vue des industriels que des consommateurs.

Les résultats du projet de recherche sont déjà dans les linéaires et les caddies, grâce au transfert technologique engagé sur certains procédés.

Le rapport final du projet est sur le site de la Commission européenne : cordis.europa.eu



CONTRÔLES AUX FRONTIÈRES

LES AÉROPORTS, FORTERESSES SANITAIRES

Jour et nuit, les services de contrôles inspectent les cargaisons qui arrivent sur le territoire français en provenance du monde entier. Quelle que soit la provenance du produit, son mode de production ou de fabrication,

Le consommateur doit pouvoir acheter en toute confiance. Assurer au citoyen une nourriture saine est une des missions du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

REPORTAGE À ORLY ET ROISSY.

Dans l'entrepôt de la société Worldwide Flight Service, manutentionnaire de fret aérien, des marchandises et palettes en transit ou en attente d'être dédouanées. C'est ici, à Orly, que Delphine Allain et Aurélien Dechâtre, inspecteurs phytosanitaires, réalisent les contrôles habituels sur les fruits et légumes en provenance de pays tiers qui arrivent sur le territoire de l'Union européenne. Ce matin, des mangues, des aubergines et des concombres amers sont arrivés de République Dominicaine. Ces fruits sont soumis à un contrôle phytosanitaire obligatoire. Une table, des lumières adaptées, un microscope... Ce local dédié à

l'inspection phytosanitaire est l'un des points d'entrée communautaire (PEC) d'Île-de-France. *«Je recherche sur les mangues des traces de parasites ou de larves, principalement la mouche des fruits. À défaut, la marchandise pourra repartir vers son pays d'origine»*, explique Delphine, agronome de formation. En France, ils sont deux cents fonctionnaires, agronomes ou vétérinaires, à surveiller les vingt-huit points d'entrée communautaire (PEC) et postes d'inspection aux frontières (PIF) où arrive l'ensemble de la marchandise d'origine animale ou végétale en provenance des pays tiers. ▀





LES CONTRÔLES SANITAIRES DES ALIMENTS

À LA PRODUCTION

chez les agriculteurs, les pêcheurs, les éleveurs

À LA TRANSFORMATION

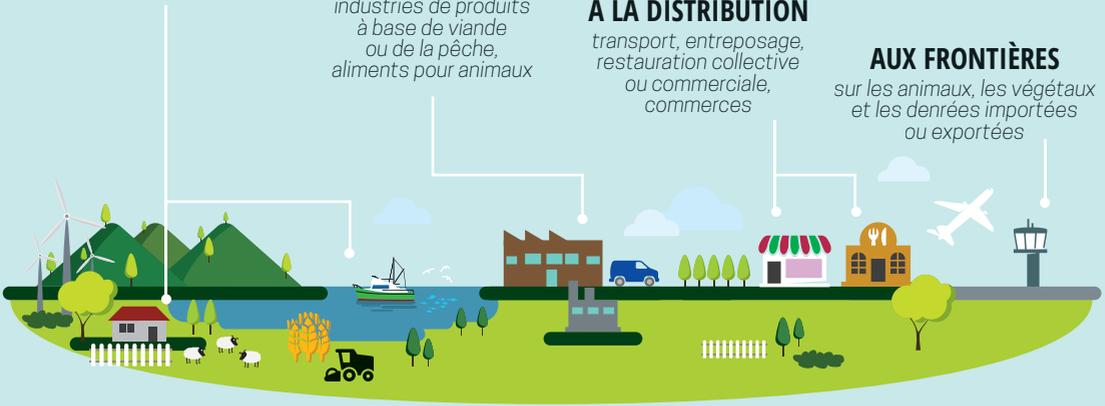
coopératives, industries laitières, abattoirs, industries de produits à base de viande ou de la pêche, aliments pour animaux

À LA DISTRIBUTION

transport, entreposage, restauration collective ou commerciale, commerces

AUX FRONTIÈRES

sur les animaux, les végétaux et les denrées importées ou exportées



4 000 INSPECTEURS ET 14 000 VÉTÉRINAIRES SANITAIRES HABILITÉS SONT MOBILISÉS ET TRAVAILLENT AVEC 30 LABORATOIRES NATIONAUX DE RÉFÉRENCE

PENDANT CE TEMPS, À ROISSY

Bactérie, dioxine, pesticides interdits... Un contrôle sanitaire défilant d'un pays tiers à l'un des postes frontaliers de l'Europe, et c'est l'ensemble des états membres qui renforcent leurs contrôles. Un battement de cils d'une E.coli dans une viande contrôlée à l'aéroport de Vilnius et c'est l'ensemble des postes frontières européens – près de 20 000 fonctionnaires – qui reçoit l'alerte! Les lots de viande provenant du même établissement sont alors systématiquement analysés lors des dix arrivages suivants... « *Nous avons une véritable politique harmonisée européenne en matière de contrôle sanitaire. Grâce au logiciel Traces, l'ensemble des analyses effectuées par les différents postes frontières européens est mutualisé* », précise Thierry Badin de Montjoye, chef du poste frontalier de Roissy Charles-de-Gaulle.

Près de 20 000 contrôles sont réalisés chaque année à Roissy, principal point d'inspection aux frontières (PIF). ▀

Une administration au service des citoyens

La Direction générale de l'alimentation veille à la sécurité et à la qualité des aliments à tous les niveaux de la chaîne alimentaire, ainsi qu'à la santé et à la protection des animaux et des végétaux, en coordination avec les différents services de l'État en régions et départements, avec les différents acteurs concernés : professionnels du monde agricole, associations, consommateurs.

Aux contrôles effectués par les services du ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, il faut ajouter ceux réalisés en collaboration avec la Direction générale de la concurrence et de la répression des fraudes du ministère de l'Économie et des Finances.



INVESTISSEMENT,
FORMATION, RECHERCHE

PRÉPARER L'AVENIR

COMMENT NOURRIR 9 MILLIARDS D'HUMAINS EN 2040 EN PRÉSERVANT LES RESSOURCES NATURELLES DE LA PLANÈTE? COMMENT FAIRE DE CE DÉFI MONDIAL UNE OPPORTUNITÉ DE DÉVELOPPEMENT POUR LES EXPLOITATIONS ET LES ENTREPRISES FRANÇAISES?

PRÉPARER L'AVENIR REQUIERT UN EFFORT DE RECHERCHE ET D'INVESTISSEMENT PRODUCTIF SANS PRÉCÉDENT POUR TIRER LE MEILLEUR PARTI DE LA PUISSANCE AGRICOLE DE LA FRANCE. L'ENJEU POUR NOS ENTREPRISES EST D'ÊTRE À LA POINTE DE L'INNOVATION, DE DÉPASSER LA FRONTIÈRE TECHNOLOGIQUE POUR PROPOSER LES PRODUITS ET LES USAGES DE DEMAIN.

Le Projet agricole et agroalimentaire d'avenir (P3A) est un dispositif national destiné à soutenir les secteurs agricoles et agroalimentaires français. Son objectif ? Favoriser l'innovation en récompensant des projets ambitieux et structurants pour l'avenir des filières.

INVESTISSEMENT ALIMENTATION INTELLIGENTE

Depuis 2010, un programme d'investissement d'avenir a été mis en place doté de 47 milliards d'euros pour moderniser l'économie française, créer de la croissance et des emplois, en finançant des investissements stratégiques et des projets innovants à fort potentiel de croissance. Piloté par le Commissariat général à l'investissement, ce programme développe une action plus spécifique dédiée aux secteurs agricoles et agroalimentaires français : le Projet agricole et agroalimentaires d'avenir (P3A). Début 2017, ce sont 172 projets innovants qui ont été financés à hauteur de 81 millions d'euros. Les projets sont soutenus en fonction de leur potentiel de croissance ...



■ ■ ■ économique mais pas seulement : le P3A favorise également le développement dans tout ce qu'il implique au niveau environnemental et social. Il intègre les impératifs de la transition énergétique et écologique dans sa quête de performance. Sont également pris en compte des critères tels que l'adaptation des produits à la demande des consommateurs, la maîtrise sanitaire, ou encore l'amélioration du bien-être animal.

Ce soutien public permet d'accélérer l'intégration de l'agriculture aux technologies de demain. Doté de 120 millions d'euros gérés par FranceAgriMer, le P3A s'inscrit dans le cadre de la Nouvelle France industrielle lancé en septembre 2013 avec un volet « alimentation intelligente » qui soutient 60 projets dont plus de la moitié sur les nouvelles formes d'alimentation. Les appels à financement ont été lancés par BPI France sur l'alimentation fonctionnelle (20 millions d'euros), par FranceAgriMer sur la compétitivité des entreprises de la filière viande (50 millions d'euros) et sur l'innovation et compétitivité des filières agricoles et agro-alimentaires (45 millions d'euros) ; par l'Ademe sur les emballages et le froid durable. L'enjeu est de développer une industrie de référence au niveau mondial dans les domaines d'avenir où la France dispose d'une recherche d'excellence. ▽

REPÈRES

4 milliards d'euros,
le marché de l'alimentation
santé en France

7 millions de tonnes
de protéines végétales
produites par an

+40% d'augmentation
de la demande mondiale
en protéines d'ici 2030



© THINKSTOCK

INNOVATION
ET BIEN-ÊTRE ANIMALPRÉDIRE LE SEXE
DU POUSSIN
AVEC « SOO »

Améliorer le bien-être animal est l'un des objectifs du P3A. L'entreprise Tronico est l'un des lauréats pour le projet Soo.

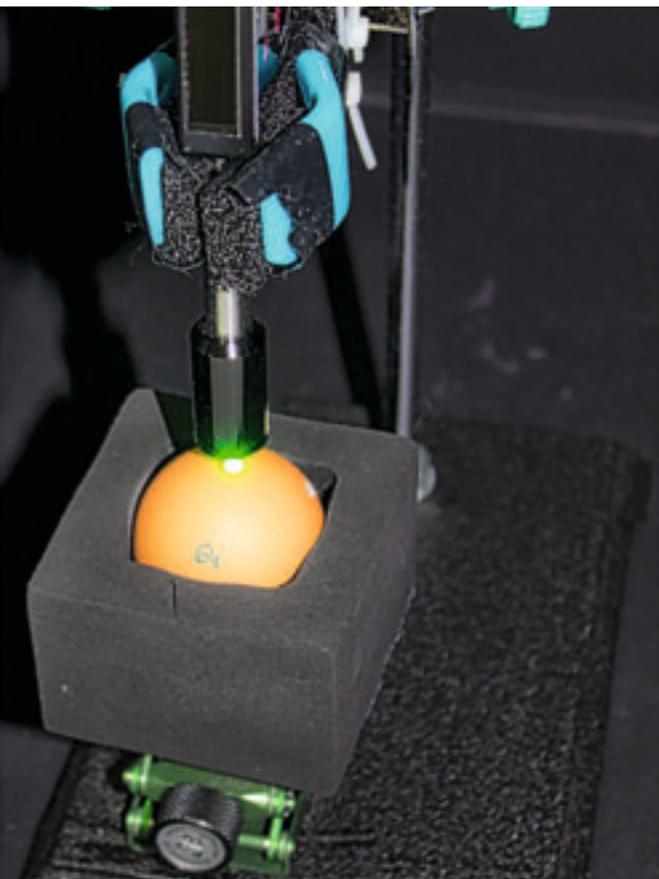
« Nous voulons résoudre un problème mondial qui n'est pas résolu. Notre projet est une solution pour améliorer le bien-être animal », explique Yann Pichot, directeur filière médicale industrie biotechnologie de l'entreprise Tronico, porteuse du projet.

Le projet Soo a pour objectif de créer une technique du sexage des œufs avant l'éclosion. Cette technique est non invasive, elle n'altère ni la coquille de l'œuf, ni l'embryon. Grâce à cette innovation, Tronico et ses partenaires commercialiseront un automate de détermination du sexe *in ovo*, au plus tôt dans le cycle industriel. Cette technologie permettrait de mettre fin à l'élimination des jeunes poussins mâles, notamment dans la filière poule pondeuse. Cette innovation peut apporter un gain de compétitivité économique et environnementale important

pour la filière œuf : en identifiant le sexe du poussin, en plus du bien-être animal, les aviculteurs pourraient réduire et anticiper leurs coûts.

L'autre axe du projet Soo est de développer une valorisation des embryons mâles dans le secteur pharmaceutique. Un nouveau secteur d'activité pourrait s'ouvrir pour les jeunes poussins mâles non destinés à la consommation.

La durée estimée du projet est de deux ans et sept mois jusqu'à la fin de la phase de test du prototype en couvoir. Le projet Soo est financé par le programme d'investissements d'avenir à hauteur de 4,3 millions d'euros pour un montant total du projet de 10,6 millions d'euros. ▼



© TRONICO

AGRICULTURE NUMÉRIQUE

#Digitag, sept ans d'actions, sept ans d'innovations

Avec ses 300 chercheurs, ses 147 millions d'euros de budget, ses 17 partenaires de recherche publics et privés et ses 24 formations tournées vers l'innovation, #Digitag, l'Institut

convergences, se positionne comme « la référence mondiale pour l'agriculture numérique ». Cet incubateur unique au monde par son ampleur et son

interdisciplinarité, développe

le numérique dans l'agriculture.

« Dans un environnement où les itinéraires techniques vont être plus compliqués et les systèmes de surveillance et d'intervention plus importants, le numérique sera très important pour l'avenir de l'agriculture », analyse Véronique Bellon-Morel du département écotechnologies de l'Institut de recherche en sciences et technologies pour l'environnement et l'agriculture (Irstea), qui a porté ce partenariat. Pour Philippe Manguin, président de l'Inra, Institut national de la recherche agronomique « massivement engagé » dans #Digitag, « la triple performance de l'agriculture est extrêmement complexe, pas tant à concevoir en laboratoire, mais à partager et à rendre accessible aux agriculteurs. Un de nos enjeux sera notre capacité à modéliser et intégrer toutes les connaissances apportées par la recherche (climat, connaissance des sols, ravageurs, parasites...) dans des dispositifs adaptés aux contraintes d'un agriculteur, d'une agricultrice, d'une ferme pour atteindre l'objectif de la transition agro-écologique ».



FORMATION ET MÉTIERS

BIOÉCONOMIE: LA CHIMIE VERTE RECRUTE

Depuis 2015, l'Université de Picardie Jules Verne (UPJV), en partenariat avec le Lycée agricole d'Airion (Oise), propose une licence professionnelle « Bioraffinerie de la plante aux produits ». Son objectif : former des techniciens spécialisés dans la transformation et la valorisation de la biomasse végétale.

« La bioraffinerie appliquée au végétal consiste à valoriser la totalité de la plante, et plus précisément les fractions non utilisées pour l'alimentation humaine. Elles vont être valorisées, notamment pour se substituer à toutes les molécules qui proviennent de ressources fossiles, comme le pétrole », explique Denis Postel, porteur du projet et professeur à l'UPJV. Cette licence pro s'adresse prioritairement à des étudiants en BTS, BTSA, DUT ou licence générale orientés vers les carrières de la biochimie, de l'agronomie et des biotechnologies. En un an, les étudiants acquièrent les compétences professionnelles et techniques nécessaires aux métiers de l'interface entre agriculture, biotechnologie et industrie au sein d'une filière novatrice et en pleine évolution. Les secteurs impliqués sont très variés (cosmétiques, encres, peintures, résines, adhésifs, plasturgies, matériaux et plastiques bio-sourcés, intermédiaires chimiques, bio-molécules, méthanisation...). Les étudiants peuvent suivre cette formation par la voie de l'apprentissage, de la formation continue ou par la formation initiale.

Au lycée agricole d'Airion, cette formation débouche sur des postes à hautes valeurs ajoutées, en appui aux cadres (R&D, services, production, analytique...). « Les industries soulignent actuellement une carence au niveau du bac +2 bac +3 en termes de techniciens supérieurs correctement formés et directement opérationnels avec une compétence bi-disciplinaire : chimie et biologie », précise Denis Postel. Atout supplémentaire pour cette

formation, elle est labellisée par le pôle de compétitivité industries et agro-ressources, qui regroupe 210 adhérents, industriels, académiques, laboratoires de recherche.

La « chimie verte » a le vent en poupe et voit ses applications et débouchés se multiplier.

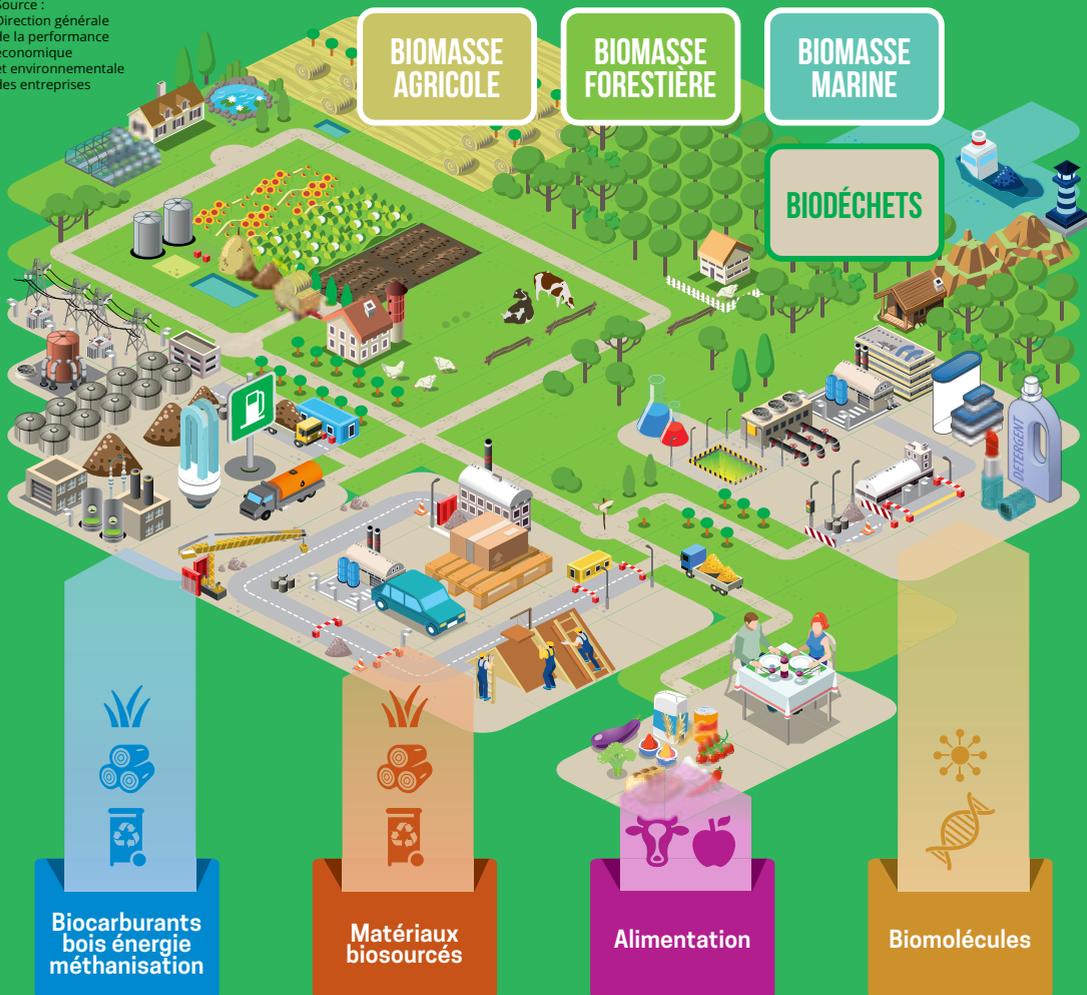
Avec de nombreux emplois à pourvoir! ▼



LA BIOÉCONOMIE

La bioéconomie est l'ensemble des activités économiques fondées sur les bioressources, c'est-à-dire les matières organiques terrestres ou marines, végétales ou animales. Une économie basée sur du carbone renouvelable, de la production à la transformation, jusqu'à la valorisation des co-produits et des biodéchets, tout en visant la sécurité alimentaire. **Elle crée les conditions du passage d'une économie fondée sur les ressources fossiles à une économie fondée sur la biomasse.**

Source :
Direction générale
de la performance
économique
et environnementale
des entreprises



1,9 million
d'emplois
dans les territoires



300 milliards
d'euros de chiffre
d'affaires annuel



10% de la chimie
et des matériaux
issus de la biomasse



50% des énergies
renouvelables
issues de la biomasse



Services écosystémiques :
entretien des paysages,
stockage du carbone...



Contribue à la lutte
contre le changement
climatique

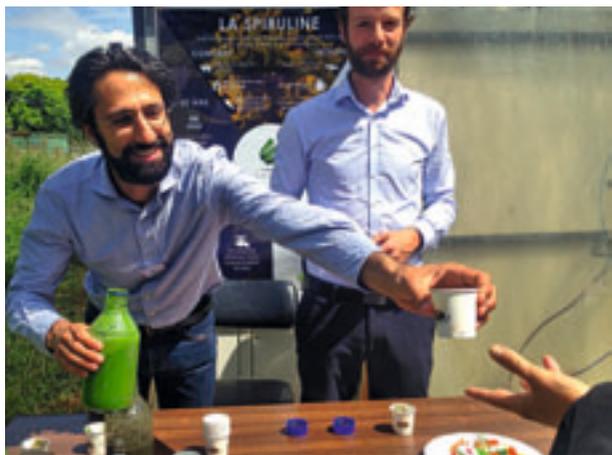


INNOVATION
AGROALIMENTAIRE

LE FOOD'INN LAB

Nouvel incubateur de start-up de l'école d'ingénieurs AgroParisTech, le Food'inn Lab accompagne les projets innovants autour de l'aliment et l'alimentation.

Le Food'Inn Lab est conçu comme une plate-forme de collaboration entre la recherche, l'enseignement et l'entreprise entrepreneuriale. Tous les acteurs des sciences du vivant peuvent s'y croiser. Sur 550 m² de surfaces d'accueil, ce nouveau lieu propose des espaces d'expérimentation privatifs, une cuisine expérimentale et des laboratoires d'analyse équipés et mutualisés, mais aussi des bureaux, des salles de réunion et des lieux de convivialité...



© SYLVAIN TALLON

Le «pack» comprend également un accompagnement scientifique et technique par les équipes de recherche d'AgroParisTech et de l'Inra. «*C'est cette dimension "agro" qui manque à leurs projets que certaines start-up viennent chercher ici*», explique Sarah Hoenen, responsable du Food'Inn Lab. L'incubateur s'adresse en effet autant aux porteurs de projets qu'aux entreprises déjà établies qui ont des besoins d'expérimentation ponctuels. ▀



© SYLVAIN TALLON

CROC & VIE, DES BÂTONNETS APÉRO FOOD

En dernière année à AgroSup Dijon, huit étudiants ont mis au point un snacking original : des sticks de lentilles parfumés à la moutarde et au curry, accompagnés d'une sauce carottes et lait de coco : un «petit en-cas» très attractif pour les consommateurs, car frais, croustillant, facile à manger, 100 % ingrédients naturels, avec une faible teneur en matières grasses... Et qui fait la part belle aux légumineuses ! Le projet **Croc et Vie** a remporté le concours Écotrophéa France 2017 dédié à l'innovation alimentaire, et les jeunes étudiants seront à Londres les 21 et 22 novembre pour défendre leur projet pour le concours Écotrophéa Europe.



PRÉSERVATION DES SOLS ET SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

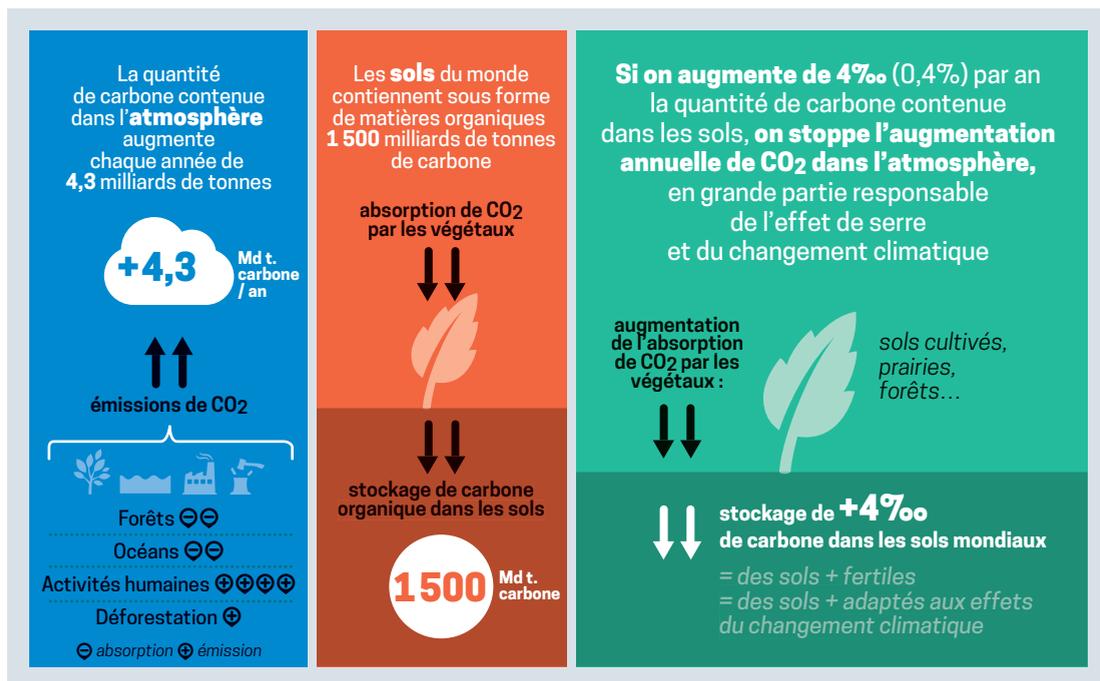
LE 4 POUR 1 000, UN PROJET INTERNATIONAL

Enrichir les sols, éviter leur dégradation c'est lutter contre le réchauffement climatique mais c'est aussi garantir une terre fertile aux agriculteurs, leur assurer un revenu. Et aux populations, une alimentation produite localement. C'est tout l'enjeu du projet 4 pour 1000.

À l'origine, le 4 pour mille est un projet de recherche : en captant le CO₂ de l'air, via la photosynthèse, les plantes absorbent du carbone, et lorsqu'elles se décomposent, elles produisent de la matière organique qui fixe le carbone dans les sols. Cette séquestration du carbone dans la terre permet d'améliorer la santé des sols, de renforcer

les écosystèmes et d'accroître la production agricole.

Les chercheurs de l'Inra ont fait le constat qu'en augmentant ainsi la matière organique des sols agricoles, chaque année, de quatre grammes pour mille grammes, on serait capable de limiter la croissance actuelle des émissions de CO₂ dans l'atmosphère. ...





■ ■ ■ En s'appuyant sur une documentation scientifique solide et des actions sur le terrain, l'initiative 4 pour 1000 vise à montrer que sécurité alimentaire et lutte contre les dérèglements climatiques sont complémentaires et à faire en sorte que l'agriculture apporte des solutions.

« Cette initiative est à la croisée d'enjeux internationaux majeurs (climat, sécurité alimentaire, désertification...). La question du sol rejoint celle du revenu des agriculteurs, de la réponse à la demande alimentaire mondiale et du nécessaire développement de pratiques de production plus durables », détaille Ludovic Larbodière, chef du bureau mondialisation et sécurité alimentaire au ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation.

FOCUS

Le World Future Council a répertorié, à l'échelle de la planète, les politiques les plus innovantes et les mieux à même d'enrayer la dégradation des sols et la désertification. Le jury d'experts a consacré l'initiative 4 pour 1000. Une distinction internationale qui rappelle la nécessité d'agir vite !

L'initiative a pour objectifs de partager les expériences de terrain, les pratiques et les politiques, d'accompagner des projets et de faciliter l'accès aux financements mais aussi d'avancer sur la connaissance des sols et de leur potentiel en stockage de carbone. Quatorze experts internationaux du sol font ainsi partie du comité scientifique et technique de l'initiative. Une cartographie de l'état du carbone dans les sols de la planète est en cours de publication.

« Depuis des millions d'années, la photosynthèse a permis de stocker massivement du carbone dans les sols, en particulier sous forme de pétrole et de gaz... Nous ne pouvons plus nous permettre de brûler ces ressources fossiles sans risquer de dérégler le climat de manière irréversible. Faisons une nouvelle fois appel à la photosynthèse, faisons évoluer nos pratiques agricoles, boostons la production de biomasse et assurons-nous qu'elle arrive dans les sols au bénéfice de sa fertilité », conclut Ludovic Larbodière. ▽



© THINKSTOCK

LES ANTIBIOS,

COMME IL FAUT,

QUAND

IL FAUT.



DEMANDEZ CONSEIL À VOTRE VÉTÉRINAIRE

LE PLAN ECOANTIBIO vise à promouvoir les bonnes pratiques
et les alternatives aux antibiotiques

ÉCOANTIBIO

RÉDUIRE L'UTILISATION DES
ANTIBIOTIQUES VÉTÉRINAIRES



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE
L'ALIMENTATION



■ ÉTATS GÉNÉRAUX ALIMEN TATION

**RELANCER
LA CRÉATION
DE VALEUR
ET EN ASSURER
L'ÉQUITABLE
RÉPARTITION**

**PERMETTRE AUX
AGRICULTEURS DE
VIVRE DIGNEMENT
DE LEUR TRAVAIL
PAR LE PAIEMENT
DE PRIX JUSTES**

**ACCOMPAGNER LA
TRANSFORMATION
DES MODÈLES DE
PRODUCTION POUR
MIEUX RÉPONDRE
AUX ATTENTES DES
CONSOMMATEURS**

**PROMOUVOIR
LES CHOIX DE
CONSOMMATION
PRIVILÉGIANT
UNE ALIMENTATION
ENCORE PLUS SAINTE,
SÛRE ET DURABLE**

#EGalim
egalimentation.gouv.fr



alimentation.gouv.fr