

Syndicalisme → La Fdsea de la Somme a tenu son assemblée générale à Amiens le 15 mars dernier. Echos des interventions et débats.

Mettre de l'énergie dans le moteur de l'agriculture

"Il est loin le temps où les agriculteurs se mobilisaient par dizaines de milliers, allaient à Paris ou Bruxelles, et revenaient avec 10 ou 20 francs du quintal de blé". C'est sur ces mots que Christophe Buisset a débuté son intervention à l'assemblée générale de la Fdsea, le 15 mars dernier. En effet, l'Europe n'assure plus cette garantie des prix. "De plus, nous sommes en compétition avec des concurrents proches ou lointains dont les charges sont différentes. Qu'il s'agisse de contrainte environnementale, de coût du travail, de transport, de produits ou de pratiques interdites en France mais pas chez nos voisins, nous avons un surcoût avant même de vendre nos produits : si l'agriculture a un rôle sociétal, des contraintes sociétales, leur surcoût doit être pris en charge par la société" s'est insurgé Christophe Buisset.

Le président de la Fdsea a souligné la pression constamment mise sur les élus et décideurs politiques pour que chacun prenne en compte les revendications des agriculteurs, avant d'évoquer la loi de modernisation agricole dont le principal objet est de renforcer l'organisation des producteurs, ce qui existe déjà dans la Somme.

La Fdsea cherche, avec l'ensemble de ses partenaires, à faire en sorte que la ferme Somme puisse créer de la valeur ajoutée. Pour cela, "il nous faudra toujours miser sur la recherche de transformation pour générer de



Olivier Faict a retracé le bilan syndical de l'année 2009.

nouveaux débouchés et consolider nos filières fortes", a commenté Christophe Buisset. Et d'insister sur le fait qu' "il n'y a pas de fatalisme, ni de résignation à avoir, il faut au contraire développer toute l'énergie et la mettre dans le moteur de l'agriculture départementale. C'est toute la vocation de la Fdsea et je suis convaincu qu'elle y parviendra".

Une action intense et fructueuse en 2009

En préambule de son assemblée générale, la Fdsea avait réalisé un film sur l'action syndicale menée au cours de l'année écoulée. De quoi montrer d'emblée aux participants l'intensité de cette action. Olivier Faict, secré-

taire général de la Fdsea, a commenté ensuite les événements marquants. Tout d'abord, les nombreuses manifestations des producteurs de lait au printemps, et le blocage des centrales d'achat par l'ensemble des agriculteurs du département pour dénoncer la chute des prix du lait et les marges abusives de la grande distribution. Des actions qui ont porté leurs fruits puisque la Fnsea a obtenu par la suite l'assignation en justice de plusieurs enseignes de grande distribution. De même, un accord sur le prix du lait a été signé en juin permettant de maintenir un

certain niveau de prix. La manifestation nationale du 16 octobre dernier, qui a réuni près de 200 tracteurs à Amiens, n'a pas été étrangère à la mise en place par le gouvernement d'un plan de soutien exceptionnel à l'agriculture.

En 2009, la communication était à l'honneur : la Fdsea a diffusé des autocollants mettant en évidence l'impact positif de l'agriculture en terme d'emplois et de services dans la Somme.

L'assemblée générale est habituellement l'occasion de mettre en valeur le travail de chacune des sections de la Fdsea. Cette année, c'est sous la forme d'un film que chaque président de section a témoigné.

Christiane Lambert : «la Fnsea se bat sur tous les fronts»

La Fdsea de la Somme avait invité Christiane Lambert, vice-présidente de la Fnsea, à participer aux débats. Concernant le bilan de santé de la PAC, elle a précisé que "les producteurs de grandes cultures et les polyculteurs seront très impactés en 2010 par la diminution des aides PAC. C'est pourquoi aussi la Fnsea a demandé et obtenu la constitution de la réunion d'une commission d'évaluation des effets de cette réforme de la PAC afin de revoir et d'adapter les modifications qui ont été apportées". Pour les professionnels, ce n'est que justice dans la mesure où les nouvelles règles ont été décidées lorsque les cours étaient au plus hauts, et qu'elles ne sont plus adaptées au contexte actuel.



Christiane Lambert, vice-présidente de la Fnsea, a répondu aux interrogations des adhérents.

Sur le plan de l'environnement, la vice-présidente a indiqué que la Fnsea a demandé à ce que les SET (surfaces équiva-

lentes topographiques) soient limitées à moins de 2% de la SAU. Elle se bat également sur un dossier plus urgent : les zones vulnérables avec leur lot de règles anti agronomiques. "La Fnsea a demandé et obtenu le maintien des dérogations adaptées à toutes les productions", a souligné Christiane Lambert. Par exemple, les repousses de céréales pourront toujours être considérées comme sol couvert en hiver.

Enfin, suite à de nombreuses discussions avec le président de la république, la Fnsea a obtenu que "tout projet soit étudié en fonction de trois critères : l'impact environnemental, le plus apporté à la société et le coût pour l'agriculteur". L'arbitrage sera réalisé par Matignon et l'Elysée.

Zoom

Fdsea : le «plus» à l'adhérent



Rémi Baudel : "n'hésitez pas à faire appel aux différents services de la Fdsea".

"Etre adhérent à la Fdsea, c'est bénéficier de nombreuses avantages", a expliqué Rémi Baudel, vice-président de la Fdsea. C'est un avoir sur l'abonnement à l'Action Agricole Picarde. C'est recevoir chaque mois la lettre à l'adhérent où est décortiqué un sujet tel que les modifications de la PAC ou le calcul

des fermages. C'est profiter d'une cotisation à tarif très réduit au groupement d'achat Germa qui propose des pièces, des filtres, du carburant, etc. à des prix défiant toute concurrence. Nouveauté de l'année 2009, la Carte Moisson qui s'apparente au système du comité d'entreprise. Elle donne droit à des réductions chez les commerçants locaux, ainsi qu'à des tickets de cinéma ou de piscine disponibles à la billetterie Fdsea et à tarif réduit.

Rémi Baudel a encore listé les différents services proposés par Fdsea Conseil : la création de société, la réalisation des dossiers PAC, le service fiches de paie, les permanences téléphoniques, etc.

Zoom

Dernière assemblée pour Christophe Buisset



Christophe Buisset cédera la présidence de la Fdsea ce vendredi 19 mars.

Le conseil d'administration de la Fédération se réunit ce vendredi 19 mars pour élire un nouveau bureau et un nouveau président. François Magnier, directeur de la Fdsea, a tenu à remercier Christophe Buisset au cours de l'assemblée. "Originaire du Valenciennois, Christophe Buisset s'est installé agriculteur à Aveluy, près d'Albert, tout en s'investissant chez les Jeunes Agriculteurs avant de devenir président du canton

d'Albert. En 1999, Christophe suit la formation Agrileader, formation des futurs responsables, lors de laquelle germent en lui la confiance en soi, la curiosité à l'égard des autres et de son entourage et le besoin irrésistible de s'investir au nom des autres".

Christophe Buisset devient ainsi secrétaire général adjoint de la Fdsea, puis secrétaire général en 2005. Depuis 2006, il présidait la Fdsea de la Somme et il avait également accédé l'an dernier à la présidence de la Frsea Picardie. En 2008, il a su rassembler les forces de la liste Fdsea - JA pour gagner les élections à la chambre d'agriculture avec 72,45% des voix. "Assembléeur, meneur, je me fais le porte parole des salariés qui ont pu apprécier le climat de confiance et de motivation qu'il a imprégné à la Fdsea", a conclu François Magnier.

au fil de la semaine

SOMME

Syndicalisme → La répartition des marges a fait débat à l'assemblée générale de la Fdsea.

Marges : un rapport de forces !

La table ronde de l'assemblée générale de la Fdsea avait pour thème le partage de la valeur ajoutée, du producteur au consommateur.

Animée par Laurent Mingam, directeur adjoint de la Fdsea de l'Oise, la table ronde a permis de réunir différents points de vue, complémentaires ou divergents : ceux de Christiane Lambert, vice-présidente de la Fnsea, qui a présenté récemment au Conseil économique et social un rapport sur le sujet, de Dominique Dupont, directeur de l'hypermarché Auchan d'Amiens Sud Dury, chef de file des métiers de bouche et de la poissonnerie pour le groupe, de Michel Rieu, directeur économique à l'IFIP (Institut français de l'industrie du porc) et de Gérard Barbier, président d'UFC-Que choisir du Pas-de-Calais.

Le débat a été lancé sur le steak haché, puisque certaines études montrent que les grandes surfaces réalisent parfois une marge équivalente au prix d'achat de la matière première. Connue pour son côté direct, Dominique Dupont a immédiatement présenté les chiffres de son magasin : «la marge nette du rayon boucherie s'élevait en 2009 à 19%, en retrait de 0,5% par rapport à l'année précédente», précise-t-il en convenant que ce chiffre englobe de nombreux paramètres. Non seulement, il y a la coexistence de plusieurs viandes, mais il y a aussi le fait de la segmentation des gammes. Comme l'a rappelé Christiane Lambert, les hypermarchés travaillent hors promotion avec trois gammes de produits : «vous avez les produits de marque, les produits MDD (marque de distributeur) et les produits hard discount, qui occupent une bonne partie des rayons des hypermarchés pour concurrencer les enseignes spécialisées du secteur». Et de renchérir en soulignant que la marge est, au départ, très différente sur chacune des gammes, puisque plus on «monte» dans la notion de marque, plus la part du produit agricole est faible dans le produit final, et donc, plus la marge du distributeur peut varier sans une grande incidence sur le produit final.

La grande distribution tire avantage des fluctuations

Gérard Barbier a fait part des constatations qui ressortent des enquêtes d'UFC-Que Choisir. «Le budget alimentaire représente aujourd'hui 16,4% du budget global des ménages ; à ce stade, il semble incompressible. Pour autant, nous sommes en permanence confrontés à l'opacité des prix et des marges de la grande



Les débats vifs et animés ont captivés l'assistance.

distribution. Par exemple, quand les prix agricoles ont augmenté en 2007, les variations de prix se sont faites immédiatement ressentir en grande surface, ce qui a été moins vrai depuis le début de la chute des cours agricoles». Et Christiane Lambert de confirmer : «les grandes surfaces s'approvisionnent par contrat ; quand les prix à la production montent, elles anticipent une hausse en rayon alors que le prix du contrat est fixé parfois pour plusieurs mois. A l'inverse, quand les prix agricoles baissent, elles mettent une forte pression sur leurs fournisseurs pour anticiper à la baisse leur contrat d'approvisionnement sans le répercuter en rayon». Dans les deux cas, la grande distribution tire avantage des fluctuations.

Quelle marge de manœuvre reste-t-il donc aux agriculteurs et aux transformateurs pour tirer leur épingle du jeu ? Chacun à la tribune a reconnu que cette marge est individuellement faible, car avec leur rôle de goulot d'étranglement, bon nombre des 11500 PME agroalimentaires françaises sont dans un état de quasi dépendance vis-à-vis des grandes surfaces. Christiane Lambert cite quelques exemples : «on a en France des PME dont le chiffre d'affaire est assuré à 80% au travers de la grande distribution, que ce soit sur des produits de marque, des produits MDD ou hard discount, lesquels sont fabriqués sur les mêmes chaînes. Ces entreprises ne peuvent

pas perdre un marché et les distributeurs savent utiliser toutes les ficelles. Par exemple, si une entreprise consent une baisse de prix sur une des trois gammes pour préserver son activité, il y a fort à parier que l'enseigne va lui demander quelque temps après une même baisse sur les deux autres gammes qu'elle lui achète».

Plus de repères sur les prix

Au final, on sent qu'il n'y a plus de lien logique entre les prix agricoles et les prix en rayon, ce que confirme Gérard Barbier : «on le voit beaucoup en accompagnant les ménages en difficulté, il n'y a plus de repères constants en matière de prix alimentaire, il n'y a que des prix bas faits au travers des promotions». Les promotions sont très courantes dans les grandes enseignes, mais elles sont extrêmement mal perçues par les producteurs. En témoignent les interventions de Jean-Michel Damay et de Audouin de l'Épine ; le premier considérant que certaines promotions portent sur des produits qui sont soit en sur quantité soit en sous qualité et que, pratiquées régulièrement, elles tirent toute la production vers le bas ; le second estimant qu'à force de brader la marchandise au travers des promotions on tue l'innovation des PME.

Dominique Dupont a balayé la question très promptement : «les promotions sont aujourd'hui incontournables, nos magasins ont en per-

manence un catalogue promotionnel et si ce n'est pas le cas, nos ventes baissent de plus de 10% car les consommateurs épluchent les prospectus et vont chercher les produits dans l'enseigne où ils sont les moins chers. Mais les promotions sont efficaces. Cet hiver, alors que les stocks de pommes sont abondants en Nord Pas de Calais Picardie, nous avons lancé avec les fournisseurs régionaux une promotion conséquente durant une semaine. Résultat : 54% de ventes supplémentaires en une semaine».

Le culte du moins cher

Mais Christiane Lambert a aussi dénoncé le fait «qu'on a les consommateurs que l'on mérite ; à force de leur inculquer le culte du moins cher, il ne faut pas s'étonner si cela devient le seul critère de choix de magasin». Et de poursuivre, «il y avait cet hiver une promo dans vos magasins qui proposaient, pour deux poulets achetés, de repartir avec trois poulets supplémentaires gratuits. Cela détruit l'idée même d'une valeur ou d'un prix. De plus, même si cela fait un appel d'air sur une semaine sur le secteur de la volaille de chair, il est fort à parier que les semaines suivantes les consommateurs dont les congélateurs étaient pleins ne se sont pas jetés sur les poulets».

A ce stade, les discussions paraissent aller dans une impasse, et peu de solutions concrètes émergent. Toutefois, il y a sans doute des pistes

possibles pour les agriculteurs puisqu'il s'en sortira. Première piste, le patriotisme alimentaire. Ainsi Jean-Michel Serres, président de la FNP, est-il revenu sur l'engagement de la Fédération du commerce et de la distribution de mettre en avant le logo VPF (Viande Porcine Française), tant sur les morceaux à cuire que sur les produits transformés. «Cette initiative nous permettra de vendre prioritairement nos productions et d'être un peu moins en concurrence avec d'autres pays comme l'Allemagne», a-t-il rajouté soulignant non sans malice que les magasins Auchan n'avaient pas encore répercuté cette décision sur leur étiquetage.

Des prix stables, mais rémunérateurs !

Dominique Dupont a saisi la balle au bond, rappelant la proximité d'Auchan avec les filières nationales : «à l'inverse de nos concurrents, et vous pouvez venir le vérifier, toutes nos viandes rouges sont issues des filières françaises. Nous souhaitons connaître nos fournisseurs et les producteurs avec lesquels nous faisons du business ; par exemple nous venons de monter une filière nous permettant de proposer à l'année un prix constant des côtes de porc à 3,50 € le kilo et de garantir des prix stables aux producteurs».

Et Christiane Lambert de répondre «des prix stables, c'est bien mais à condition qu'ils rémunèrent les producteurs». Comme l'a précisé Michel Rieu : «le marché du porc est extrêmement fluctuant car rien n'est prévu pour le réguler. Les grandes surfaces jouent donc un rôle fondamental dans la construction des prix. Comment peut-on savoir si tel ou tel morceau affiché en promotion contribue à une bonne valorisation ou non de la carcasse achetée. Dans le domaine du porc, la rentabilité nette était de l'ordre de 6 cts d'euros il y a dix ans contre rien aujourd'hui alors que dans le même temps que la marge brute est passée de 1,50 à 2,20 € par kilo». C'est donc une observation de l'ensemble des valorisations des produits qui sortent des fermes.

Au final et c'est sans doute ce qui a le plus transpiré des débats entre 400 000 producteurs, 11 500 PME et 7 distributeurs, le partage de la marge reste un rapport de force permanent et si les notions de contractualisation permettent «une relative stabilité» dans les prix au producteur dès lors qu'ils sont organisés, la pression des distributeurs est telle que c'est dans le cadre d'un état interventionniste, au travers des interprofessions, que l'on pourra défendre au mieux les agriculteurs.

FRANCOIS MAGNIE

Christiane Lambert : «revoir, rejuger, réagir»

■ Christiane Lambert a conclu les débats et la journée en traçant les perspectives de la Fnsea : «Nous traversons une crise et il nous faut redoubler d'effort. En tant que syndicat responsable et réformiste, la Fnsea se doit d'avoir un discours lucide et sincère certes difficile mais courageux. Nous avons une concurrence européenne forte. La donne a changé depuis quinze ou vingt en agriculture et nous devons nous adapter à des paramètres nouveaux : la fluctuation des prix, la régulation moindre,

une pression sociale et environnementale accrue, tout ce ci doit nous amener à réformer nos outils. Si la devise de la JAC était voir, juger, agir, avec les mêmes valeurs que nos prédécesseurs, la nôtre doit être de revoir, rejuger, et réagir, nous devons analyser le contexte actuel, juger la performance des solutions en place ou d'autres solutions alternatives et enfin agir et réagir pour faire les bons choix et garantir les meilleures conditions pour exercer durablement notre métier».