

Quelles sont les pistes à disposition des producteurs pour construire des prix justes, comment les soutenir en tant que consommateur ? par Bernard Mayne (Socopro)

Pour ouvrir le débat sur le thème il m'a paru essentiel de réaliser un tour de table afin que chacun puisse se présenter. Il m'a paru essentiel de présenter le Collège des producteurs en quelques mots.

Le Collège des Producteurs est une interface entre les Producteurs, les pouvoirs publics et les acteurs des filières. Au sein du Collège, les Producteurs peuvent interagir avec les agences publiques, les consommateurs, le secteur de l'agro-alimentaire et de la distribution.

Afin de répondre à la diversité des secteurs qui composent l'Agriculture wallonne et offrir à chaque secteur la possibilité de faire entendre sa voix, le Collège fonctionne au travers d'Assemblées Sectorielles.

Cet outil de consultation, au service du Collège des Producteurs, permet aux agriculteurs de faire-valoir leurs intérêts auprès des pouvoirs publics et d'affirmer leur place au sein des filières. La voix des producteurs, telle que collectée lors des Assemblées Sectorielles, est relayée par deux représentants de chaque secteur siégeant au sein du Collège des Producteurs. Ces avis émanant directement des producteurs ont pour objectif d'orienter la recherche wallonne confiée au Centre de Recherche Agronomique de Gembloux, le CRAw, ainsi que la politique de promotion de l'Agriculture wallonne menée par l'APAQw. Ces avis participeront donc à l'élaboration de plans stratégiques pour la Recherche et la promotion de l'Agriculture.

En parallèle à ce rôle de consultation, le Collège assure un soutien aux initiatives qui améliorent le revenu des producteurs et représente au travers un chargé de mission chacune des filières de production.

Le collège réalise actuellement un important travail sur l'épineuse question de la juste rémunération de nos agriculteurs. La finalité de ce travail tend vers la réalisation d'une charte encadrant des pratiques commerciales plus justes entre les acteurs d'une filière. En guise d'illustration, j'ai détaillé l'initiative de la marque C'est qui le patron en France, ou le cahier des charges à été élaboré par les consommateurs au travers un questionnaire sur le net. Cette initiative rencontre un succès énorme et a servi de fil conducteur à notre table ronde.

Quelles sont les pistes à disposition des producteurs pour construire des prix justes ?

Après avoir analysé plusieurs initiatives existantes accordant une meilleure rémunération sur le prix juste, on s'est rendu compte qu'*Un prix juste n'est pas juste un prix, il se construit !*

Face à ce constat, les personnes présentes autour de la table ont directement réagi sur le manque d'outils à disposition des producteurs et des consommateurs sur la manière dont se calcul et se construit un prix. A l'heure actuelle est-ce que ces outils sont utilisables pour les producteurs ? J'ai fait la remarque que des outils existent depuis longtemps sur le portail de l'agriculture. En réaction à ma remarque, les questions se posent sur la compréhension et la faisabilité de ces outils, mais aussi sur le manque de temps des producteurs. De plus si ces outils existent pour les spéculations principales, mais il n'y a rien pour les marchés de tailles réduites ou encore à destination des maraîchers.

Une autre réaction suite à ce débat vient du fait d'un manque flagrant de communication envers le consommateur sur des sujets aussi important que cela, le consommateur n'a aucun accès à des informations de ce type et cela est regrettable car si le consommateur développe une sensibilité

envers cette problématique, par le manque d'information il ne sait pas ce qu'il peut faire pour aider au mieux les agriculteurs.

Une piste que l'on retrouve dans toutes les initiatives analysées par le Collège des producteurs est la nécessité pour les producteurs de se regrouper entre eux. En effet, la création d'organisations de producteurs ou de coopératives va permettre une concentration des produits pouvant améliorer les négociations entre les acteurs.

Actuellement, le producteur se retrouve le plus souvent seul et coincé à l'extrémité de la filière dans une position où il est impossible d'avoir une négociation démocratique avec les acteurs situés en aval. De plus les consommateurs sont partisans de pouvoir s'impliquer dans ce type d'organisation et de pouvoir resserrer le lien entre les producteurs et les consommateurs. Un exemple cité lors du débat est celui d'Agricovert où les producteurs et les consommateurs sont en relation directe.

La question du rôle des syndicats a été brièvement soulevée par les personnes présentes : défendent-ils encore nos agriculteurs ? Car cela fait des années que l'on entend les producteurs se plaindre de prix toujours de plus en plus bas et visiblement peu d'engagements forts sont défendus dans ce sens par les syndicats.

Une piste pour le producteur est la segmentation du produit, en créant de la valeur ajoutée à ce produit. En effet, le consommateur se montre de plus en plus sensible au message tel que mettre l'accent sur la proximité, la qualité, le respect de l'environnement etc... De manière à se démarquer des produits sur lesquels règne une pression énorme afin de garantir un prix faible auprès des consommateurs. Les consommateurs s'identifient de plus en plus à ces produits différenciés.

Une question est posée : Les producteurs ont-ils le temps de s'occuper de tout ? Assurément non, les producteurs savent produire des aliments de qualité. Mais il faut être conscient que vendre est un métier à part entière de nos jours sans compter les obligations administratives qui y sont liées. Comment peut-il dès lors concilier les deux ? Ne faudrait-il pas envisager des structures pour aider les producteurs dans ces démarches ?

Comment les soutenir en tant que consommateur ?

Les consommateurs ont le pouvoir de faire changer les choses, il est facile de se rendre compte que les distributeurs offrent un service aux consommateurs, si le consommateur est sensible à un message, a des valeurs plus justes, le distributeur fera tout pour s'adapter aux attentes nouvelles des consommateurs.

Concrètement, le consommateur peut agir en montrant par exemple son intérêt pour avoir une transparence beaucoup plus grande envers les prix des produits, en n'hésitant pas à poser des questions auprès du personnel présent dans les rayons. Le consommateur peut exiger d'avoir des informations sur les produits, leur mode de production, comment cela se passe etc, il faut faire l'effort d'être curieux. Peut-être qu'ainsi le message remontera jusqu'à la direction du magasin et de la faire naître une prise de conscience sur les pratiques.

Le consommateur peut favoriser le circuit court lors de ces achats du quotidien et ainsi apporter directement son soutien aux producteurs en évitant les intermédiaires. Ce processus permet aussi l'échange direct d'informations sur les produits, sa méthode de production etc entre le producteur et le consommateur. Les consommateurs ont également remarqué l'existence de certains freins au développement de ce type de commercialisation comme notamment l'AFSCA qui doit revoir les critères de contrôle, et ne pas adapter les normes de contrôles des industries à celle d'une exploitation agricole.

Les consommateurs sont également prêts à s'impliquer dans des coopératives afin de faire valoir leurs avis mais aussi en vue d'échanger sur leur vision d'une alimentation de qualité directement avec les producteurs. La difficulté ici provient du fait que les consommateurs doivent pouvoir se mettre à la place du producteur, et le producteur du consommateur afin d'avancer dans une direction unique qui sera bénéfique pour chacun.

Il me semble ici important d'insister sur le fait que lors de ce débat, les consommateurs présents se sont montrés avide d'information sur ces sujets, et ne savent pas où aller pour en bénéficier. C'est un point qui me paraît important et à prendre en compte là je pense que les producteurs ont un rôle à jouer en termes de vulgarisation des pratiques.