

INTRODUCTION

CONSOMMATEURS EN TETE, PRODUIRE POUR UN MARCHE !

Au Congrès de Rungis, les 28 et 29 novembre 2001, la FNPL a jeté les bases d'un plan stratégique d'adaptation et de développement des entreprises légumières pour créer de la valeur et vivre de notre métier.

C'est dans ce cadre dynamique et responsable que nous voulons situer notre action aujourd'hui, créer de la valeur, pour la rentabilité et la compétitivité des entreprises, dans l'intérêt des consommateurs.

Progresser pour être meilleurs que nos concurrents en terme d'innovation, de modernisation, de qualité, d'image, de rapport qualité/prix, et améliorer nos parts de marché et nos marges.

Nous devons accepter de nous battre avec les réalités des marchés et nos concurrents extérieurs, amenuiser nos concurrences internes, obtenir des Pouvoirs Publics les mêmes moyens que nos concurrents étrangers et qu'ils appuient nos initiatives et projets de valorisation des légumes de France.

Résolument ancrés dans l'économie de marché, nous voulons définir des propositions et des réponses professionnelles, corrigeant nos faiblesses et valorisant nos atouts, afin de répondre aux attentes des consommateurs, de l'aval de notre filière, de la société, avec la volonté de vivre de notre métier.

Pour cela, nous proposons des **mots clefs** pour conduire une politique vraie et qui ait du sens : **Entreprises citoyennes, développement durable, responsabilité politique.**

Notre projet privilégie les projets d'entreprises, les métiers et les hommes - comme un facteur clef de réussite-, la construction interprofessionnelle et de filière, la définition et la mise en œuvre d'une politique publique, nationale et européenne, ambitieuse.

En effet, ce plan stratégique n'a de sens que s'il est orienté par la volonté de produire pour un marché et de satisfaire les attentes de la société, concitoyens et consommateurs.

Ce n'est qu'à cette condition, en **appuyant notre action sur trois piliers, la santé, l'éthique et le droit**, que nous pourrons valoriser les atouts des légumes : Santé, Naturalité, Plaisir.

La FNPL s'inscrit à ce titre parfaitement dans la tribune de Jean Sales, Président du Conseil de Direction de l'Oniflhor pour les fruits et les légumes, parue dans le quotidien économique national Les Echos, daté des 29/30 septembre 2002.

1. Les légumes frais : des aliments bons à manger et « bons à penser » ?

(Eric Birlouez, Rungis 2001)

Quelles sont les caractéristiques majeures de la relation que nous entretenons aujourd'hui avec notre alimentation ? Comment les légumes frais se positionnent-ils dans ce contexte ? Quels sont leurs atouts face aux évolutions récentes et aux tendances lourdes de la consommation alimentaire ? Quels sont leurs handicaps et leurs fragilités, et quelles exigences en découlent pour les acteurs de la filière ?

Un nouveau rapport à l'alimentation

Au cours des cinquante dernières années, les représentations, les attitudes et les comportements des Français vis-à-vis de l'alimentation ont connu des changements très profonds. Ces évolutions se sont produites sous l'effet conjugué et interdépendant de trois grands ensembles de facteurs :

- la *transformation brutale de la société française* (travail moins « physique », accroissement du pouvoir d'achat, expansion du travail salarié des femmes, réduction de la taille de la cellule familiale, vieillissement de la population, mode de vie citadin, etc) ;
- *l'émergence de nouvelles valeurs et mentalités*. Par exemple, le changement du regard porté sur notre corps : hier, outil de travail, aujourd'hui capital social et capital « santé » ; du coup, la perception de l'alimentation comme carburant de notre force musculaire a cédé la place à des préoccupations *qualitatives* ;
- *l'industrialisation de l'alimentation*, l'intensification de la production agricole, l'essor de la grande distribution et la mondialisation des échanges de biens alimentaires...

La première crise de l'ESB (mars 1996) a joué un rôle de *catalyseur*, en accélérant ces changements de représentations, d'attitudes et de comportements initiés, pour certains d'entre eux... il y a plusieurs décennies.

▪ Première caractéristique de notre relation contemporaine à l'alimentation : *la montée des peurs alimentaires*. Au-delà de l'impact des « affaires » récentes, celle-ci résulterait, pour partie, du *changement de statut de l'aliment*, lui-même lié à *l'industrialisation* de la production de nourriture (FISCHLER). L'aliment « venu d'ailleurs » et « transformé » par les IAA a perdu son statut d'objet simple, proche et familier (le lait UHT enrichi en vitamines et conditionné en pack ou le blanc de volaille sous film de cellophane sont souvent perçus comme des produits... industriels, sans lien avec l'animal qui les a fournis). De simple et stable dans le temps, l'aliment est devenu complexe et changeant (cf. le rythme de l'innovation alimentaire). Son *identité* - composition, origine, process appliqués... - est devenue *floue*. Parallèlement, le passage des denrées agricoles par une usine induit, chez le mangeur, le sentiment d'une *absence totale de maîtrise* sur sa nourriture. D'où une anxiété... qui réactive notre méfiance archaïque d'*Homo sapiens* vis-à-vis de la nourriture : en étant *incorporé*, ce « corps étranger » ne risque-t-il pas de nous contaminer symboliquement et « de l'intérieur », d'altérer notre identité profonde ? La période récente a fait resurgir avec force cette angoisse... anthropologique que l'accès à une nourriture abondante, diversifiée et bon marché avait temporairement occultée.

Dans ce contexte de défiance généralisée et croissante vis-à-vis de l'alimentation moderne, les **légumes frais disposent d'un sérieux atout**. Ils passent directement du champ à notre assiette, sans faire le détour par une usine (ce qui est aujourd'hui le cas de 80 % de nos produits alimentaires). Leur aspect est à peu près celui qu'ils présentaient lors de leur récolte. Perçus comme plus proches et plus « naturels », ils sont moins sujets au soupçon qui pèse aujourd'hui sur les aliments « transformés ».

Si nous nous méfions de ces derniers, nous ne sommes pas prêts, pour autant, à renoncer à leurs avantages. Et, en premier lieu, à leur **praticité**. De ce point de vue, les légumes frais présentent des handicaps : nécessité d'un approvisionnement régulier, d'un temps de lavage, épluchage et/ou cuisson, d'un minimum de savoir-faire culinaire... Par ailleurs, les aliments proposés par les « géants de l'alimentaire » bénéficient d'investissements en marketing, packaging, publicité... bien supérieurs à ceux que peuvent consentir les acteurs de la filière légumes frais.

▪ Notre société contemporaine se caractérise par un besoin croissant de *réassurance*. Sous l'effet de la crise (économique, sociale, mais aussi crise des « valeurs » et des « modèles », crise de confiance), les motifs d'inquiétude se sont multipliés : peur du chômage, de la précarité et de l'exclusion, de l'insécurité urbaine, de la violence à l'école, de la pollution, du sida, de la mondialisation, du terrorisme international, de la troisième guerre mondiale, etc. Les peurs alimentaires ne sont-elles pas, *in fine*, une manifestation parmi d'autres de ces multiples angoisses ? Celles-ci donnent lieu à une quête effrénée de valeurs (famille), d'activités (jardinage, tourisme vert, arbres généalogiques...) ou de produits « *refuges* » : les aliments fermiers ou de terroir, les cuisines régionales, qui incarnent une tradition et une authenticité sécurisantes, sont plébiscités.

Parce qu'ils n'ont pas été dénaturés par les entreprises de transformation, les légumes frais sont souvent perçus comme des produits « *authentiques* » ou « *vrais* », susceptibles de répondre à ce besoin de réassurance. A ce propos, il serait intéressant de vérifier si leur association à la quête personnelle de « racines » n'est pas renforcée, sur le plan symbolique, par l'ancrage physique de ces végétaux dans la terre qui les porte.

▪ Lié à l'augmentation continue de l'espérance de vie, le souci de préserver son capital **santé** a envahi les assiettes à partir du début des années 90. Les légumes (et les fruits) commencent aujourd'hui à bénéficier des discours nutritionnels soulignant leurs bienfaits pour la santé. Autant que le contenu de ces recommandations, le très large *consensus* de la communauté scientifique renforce l'impact de ces messages : dans un contexte d'offre alimentaire pléthorique, le consommateur dispose ici de *repères* stables et non contestés... qui sont nécessaires à ses choix. Mais, dans ce domaine, la vigilance reste de mise : les légumes ont été récemment « épinglés » par les médias à propos des résidus de pesticides et de leurs possibles effets à long terme sur la santé.

▪ Crédités d'une image d'aliments « légers » (peu caloriques), les légumes apparaissent en phase avec notre représentation actuelle du **corps idéal** (svelte, mince). D'après l'enquête INCA du CREDOC, un adulte Français sur quatre (et une femme sur trois) déclarait, en 1999, suivre un régime alimentaire (les raisons médicales ne représentant qu'une faible part des motivations affichées).

▪ **L'hédonisme** (c'est-à-dire le culte du plaisir, de la jouissance individuelle) représente un autre aspect marquant de l'évolution générale des mentalités. Dans le domaine de l'alimentation, il se manifeste, depuis le début des années 90, par la réhabilitation du « plaisir

de manger » (après une décennie de privations et d'« interdits » diététiques). La recherche d'une alimentation favorable à la santé n'est plus perçue comme incompatible avec le plaisir. Ce dernier revêt des formes variées : la *convivialité* du plat partagé (les années de crise ont eu tendance à renforcer ce besoin), la *saveur* des produits et, plus largement, l'excitation de *tous* les sens : formes, couleurs, textures, odeurs, parfums... Cette « polysensorialité » constitue un atout pour les légumes, mais elle comporte aussi des exigences : la poursuite des efforts de la filière pour restaurer la saveur de ses produits, le soin à apporter à leur présentation sur les étals...

▪ Valeur elle aussi en forte hausse, *l'éthique* se traduit par une exigence de transparence ou d'indépendance (vis-à-vis des IAA, des pouvoirs publics, des médias, des experts...), par le souci de préserver *l'environnement* pour les générations futures, par l'intérêt porté au commerce « équitable »... Mais aussi par des questionnements sur la *légitimité* de l'instrumentalisation et de la manipulation du vivant (OGM) ou de la consommation de viande : certains d'entre nous jugent *moralement inacceptables* les conditions de vie et la mise à mort infligées aux animaux dans les élevages intensifs (les végétaux sont à l'abri de tels reproches : leur statut est très différent de celui des animaux qui, c'est l'évidence même, nous ressemblent bien davantage). Plus largement, le *sens* même de la course à la productivité et du progrès technique est aujourd'hui « interrogé ».

L'aliment doit aussi être « bon à penser »

Ces évolutions *récentes* de notre relation à l'alimentation ne doivent pas nous faire oublier une donnée fondamentale. Depuis la nuit des temps, nos choix et comportements alimentaires sont (aussi) guidés par la *dimension symbolique, affective, imaginaire, « magique »*... que nous attribuons, plus ou moins consciemment, à nos aliments. Claude Lévi-Strauss avait formulé cette vérité éternelle en affirmant que « *pour qu'un aliment soit ingéré, il ne suffit pas qu'il soit bon à manger. Il faut aussi qu'il soit bon à penser.* »

Cette notion varie selon les cultures, les époques et les individus. Longtemps méprisés par les élites sociales françaises, les légumes ne redevinrent « bons à penser » qu'à partir de la Renaissance.

De même, l'attrait actuel pour des aliments « naturels » ne relève pas seulement de la crainte d'éventuels contaminants chimiques (additifs, métaux lourds, résidus de pesticides, d'hormones ou d'antibiotiques...) ou biologiques (bactéries, prion). Elle renvoie, chez certains, à la vision idéalisée d'une Nature « bonne » par essence, dispensatrice de vie, mère protectrice apaisant nos angoisses modernes.

Ces considérations montrent la *limite* des (nécessaires) actions visant à rassurer le mangeur : sécurité alimentaire renforcée, traçabilité, signes de qualité, communication, éducation... Ces réponses sont « techniques » alors que nos attentes et nos craintes, elles, sont souvent d'une toute autre nature.

2. Les légumes frais, un secteur à part ...

- Un secteur de production à part de l'agriculture, des enjeux de société en matière de santé publique, d'aménagement du territoire, d'emploi.
- Des produits finis, consommables en l'état, périssables, non stockables, à offre et à consommation aléatoires car liées au climat.
- Des produits dont la consommation est sur une tendance de croissance de + 0,5 à + 1 % par an.
- Des produits santé, ce qui est scientifiquement démontré, et dont l'intérêt dépend de la proximité avec le consommateur.
- Des PME réparties sur l'ensemble du territoire (environ 40.000 entreprises), fortement employeurs de main-d'œuvre peu ou pas qualifiée et avec une capacité d'insertion des hommes dans l'économie.
- Des filières et un tissu économique induits en amont et en aval important

... Et des défis à relever...

- Une **conjoncture de marché** exceptionnelle, particulièrement difficile, liée principalement à des effets climatiques (printemps, été) et aux désordres dont souffre la filière dans la valorisation des produits.
- Des **distorsions de concurrence** importantes, sociales, réglementaires, environnementales, sanitaires ou en matière de soutiens publics (Espagne, RFA,...).
- Une **captation de la valeur** par le commerce (grande distribution et grossistes) par des ristournes sans contreparties qui représentent de 5 à 8 % du chiffre d'affaires, soit 150 à 244 millions d'Euros (1 à 1,6 Milliards de F) par an.
- Un **marché européen ouvert** qui risque d'être déstabilisé par l'ouverture aux PECO et la réforme de la PAC

... Pour redonner à nos entreprises les moyens de leur rentabilité et de leur compétitivité au service des consommateurs !

2.1. « Producteurs dans le désarroi, entreprises en sursis, Responsabilités politiques majeures ! »

Les producteurs de légumes connaissent depuis plusieurs mois une crise de marché sans précédent, en particulier pour les productions de concombre et de plein champ, salades ...

Des prix payés au producteur ridicules (20 centimes d'euro la salade ou le concombre), des invendus, des pertes au champ...

Retards de paiement des cotisations sociales, développement de prêts court terme en pleine période de récolte par manque de trésorerie...

Les Pouvoirs Publics sont responsables, pour leur part, de l'incapacité dans laquelle se trouvent toutes les entreprises, petites et grandes, à faire face à cette crise conjoncturelle :

- Coût de la main-d'œuvre et charges pesant sur l'emploi (35 heures,...) ;
- Autres taxes et charges pesant sur les moyens de production, notamment l'énergie ;
- Distorsions de concurrence très importantes avec les autres Etats européens et les pays tiers, engendrées par des contraintes réglementaires, sanitaires, environnementales, sociales ;
- Poids des ristournes « accordées » au commerce (distributeurs et grossistes), incapacité ou absence de volonté à faire respecter les lois régulant les relations commerciales et la concurrence ;

Les Pouvoirs Publics et les élus, députés et sénateurs, doivent prendre conscience de la gravité de la situation de nos entreprises et des menaces qui pèsent sur nos emplois.

Il est de la responsabilité des Pouvoirs Publics de mettre en place très rapidement un plan d'urgence puis un plan stratégique légumes.

2.2. « Pour satisfaire les consommateurs, nos entreprises doivent être rentables ! »

Consommateurs en tête, nous concluons notre Congrès de Rungis par ces mots car nos entreprises, qui ne vivent que du marché, se doivent d'avoir le souci de répondre aux attentes, souvent diverses, de leurs clients.

Aujourd'hui, nos produits frais, donc de proximité, se voient également conférer une mission de santé publique, confirmée par de nombreuses études scientifiques et les autorités de l'Etat.

Cependant, le recours de plus en plus courant au moins disant économique, mais donc également social, environnemental,... par les acteurs du commerce, l'application molle des volontés politiques pourtant claires de redonner de l'éthique et de l'équilibre aux relations commerciales (cf. les Nouvelles Régulations Economiques - NRE), encouragent la banalisation des produits et découragent les efforts de qualité développés à la production.

De plus, les charges fiscales, sociales, réglementaires, de plus en plus lourdes imposées par l'Etat, ainsi que les distorsions de concurrence avec l'Allemagne, l'Espagne ou le Maroc, condamnent implacablement nos entreprises les unes après les autres si rien n'est fait rapidement.

On ne peut invoquer indéfiniment les bienfaits des fruits et des légumes frais et ne rien faire ! Les producteurs de légumes prennent toutes leurs responsabilités pour produire beau, bon et sain.

A l'Etat de prendre enfin la vraie mesure des difficultés, de mettre de l'ordre dans les marchés et de redonner de la compétitivité aux « Légumes de France ».

2.3. « Distorsions de charges, une nécessaire cohérence européenne »

Nos entreprises et nos filières souffrent de distorsions de concurrence particulièrement graves, que ce soient en matière de main-d'œuvre et de conditions d'emploi, de respect de l'environnement, de réglementation et d'innocuité des produits ou de sécurité phytosanitaire, voire de politique et de soutiens publics au profit de stratégies productivistes.

Avec de vrais dangers pour la qualité des produits, l'environnement, l'emploi, l'aménagement du territoire...

C'est particulièrement le cas pour le coût de la main-d'œuvre dont on connaît l'impact sur nos comptes d'exploitation.

Ce peut être demain le cas, si contre toute vision claire des intérêts de la France, l'eau du Rhône était détournée vers la Catalogne, puis l'Andalousie..., ce à quoi nous nous opposons avec force.

La FNPL est déjà intervenue auprès du Commissaire européen en charge de l'agriculture, Franz Fischler qui a reconnu le nécessaire respect des conditions d'une concurrence saine et loyale en Europe.

Les Maraîchers du Roussillon ont préparé avec la FNPL un dossier sur les distorsions avec l'Espagne transmis à Jean Glavany et Franz Fischler.

D'autres initiatives seront nécessaires.

Le combat sera long, ne baissons pas les bras !

2.4. « Pour une nouvelle politique des fruits et des légumes en Europe »

L'OCM réformée, l'organisation économique et l'organisation commerciale sont des instruments importants et des dispositifs efficaces. Cependant, ils n'atteignent pas leur objectif de régulation des prix par le marché dans un secteur si varié qui s'appuie sur une cinquantaine de métiers distincts.

Car des **discriminations de fond** telles que les règles sociales, fiscales, environnementales et plus encore, leurs applications dans la Communauté européenne créent des distorsions de mode d'exploitation, des distorsions de coût et des différentiels de charge qui perturbent gravement :

- les prix de marché avec les offres de moins-disants sociaux sur un espace théoriquement unifié ;
- la transparence et la clarté dues au consommateur avec, dans un légume ou un fruit présenté à l'état en apparence identique, des contenus en services et en valeurs

sociales incomparables, notamment au plan social, au plan fiscal, au plan environnemental.

Dès lors, au-delà d'un rééquilibrage arithmétique des aides entre secteurs de l'agriculture qui consisterait à prendre à Pierre pour donner à Paul, il est indispensable d'analyser le concept du soutien et d'en évaluer l'impact pour un objectif bien défini.

La FNPLégumes se prononce pour un soutien et un accompagnement accrus des entreprises légumières par des aides directes au rééquilibrage des coûts, qui sont la condition d'une concurrence normalisée.

La compensation des distorsions de concurrence et des différences de coût de production doivent pouvoir être autorisées par Bruxelles aux gouvernements des pays membres.

Les pays membres moins-disants au plan social doivent être vivement encouragés et soutenus pour ramener le travail, les conditions sociales et les conditions de rémunération, à des niveaux comparables à ceux des autres pays.

Ainsi, avec des objectifs d'emploi, d'aménagement du territoire, de santé, c'est une politique européenne ambitieuse pour des acteurs responsables, rétablissant les conditions d'une concurrence saine, compatible avec le droit, et visant à de nouveaux équilibres durables que nous aspirons.

Loin d'une demande d'assistanat, voilà une légitime aspiration. Sans cesse expliquons notre démarche autour de nous pour convaincre !

3. Pour un plan stratégique d'adaptation des entreprises et de développement de la production légumière en France

3.1. « Des défis à relever en équipe »

Les producteurs de légumes ont défini les orientations de leur Fédération lors du Congrès de Rungis, dans la continuité des travaux des Congrès de Cherbourg et de Cavaillon .

Une nouvelle équipe a pris la suite de Jean Sales, appelé à la tête du Conseil de Direction de l'Oniflor par le ministre de l'Agriculture.

Pour faire face aux enjeux de nos métiers et de nos produits dans nos exploitations, la FNPL poursuit son action, dans le cadre d'un plan stratégique d'adaptation et de développement des entreprises légumières en veillant tout particulièrement :

- à l'équilibre des relations commerciales ;
- à la valorisation des produits, notamment par le développement de la segmentation stratégique, projet mené dans le cadre d'Interfel ;
- à la réduction des charges et des distorsions de concurrence ;
- à la valorisation des ressources humaines, des métiers et des hommes.

Sous la bannière des «Légumes de France », proposée à Rungis par Jean Sales, nous menons ce combat en associant toutes les forces vives de notre profession.

Cependant, nous ne pouvons nous engager que pour ce qui est du ressort de notre profession, de nos compétences.

Les enjeux pour la société, Santé, Emploi, Territoire, et la nature des défis à relever exigent un signal politique clair vers notre secteur :

- Soit vers le désengagement de l'Etat, et un plan de cessation d'activité
- Soit en faveur de son développement, en mobilisant tous les moyens à notre disposition et en recherchant le maximum d'effets de leviers.

3.2. « Un projet politique »

Un projet politique « Légumes de France » pourrait alors comporter les axes suivants :

⇒ Favoriser l'emploi, en nombre et en qualité (cf. le projet de la FNPL – annexe 4)

- exonération de charges sociales salariales et patronales sur la partie du salaire correspondant aux minima sociaux (RMI), de façon à améliorer la rémunération nette des salariés du secteur et réduire le coût horaire du travail.
Un tel dispositif pourrait être financé par une TVA sociale de 1 % sur les produits agricoles et alimentaires.

- Encourager les dispositifs de formation, de qualification professionnelle, d'insertion dans l'économie.
- Renégocier l'accord sur les 35 h en agriculture pour tenir compte des évolutions législatives et réglementaires (taux de majoration des 4 premières heures bonifiées à 10 % pour toutes les entreprises ; déclenchement des heures supplémentaires majorées de 50 % à la 47^{ème} heure).

⇒ Réduire les distorsions de concurrence

- main-d'œuvre (charges, accès à la main-d'œuvre étrangère)
- taxes sur l'énergie (gaz et fuel)
- réglementations sanitaires et phytosanitaires (produits homologués)

⇒ Améliorer la capacité de gestion des risques par les entreprises

- une épargne de précaution défiscalisée permettant un lissage des revenus (10 % du chiffre d'affaires)
- Un dispositif national public de prévention des risques phytosanitaires est indispensable.

« En effet, l'Espagne a déclaré au cours de la dernière campagne plusieurs nouveaux foyers d'infection par différents virus des cultures légumières.

Cette information récente confirme l'état alarmant de la situation sanitaire dans ce pays et souligne les risques de développement de ces épiphyties en France, le sud de la France étant déjà directement concerné.

L'exemple de cet acteur important dans le commerce des fruits et des légumes démontre, de façon plus générale, que dans un contexte d'accroissement des échanges, il est indispensable d'accroître tous les moyens de lutte individuelle et collective contre les épidémies végétales en matière de légumes.

Pour la Fédération Nationale des Producteurs de Légumes, il est donc tout à fait indispensable de mettre en place un dispositif de lutte complet et réactif doté de moyens suffisants, y compris budgétaires :

- de veille sanitaire ;
- de contrôle aux frontières, en particulier de tous les matériaux végétaux concernés ;
- de mesures de prévention et de lutte adaptées ;
- d'un dispositif d'indemnisation nécessaire à l'efficacité de ces mesures et doté d'une ligne budgétaire identifiée.

En particulier, l'absence d'un dispositif d'indemnisation des producteurs mettrait en cause la santé financière des entreprises et l'efficacité des mesures de veille ou de lutte envisagées, ce que nous ne pouvons accepter.

En effet, au plan financier, contraindre un exploitant à fermer sa serre et à mettre ses salariés au chômage technique, au titre de la prévention ou de la solidarité, ne nous

paraît jouable que si l'on a prévu ce que peut être le soutien de la collectivité à cette contrainte individuelle d'intérêt collectif.

L'ouverture des marchés et la démultiplication des échanges ne peut être un choix politique responsable qu'à cette condition »

(Jean Salgado, secrétaire général FNPL – Editorial Légumes Infos Mars-Avril 2002)

⇒ Faire appliquer les NRE pour de vraies relations et filières loyales

- suppression des ristournes, remises et autres « coopérations » commerciales sans réelle contrepartie dès 2002
- faire vivre l'article 49 sur les promotions pour les fruits et les légumes frais (annexe 2)

⇒ Utiliser tous les leviers de la politique européenne (fonds structurels) au profit des projets professionnels nationaux et régionaux

⇒ Promouvoir la valorisation « Légumes de France » et « Tradition Maraîchère » (ceintures vertes) avec des produits de qualité, de proximité, de service

⇒ Maîtriser les productions par une carte de producteur ainsi que l'encadrement des reconversions vers les secteurs liés à la future réforme de la PAC

⇒ Organiser une négociation équilibrée avec nos partenaires du sud (Maroc,...)
(cf. en annexe le courrier adressé à Hervé Gaymard le 01.07. 2002 – annexe 3)

⇒ Maintenir un dispositif de gestion conjoncturelle des marchés, garant des efforts structurels engagés par la profession et les Pouvoirs Publics et appuyer sur une organisation efficace de la mise en marché des produits. C'est le sens du courrier adressé à Hervé Gaymard le 17 mai 2002 avec l'ensemble des sections nationales légumes.

« Monsieur le Ministre

Dans une économie de marché ouvert et concurrentiel, les producteurs de légumes prennent chaque jour leurs responsabilités et veillent à adapter en permanence leurs productions aux attentes des consommateurs.

C'est d'un marché qu'ils approvisionnent à 70 % et qui ne connaît pas d'excédents structurels notoires qu'ils tirent l'intégralité de leurs revenus.

Cependant, parce que les légumes sont des produits frais, périssables, non stockables, à offre et consommation aléatoires, leurs marchés connaissent des aléas conjoncturels qui, dans une situation de compétition européenne et de distorsions de concurrence fortes, peuvent fragiliser de nombreuses entreprises de production.

Enfin, sans remettre en cause le principe d'une maîtrise de la production, nous estimons illusoire, voire suicidaire pour la filière française, de ne pas l'envisager au minimum au niveau européen et des échanges avec les pays tiers.

C'est pourquoi, il nous semble important de préserver les principes et de mettre en place un dispositif d'intervention conjoncturel rénové et adapté aux particularités de nos marchés.

La FNPL et l'ensemble des Sections Nationales Légumes réaffirment la nécessité pour pouvoir développer des stratégies structurelles de disposer de dispositifs de gestion de la mise en marché des légumes au stade de la production, appuyés par les Pouvoirs Publics avec des moyens publics suffisants. Nous avons d'ailleurs fait des premières propositions en ce sens au cours de l'été 2001.

Par ailleurs, le rôle essentiel « d'expertise produit » des sections nationales pour mieux maîtriser l'adaptation des productions aux marchés, cette mission qui leur est confiée par la profession doit être reconnue par le ministère de l'Agriculture.

En effet, gestion conjoncturelle et expertise produit collectives sont indispensables à une politique nationale « Légumes de France », telle que nous l'avons proposée au Congrès National des Producteurs de Légumes le 28 novembre 2001 à Rungis, de développement maîtrisé et d'adaptation des entreprises légumières aux marchés.

Restant à votre disposition, nous vous prions de croire, Monsieur le Ministre, en l'assurance de notre considération distinguée. »

CONCLUSION

Des enjeux politiques de Santé publique, d'Emploi, d'Aménagement du Territoire.

Des attentes des consommateurs français et européens, qualité, proximité, fraîcheur, service.

Des attentes de la société en matière d'emploi et d'insertion dans l'économie, d'environnement...

Des réponses de producteurs avec des métiers et des savoirs-faire spécifiques, précis, nobles qu'il faut reconnaître, valoriser, encourager ;

Des réponses de filière vers un plus grand professionnalisme de la mise en marché et de la valorisation des produits.

Des réponses publiques nationales et européennes qui doivent prendre toute la mesure des enjeux et permettre, en accompagnant les projets, en réduisant ou compensant les distorsions de concurrence, en régulant les relations commerciales, aux producteurs et à la filière de développer des stratégies gagnantes pour la société, pour les consommateurs, pour la filière, pour les producteurs de légumes de France.

« Légumes de France, les orfèvres de l'agriculture »