



DOSSIER

Troubles Musculo-Squelettiques et idées reçues

Réussir **FRUITS** **LEGUMES**

Supplément au Numéro 297
Juillet-Août 2010

Le magazine des professionnels des fruits et légumes

L'Invitée



Elisabeth Mercier, Présidente de l'Agence Bio

« Le développement du maraîchage bio en France passe par des prix rémunérateurs pour les producteurs et accessibles pour les consommateurs »

MALADIE

Troubles Musculo-Squelettiques et idées reçues

Avec neuf maraîchers sur dix souffrant de cette maladie, les Troubles Musculo-Squelettiques (TMS) font beaucoup parler d'eux et bien des idées reçues circulent. Alors que se cache-t-il réellement derrière ces trois lettres ?

Les TMS représentent 91 % des maladies professionnelles reconnues pour les actifs agricoles tous secteurs confondus, et 87 % pour la filière maraîchage.

La filière maraîchage, avec l'horticulture et l'arboriculture, constituent le deuxième domaine d'activité agricole le plus touché par les TMS après la viticulture, et leur nombre est en augmentation ces dernières années.

Les TMS, une histoire de mode...

Depuis le début des années 90, le nombre des TMS a connu une augmentation spectaculaire. Ils constituent actuellement les pathologies professionnelles de loin les plus répandues dans les pays industrialisés.

Mais le problème des TMS n'est

pas nouveau (on le décrivait déjà au XIX^{ème} siècle), c'est son ampleur qui est récente.

Leur augmentation s'explique notamment par des changements dans l'organisation du travail et plus particulièrement pour le secteur agricole, par l'intensification et la spécialisation de la production.

Les TMS, une histoire de tendinite...

Les TMS regroupent un grand nombre de maladies chroniques affectant les muscles, les tendons et les nerfs au niveau des articulations des membres (épaule, coude, poignet, genou,...) et de la colonne vertébrale.

Ils se caractérisent par des douleurs, la raideur ou la perte de précision des mouvements et la perte de force, très

handicapantes dans la vie professionnelle et privée.

Les TMS, une histoire de bons et de mauvais gestes...

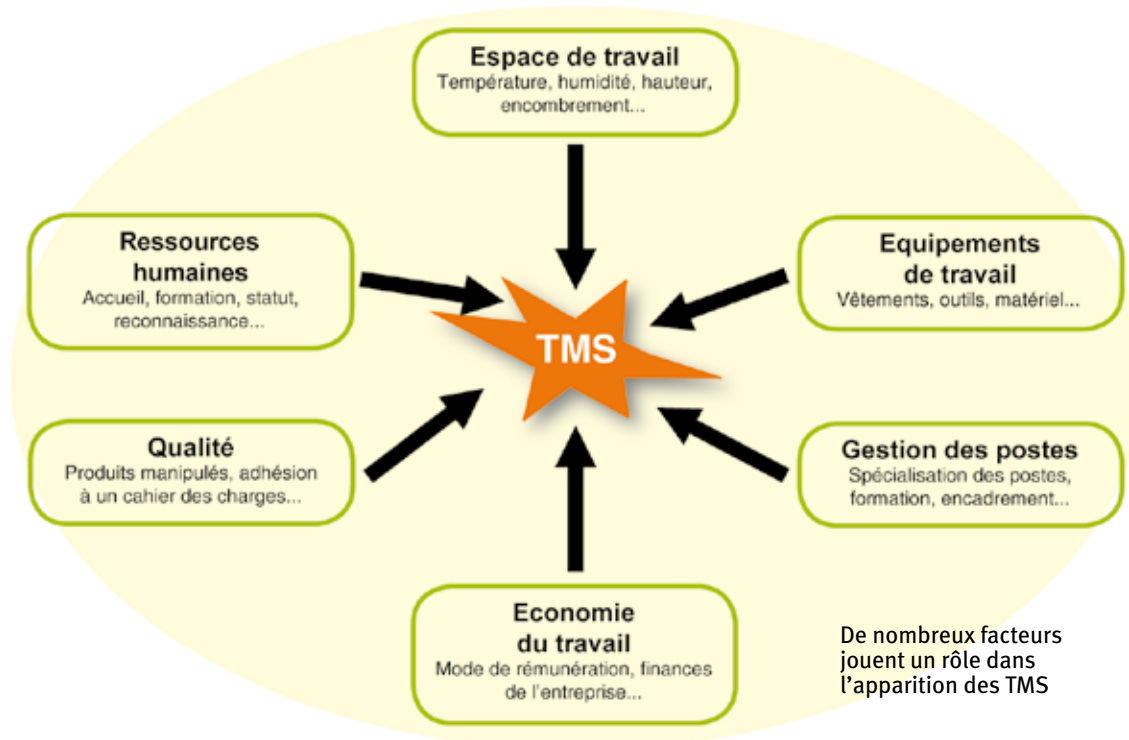
Les TMS sont dus à des facteurs de risque multiples. On pense souvent que la forte répétitivité des gestes, les efforts excessifs, les postures inconfortables ou maintenues durant de longues périodes, sont les causes uniques des TMS, mais c'est faux ! Ils sont tout autant liés à l'organisation du travail et à la perception négative du contexte professionnel (manque de reconnaissance, stress lié au travail...). De même, l'idée que les femmes sont plus sujettes aux TMS que les hommes est erronée ! Elles sont juste plus exposées car elles occupent des postes différents de ceux des hommes. ▲



Déceler le risque de TMS dans votre entreprise

Pour prévenir le risque de TMS, il est nécessaire de les repérer avant qu'ils ne s'installent. Pour cela, des indicateurs sont à prendre en compte :

- L'absentéisme ;
- Les départs (démission, non fidélisation d'employés saisonniers) ;
- Les maladies professionnelles éventuellement reconnues ;
- Les restrictions d'aptitude suite à un examen du médecin du travail ;
- Les plaintes informelles.



Prévenir les TMS

Les conséquences sociales et économiques des TMS sont telles que leur prévention doit être un enjeu prioritaire pour les entreprises. Mais la prévention « clé en main » n'existe pas ! Chaque situation est différente et nécessite des interventions adaptées portant par exemple sur l'organisation du travail, les postes, l'environnement de travail, le développement des savoir-faire, la valorisation des compétences...

Pour vous accompagner dans votre démarche, n'hésitez pas à faire appel aux conseillers en prévention et médecins du travail de la MSA de votre région.

“ PAROLE DE PROFESSIONNEL La prévention à l'exploitation

Témoignage d'un maraîcher de Loire-Atlantique ayant engagé une démarche de prévention des TMS avec la MSA

Jean-François Vinet est producteur de légumes sous serres (tomates) et de plein champ (mâche et muguet), en Loire-Atlantique. Il emploie 160 salariés permanents et des saisonniers.

Ce sont plusieurs réflexions qui l'ont amené à mettre en place des actions pour prévenir l'apparition des troubles musculo-squelettiques, avec notamment « le coût des arrêts de travail et un absentéisme important » mais aussi le bien-être des salariés : « De meilleures conditions de travail contribuent à être en forme et efficace dans son travail », déclare-t-il.

Les actions menées par l'entreprise concernent à la fois des aménagements techniques et des actions de formations. L'entreprise a investi dans du matériel qui facilite le travail de manutention et évite les gestes répétitifs. « L'acquisition de bacs de récolte pour les tomates en vrac a permis de limiter le port de caisses de tomates pour réaliser les palettes en bout de rang ».

D'autres aménagements techniques, tels que la mise en place de palettiseurs au conditionnement, ont permis de limiter le mal de dos. L'entreprise a également mis en place des formations Prévention des risques liés à

l'activité physique (Prap). Dans tous ces projets, l'entreprise a été accompagnée par le service Santé Sécurité au Travail de la MSA (CHSCT). La réussite passe aussi par une implication des salariés de l'entreprise. Chez Jean-François Vinet, le CHSCT est actif et les projets sont discutés en réunion.

Les résultats de cette politique ? Pour le moment, un ressenti très positif des salariés qui « disent qu'ils sont moins fatigués, que le travail est moins pénible qu'avant. Les résultats se verront aussi sur les aspects économiques dans le temps, avec moins d'arrêts de travail ».

L'entreprise n'a pas fini de réfléchir sur le sujet, d'autres projets sont menés, notamment dans le cadre de la formation, avec la mise en place de formateurs relais dans l'entreprise sur les gestes et postures (formation expérimentale en lien avec le FAFSEA, la MSA et la Fédération des Maraîchers Nantais). Affaire à suivre... ▲



ELISABETH MERCIER, DIRECTRICE DE L'AGENCE BIO

« Le développement du maraîchage bio en France passe par des prix rémunérateurs pour les producteurs et accessibles pour les consommateurs »

Directrice de l'Agence Bio depuis novembre 2004, Elisabeth Mercier est très investie dans la promotion de l'agriculture biologique au plan national et international. Nous l'avons interrogée sur l'avenir du maraîchage biologique en France.

Quelles sont les perspectives du marché bio, quels sont les moteurs du développement de la consommation de bio en France ? Au fait, « bio », ça veut dire quoi pour le consommateur ?

En quatre ans, le marché des produits biologiques a presque doublé en France passant de 1,6 milliards d'euros en 2005 à plus de trois milliards d'euros en 2009. Près d'un Français sur deux consomme au moins une fois par mois au moins un produit biologique ; 9% des Français tous les jours ; 26% des Français au moins une fois par semaine. Les consommateurs élargissent donc leur panier de produits bio au fil des années. Cela va continuer. C'est une vraie tendance de fond et pas seulement en France.

D'après les résultats du baromètre Agence BIO/CSA réalisé chaque année en octobre, produits bio et respect de l'environnement sont de plus en plus liés dans l'esprit des Français et les motivations éthiques de plus en plus présentes. Le nombre de Français qui connaissent les principes de la bio est en augmentation : dans leur esprit, l'agriculture bio est associée à une agriculture qui interdit l'utilisation d'OGM et de produits chimiques de synthèse tout au long de la chaîne de production, a des exigences spécifiques pour l'alimentation des animaux et leur bien-être, et des règles précises faisant l'objet de contrôles annuels spécifiques.

L'intérêt pour les produits bio augmente aussi en restauration collective. 40 % des gestionnaires ont déclaré avoir introduit

au moins un produit bio en 2009, ne serait-ce que de temps en temps. En un an, la valeur des achats de produits bio en restauration collective en France a plus que doublé passant de 44 millions d'euros en 2008 à 92 millions d'euros en 2009.

C'est encore modeste. Mais les perspectives de développement sont très importantes avec huit gestionnaires sur dix déclarant avoir l'intention d'introduire des produits bio en 2012.

La production française semble avoir du mal à y répondre, une part importante de l'offre bio est importée, pourquoi ? Quels sont les freins à son développement, notamment en maraîchage ?

Actuellement en France, la dynamique de développement de l'agriculture biologique s'amplifie. L'implication croissante des agriculteurs va permettre de satisfaire de plus en plus les attentes des consommateurs souhaitant des produits le plus possible de proximité et de saison.

Fin 2009, les surfaces cultivées suivant le mode biologique ont atteint 677 513 ha, soit une augmentation de 16 % par rapport à 2008. Le nombre d'exploitations bio s'est accru de 24 % portant leur nombre total à 16 644 fin 2009 et celui de l'ensemble des opérateurs engagés en bio à plus de 25 000.

La situation actuelle est très contrastée d'un secteur à l'autre, avec quasiment aucun achat à l'extérieur de notre pays dans les secteurs des vins issus de raisins bio, viandes bovine et ovine, œufs et volailles. Les achats externes à la France ont un caractère conjoncturel dans le secteur du lait et, à un moindre degré, pour les céréales. Dans les autres secteurs comme les fruits et légumes, la part des produits achetés ailleurs qu'en France est importante, et structurelle dans nombre de cas avec notamment une partie « incontournable » pour les produits exotiques.

Les freins au développement varient d'un agriculteur à l'autre, d'un milieu à l'autre. Ils peuvent être culturels, techniques ou économiques.

Quelles actions préconisez-vous pour mettre en place une offre nationale bio et quelles sont pour vous les conditions nécessaires à un développement de la production bio

en France, plus particulièrement en maraîchage, pour répondre aux attentes du marché ?

Pour atteindre les objectifs de meilleure adéquation de l'offre

à la demande, il est indispensable de développer des actions de formation et d'expérimentation, de renforcer les engagements partenariaux tout au long des filières sur plusieurs années ainsi que de



Directrice de l'Agence Bio depuis 2004, Elisabeth Mercier est économiste de formation très investie dans les politiques publiques, dans la promotion de la qualité et au plan international.

1986 à 1991 : Elisabeth Mercier débute sa vie professionnelle au sein du ministère de l'agriculture dans l'équipe de rationalisation des choix budgétaires, puis elle exerce à l'échelle européenne au sein des instances communautaires (agri-monétaires et mécanismes des échanges).

1991 à 1999 : Après une expérience de conseillère internationale dans un cabinet ministériel et de Chef de la division « Orientation des marchés » au sein de l'Office national interprofessionnel du lait et des produits laitiers, elle devient chef du bureau « Amérique-Pacifique et promotion des échanges » au sein du Service des relations internationales du ministère de l'agriculture.

1999 à 2004 : Elisabeth Mercier est attachée agricole à la mission économique de l'Ambassade de France aux Pays-Bas.

Depuis 2004 : Directrice de l'Agence Bio.

continuer à mettre en œuvre des actions d'information sur les spécificités de ce mode de production.

S'agissant des fruits et légumes qui peuvent être produits en France, de nombreux groupements de producteurs et entreprises s'engagent actuellement avec des objectifs ambitieux de développement à l'horizon 2012. Le Fonds « Avenir Bio » de structuration des filières bio, créé dans le cadre du plan bio à l'horizon 2012 et géré par l'Agence Bio, propose 8 programmes d'actions dans le secteur des fruits et légumes.

Il est d'intérêt mutuel que les acheteurs donnent de la visibilité aux producteurs en s'engageant à valoriser durablement les fruits et légumes au « juste prix », avec en réciprocité des garanties d'approvisionnements. Par exemple, sept organisations de producteurs se sont engagées en 2008 avec un distributeur sur des bases contractuelles incluant des objectifs allant au-delà du doublement de la production d'ici à 2012. Ce programme d'actions repose sur un dispositif de programmation de mises en culture et en vente ainsi que des investissements techniques.

Produits de luxe ou de grande consommation, comment le marché peut-il valoriser les légumes bio ? Que pensez-vous du bio « low cost » ? N'est-ce pas incompatible avec son développement en France aux conditions de production françaises ?

Le développement passe par des prix rémunérateurs pour les producteurs et accessibles pour les consommateurs. Toute démarche visant à optimiser les frais techniques, tout au long de la chaîne est

essentielle. En revanche, commercialiser des produits sur des bases moins disantes socialement pose un gros problème. C'est cela qu'il faut éviter. Les produits bio sont appelés à être consommés de plus en plus régulièrement. Pour l'essentiel, l'avenir n'est ni dans le luxe, ni dans le discount, mais dans le renforcement de multiples circuits de distribution et de relations commerciales durables sur plusieurs années. Compte tenu de l'intérêt croissant des consommateurs pour les produits de proximité et de saison, les distributeurs ont besoin de producteurs français. ▲

L'AGENCE BIO, À QUOI ÇA SERT ?

L'Agence Bio, groupement d'intérêt public créé en novembre 2001, s'inscrit dans une dynamique de développement, de promotion et de structuration de l'agriculture biologique française. Ses missions ont pour but de :

- informer sur l'agriculture biologique et ses produits, ses impacts environnementaux et territoriaux,
- développer l'observatoire national de l'agriculture biologique,
- contribuer à la structuration des filières et des dynamiques interprofessionnelles,
- gérer les notifications des producteurs et autres opérateurs de la filière, ainsi que le logo AB aux fins de communication.