

RAPPORT D'ORIENTATION

Fruits du travail et du savoir-faire :
Ensemble
pour une arboriculture durable

**Adopté par l'Assemblée Générale Ordinaire
le 30 janvier 2008
à Nancy**

F N P F

**62^{ème} Congrès National
des Producteurs de fruits**

Sommaire

1- <u>DES PREOCCUPATIONS AGRICOLES ANCIENNES MECONNUES DES CONSOMMATEURS.....</u>	5
1.1- UN SAVOIR-FAIRE PROFESSIONNEL QUI N'EST PLUS A DEMONTRER.....	5
1.2- DES ENCADREMENTS STRICTS ET UNE VRAIE RESPONSABILITE PROFESSIONNELLE	5
1.2.1- UNE REGLEMENTATION DE PLUS EN PLUS EXIGEANTE.....	5
1.2.2- QUE LES ARBORICULTEURS ONT TRES SOUVENT ANTICIPEE	7
1.3- DES EXTERNALITES POSITIVES MULTIPLES.....	8
1.3.1- UN PAYSAGE PRESERVE.....	8
1.3.2- UNE BIODIVERSITE PRESERVEE.....	8
1.3.3- LA PROTECTION DES RESSOURCES NATURELLES	8
1.3.4- LE MAINTIEN D'UN TISSU ECONOMIQUE RURAL	9
1.4- DES CONSOMMATEURS PEU INFORMES, PEU CONSCIENS DES REALITES ARBORICOLES.....	9
1.4.1- UN VRAI PARADOXE : DE NOMBREUSES ACTIONS MISES EN ŒUVRE PAR LES ARBORICULTEURS, MECONNUES DU CONSOMMATEUR	9
1.4.2- COMMUNICATION : LONGTEMPS CONSIDEREE COMME INUTILE, INDISPENSABLE AUJOURD'HUI.	10
2- <u>REPENDRE AUX ATTENTES D'UN CONSOMMATEUR RESPONSABLE ET RESPONSABILISE.....</u>	11
2.1- LE GRENELLE DE L'ENVIRONNEMENT, UN FOCUS SUR L'AGRICULTURE	11
2.1.1- MOBILISATION FORTE CONTRE LES PESTICIDES.....	12
2.1.2- DES ATTENTES MAL CONNUES ?	12
2.2- LE RECHAUFFEMENT CLIMATIQUE, UN FACTEUR DE PRISE DE CONSCIENCE	12
2.2.1- LA NOTION D'EMPREINTE ECOLOGIQUE.....	13
2.2.2- UN ECO-ETIQUETAGE RESPONSABILISANT	13
2.2.3- DES CIRCUITS COURTS QUI SE DEVELOPPENT ET QUI SE PAYENT.....	13
2.2.4- LA RECHERCHE DE REPERES SUR LA SAISONNALITE	14
2.3- LE FACTEUR SOCIAL, UNE REALITE DANS L'ACTE D'ACHAT ?.....	14
2.4- ET LE PLAISIR DANS TOUT CELA ?.....	15
2.4.1- DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION INTEGREES MAIS AUX EFFETS PERVERS.....	15
2.4.2- UNE IMAGE QUE D'AUTRES SAVENT EXPLOITER.....	15
2.4.3- UN CONSOMMATEUR EN PERTE DE RACINES	16
3- <u>UN SYSTEME ECONOMIQUEMENT VIABLE DOIT RETRIBUER LES ACTIONS NON MARCHANDES.....</u>	16
3.1- DES VALEURS NON MARCHANDES RECONNUES MAIS NON REMUNEREES.....	16
3.2- VERS UNE NOUVELLE DEFINITION DE L'EXPLOITATION ARBORICOLE	17
3.3- INNOVER, ACCOMPAGNER EN IMPLIQUANT L'ENSEMBLE DE LA FILIERE.....	18
3.3.1- DEVELOPPER DES ALTERNATIVES ET LEUR TRANSFERT VERS LA PRODUCTION.....	18
3.3.2- OFFRIR DE NOUVEAUX PRODUITS ET SERVICES AUX CONSOMMATEURS.....	19
3.3.3- IMPLIQUER L'ENSEMBLE DE LA FILIERE	19
3.4- REDONNER DE LA VALEUR AU PRODUIT	20
4- <u>DES OUTILS INDISPENSABLES A METTRE EN PLACE.....</u>	20
4.1- UNE ORGANISATION ECONOMIQUE FORTE.....	20
4.2- DES OUTILS DE GESTION DE MARCHE.....	21
4.2.1- UN MECANISME PUBLIC OBLIGATOIRE	21
4.2.2- ASSURANCE RECOLTE : UN SYSTEME A AMPLIFIER	21

4.2.3-	UN SYSTEME PROFESSIONNEL A METTRE EN PLACE.....	22
4.3-	DES REGLES DE CONCURRENCE EQUITABLES	22
4.3.1-	DES REGLES A RESPECTER POUR EVITER LES DISTORSIONS ENTRE INTERVENANTS	22
4.3.2-	UNE MEME EXIGENCE NECESSAIRE POUR LES PRODUITS FRANÇAIS, EUROPEENS ET HORS DE L'UNION EUROPEENNE.....	23
4.3.3-	EMPLOI	23

Introduction

L'année 2007 fut riche en évènements, tant pour la filière fruitière française que pour l'agriculture en général.

Tout d'abord, alors que les indicateurs étaient plutôt positifs et laissaient espérer une bonne campagne fruitière, des difficultés se firent jour sur le marché et l'été fut caractérisé par une nouvelle crise économique. Celle-ci se doubla d'une crise d'image amplifiée par la communication sur l'apparente cherté des fruits et légumes.

Ensuite, le sujet « Environnement » fut sur le devant de la scène une bonne partie de l'année. Ce point fut mis en exergue par l'élection présidentielle française mais aussi par l'accroissement de la sensibilité écologique des consommateurs à ce sujet. Les impacts sur l'environnement et la qualité des produits deviennent une préoccupation première. Le Grenelle de l'Environnement en fut le point d'orgue. Ce rendez-vous permit de focaliser et de verbaliser l'ensemble de ces craintes et revendications.

Enfin la réforme de l'Organisation Commune des Marchés des Fruits et Légumes fut un des derniers moments forts. Elle engendra des réflexions tant sur l'organisation économique, que sur les moyens de gestion de crise ou de promotion.

Mais l'actualité fruitière, ce fut aussi le rapport d'orientation 2007 de la FNPF qui visait à donner des pistes pour que les arboriculteurs investissent la commercialisation. Il s'agissait notamment de retrouver un pouvoir de marché par une structuration plus efficace de la première mise en marché, la mise en place d'une marque ombrelle, l'organisation de la vente directe.

L'ensemble de ces sujets a poussé la FNPF à réfléchir aux raisons de ces images et préoccupations, à ce qu'il faudrait faire pour améliorer la situation.

Les conclusions de divers colloques et réunions de la fin 2007 ont permis de débiter les réflexions. En effet, pour le nouveau ministre de l'Agriculture, Michel BARNIER, les agriculteurs devront demain « concilier les nouvelles exigences de production avec l'écologie et la sécurité alimentaire » et « produire différemment, efficacement et durablement ». Ce faisant les producteurs seront « condamnés à avoir une agriculture économiquement rentable et écologiquement performante » (Jean SALMON).

Tous ces points ont incité la FNPF à construire son rapport d'orientation 2008 sur les moyens à donner aux arboriculteurs pour revaloriser leurs produits.

1- DES PREOCCUPATIONS AGRICOLES ANCIENNES MECONNUES DES CONSOMMATEURS

1.1- Un Savoir-Faire professionnel qui n'est plus à démontrer

Aujourd'hui, en France, les produits alimentaires commercialisés sont sûrs et le nombre d'accidents alimentaires est très faible. A titre de comparaison, on peut estimer, d'après les chiffres contenus dans un rapport de l'InVS et de l'AFFSA réalisé en 2004, que la probabilité de mourir d'une intoxication alimentaire est deux fois plus grande aux Etats-Unis qu'en France.

En fruits, le risque d'intoxication alimentaire est faible mais il existe néanmoins puisque quelques cas d'intoxication bien documentés montrent que les fruits restent des vecteurs de contaminations. Toutefois, des mesures de maîtrise adaptées permettent de limiter le risque. Ainsi, en France, il n'a pas été recensé de toxi-infections graves liées à la consommation de fruits.

De la même manière, si on considère le risque, très médiatisé, lié à l'utilisation des produits phytosanitaires, de nombreux contrôles de résidus sont effectués sur les fruits pour garantir le respect de la réglementation (contrôles des Pouvoirs publics et auto-contrôles des arboriculteurs). Sont ainsi contrôlées les limites maximales de résidus, ou LMR, adoptées par les Pouvoirs publics et permettant de garantir la protection de l'environnement (respect des bonnes pratiques). Le niveau de dépassement de LMR est très faible pour les fruits commercialisés en France où environ 94 % des fruits contrôlés ne dépassent pas les LMR. De plus, ces LMR sont fixées de manière à présenter une marge de sécurité importante vis-à-vis de la protection des consommateurs. Le niveau réel de résidus dans les fruits se situe ainsi à moins de 10 % de la DJA, dose journalière admissible, valeur désignant la quantité de produit chimique consommable quotidiennement par un individu sans risque.

Si ce niveau de sécurité alimentaire a pu être atteint en France, c'est bien parce qu'en amont de la chaîne, les agriculteurs ont développé un savoir-faire et un professionnalisme performant. Ils sont capables de répondre à des exigences de traçabilité, d'hygiène, de contraintes climatiques, environnementales afin d'assurer la commercialisation d'un produit sain et de qualité.

Si le Savoir-Faire des arboriculteurs n'est plus à démontrer, le temps du Faire-Savoir est venu, par nécessité. La FNPF veut s'y engager et proposer les moyens pour ce faire.
--

1.2- Des encadrements stricts et une vraie responsabilité professionnelle

1.2.1- Une réglementation de plus en plus exigeante

La réglementation relative à l'environnement et notamment à l'usage des produits phytosanitaires est très stricte et de plus en plus exigeante.

Pour ne prendre que l'exemple des produits phytosanitaires, dont l'usage est très largement décrié par l'opinion publique, il est important de rappeler que ces produits doivent satisfaire à des exigences fortes, européennes et françaises. Ainsi, avant sa mise sur le marché, tout produit

phytosanitaire fait l'objet d'une évaluation rigoureuse, tant du point de vue des nuisances pouvant être causées à l'environnement (fixation de limites maximales de résidus ou LMR) que des risques potentiels pour l'applicateur (exigences relatives au port d'équipements de protection) et le consommateur final (respect de critères de toxicité).

Sous la pression sociétale et en application du principe de précaution, cette réglementation s'est fortement renforcée ces dernières années. Au niveau européen, des travaux importants ont été entrepris concernant l'hygiène des denrées alimentaires (règlement européen 852/2004), l'harmonisation et le renforcement des exigences relatives aux produits phytosanitaires (règlement européen 395/2005 relatif aux LMR, révision de la directive européenne 91/414 relative à la mise sur le marché des produits phytosanitaires, projet de directive cadre sur l'utilisation des pesticides,...).

La France s'inscrit très largement dans cette démarche de protection de l'environnement et des citoyens. Le Grenelle de l'Environnement qui s'est tenu en octobre 2007 en est l'expression la plus médiatique. Néanmoins, des mesures très fortes existaient déjà auparavant, en plus des contraintes européennes : par exemple, l'arrêté français du 12 septembre 2006 relatif à la gestion des effluents, à la protection des travailleurs (instauration de délais de ré-entrée pouvant aller jusqu'à 48 heures) et à la protection des cours d'eau (instauration de Zones Non Traitées en bordure des cours d'eau, zones pouvant faire jusqu'à 100 mètres de large).

Les producteurs de fruits rappellent fréquemment, à juste titre, qu'ils furent les premiers à subir des contraintes réglementaires communautaires concernant des aides liées à l'environnement. En effet, l'Organisation Commune des Marchés des Fruits et Légumes de 1996 a mis en place un cofinancement communautaire des Programmes Opérationnels. L'objectif de ces derniers est la structuration, le renforcement de la qualité, des techniques de production, ... Mais une condition est requise : l'intégration d'un volet environnemental dans le programme !

Cette condition se retrouva dans les Contrats Territoriaux d'Exploitation puis Contrats d'Agriculture Durable mis en place en France à la fin des années 1990. Ces contrats étaient bâtis sur 3 piliers : social, économique et environnemental.

Par ailleurs, particularité de la filière fruits, les produits quittant les exploitations sont déjà des produits finis, consommables en l'état. En plus des contraintes réglementaires, se rajoutent des contraintes imposées par le marché, via des cahiers des charges des distributeurs ou encore des référentiels qualité. Ces référentiels comprennent des exigences relatives à la qualité sanitaire du produit fini mais aussi à la mise en place de bonnes pratiques agro-environnementales. A titre d'exemple, le référentiel EurepGAP, créé en 1997, a pour objectif de « définir des exigences et des procédures pour le développement de bonnes pratiques agricoles. » Les trois éléments principaux du référentiel sont « le respect de l'environnement ainsi que [...] le bien-être et la sécurité des salariés » avec toujours comme priorité la sécurité alimentaire.

En conclusion, il faut rappeler que l'utilisation des produits phytosanitaires a baissé de plus de 20 % en 10 ans. L'augmentation du nombre de traitements, dénoncée sur certaines espèces fruitières, est en fait une conséquence d'évolutions allant dans le sens d'une plus grande préservation de l'environnement. En effet, les produits étant plus ciblés, il faut en utiliser plusieurs aujourd'hui, là où il y a 10 ans, un seul suffisait mais était également potentiellement destructeur (sur la faune auxiliaire notamment).

1.2.2- Que les arboriculteurs ont très souvent anticipée

Si les exigences réglementaires sont très fortes en terme environnemental, les arboriculteurs ont su s'y adapter, y répondre et souvent même les anticiper, voire aller au-delà.

Cette anticipation est passée tout d'abord par une recherche forte sur le sujet : la recherche appliquée en arboriculture fruitière intègre depuis plus de 30 ans les notions d'équilibre environnemental et de qualité du produit, en recherchant lorsque c'est possible des solutions alternatives à la protection chimique. Des recherches ont ainsi été effectuées sur la biologie des ravageurs et les maladies, sur les auxiliaires capables de réguler les ravageurs, sur les itinéraires techniques,... pour améliorer la protection des vergers en limitant le recours aux produits chimiques.

Ces avancées ont largement été mises en application dans les vergers. Pour ne citer que quelques exemples : la confusion sexuelle, utilisée aujourd'hui par 40 % des producteurs de pommes, la prophylaxie mise en place dans la lutte contre *Xanthomonas*, des aménagements favorables aux auxiliaires (ex : les mésanges consomment jusqu'à 50 % des larves de carpocapse), les piégeages,...

Plus globalement, tous ces éléments ont été repris et intégrés dans des démarches au niveau de la production arboricole. Tout d'abord, la Production Fruitière Intégrée ou PFI qui est « une méthode de production de fruits de haute qualité donnant la priorité aux méthodes écologiquement sûres afin d'améliorer la sécurité de l'environnement et la sécurité alimentaire ». Aujourd'hui, ce sont 70 % du tonnage de pommes françaises qui sont produits selon cet agrément. En plus de cette démarche de filière, l'arboriculture a participé au développement de l'agriculture raisonnée et de l'agriculture biologique. Ainsi, 5 % des surfaces fruitières sont qualifiées en agriculture biologique (9 000 hectares de fruits), contre 2 % pour l'ensemble de l'agriculture. 300 exploitations arboricoles sont sous certification d'agriculture raisonnée.

Les travaux de recherche s'intensifient encore ces dernières années dans un contexte de disparition de plus de deux tiers des matières actives et d'augmentation des échanges qui ont pour conséquence indirecte de favoriser l'émergence et le transfert de nouvelles maladies et de ravageurs.

Dans la poursuite des travaux déjà effectués, la FNPF souhaite travailler avec les instituts de recherche pour les renforcer permettant de développer une arboriculture plus respectueuse de l'environnement. Ces travaux doivent lui permettre de répondre aux enjeux du Grenelle de l'Environnement tout en conservant une filière fruitière compétitive.

1.3- Des externalités positives multiples

La première mission de l'arboriculture fruitière reste la fourniture d'aliments. Néanmoins, ce faisant, elle se doit d'être vigilante par rapport à l'environnement dans lequel elle s'inscrit. En effet, elle en est également actrice et contributrice à bien des égards.

1.3.1- Un paysage préservé

Si la contribution de l'agriculture à la beauté des paysages est évidente, elle mérite toutefois d'être soulignée. L'arboriculture, caractérisée par des cultures pérennes, y est largement contributrice. Le tourisme dans le Sud de la France serait-il aussi développé aujourd'hui si les vergers en étaient absents et remplacés par des friches ? Ceux-ci contribuent à la beauté des paysages et à la valorisation des zones rurales. Il est important de le rappeler.

1.3.2- Une biodiversité préservée

Les productions fruitières représentent également un système bocager de cultures globalement favorable à la biodiversité. Ainsi, des espèces d'oiseaux à forte valeur patrimoniale nidifient dans les vergers (par exemple, le rouge-queue à front blanc dans les vergers de Mirabelle de Lorraine). Dans les vergers du Sud de la France, plus de 200 espèces d'insectes vivant dans le sol ont pu être identifiées et au moins six espèces de chauves-souris. Et n'oublions pas les insectes pollinisateurs qui sont indispensables à la production de la plupart des espèces fruitières. De leur côté, les fleurs des espèces fruitières sont indispensables à la survie des abeilles à une période où peu de fleurs sont présentes dans la nature. Un article, paru dans Le Monde le 14 octobre dernier, montre bien, qu'outre la nécessité d'une vigilance vis-à-vis des pesticides, d'autres facteurs de déclin des abeilles existent tels que « l'élimination des sites de nidification, la raréfaction des plantes qui leur fournissent nectar et pollen, maladies et parasites ». Les arboriculteurs, dépendants des insectes pollinisateurs, y sont donc particulièrement vigilants et sensibles.

D'une manière plus globale, les vergers, par la diversité de leurs modes de production et de structures d'exploitation, agencées très souvent en mosaïque, favorisent la biodiversité (70 % des exploitations fruitières ont une surface en verger inférieure à 5 hectares).

Plus directement, les vergers représentent une biodiversité importante. Leur maintien sur le territoire est un garant de la diversité des ressources génétiques des fruits. Il est donc essentiel de préserver l'ensemble des productions fruitières françaises et plus particulièrement les cultures dites mineures (châtaignier, noyer,...) pour la préservation des paysages et de cette biodiversité.

1.3.3- La protection des ressources naturelles

Les vergers représentent également une protection très efficace des sols grâce à leur rôle de lutte contre l'érosion, renforcée par l'implantation de bandes enherbées entre les rangées d'arbres. Cette couverture végétale, présente toute l'année, contribue également à la qualité des eaux souterraines et de surface.

1.3.4- Le maintien d'un tissu économique rural

Enfin, un point essentiel à souligner est celui de l'emploi en zone rurale. En effet, les vergers sont des pôles d'attraction de salariés, notamment lors de la cueillette. Ils contribuent ainsi à maintenir un tissu économique et social en zone rurale. Toutefois, le maintien d'un emploi en zone rurale est rendu difficile par le manque d'infrastructures permettant le logement et le transport des salariés, et notamment des saisonniers. Face à la pénurie de logements pour les salariés arboricoles, le Tarn-et-Garonne a, par exemple, mis en place un programme de réhabilitation de logements, subventionné par l'ANAH (Agence Nationale de l'Habitat). Le succès de ce PIG (Programme d'Intérêt Général) montre bien la nécessité d'accompagner les arboriculteurs dans le maintien d'un tissu économique rural.

Les arboriculteurs souhaitent que ces externalités positives soient reconnues :

- Ø Des aides spécifiques liées à des investissements en faveur du paysage et de l'environnement doivent être développées dans le cadre du PVE (Plan Végétal Environnement) ou de plans d'aides régionaux ;
- Ø Face à la pression du foncier, et pour le maintien de l'agriculture dans des zones en voie d'urbanisation, les arboriculteurs devraient pouvoir bénéficier d'exonérations sur la TFNB, reconnaissance de leur rôle paysager ;
- Ø Le maintien de l'emploi en zone rurale passe par un accompagnement des arboriculteurs sur les questions relatives au logement et au transport.

1.4- Des consommateurs peu informés, peu conscients des réalités arboricoles

1.4.1- Un vrai paradoxe : de nombreuses actions mises en œuvre par les arboriculteurs, méconnues du consommateur

En 1981, une étude montrait que les trois premiers critères d'achat des fruits et légumes étaient le prix, la qualité et le goût. Une autre étude réalisée en 2004, alors même que les exigences réglementaires sur l'environnement s'étaient fortement renforcées, montrent que les consommateurs de fruits et légumes étaient, en premier lieu, à la recherche d'informations concernant le nombre et la nature des traitements phytosanitaires. Les informations concernant la qualité gustative, le type de fruits et légumes ou encore la fraîcheur et l'origine du produit n'arrivaient qu'ensuite.

Plus récemment, une étude réalisée en septembre 2007 par l'association de consommateurs CLCV (Consommation, Logement, Cadre de Vie) confirme cette tendance. Elle demandait aux Français de classer par ordre d'importance les risques alimentaires. Ainsi, ex aequo en 2^{ème} position derrière le risque lié à la contamination bactérienne des œufs ou de la charcuterie, sont citées comme préoccupations :

- la qualité des eaux par rapport aux pesticides et aux nitrates ;
- les pesticides dans les fruits et légumes.

Les risques liés à l'ESB, la grippe aviaire ou aux métaux lourds n'arrivent qu'ensuite dans des moindres pourcentages.

Les contraintes réglementaires et les démarches volontaires en faveur de l'environnement sont donc de plus en plus fortes et, paradoxalement, les consommateurs semblent de plus en plus préoccupés par les « risques » liés à la consommation des fruits et légumes. Ils semblent ignorer l'existence de ces exigences et démarches, ou les méconnaître.

1.4.2- Communication : longtemps considérée comme inutile, indispensable aujourd'hui

Ce paradoxe s'explique aisément au regard des résultats publiés par Valeurs vertes en septembre 2007 : « 67 % des Français ne sont pas vraiment au courant de l'existence de règles de bonnes pratiques agricoles ». De plus, l'information relative à ces bonnes pratiques est majoritairement jugée comme limitée ou inexistante (68 % des Français).

Aujourd'hui, peu de consommateurs sont capables de citer les différents signes officiels de qualité. Grâce à de nombreuses campagnes d'informations, l'Agriculture biologique, les Appellations d'Origine Contrôlée et labels rouges sont connus. Cependant ce qu'ils recèlent réellement reste peu clair et les raisons d'acheter ces produits pas toujours en relation. Là aussi, le déficit de communication existe, il nuit à l'ensemble des achats car crée des idées fausses sur la qualité des produits et les méthodes de production.

De plus, lors d'opérations de distribution de pommes auprès des jeunes (cf. opération *Pommes au collègue* montée dans le Maine-et-Loire), il a été constaté que ceux-ci connaissent globalement très mal le monde arboricole et les pratiques culturales. Ainsi, beaucoup pensent que si les pommes sont présentes à la vente tout au long de l'année, c'est qu'elles sont produites sous serre !

Il apparaît donc, que face à une population agricole et même rurale en diminution, les consommateurs sont de plus en plus « ignorants » des pratiques agricoles actuelles. Le monde agricole n'a pas suffisamment pris conscience de ce déficit de communication et de la nécessité de le compenser en investissant les médias grands publics. Les producteurs de fruits en prennent conscience aujourd'hui et veulent y remédier. Cette « éducation » des consommateurs pourrait être plus particulièrement renforcée vers le jeune public, d'autant plus que celui-ci est sous-consommateur de fruits.

Cette communication peut et doit se faire par différents biais :

- Il apparaît nécessaire de mettre en place une vraie éducation des consommateurs via une communication « générique » soutenue par les pouvoirs publics sur les pratiques agricoles actuelles. Cette communication doit permettre d'expliquer les différents signes de qualité, les exigences sanitaires, ... afin de rassurer les consommateurs sur les produits alimentaires dans leur globalité ;
- Dans le secteur des fruits plus particulièrement, une grande partie de la communication se fait en période « de crise » : lors des crises économiques du secteur en période estivale, lors de la publication de rapports sur les résidus de pesticides, sur la cherté des produits,... Seules les initiatives d'Interfel-Aprifel, telle que la semaine Fraîch'Attitude, permettent de communiquer positivement. Néanmoins, ces initiatives essentielles ne concernent pas directement la production et ne suffisent pas à contre-balancer l'effet négatif de la communication de crise. Il semble donc nécessaire que la production arboricole et la filière en général investissent plus les médias en dehors des périodes « de crise ». Cette communication pourrait se faire sur l'exemple de celle développée par les éleveurs bovins et le CIV (Centre d'Information des Viandes). Il s'agirait de former à la communication des arboriculteurs de différentes régions, avec différentes méthodes de production, différentes cultures... Ceux-ci pourraient alors

Intervenir en cas de crise mais tel ne serait pas leur mission première. Accompagnés par la FNPF et Interfel, ils devraient mener un travail de fond, régulier, auprès des médias pour les informer sur le métier d'arboriculteur dans toute sa diversité. Cette communication permettrait de mettre en valeur le savoir-faire et le professionnalisme des arboriculteurs. Les efforts entrepris par les producteurs, conventionnels notamment, en faveur de l'environnement pourraient être démontrés. Ce travail doit pouvoir se faire au sein d'Interfel et pourrait impliquer également des opérateurs de tous les maillons de la filière.

En complément de cette communication vers les médias, il serait intéressant de travailler avec les pouvoirs publics sur un cadre réglementaire clair définissant les mentions informatives ou valorisantes sur les fruits ou des produits agroalimentaires en contenant (compote, glace, jus, soda, ...). Devant la multiplication des mentions et allégations, le consommateur n'a en effet plus de repère ; il est aujourd'hui à la recherche d'informations claires sur le produit mais aussi les types d'agriculture.

Après être longtemps restés dans une démarche défensive, les producteurs de fruits souhaitent entrer dans une démarche offensive en matière de communication. Pour ce faire, la FNPF souhaite engager de véritables opérations de communication vers le consommateur via les prescripteurs que sont en premier lieu les médias. Elle propose la création, professionnelle et interprofessionnelle, d'un corps d'arboriculteurs référents. Celui-ci serait chargé d'informer précisément les journalistes et les consommateurs sur le métier, les modes de production, la qualité des produits, ...

2- REpondre aux attentes d'un consommateur responsable et responsabilise

De nombreux outils existent pour donner au consommateur des critères de choix lors de son acte d'achat notamment pour les produits frais (origine, variété, calibre). Aujourd'hui, la question se pose de la réelle satisfaction face aux éléments fournis. De nouvelles préoccupations apparaissent. Si les pouvoirs publics ont souhaité un jour répondre aux demandes des associations de consommateurs en donnant les moyens de choisir, en responsabilisant le consommateur, cet objectif est atteint et sans doute dépassé. Il s'agit à présent de trouver les moyens de répondre aux nouvelles préoccupations du consommateur, qui découlent de sa responsabilité.

En effet, le consommateur a grandi. Autrefois responsabilisé, il est à présent responsable. Les concrétisations en sont diverses, parfois surprenantes. Les arboriculteurs doivent y répondre, si ce n'est déjà fait !

2.1- Le Grenelle de l'Environnement, un focus sur l'agriculture

Lancé par les principaux candidats à l'élection présidentielle française 2007, le sujet de l'Environnement est devenu rapidement un enjeu essentiel de l'année. Le premier élément politiquement concret fut une large adhésion de l'opinion publique et des parlementaires au Pacte écologique proposé par Nicolas HULOT puisqu'il recueillit la signature de 289 députés sur les 577 en poste.

La mise en place rapide du Grenelle de l'Environnement par le Président de la République, nouvellement élu, concrétisa ces engagements et permis de débattre. Il s'agissait de mettre en évidence les diverses agressions faites à notre Environnement et de proposer des moyens pour les réduire, les stopper. L'Agriculture fut bien évidemment au cœur de ces débats en particulier sur le volet phytosanitaire.

2.1.1- Mobilisation forte contre les pesticides

L'une des attaques fortes du Grenelle de l'Environnement fut portée contre l'emploi des produits phytosanitaires. Au final, le Grenelle a conclu sur le « retrait, à raison de leur substituabilité, des produits les plus préoccupants : 30 d'ici fin 2008, 10 d'ici fin 2010, et réduction de moitié d'ici fin 2012 des produits pour lesquels il n'existe pas de substitution » ainsi qu'un « objectif de réduction de moitié des usages des pesticides en accélérant la diffusion des méthodes alternatives et sous réserve de leur mise au point ».

2.1.2- Des attentes mal connues ?

Les producteurs de fruits sont loin de rejeter cette préoccupation des consommateurs. Les éléments de la première partie de ce rapport le prouvent, tant sur les techniques que sur les niveaux de résidus dans le produit fourni au consommateur. La démarche est entreprise depuis longtemps. Si des techniques alternatives répondant à toutes les exigences techniques-sociales-environnementales actuelles existaient, elles seraient mises en œuvre sans délai. Cependant la question à se poser est celle de la cohérence du consommateur. A-t-il conscience que pour atteindre les normes de qualité globale (sanitaire, gustative, apparence, conservation, ...) des traitements sont nécessaires ? A-t-il conscience qu'un produit qui voyage beaucoup, a fortiori ceux qui traversent des océans, nécessitent plus de traitements que d'autres pour conserver leurs qualités, au moins celles de l'apparence, du goût et de la conservation ?

Quelles sont donc les réelles attentes du consommateur ? Ses exigences et ses niveaux d'acceptabilité ? La qualité visuelle des produits et plus globalement les informations sur l'origine, la variété, le calibre sont-elles souhaitées par le consommateur ou imposées ? Sont-elles nécessaires et suffisantes aujourd'hui ?

Les producteurs de fruits souhaitent qu'une étude soit menée pour définir les véritables attentes des consommateurs, en concertation avec les associations les représentant. Les propositions formulées devront l'être en toute connaissance de cause des effets positifs et négatifs divers.

2.2- Le réchauffement climatique, un facteur de prise de conscience

La mise en avant de l'impact de l'Homme dans le réchauffement climatique et l'objectif du facteur 4 de l'accord de Kyoto (division par quatre des émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2050, afin de contenir le réchauffement climatique à un niveau d'élévation de 2°C) ont rappelé au consommateur que ses choix dans son acte d'achat pouvaient y contribuer. Cette sensibilité se traduit de manière visible par trois éléments : la mise en place de nouveaux indicateurs sur les produits, le développement des circuits courts et la réflexion sur la saisonnalité des produits.

2.2.1- La notion d'Empreinte écologique

Le concept d'Empreinte écologique a été lancé au début des années 2000 et fortement relayé par l'intervention de Jacques CHIRAC lors du Sommet de la Terre, à Johannesburg, en août 2002. L'« Empreinte écologique » est une unité de mesure de la pression exercée par l'homme sur la planète. Elle permet d'évaluer la surface de terre nécessaire pour produire les biens et services consommés par un individu, une population, une ville ou un pays : nourriture, chauffage, matériaux de construction, eau, absorption de déchets... Cette notion a été mise au point en 1996 par deux chercheurs nord-américains, Mathis WACKERNAGEL et William REES, de l'université de Vancouver (Canada). Elle s'impose depuis comme le principal indicateur du développement durable. Le consommateur commence à en intégrer l'idéologie même si cela ne se concrétise pas encore dans ses actes. Cependant, elle n'est pas sans incidence, quelques chiffres le prouvent :

- L'Empreinte écologique d'un Américain moyen représente plus de 9 hectares, celle d'un Européen atteint 6 hectares, alors que celle d'un Indien ou d'un Sénégalais atteint péniblement 0,8 hectare ! Selon les calculs des scientifiques, si tous les Terriens adoptaient le mode de vie américain, il faudrait aujourd'hui disposer de trois planètes ;
- Faire un voyage de cinq heures en avion une fois par an au lieu de prendre le train agrandit ainsi son Empreinte de 1 000 m² (0,1 ha).

2.2.2- Un éco-étiquetage responsabilisant

Si la production agricole n'a pas encore totalement saisi les conséquences de cette évolution idéologique tant en terme positif que négatif, ce n'est pas le cas des distributeurs qui en faisant un geste pour l'environnement, en font un autre pour leur chiffre d'affaires. Ainsi Casino lance un éco-étiquetage des produits de sa marque basé sur la masse et le contenu CO₂ de l'emballage, la recyclabilité du packaging et la distance parcourue. Avant lui, en juillet 2007, Tesco, leader britannique de la Distribution, a lancé l'étiquette carbone pour les produits alimentaires. La donnée fournie prend en compte les émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble du cycle de vie du produit. Considérant que les aliments parcourent en moyenne 2 500 km avant d'arriver chez les consommateurs, Tesco milite pour un « régime 160 », c'est-à-dire pas plus de 160 km parcourus entre le producteur et le consommateur pour un dégagement de CO₂ raisonnable.

Ces éléments prennent des noms divers : Carbon Food, Food Miles, ... Il n'en existe pas encore vraiment pour les produits frais pour des raisons de difficulté de prise en compte de tous les éléments intervenant dans la production agricole. Cependant, avant de se les voir imposer, mieux vaut proposer.

2.2.3- Des circuits courts qui se développent et qui se payent

Le développement et le succès des AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne), des magasins de vente directe indépendants ou intégrés dans des centres commerciaux (ex : *Saveurs du coin* chez Auchan à Lyon), des marques locales (ex : *Le petit producteur* dans le Vaucluse) démontrent l'intérêt croissant pour les circuits courts.

Une étude récente réalisée par le Ctifl sur les ceintures vertes maraîchères, intitulée « Valorisation de la proximité par les circuits courts », révèle que le consommateur cherche à concrétiser dans cette notion de proximité des préoccupations environnementales : moins de transport, moins de traitements phytosanitaires, moins de conservation, ... mais aussi une

participation à la vie économique locale. De plus, pour cet acte d'achat, le consommateur pourrait dépenser plus. L'étude indique en effet que 45 % de l'ensemble des acheteurs de salade entière en GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) se déclarent prêts à payer au moins 0,10 € de plus pour une salade dont l'origine locale est garantie.

2.2.4- La recherche de repères sur la saisonnalité

Des cerises à Noël, des pommes toute l'année, des fraises l'hiver à peine fini, pour ne parler que des fruits, le consommateur ne s'y retrouve plus. Cependant dans le même temps, il s'interroge sur l'absence de ces produits en rayon hors saison ! De plus en plus urbain, le consommateur s'est éloigné de la réalité agricole. Pourtant, les articles dénonçant les méthodes de production de ces produits hors saison et leurs impacts sur l'environnement sont de plus en plus nombreux (cf. Communiqué de presse du WWF intitulé « Fraises espagnoles : une empreinte écologique catastrophique » le 15 mars 2007, Article de vulgarisation dans Femmes actuelles de décembre 2006 intitulé : « Fraises d'hiver... Une note trop salée pour la planète ! »).

En 2008, le consommateur cherche à redécouvrir les produits frais de saison cependant les informations manquent...

La FNPF veut répondre aux demandes de proximité et de saisonnalité formulées par les consommateurs, nouveau pas à franchir vers le développement du consomm'acteur. Sans dénigrer l'export, il s'agira pour ce faire de mettre en avant la production locale et développer une communication adaptée.

2.3- Le facteur social, une réalité dans l'acte d'achat ?

La prise de conscience de son impact sur l'Environnement via son acte d'achat concourt à une autre prise de conscience du consommateur, celle de son impact sur l'économie locale, sur le maintien de l'emploi. Dans une société dont le taux de chômage avoisine 9 %, cet intérêt peut avoir son importance dans les politiques publiques.

Le développement des circuits courts se justifie aussi pour certains consommateurs par le volet social et économique local. Or, l'arboriculture est fortement employeuse de main d'œuvre avec plus de 200 000 salariés permanents et saisonniers. Elle doit le faire savoir. Pourquoi ne pas envisager une campagne d'information du type de celle des artisans dans les années 1990 : « Nos emplettes sont nos emplois » ?

Aujourd'hui, le développement du commerce équitable n'est plus à démontrer. L'association Max HAVELAAR va fêter ses 20 ans. Un Français sur 4 achète des produits équitables avec un budget moyen annuel de 16 €, quel que soit son revenu. Cependant aucun règlement ne définit précisément ce qu'est le commerce équitable. En France, quelques textes de loi tentent d'encadrer le commerce équitable, notamment le décret n°2007-986 du 15 mai 2007 en faveur des petites et moyennes entreprises et relatif à la reconnaissance des personnes veillant au respect des conditions du commerce équitable. Ce décret met en place la Commission nationale du commerce équitable. Dans l'esprit des consommateurs, en matière agricole, le commerce équitable concerne le commerce essentiellement Nord-Sud et vise notamment à préserver les petites exploitations et les emplois des pays en voie de développement.

Le commerce équitable doit-il être réservé aux produits importés ? N'y aurait-il de commerce inéquitable que dans l'importation ? La question mérite d'être posée. Le consommateur doit être

sensibilisé au volet social mais aussi aux impacts environnementaux de la consommation de produits qui voyagent beaucoup.

Ces réflexions orientent la FNPF vers une demande de mise en place d'un éco-label sur les fruits prenant en compte les éléments précédemment exposés (demandes sociales et sociétales). Cet éco-label devrait intégrer des notions de marges au sein de la filière et répondre à la notion de commerce équitable.

Parce que le commerce équitable doit débiter en France, la FNPF demandera à intégrer la Commission nationale du commerce équitable.

2.4- Et le plaisir dans tout cela ?

2.4.1- Des campagnes de communication intégrées mais aux effets pervers

Depuis plusieurs années, la communication d'Interfel-Aprifel et celle du ministère de la Santé avec le PNNS (Programme National Nutrition Santé) invitent les consommateurs à manger des fruits et légumes (5 à 10 par jour, au moins la moitié de l'assiette, ...). Ces campagnes de communication sont aujourd'hui bien connues de la plupart des consommateurs. Ce faisant, manger des fruits et légumes ne prend plus qu'une valeur Santé et la valeur Plaisir a disparu. Même si une argumentation existe, la valeur Santé doit être utilisée avec modération.

Dans le même temps, d'après une enquête très récente de la CLCV, citée plus avant (1.4.1), parmi les risques alimentaires cités par les consommateurs arrivent en second lieu ex-æquo les pesticides dans les fruits et légumes ! Quelle contre-performance !

Les nouvelles communications Pomme d'Interfel-Aprifel visent cette valeur, elles sont à amplifier. Des moyens sont à trouver pour cela.

2.4.2- Une image que d'autres savent exploiter

Si la filière Fruits et Légumes a du mal à se saisir de la valeur Plaisir, les industries agro-alimentaires le font sans aucun souci. D'autres industries se servent aussi de la valeur Plaisir pour vanter les mérites d'une voiture, d'un meuble, ... Que contiennent ces produits industriels du fruit ? Rien ! Quant aux yaourts aux fruits, ils n'en contiennent que 6 à 10 %, soit une dizaine de grammes pour un pot de 125 g. C'est bien loin de la portion recommandée quotidiennement (400 g) !

L'image véhiculée par les fruits est très utilisée par les industriels. Les consommateurs ne la ressentent pas encore et restent sur l'idée de contraintes dans la consommation (temps de préparation, produit parfois collant, à nettoyer voire éplucher avant consommation, ...). Pourtant, les fruits ont un atout considérable sur les produits industriels : il s'agit d'un produit fini naturel et déjà prêt à consommer !

2.4.3- Un consommateur en perte de racines

Comme évoqué plus avant (1.4.2), le consommateur de l'an 2000 vit principalement en ville. Il a perdu ses racines agricoles. Il ne sait plus consommer. Ecrire cela peut paraître bien présomptueux, c'est pourtant une réalité de la France d'aujourd'hui : 75 % de sa population est concentrée dans des villes (données INSEE, 1999). La connaissance du monde agricole, des productions et de la façon de cuisiner les produits frais a disparu. La passation des savoirs ne se fait plus.

Aussi, les distributeurs voudraient-ils voir les producteurs de fruits et de légumes dans leurs magasins pour vanter leurs produits et mieux les vendre. Les associations de consommateurs voudraient aussi les voir donner des cours de cuisine pour apprendre aux consommateurs d'aujourd'hui comment préparer les produits... sans perdre trop de temps !

Alors, l'arboriculteur de demain, devra-t-il être : producteur / vendeur / prescripteur / cuisinier ? Cela est évidemment impossible. C'est pourquoi des moyens doivent être trouvés, développés, amplifiés pour transmettre le savoir culinaire.

Les producteurs de fruits demandent des moyens pour promouvoir leurs produits. Il doit s'agir d'amplifier les actions de promotion en cours en s'appuyant sur la valeur Plaisir. La promotion doit devenir « intelligente », c'est-à-dire rapidement exploitable par le consommateur. Tous les moyens doivent être utilisés pour cela (OCM F&L, Développement rural, Ministères, Aficar, Collectivités territoriales, Interprofession, Profession, Fonds privés, ...).

Enfin, eu égard à tout ce qui a été écrit précédemment, il s'agira aussi de promouvoir des publicités responsables mettant en avant, à juste titre, des informations économiques sur la consommation durable.

3- UN SYSTEME ECONOMIQUEMENT VIABLE DOIT RETRIBUER LES ACTIONS NON MARCHANDES

Si des réponses aux attentes des consommateurs ont déjà été données, si d'autres doivent encore être formulées, concrétisées, le tout ne peut se concevoir que dans une perspective économiquement positive. La compétitivité économique doit rester en permanence un objectif.

Pour ce faire, diverses évolutions doivent encore être réalisées, des accompagnements mis en œuvre.

3.1- Des valeurs non marchandes reconnues mais non rémunérées

Dans les années 1990, le CNJA (Centre National des Jeunes Agriculteurs) revendiquait la reconnaissance de la multifonctionnalité de l'Agriculture et la mise en place d'un Contrat d'Entreprise pour les exploitations agricoles. Il s'agissait alors de reconnaître les actions non marchandes, non rémunérées remplies par les agriculteurs. Les CTE (Contrat Territorial d'Exploitation) et autres CAD (Contrat d'Agriculture Durable) y répondirent par la suite mais furent de courtes durées.

Aujourd'hui, les demandes des consommateurs ne peuvent se concevoir qu'à charge égale pour les producteurs. Toute augmentation de charge mettrait en péril les exploitations déjà très fragiles. Pour pouvoir parler de mode de production durable, il faut que l'évolution soit soutenable du point de vue environnemental mais également social et économique.

Michel GRIFFON, Président du Comité Scientifique à l'Agence Nationale de la Recherche, intervenait lors du Conseil Fédéral de la FNSEA en septembre 2007. Il convenait que « les services écologiques rendus par les agriculteurs se devaient d'être rémunérés sous peine d'être anti-économiques ».

Dominique BUREAU, Directeur des Affaires économiques et internationales au ministère de l'Ecologie, du Développement et de l'Aménagement Durables, ajoutait lors du Colloque Agriculture 2013 de l'INRA en octobre 2007 : il n'y a « pas d'autre alternative que de rémunérer les impacts sociétaux, écologiques de l'Agriculture, même s'il faut aussi reconnaître ses effets négatifs, rémunérer dans une notion de marché ».

Pour ce faire, outre une juste rémunération des producteurs, le PDRH (Plan de Développement Rural Hexagonal, 13,5 milliards d'euros sur 2007-2013) dans le cadre du FEADER (instrument financier du 2^{ème} pilier de la PAC) doit être sollicité.

C'est un véritable non-sens économique de penser que l'Agriculture peut faire encore plus en terme d'environnement sans être rémunérée pour cela. Cette rémunération doit passer soit par les pouvoirs publics soit par le prix des produits.

3.2- Vers une nouvelle définition de l'exploitation arboricole

Le Grenelle de l'Environnement s'est emparé de cette notion d'Agriculture durable dans une exploitation vue globalement. Il a inventé une nouvelle qualification, celle d'une exploitation à Haute Valeur Environnementale. Pour Michel GRIFFON, il s'agira de « développer une Agriculture hautement productive et à haute valeur environnementale ».

La filière fruitière et les producteurs de fruits s'inscrivent totalement dans cette démarche, comme le démontrent tout ce qui précède. Il s'agit de défendre une Arboriculture durable, donc des méthodes soucieuses de la protection de l'environnement. C'est le sens des orientations défendues par la FNPF au sein du Ctifl, son institut technique, et de celles communiquées à l'INRA. Le secteur des fruits n'est pas uniforme, il est composé de différentes filières qui sont plus ou moins avancées sur le sujet. La filière pomme est très engagée dans la PFI. Une proposition envisagée serait de mettre au point un signe de « qualité environnementale » officiel, peut-être une norme de type HQE permettant d'indiquer lisiblement au consommateur les fruits issus d'exploitations qui respectent un certain nombre de contraintes environnementales.

Il s'agit aussi de « trouver les moyens d'enregistrer la valeur de l'exploitation agricole et la contrôler en prenant en compte le patrimoine (destruction/préservation), le territoire, la biodiversité des paysages, les sols, l'énergie, les déchets ... L'instrument PIB créé après la seconde guerre mondiale n'est plus adapté pour cela », comme le précisait Anne-Marie DUCROUX, ancienne présidente du Conseil national du développement durable, lors du colloque INRA, Agriculture 2013.

Les incidences sociales (emplois directs et indirects créés) doivent aussi être prises en considération.

La FNPF milite pour la création d'une identification des exploitations arboricoles à Haute Valeur Environnementale (qualification ou certification). Elle devra être utilisée dans le cadre de l'attribution de l'éco-label sur le produit.

3.3- Innover, accompagner en impliquant l'ensemble de la filière

3.3.1- Développer des alternatives et leur transfert vers la production

Nous avons vu dans la première partie que de nombreuses alternatives ont été développées puis mises en place dans le secteur arboricole. En effet, la filière fruitière française est une filière qui a su se prendre en main et innover très régulièrement depuis de nombreuses années, pour preuve tous les éléments de la première partie de ce rapport. Aujourd'hui, il s'agit de poursuivre en réorientant éventuellement ces recherches d'innovations. L'augmentation des exigences agro-environnementales entraînant la réduction des matières actives peut être à l'origine de nouvelles orientations. En tout état de cause, cette recherche doit être poursuivie et renforcée. Ces travaux doivent être menés en coordination entre les producteurs, les organismes de recherche et les centres expérimentaux techniques.

Il ne faut cependant pas oublier que le vivant, et donc les organismes nuisibles, mettent en œuvre des processus complexes. Michel GRIFFON explique ainsi que l'intensité écologique est uniquement scientifique et ne doit être ni politique ni idéologique. Pour ce faire, il faut, selon lui « pousser les mécanismes naturels le plus possible et les accompagner des connaissances agronomiques tant que possible ». Les alternatives ne doivent donc pas être envisagées comme des substitutions parfaites des produits phytosanitaires mais intégrées dans un dispositif de lutte large dans lequel les produits phytosanitaires auraient leur place.

De plus, les dispositifs de recherche, aussi performants soient-ils, nécessitent du temps. La mise au point de la variété Ariane[®], résistante à la tavelure (maladie des fruits à pépins) a nécessité plus d'une vingtaine d'années et était intégrée dans un programme global de sélection variétale ayant duré soixante ans. Aujourd'hui, les avancées montrent que ces travaux peuvent et doivent encore être améliorés pour éviter le développement de résistances à ces variétés, en « introduisant » plusieurs gènes facteurs de résistance. Les exigences réglementaires doivent donc tenir compte de ces contraintes au risque de faire disparaître la production fruitière française.

La compétitivité de nos exploitations passe aussi par la mise au point de méthodes alternatives viables économiquement, comme le Ctifl l'a souligné lors du colloque INRA sur la production fruitière intégrée. Cet aspect doit absolument être pris en compte dans les travaux de recherche afin d'éviter de développer des méthodes alternatives intéressantes techniquement mais inapplicables économiquement.

Un point clef de la recherche et de l'innovation est aussi celui du transfert vers les producteurs. Lors du colloque INRA sur la production fruitière intégrée, Thierry COULON (directeur technique « Production et terroir » de l'Institut Technique de la Vigne et du vin) faisait justement remarquer que les alternatives doivent être développées dans le cadre d'une stratégie globale permettant d'assurer une production « jusqu'au bout ». Ceci nécessite selon lui la mise en place d'une méthodologie adaptée au contexte local du producteur concerné. Cette intervention met bien en exergue la difficulté d'appliquer en verger les alternatives développées en expérimentation.

Par ailleurs, la taille du marché de l'arboriculture est également un frein au développement de méthodes alternatives à l'emploi de pesticides. A titre d'exemple, l'INRA a développé une technique de lutte contre la cochenille *P. viburni* grâce à un auxiliaire mais, aucune firme ne s'est positionnée aujourd'hui pour développer le produit car le marché est jugé trop petit. Cette problématique se retrouve également lors du développement de produits phytopharmaceutiques moins toxiques : le coût et la complexité des homologations empêchent souvent les firmes phytosanitaires de faire homologuer de nouvelles molécules car le marché arboricole est non rentable par rapport aux investissements engendrés.

La production fruitière est donc bien en phase avec les évolutions de la société en terme d'environnement, néanmoins, au regard de toutes les contraintes énoncées ci-dessus, elle ne peut le faire que progressivement et sous réserve de disposer de moyens suffisants.

3.3.2- Offrir de nouveaux produits et services aux consommateurs

Pour les raisons évoquées précédemment, les techniques alternatives intéressent les producteurs mais aussi les consommateurs. D'autres innovations peuvent concourir à satisfaire ses demandes en apportant d'autres éléments. Concrètement, il pourrait s'agir d'offrir aux consommateurs de nouveaux produits, de nouveaux services, de nouvelles variétés ou d'anciennes retravaillées, ... A titre d'exemple, le développement de distributeurs de fruits dans les lieux publics pourrait être une solution pour répondre aux habitudes de « snacking » du consommateur d'aujourd'hui. Pour ce faire, l'appui de la Recherche et du Développement en fruits et légumes sera nécessaire, qu'il s'agisse du Ctifl, de l'INRA, d'autres organismes de recherche voire des associations de consommateurs pour affiner les demandes et centres d'intérêt.

3.3.3- Impliquer l'ensemble de la filière

La production de nouveaux services, de techniques et produits plus respectueux de l'environnement ne servira à rien si leur valeur environnementale n'est pas intégrée par les consommateurs et si les efforts mis en œuvre par la production sont perdus dans la suite du parcours du produit.

C'est pourquoi l'ensemble de la filière doit être impliqué dans la mise en œuvre de pratiques plus respectueuses de l'environnement pour deux raisons :

- Ne pas perdre la valeur environnementale créée par les producteurs de fruits ;
- Ajouter une valeur environnementale « Aval de la filière ».

La FNPF milite pour un soutien et une collaboration accrues de l'ensemble des partenaires de la recherche et du développement en fruits mais aussi de l'aval de la filière. Il doit s'agir de :

- Ø Assurer à la production fruitière française un niveau économiquement rentable pour lui permettre de se positionner sur le marché français et mondial avec un fruit sain et correspondant aux attentes du consommateur ;
- Ø Favoriser la protection des vergers par des moyens « biologiques » plutôt que « chimiques », dans le cas d'une efficacité comparable et pour un coût acceptable ;
- Ø Permettre à la valeur environnementale du produit d'être conservée et augmentée tout au long de la filière.

Ces éléments devront être intégrés dans l'éco-label.

3.4- Redonner de la valeur au produit

Au contraire de nombreux produits pour lesquels la valeur apparaît à travers leur mode d'élaboration et/ou leur marketing, il n'en est pas de même pour les fruits. En effet, plusieurs idées entourent ces produits avec persistance dans l'esprit du consommateur : produit naturel (qui pousse tout seul, image d'Adam et Eve), produit basique, produit de consommation courante. Ce faisant, le fruit n'a pas de valeur donc pas de prix (au sens négatif). Il ne devrait pas être cher. C'est la raison pour laquelle la communication sur la cherté des fruits et légumes prend si bien. Pourtant au regard de tout ce qui précède, il est aisé de comprendre ce qui constitue une partie de sa valeur et peut justifier d'une partie du prix des fruits.

Il faudrait donc pouvoir aujourd'hui redonner de la valeur au produit frais à l'instar des boulangers qui ont su redonner de la valeur à la baguette. Tous les éléments précédents doivent y contribuer.

Pour ce faire, il s'agira essentiellement d'augmenter la valeur perçue. Le marketing est une clé d'entrée : « affublé d'un logo et d'un emballage sophistiqué, le produit frais gagne en valeur » (Ça m'intéresse, Juin 2007). Car même si « le marketing des produits périssables est extrêmement difficile à gérer, et les investissements nécessaires pour le mettre en œuvre très élevés, c'est aujourd'hui une question de survie pour des milliers de professionnels » (LSA, Octobre 2007).

Une consommation durable est une consommation dans laquelle le prix payé par le consommateur reflète bien l'ensemble des aspects pris en compte. Une pomme produite en Chine est largement moins chère qu'une pomme produite en France et pourtant, la production en Chine utilise des produits phytosanitaires qui sont interdits en France depuis longtemps (du fait de leur effet néfaste sur l'environnement), sans, de plus qu'aucune précaution particulière soit prise pour la santé des travailleurs dans les techniques d'application. Ensuite, le transport aura coûté du CO₂ émis, du pétrole consommé. En bref, une note salée pour la planète ... non payée par le consommateur. Le marketing doit aider à montrer cela en rendant son attractivité au produit ... local.

Une politique de marketing adaptée doit permettre de mettre en avant l'ensemble des atouts apporté par la consommation de fruits, en particulier les externalités positives de l'arboriculture. Cette démarche est globale et peut s'appuyer sur l'éco-label Produit.

4- DES OUTILS INDISPENSABLES A METTRE EN PLACE

Redonner de la valeur au produit, démontrer et communiquer sur les éléments positifs entourant une consommation locale de fruits, n'exonère pas de réclamer une fois encore que les grandes problématiques entourant la production fruitière soient solutionnées. Elles sont malheureusement encore nombreuses.

4.1- Une organisation économique forte

L'OCM des Fruits et Légumes de 1996 visait à renforcer le pouvoir économique des producteurs face à l'aval de la filière. Elle donnait les moyens aux producteurs de s'organiser en organisations de producteurs, elles même rassemblées dans des Comités économiques.

Un problème crucial s'est rapidement posé, celui de la concertation, entre producteurs, entre Organisations de Producteurs, entre Comités économiques, ... Elle est impossible sous peine de sanction, notamment sur le sujet des prix ! L'OCM Fruits et Légumes réformée résoudra peut-être ce problème. Mais quoi qu'il en soit, les producteurs doivent retrouver une organisation économique à leur service, c'est-à-dire capable de défendre leur revenu donc des prix. Tous les moyens doivent être mis en œuvre pour cela : une instance nationale définissant une politique produit ou multi-produit, des instances locales au plus près des producteurs. L'échelon de ces dernières est à laisser au libre arbitre des producteurs. Le seul impératif est d'être une instance de concertation locale à leur service, en lien avec les instances nationales Produit.

La FNPF revendique une organisation économique forte intégrant tous les producteurs et à leur seul service. Son efficacité devra être contrôlée sur les résultats économiques de leurs mandants. Elle reste à construire.

4.2- Des outils de gestion de marché

4.2.1- Un mécanisme public obligatoire

Lors de la réforme de la PAC en 2003, Hervé GAYMARD avait obtenu l'affectation d'un pourcent de modulation des aides directes pour la gestion de crise de certaines filières dont celle des fruits et légumes. Ce point n'a jamais donné lieu à concrétisation. Cependant, réguler le marché nécessite des outils de gestion de crise.

Les dispositifs de retrait financés par la Commission européenne, ayant conduit à des dérives, ont été considérablement encadrés et ont perdu de leur efficacité.

La nouvelle OCM Fruits et Légumes prévoit des outils de gestion des crises au sein des programmes opérationnels. Le plafond financier de ces programmes a été augmenté pour cela. Même encadré, la difficulté tient au choix que vont devoir faire les Organisations de Producteurs entre leurs actions structurelles et la gestion des crises. Il ne faudrait pas que la seconde obère les premières.

Un vrai dispositif est à trouver ? Faudra-t-il envisager de passer par une DPU ? La FNPF ne le revendique pas.

4.2.2- Assurance récolte : un système à amplifier

Le dispositif d'assurance récolte est en place depuis 2005 avec le soutien des pouvoirs publics. Le taux de soutien proposé aujourd'hui, 35 %, n'est pas aussi incitatif que la FNPF l'avait demandé. Ce faible soutien est d'autant plus problématique pour les productions fruitières que celles-ci, du fait des risques climatiques élevés, se voient proposer par les compagnies d'assurance des contrats souvent trop coûteux. C'est d'ailleurs pour cela que la FNPF avait demandé, avant son lancement, à ce que l'assurance récolte soit un dispositif obligatoire pour tous afin de mutualiser les risques et réduire ainsi les coûts des contrats.

Pour un développement plus conséquent et surtout plus efficace, il faut trouver les moyens d'abaisser les primes versées par les producteurs. L'Etat doit augmenter sa contribution à un niveau permettant aux producteurs de fruits français d'accéder au système, au même titre que le

peuvent les arboriculteurs espagnols. Sinon, il serait souhaitable que la Commission européenne l'impose au niveau communautaire pour une plus grande équité entre les Etats Membres.

Enfin, la FNPF demande que la gestion de la transition entre le dispositif d'assurance récolte et le système d'indemnisation par le FNGCA soit très prudente. Les producteurs de fruits souhaitent que les conclusions du rapport du Sénateur MORTEMOSQUE (février 2007) concernant la transition du système des calamités agricoles soient suivies. En effet, celui-ci ne peut disparaître tant que le système d'assurance récolte n'est pas largement répandu ; il faut donc au préalable « s'assurer qu'une offre d'assurance accessible existe pour la catégorie de culture avant de la déclarer assurable à terme ». Avec seulement 1,4 % des surfaces assurées en fruits et légumes en 2006, le système d'assurance récolte en arboriculture doit encore faire ses preuves.

4.2.3- Un système professionnel à mettre en place

Si dans le cadre de la gestion des aléas l'assurance récolte peut être une solution, d'autres outils peuvent aussi être mis en place notamment pour gérer les périodes sensibles voire les périodes de crise. Les producteurs de fruits considèrent que dans ce cas, ils peuvent être acteurs. Aussi réfléchissent-ils à des outils propres leur permettant d'intervenir et rétablir au plus vite des situations saines. Sans être exhaustifs, ces outils pourraient être la contractualisation avec l'aval avec des engagements fermes de part et d'autre tant sur les volumes, les périodes, les qualités et les prix. Il peut s'agir aussi de caisses de péréquation internes aux structures de producteurs dont l'usage serait encadré. Ces outils seraient gérés par les interprofessions de première mise en marché.

Obligatoires ou volontaires, mis en place par les pouvoirs publics ou par les professionnels, (co)financés par les professionnels ou non, les outils visant à gérer les crises voire les prévenir sont indispensables. La FNPF les revendique les plus divers possibles pour une meilleure efficacité.

4.3- Des règles de concurrence équitables

4.3.1- Des règles à respecter pour éviter les distorsions entre intervenants

Alors que les circuits courts se développent en fruits et légumes (vente directe de producteurs, magasins de revente, ventes au bord des routes,...), la FNPF souhaite réaffirmer la nécessité d'un respect des règles par tous. Si les producteurs vendant en direct bénéficient de certains avantages par rapport à des vendeurs « classiques », ils doivent néanmoins respecter certaines contraintes en ce qui concerne l'emplacement de leur lieu de vente, la structure de vente, l'affichage, ... De leur côté, les revendeurs-producteurs s'inscrivent dans le cadre du commerce et doivent donc être inscrits au registre du commerce et en suivre les règles. Encore une fois, la FNPF souhaite la mise en place d'une carte de producteur afin d'éviter les distorsions de concurrence et de clarifier l'information délivrée au consommateur.

Les producteurs de fruits souhaiteraient également que la fiscalité soit plus équitable entre producteurs

4.3.2- Une même exigence nécessaire pour les produits français, européens et hors de l'Union Européenne

L'absence d'harmonisation européenne au niveau de la réglementation phytosanitaire entraîne une remise en cause de l'unicité du marché européen. Cela devient un facteur handicapant la compétitivité des producteurs de fruits français presque aussi lourd que les facteurs liés à la main d'œuvre. Certes, la réglementation européenne évolue dans ce sens. Citons, par exemple, l'harmonisation des LMR qui doit être finalisée en juin 2008, ou encore les discussions en cours sur des projets de directive cadre et de règlement relatifs à l'utilisation des produits phytosanitaires. Ces travaux sur une directive cadre sont en effet partis du constat, par la Commission européenne, que les règles d'utilisation des produits phyto-pharmaceutiques sont trop hétérogènes. La proposition de directive vise ainsi à fixer des exigences minimales et des priorités à inscrire par chaque Etat Membre dans un objectif d'utilisation durable des pesticides.

Toutefois, même si des travaux importants d'harmonisation sont en cours, des distorsions persistent. Par exemple, avec l'arrêté du 12 septembre 2006, la France possède une des réglementations les plus strictes en matière de protection de l'applicateur et de l'environnement. Si cette réglementation est indéniablement positive dans ses objectifs, elle n'est pas sans poser de contraintes techniques quant à sa mise en œuvre et des distorsions vis-à-vis de la concurrence étrangère. Il serait d'ailleurs intéressant que de telles évolutions réglementaires soient « évaluées » au préalable dans les différentes filières pour lesquelles elles s'appliquent. Ainsi, pourrait être créé un verger « témoin » ou « école » permettant d'étudier en amont l'applicabilité de certaines mesures et s'assurer ainsi du bien fondé environnemental et économique de celles-ci avant de les mettre en application.

De la même manière, il est absolument nécessaire que les produits entrant dans l'Union européenne répondent aux mêmes exigences que ceux produits sur le territoire national.

Si on poursuit l'exemple des produits phytosanitaires, certaines substances actives sont utilisées dans des pays tiers alors qu'elles ne sont pas autorisées au sein de l'Union européenne, jugées dangereuses pour l'environnement ou le consommateur final. Or, ces produits sont commercialisés sur le territoire européen et consommés également par des consommateurs européens. Il semble donc nécessaire de mettre en place des exigences similaires pour les produits extérieurs à celles s'appliquant aux produits « locaux ». La réglementation doit évoluer afin de limiter au maximum ces distorsions et les contrôles aux frontières doivent être renforcés en ce sens.

4.3.3- Emploi

La FNPF, ainsi que différents audits, ont mis en exergue à plusieurs reprises les distorsions de concurrence liées à l'emploi. Malgré les avancées techniques, les coûts de main d'œuvre représentent toujours 50 % des coûts de production et la production française n'est plus suffisamment compétitive au niveau européen, et, a fortiori, mondial. La FNPF réaffirme la nécessité de mettre en place des dispositifs permettant de réduire ces distorsions.

La « piste » de la TVA sociale a été abandonnée par les pouvoirs publics avant même d'avoir été analysée et encore moins testée. La FNPF souhaite que cette piste soit reprise et expliquée : cette mesure ne doit pas engendrer d'augmentation des prix aux consommateurs. En effet, l'augmentation de TVA doit être compensée par une baisse des prix liée à une réduction des charges sociales qui sont associées au coût de la main d'œuvre.

Un autre facteur de distorsion de concurrence est celui lié à l'accès à la main d'œuvre. Les producteurs de fruits restent confrontés à une pénurie de travailleurs saisonniers et permanents. Face à cette pénurie, les producteurs français ont recours à des travailleurs en provenance des Nouveaux Etats Membres. Or, au 1^{er} janvier 2007, la France, contrairement à d'autres pays de l'Union européenne (Espagne, Portugal, Royaume-Uni,...), n'a pas ouvert ses frontières mais uniquement mis en place un assouplissement de la procédure d'introduction pour les métiers en tension.

Afin de limiter les distorsions de concurrence, la FNPF souhaite que certaines mesures fassent l'objet d'une étude en amont quant à leur applicabilité. Un verger « témoin » pourrait être créé afin de réaliser ces travaux.

La FNPF réaffirme la nécessité d'assouplir au maximum la procédure d'introduction de main d'œuvre en provenance des Nouveaux Entrants pour les métiers arboricoles. De plus, elle souhaite que la France se positionne pour une ouverture complète aux travailleurs européens lors de la prochaine échéance de la période transitoire, le 1^{er} mai 2009.

Conclusion

La FNPF a pu démontrer dans ce rapport d'orientation les nombreuses actions, démarches, expérimentations entreprises par les producteurs de fruits depuis de nombreuses années. Elles visent à répondre aux demandes sociales et sociétales tout en préservant leur outil de travail.

Leur Savoir-Faire n'est pas à remettre en cause. Cependant, parce que les producteurs ont considéré que les consommateurs n'étaient pas intéressés par les méthodes de production, la communication est restée défensive. Le résultat final est aujourd'hui constaté : une méfiance extrême, une remise en cause de la qualité des produits et des méthodes de production de la part du consommateur. Le temps de l'offensif est venu, après le Savoir-Faire, celui du Faire-Savoir.

La FNPF est décidée à tout mettre en œuvre sur ce sujet.

De plus, face aux préoccupations environnementales, la FNPF souhaite que soient reconnues les exploitations fruitières à Haute Valeur Environnementale et mis en place un éco-label sur les produits. Celui-ci devra être un engagement sur des valeurs environnementales tout au long de la filière. Des engagements sociaux et économiques pourraient s'y ajouter. Cet élément contribuerait à redonner une valeur aux fruits et à la consommation de ceux produits localement.

Enfin, afin d'accroître la valeur perçue des fruits par le consommateur, un véritable effort d'innovation et de marketing doit être réalisé.

Ces chantiers sont ouverts. Ils s'ajoutent à ceux sur lesquels se bat la FNPF au quotidien (organisation économique, gestion des crises, phytosanitaire, emploi, ...). Pour assurer l'avenir des producteurs, ils devront aboutir rapidement. La FNPF s'y attèlera dès 2008.