



9 ET 10 NOVEMBRE 2011

Rapport d'activité et d'orientation

présenté au congrès national des Producteurs de Légumes de France

BILAN DE L'ACTIVITE DE LEGUMES DE FRANCE POUR L'ANNEE 2011

&

STRATEGIE DE LEGUMES DE FRANCE POUR L'ANNEE 2012

LEGUMES DE FRANCE



11, rue de la Baume
75008 PARIS

Tél : 01.53.83.48.08
Fax : 01.53.83.48.10

Mail : accueil@legumesdefrance.fr

SOMMAIRE

I. FAIRE PARLER LES LEGUMES DE FRANCE

DEVELOPPER LE RESEAU SYNDICAL.....	9
EN REGIONS, SOUTENIR DES ACTIONS SYNDICALES TOUTE L'ANNEE SUR DES SUJETS D'ACTUALITES	10
ALERTER LES POUVOIRS PUBLICS, LES POLITIQUES ET LES CITOYENS.....	17
ORGANISER DES ACTIONS DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION DES LEGUMES DE FRANCE	22
PARTICIPER A DES PROJETS FAVORISANT L'ACCESSIBILITE DES LEGUMES.....	25
VALORISER LES BONNES PRATIQUES AGRICOLES	27

II. AMELIORER LA COMPETITIVITE DES ENTREPRISES LEGUMIERES

REDUIRE LES DISTORSIONS DE CONCURRENCE EN COUT DE MAIN-D'ŒUVRE ENTRE LA FRANCE ET LES AUTRES PAYS D'EUROPE.....	30
OBTENIR DES FINANCEMENTS POUR LE DISPOSITIF D'AIDES A LA CONSTRUCTION ET A L'AMENAGEMENT DES SERRES MARAÎCHERES	33
ENCADRER ET ACCOMPAGNER LA VENTE DE CERTIFICATS D'ECONOMIE D'ENERGIE	35
SOUTENIR ET METTRE EN ŒUVRE L'HARMONISATION EUROPEENNE.....	36
VEILLER A LA DISPONIBILITE EN PRODUITS PHYTOSANITAIRES	37
PARTICIPER AU DEVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION INTEGREE EN CULTURES LEGUMIERES.....	39
UN DROIT DE LA CONCURRENCE ADAPTE ET DES RELATIONS COMMERCIALES APAISEES QUI PERMETTENT VALORISATION DES PRODUITS ET REMUNERATION DES PRODUCTEURS.....	42

ENCOURAGER LA VALORISATION DE LA PRODUCTION LOCALE.....	45
REDONNER LA MAIN AUX PRODUCTEURS SUR LE CHOIX DES CONDITIONNEMENTS	48

III. SOUTENIR LE DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES DE DEMAIN

AMELIORER LES ENTREPRISES DANS LEUR GESTION DES RESSOURCES HUMAINES	51
CREER DES SYNERGIES POUR FAIRE EMERGER DES INNOVATIONS	53
CONTRIBUER AUX ORIENTATIONS DE LA FILIERE	55
ET EN 2012, CONTINUER A PRODUIRE DES LEGUMES EN FRANCE !	56

Légumes de France en 2011

Trois faits marquants caractérisent en 2011 l'action de Légumes de France.

- Une mobilisation sans précédent pour communiquer vers le grand public et promouvoir les légumes de France. En particulier, pour faire face à la crise médiatico sanitaire E.coli, mais aussi à l'occasion du Salon International de l'Agriculture, de la semaine Fraîch'attitude, du Festival International de la Photo Culinaire et des Légumes dans la Ville à Lyon.
- La poursuite de l'action en faveur d'un allègement des charges patronales pour les salariés permanents de 1€/heure. Grâce à l'action de Légumes de France, la reconnaissance, à tous les niveaux de l'Etat, des distorsions de concurrence sur le coût du travail subies par les producteurs, et la réalisation par Bernard Reynès, Député des Bouches-du-Rhône, d'un rapport sur le financement alternatif de la protection sociale en agriculture, a conduit le Premier ministre et le chef de l'Etat à décider de premières mesures d'allègement des charges. Celles-ci devraient entrer en vigueur dès le 1^{er} janvier 2012.
- La publication du catalogue des usages et l'entrée en vigueur de l'harmonisation européenne en matière phytosanitaire. Ces avancées viennent concrétiser l'action de Légumes de France pour combattre les impasses techniques en matière de protection des cultures.

Ces succès sont le fruit d'actions menées par des responsables professionnels déterminés, sur la base de dossiers dont le sérieux est reconnu par nos interlocuteurs (Gouvernement, Parlement, médias,...) et de propositions innovantes.

De nombreux dossiers sont ainsi défendus tant en ce qui concerne la compétitivité et l'adaptation de nos entreprises (distorsions de concurrence, protection des cultures, énergie, coût du travail, ...) que de la valorisation des légumes produits en France (organisation de la mise en marché, relations production/commerce, identification et promotion de l'origine,...).

Notre action nationale, portée par l'ensemble des syndicats de producteurs de légumes, animateurs et producteurs, et relayée auprès des médias et des responsables politiques, montre ainsi son efficacité et son potentiel pour :

« Dans l'intérêt des consommateurs, défendre tous les producteurs de légumes par la valorisation des hommes et des entreprises de production, dans le respect de leurs différences ».

THEME I

FAIRE PARLER LES LEGUMES DE FRANCE

1. RASSEMBLER POUR ALERTER
2. ALLER A LA RENCONTRE DU GRAND PUBLIC

DEVELOPPER LE RESEAU SYNDICAL

Contexte et Enjeux

Depuis 2007, la fédération des Producteurs de Légumes de France travaille en collaboration avec les syndicats adhérents à la mise en place d'une convention de partenariat et d'adhésion afin de développer la synergie et la cohésion du réseau maraîcher.

En 2011, de nouveaux syndicats départementaux ont rejoint le nombre des syndicats conventionnés et ont permis de renforcer le réseau des Producteurs de Légumes de France.

Objectifs

Car une fédération n'est rien sans les producteurs qui la composent et qu'elle défend, il est essentiel de maintenir un réseau syndical solide et dynamique.

Actions

Partageant l'objectif commun de mieux défendre les producteurs de légumes, les syndicats départementaux adhérents et la fédération nationale s'engagent, via la signature d'une convention, dans un partenariat visant à créer des synergies entre eux pour être en mesure d'apporter aux producteurs l'information nécessaire, en prenant en compte leurs problèmes et en faisant émerger des réponses collectives ou individuelles sur le terrain.

En 2011, les syndicats conventionnés sont : FDSEA 51, FDSEA 13, FRSEA Alsace, FDSEA 84, FDSEA 85, FDSEA 14, FDSEA 08, FDSEA 69, FDSEA 41.

Cette année, la fédération nationale des producteurs de cresson a rejoint les producteurs de la FNP Endives et l'Union Française des Producteurs de Légumes Secs au sein du réseau de Légumes de France en tant qu'association spécialisée.

De nouvelles AOP ont également affirmé leur soutien à la fédération nationale cette année : AOP Poireaux de France, AOP Carottes de France qui viennent s'ajouter aux autres AOP depuis longtemps partenaires du syndicalisme agricole : AOP Tomates et Concombres de France, AOP Nationale Fraise.

La section des jeunes maraîchers regroupe les jeunes producteurs de légumes et organise autour d'un voyage d'études (en Angleterre en 2011) et de journées de formation, des échanges entre producteurs.

Perspectives pour l'année 2012

En 2012, la fédération prévoit d'augmenter ses efforts pour rallier le maximum de producteurs afin de se donner les moyens humains et financiers de poursuivre son action. Les secrétaires généraux adjoints (J.C. Guehennec, F. Couloumiès, G. Roche, F. Andrieu), le vice-président (J.P. Douillard) et le secrétaire général (J. Rouchaussé) travaillent largement au renforcement du réseau syndical auprès des producteurs de légumes de toute la France soutenus par les producteurs en départements.

Contacts

Responsables professionnels : Jacques ROUCHAUSSE

Responsable équipe administrative : Khadija RIZKI, k.rizki@legumesdefrance.fr

EN REGION, SOUTENIR DES ACTIONS SYNDICALES TOUTE L'ANNEE SUR DES SUJETS D'ACTUALITES

Contexte et Enjeux

Les Producteurs de Légumes de France, c'est avant tout des producteurs sur leur terrain. Au delà des nombreux évènements au niveau national qui permettent de porter les messages au grand public et aux Pouvoirs Publics pour l'ensemble des producteurs de France, l'animation sur le terrain est essentielle aussi bien auprès des consommateurs de proximité que des producteurs de légumes du département afin de construire des réponses collectives et individuelles aux enjeux actuels.

Objectifs

Développer l'implication et la présence des producteurs de légumes dans le département et leur notoriété auprès des élus locaux et du grand public.

Actions

1. Les producteurs de légumes s'investissent pour faire vivre le syndicalisme territorial

Dans le cadre des Assemblées Générales, organisées sous l'impulsion des présidents de syndicats départementaux, les producteurs de légumes se regroupent pour échanger sur leurs préoccupations et faire un point sur les avancées obtenues par le syndicalisme. Cette année, de nombreuses Assemblées Générales ont eu pour thème la LMA et la contractualisation (Calvados, Seine-Maritime, Ile-de-France, Rhône, Alsace, Sarthe, La Manche, Nord...). Légumes de France a pu apporter son expertise en intervenant sur les changements liés à la LMA pour la filière et sur les exploitations aux producteurs en régions. D'autres thématiques ont été l'occasion d'apporter des réponses aux producteurs de légumes sur des sujets tels que la protection des cultures (Champagne Ardennes), l'énergie, la PAC (Nord)...

Le réseau d'échanges, formé par l'ensemble des producteurs de légumes de France, permet le transfert de connaissance entre producteurs de différentes régions. Ainsi, à l'occasion d'Assemblées Générales, de nombreux thèmes ont pu être abordés entre producteurs : exemple, en janvier, D. Onfroy (50) est intervenu sur l'organisation économique des producteurs (zones d'expédition et de ceintures vertes) dans le Vaucluse ; F. Andrieu (46) est intervenu sur la protection des cultures auprès des maraîchers bordelais en juin...

C'est aussi à l'occasion de salons professionnels tel que le SIVAL, auxquels participe Légumes de France, que les producteurs peuvent échanger entre eux sur les préoccupations actuelles de la profession et les combats syndicaux menés par la fédération nationale.

Par ailleurs, les déplacements des producteurs, auprès de leurs collègues d'autres départements, sont aussi l'occasion de rappeler les actions menées par la fédération nationale (ex. intervention de J. Rouchaussé lors de l'Assemblée Générale des maraîchers

corses en mars 2011 ; F. Andrieu a rencontré le président de l'AOP asperges ; une délégation de producteurs de légumes a rencontré des représentants des organisations légumières bretonnes à St Pol de Léon (29) en juin...).

Ces diverses interventions impliquent Les Producteurs de Légumes de France dans la vie syndicale locale auprès de leurs collègues, aussi bien dans leur propre département que dans d'autres régions.

2. Les producteurs de légumes sensibilisent les consommateurs locaux à l'importance de la filière pour l'économie rurale

Les actions de communication menées à l'échelle départementale ou régionale impliquent souvent les producteurs de légumes locaux. En effet, depuis longtemps, les producteurs ont saisi l'importance de sensibiliser les consommateurs à l'importance de leur filière, aux avantages sociétaux de la consommation de légumes locaux sur l'environnement et l'économie rurale.

Par exemple, en février, à l'occasion du Salon de l'Agriculture, les producteurs alsaciens sont venus promouvoir la production maraîchère alsacienne sur le stand des producteurs de Légumes de France. Ils y ont rencontré leurs élus régionaux, les représentants agricoles alsaciens ainsi que les députés François Loos et Antoine Herth.



En parallèle, la participation des producteurs sur le terrain local, à l'occasion d'événement régionaux, reste un moyen efficace de faire parler des légumes. Les maraîchers du Loir-et-Cher ont ainsi participé à l'évènement « Papilles en Fêtes » organisé en avril par les JA 41 ; les maraîchers de Champagne Ardennes étaient présents lors de la foire de Châlons fin août ; en septembre, les maraîchers alsaciens ont participé à Terres à l'envers où les légumes étaient mis à l'honneur sur 2ha ; où, à chaque fois, une pyramide de légumes signait la présence des maraîchers de la région.

Pyramide de légumes en Alsace, 16/09/11

C'est également en période de crise, largement connue cette année malheureusement, que les producteurs font parler de leurs légumes et des bienfaits qu'ils représentent. Aussi, en mars, alors que la salade d'hiver était à un niveau de cours très bas, les producteurs du Vaucluse ont mené une action afin de rappeler aux consommateurs locaux que les productions de la région étaient largement disponibles et de qualité. De même, les producteurs de melons du sud de la France ont interpellé les consommateurs sur la précocité de leurs récoltes et la large disponibilité de melons origine France.

En juin, dans le contexte de crise médiatique liée à E. Coli, les producteurs de légumes se sont fortement mobilisés pour sensibiliser les consommateurs français à l'innocuité de leurs légumes. Outre les nombreuses interventions auprès des médias (ex. A. Pepe, président des maraîchers corses à la télé et à la radio), des initiatives locales ont été mises en place : distribution de concombres et tomates au centre ville de Perpignan, distribution de concombres à Tours et Orléans...



En août, alors que la filière connaissait une crise sans précédent, les maraîchers se sont mobilisés pour rappeler à leurs concitoyens le rôle de la production maraîchère en France et la nécessité de la pérenniser. A titre d'exemple, les maraîchers d'Alsace ont organisé une vente à prix coûtant sur un parking de magasin IKEA avec pour but d'attirer l'attention sur les difficultés que rencontre la profession.

Vente à prix coûtant en Alsace, 19/08/11

Enfin, comme chaque année, la semaine Fraîch'attitude et la rentrée Fraîch'attitude restent des événements de communication auxquels s'associent largement les producteurs dans les départements, avec le soutien d'Interfel, afin d'échanger avec les consommateurs, petits et grands, sur la production de légumes.

3. Les producteurs de légumes travaillent avec les élus locaux à la prise de conscience par les Pouvoirs Publics des enjeux de la filière maraîchère

Les producteurs de légumes, déjà impliqués au niveau national auprès des services de l'Etat, sensibilisent largement les Pouvoirs Publics sur le terrain.

3.1. Approvisionnement local

L'approvisionnement de la restauration collective est géré par les collectivités territoriales. C'est une thématique sur laquelle les producteurs sur le terrain peuvent avancer avec leur syndicat local.

En janvier, les maraîchers de Champagne Ardennes ont rencontré les représentants des conseils généraux et régionaux afin de partager les enjeux de l'approvisionnement local des collectivités : développement des circuits courts, restauration collective, identification des producteurs et communication sur les métiers du maraîchage ont été abordés.

En Charente, les producteurs ont travaillé avec le conseil général à la mise en place d'une signalétique pour les producteurs vendant en direct sur leur exploitation. Des panneaux fléchés vers les exploitations ont été installés dans les villes facilitant la reconnaissance des producteurs en direct.

3.2. Le coût du travail

La question du coût du travail étant très largement défendue au niveau national et local, les producteurs n'ont pas hésité à chaque rencontre avec leurs élus à en reparler afin de faire avancer ce dossier. De nombreux échanges ont ainsi eu lieu, notamment en PACA avec le député B.Reynès. En mai, les maraîchers alsaciens ont détruit une aspergeraie de 10 hectares pour protester contre les distorsions de concurrence sur le coût du travail en présence d'une forte présence médiatique. En mars, dans le Tarn et Garonne, les représentants régionaux des producteurs de légumes (B. Borredon) ont participé à la rencontre avec le Président de la République et appuyé la proposition parlementaire de loi sur le coût du travail.

3.3 La contractualisation

Suite à l'entrée en vigueur de la LMA, les producteurs ont sensibilisé leurs élus locaux à l'impossibilité d'appliquer le décret sur la contractualisation pour les carreaux des producteurs sur les MIN. En février, S. Pasquet, présidente du carreau des producteurs de Rungis, et C. Vanpoucke, président de la section fruits et légumes de Seine-et-Marne, ont écrit aux autorités administratives et politiques des départements et de la région d'Ile-de-France pour demander l'exemption des carreaux de producteurs de l'obligation de contrat. En mars, les producteurs du carreau d'Agen ont rendu une pétition aux Pouvoirs Publics pour les alerter sur les difficultés posées par la contractualisation obligatoire aux circuits de proximité et carreaux de producteurs. Le 1er avril, en remettant du muguet au Président de la République, les maraîchers d'Ile-de-France ont pu rappeler les difficultés posées par le décret sur la contractualisation aux producteurs vendant sur le carreau.

3.4 Crise E. Coli & crise des marchés

La crise des marchés a débuté dès mars alors que les producteurs de salades ne parvenaient pas à obtenir un prix rémunérateur. Aussi, les producteurs des Pyrénées-Orientales avaient rencontré à plusieurs reprises le préfet et les élus parlementaires afin de les interpeller sur les difficultés de la filière. Ils ont par ailleurs mené des actions syndicales en déposant des salades devant la préfecture.

Lorsque fin mai la crise E. coli est déclarée, les producteurs de légumes ont sensibilisé leurs élus locaux afin qu'ils leur apportent leur soutien aussi bien en termes de services généraux qu'en terme de communication (rencontre du préfet par les représentants des maraîchers nantais, des producteurs de Champagne Ardennes, des Pyrénées-Orientales, des Bouches-du-Rhône, du Vaucluse, d'Alsace, d'Ile-de-France...). Partout en France, les maraîchers ont appelé au soutien des élus locaux pour une communication franche envers l'opinion publique rappelant l'innocuité des légumes produits en France.

Suite à la crise E. coli, les marchés sont restés moroses, et les producteurs sont, une fois de plus, allés à la rencontre des Pouvoirs Publics. En juillet, à l'occasion d'un déplacement de N. Sarkozy dans le Vaucluse, une délégation de producteurs du sud de la France a été reçue par D. Perrin, conseiller agricole du Président. Les producteurs ont interpellé les services de l'Élysée sur la crise actuelle des producteurs de fruits et de légumes.

Les maraîchers ont rencontré à plusieurs reprises F. Lefebvre sur le terrain (juin, juillet et août) avec pour mot d'ordre l'application stricte des règles commerciales et de concurrence avec un renforcement des contrôles de la DGCCRF.

Lors de la visite de B. Le Maire fin août dans les Pyrénées-Orientales auprès des producteurs de fruits et de légumes, B. Vila (66) a exprimé les inquiétudes et les demandes des maraîchers lors de la table ronde. De même, lors de la foire de Châlons, début septembre, J. Rouchaussé (51) a interpellé B. Le Maire sur les conséquences de la crise.



J. Rouchaussé et B. Le Maire à la foire de Châlons le 27/08/11



B. Le Maire à la rencontre des producteurs de légumes et de fruits dans les Pyrénées-Orientales, le 23/08/11

Que ce soit sur le terrain ou au niveau national, les maraîchers de France poursuivent leur lobbying afin de positionner la filière maraîchère dans les priorités des politiques publiques.

4. Les producteurs de légumes interpellent leurs partenaires commerciaux sur le terrain pour pallier les crises à répétition

4.1. Actions en régions auprès des enseignes et grossistes pour la valorisation de l'origine France

Dès le mois de mars et jusqu'à la fin de l'été, de nombreuses actions sur le terrain ont été menées sous l'impulsion des Producteurs de Légumes de France afin d'interpeller les responsables vis-à-vis de l'incohérence des cours et des promotions abusives :

- Nantes (44) : des relevés de prix et d'origine et des discussions avec les chefs de rayons dans 22 enseignes de la région nantaise, suivies par une conférence de presse avec de nombreux medias (écrit et TV) ont été organisés. Les dysfonctionnements au niveau de la distribution ont été soulignés par les maraîchers. Cette action a été suivie d'une démarche « mardi relevé de prix » toutes les semaines à partir de mars par les producteurs nantais.
- Bouches-du-Rhône (13) : visite de la centrale d'achat LIDL d'Aix-en-Provence : une quarantaine de producteurs ont bloqué la centrale d'achat.
- Pyrénées-Orientales (66) : 150 personnes, 40 tracteurs, 40 bennes, 3 camions. En avril, les producteurs (JA/FDSEA) ont dénoncé les promotions à répétition à prix bas en amenant leurs propres produits au magasin sur 4 magasins LIDL au même moment.
- Vendée (85) : les producteurs sont allés visiter des magasins LIDL où ils ont découvert une promotion de tomates des Pays-Bas affichée origine France. Tous les produits d'import ont quitté les rayons suite à la visite des producteurs.
- Rennes (35) : visite de LIDL par une dizaine de producteurs.
- Brest (29) : visite de LIDL par une dizaine de producteurs en présence de journalistes.
- Cahors (46) : visite de LIDL et discussion avec le chef de rayon.

- Armentières (59) : visite de LIDL par les producteurs de légumes du Nord.
- En mars, dans les Pyrénées-Orientales, le syndicat local mène une action contre Casino et déverse deux bennes de salades à proximité d'un magasin de l'enseigne.
- En juin, une action syndicale Fdsea/JA Vaucluse et Bouches-du-Rhône a entraîné l'interception d'un camion de melons espagnols en PAV.
- Début juillet, les producteurs des Pyrénées-Orientales et du Gard ont mené une action à Paris avec visite de Rungis et rencontre avec le cabinet du Ministre.

Par ailleurs, tout au long du mois de juillet, les producteurs de fruits et de légumes du sud de la France ont mené des actions syndicales pour protester contre les prix anormalement bas de la saison et l'importation massive : blocage des camions espagnols au péage transfrontalier, visite des grossistes régionaux, blocage de plate-forme de LIDL...



Action des producteurs de fruits et de légumes au péage de Gallargues (34)



Action des producteurs de fruits et de légumes des Bouches-du-Rhône, Gard et Vaucluse

4.2. Actions en régions visant à un partenariat gagnant/gagnant entre production et commerce

Les producteurs de légumes se sont engagés également au cours de l'année à développer des partenariats gagnant-gagnant avec les acteurs du commerce. Ainsi, en avril, l'association Tradition Maraîchère marnaise et la Scapest (Leclerc) ont signé une charte de partenariat à Châlons-en-Champagne.

En juin, les maraîchers corses ont mis en place conjointement avec la Chambre régionale d'agriculture un observatoire des prix et origine de détail. Il s'est doté d'un outil de communication par la parution, une fois par mois dans la presse locale, d'un encart félicitant les magasins qui ont les meilleurs rayons avec un prix raisonnable et un taux de présence maximum de produits corses.

Dans les Bouches-du-Rhône, les producteurs du MIN de Châteaurenard (13) ont mis en place un marché sur le MIN ouvert au grand public pour la vente au colis de F&L de juin à octobre tous les samedis matins. Réussite complète avec plus de 200 producteurs et un relais presse important, le projet est en voie de reconduction pour les années à venir.

Perspectives pour l'année 2012

L'ensemble des producteurs de légumes de France se mobilisent toute l'année afin de sensibiliser le grand public et les sphères politiques via une communication ciblée dans les médias, en répondant présents aux demandes d'interviews et de reportages des journalistes et en participant à l'animation de la sphère maraîchère locale.

Pour l'année 2012, afin de poursuivre cette démarche, les producteurs de Légumes de France participeront aux salons professionnels et grand public permettant de développer la notoriété des producteurs de légumes et de porter les messages clairs pour une défense toujours plus concrète des intérêts des producteurs.

Contacts

Responsables professionnels : Angélique DELAHAYE, Jean-Paul DOUILLARD, Jacques ROUCHAUSSE

Responsable presse : Bruno SCHERRER, b.scherrer@legumesdefrance.fr

Animation syndicale : Khadija RIZKI, k.rizki@legumesdefrance.fr

ALERTER LES POUVOIRS PUBLICS, LES POLITIQUES ET LES CITOYENS

Contexte et Enjeux

A l'heure où l'information est disponible partout et en quantité, travailler une prise de parole efficace par des professionnels représentant la production légumière est primordial.

En tant que représentant des producteurs de légumes de France, la fédération nationale est le porte-parole des producteurs auprès des Pouvoirs Publics et de la société. Alerter les politiques et l'opinion publique sur les difficultés et les contraintes subies par les maraîchers est au cœur même du travail de la fédération.

Objectifs

Alerter et faire entendre la voix des producteurs de légumes sur leurs difficultés et les sujets de société qui les concernent : crise des marchés, risques sanitaires, grande distribution, « pesticides »...

Au travers de nombreux communiqués de presse, de contacts directs avec les journalistes et de rencontres avec les politiques, les Producteurs de Légumes de France ont ainsi sensibilisé le Gouvernement et l'opinion publique aux problématiques de la profession.

❖ Le revenu des producteurs de légumes de France et la crise des marchés

Combat prioritaire des producteurs de légumes de France : le revenu. Avec les crises à répétition et l'augmentation des charges, les producteurs peinent de plus en plus à dégager un revenu suffisant. Cette année, ces crises auront eu le bénéfice d'offrir aux producteurs un large relai médiatique.

Début **mars**, de nombreux articles dans la presse régionale (l'Indépendant, Midi Libre, la Provence) ont fait état de la situation des producteurs de salades d'hiver du sud de la France et des actions syndicales menées. Les producteurs sont intervenus dans les médias et ont réalisé des actions en régions avec prise de contact avec les préfets pour alerter sur leur situation.

Fin **avril**, une mobilisation nationale a été organisée afin de mener des actions de relevé de prix/origine dans les magasins. Les actions menées en région, ainsi que la mobilisation du Conseil d'administration le 28 avril, ont largement été relayés dans la presse agricole et grand public, départementale et nationale :

Radio : RTL, Europe 1 et France Inter ; TV : France 2, BFM, I télé, TF1 ; Presse écrite : Libération, le Parisien, Aujourd'hui en France, l'Humanité ; Presse agricole : Actuagri, Agrapresse, Fld, Réussir F&L.



En **juin**, lors de la crise E. coli, devant le silence des Pouvoirs Publics et le déchaînement médiatique, les producteurs ont organisé une action d'envergure auprès du ministre de l'Agriculture et des parlementaires afin de rappeler aux politiciens le soutien nécessaire à la profession pour rétablir la confiance dans les légumes crudités.

J. Rouchaussé et les producteurs de légumes de France font déguster à Bruno Le Maire du concombre de France devant les caméras, le 08/06/11

Les producteurs ont également travaillé avec les médias afin de rétablir la confiance des consommateurs dans les légumes de France. Des reportages télé dans les exploitations, des interventions sur les radios au cours desquels les producteurs expliquaient la production de concombre en France, des distributions gratuites de tomates et de concombres français ont été menées en régions et à Paris (le 18/06/11) : tous ces messages ont été appuyés et retransmis par les médias régionaux et nationaux (TF1, France 2, France 3 national et régional, BFM, Itélé, RTL, RMC, France Inter, LCI, Afp TV, Radio France Pays de la Loire, France Bleu Loire-Atlantique, France Bleu Ile-de-France, La France Agricole, le Figaro, Presse Océan, l'Union presse de Champagne Ardennes, La Provence, DNA Alsace,... L'objectif était de rappeler l'innocuité et la qualité sanitaire des productions françaises.

Lors de l'annonce du plan européen d'indemnisations suite à la crise E.coli, les producteurs ont informé l'ensemble des acteurs par voie de presse de l'insuffisance de ces indemnisations (ex. intervention d'A. Delahaye sur France Inter début juillet ; L. Vinet interviewé par Radio France Presse Océan sur l'augmentation du budget européen d'indemnisation liée à la crise E. coli fin juillet). Par la suite, cette revendication a perduré car, à aucun moment, les producteurs français n'ont pu être remboursés « à l'euro près » comme s'y était engagé le ministre de l'Agriculture.

Durant **tout l'été**, la crise des marchés de la filière fruits et légumes qui a suivi la crise E.coli a été le sujet phare de l'actualité. Les actions entreprises par les producteurs du sud de la France ont largement été relayées par les grands groupes de presse, les rencontres ministérielles entre les représentants des producteurs de légumes et de fruits et les communiqués de presse des producteurs de légumes, les prises de paroles des producteurs de légumes ainsi que la grande manifestation du 23 septembre ont été suivis sur toutes les chaînes d'information (TV, radio, presse écrite, internet).



Action du Conseil d'Administration « relevé de prix en GMS », le 28/04/11



Producteurs de tomates et de concombres de France, le 18/06/11



Manifestation des producteurs de légumes de France, le 23/09/11

❖ LMA et relations commerciales

La mise en place de la loi de modernisation agricole s'est amplifiée tout au long de l'année 2011 avec, dès **janvier**, une actualité massive sur les dysfonctionnements relevés par les producteurs de légumes. Le déséquilibre des relations commerciales, longtemps dénoncé par Légumes de France, et les modalités de la contractualisation telles que décrites dans la LMA ont été relayés aux Pouvoirs Publics avant même sa mise en application.

Les producteurs de légumes de France n'ont cessé de marteler l'inefficacité de la contractualisation au seul premier niveau de la filière et l'inadaptation de cette mesure aux spécificités du marché des F&L. Relayée par la presse agricole notamment (Actuagri, Agrapresse, la France Agricole, Fld, Réussir F&L...) qui reprenait régulièrement les nombreux communiqués de Légumes de France, la fédération a dénoncé les relations commerciales non équilibrées dans les négociations fournisseurs-acheteurs et la mise en place laborieuse des contrats ainsi que les promotions qui déstructurent le marché. Des interviews en radio ont également permis aux Producteurs de Légumes de France de s'exprimer sur ces sujets (ex. fin **mars** A. Delahaye, J. Rouchaussé, J.P. Douillard et F. Couloumiès sont intervenus sur Europe 1 et France Inter au sujet de la contractualisation et du coût du travail).

En **avril**, Le Monde revient sur la contractualisation et les relations entre fournisseurs et grande distribution – « Agriculture : les difficiles débuts des contrats entre acheteurs et producteurs ».

❖ Les légumes et leur perception par l'opinion publique

La controverse concernant la cherté des légumes est comme tous les ans sur toutes les bouches. Cette année, elle a pris une tournure particulière car malgré des marchés effondrés, les prix aux consommateurs n'ont pas connu de baisses de prix de même amplitude. D'une part, les producteurs se sont évertués à communiquer contre l'idée de « cherté des légumes ». Ils ont expliqué leurs itinéraires de production, les règles auxquelles ils sont soumis afin de faire toucher du doigt la formation du prix au stade de la production. (Ex. en **mars**, J. Rouchaussé participe à l'émission « C'est dans l'air - Info ou Intox Alimentaire » sur France 5 sur la consommation des légumes ; en **mai** il présente une recette de soupe de concombres et explique pourquoi il faut privilégier l'origine France sur France Bleu Champagne ; la production de salades en « musique » est expliquée dans Ouest France par C. de Koninck ; en **juin**, A. Delahaye participe à l'émission 100% mag sur le céleri ; un reportage est consacré à la production de tomate en Ille-et-Vilaine chez C. Rousse...).

Avec le lancement le 6 **avril** du « panier des essentiels » par F. Lefèbvre, secrétaire d'état au Commerce, le prix des légumes a largement été sujet à communication. Cette démarche, initiée par l'Etat, a été fortement critiquée par l'ensemble de la presse et par les producteurs.

D'autre part, à l'occasion de la parution de l'observatoire des marges et des prix de P. Chalmin fin **juin**, les médias ont diffusé de nombreux sujets concernant les relations au sein de la filière et le déséquilibre en défaveur de la production. Les producteurs ont exprimé leurs inquiétudes quant au prix à la consommation en rappelant que le secteur est une nouvelle fois en crise, les producteurs vendant de moins en moins cher alors que le consommateur achète au même prix, voire plus cher.

En parallèle, les magasins de producteurs ont été le sujet de multiples reportages. Les producteurs de légumes y expliquaient la valeur ajoutée pour le consommateur et le producteur d'une telle démarche de commercialisation.

❖ La protection des cultures

La fédération travaille en étroite collaboration avec les ministères, les instituts techniques et les AOP nationales pour permettre aux producteurs de légumes de produire dans des conditions correctes et de protéger leurs cultures.

Cette année, de nombreux dossiers ont nécessité la mobilisation de la filière afin de fournir aux producteurs les moyens nécessaires à la protection de leur culture sous peine de voir une partie de leurs récoltes perdue.

Ainsi, au travers de rencontres nationales et européennes, les producteurs de légumes de France ont rappelé la nécessité de protéger les cultures et pu obtenir des autorisations de mises sur marché de nouvelles préparations et des dérogations pour pallier les impasses techniques. Ce type de fonctionnement, initié par les producteurs de légumes de France, entre les représentants des producteurs et les services de l'Etat est efficace et a fait ces preuves ; depuis sa mise en place, de nombreux dossiers ont pu avancer favorablement.

Les nouvelles dispositions prises par l'Etat en **août** pour limiter l'emploi de certains produits alternatifs par les producteurs ont entraîné une protestation des producteurs de légumes. Ainsi, les maraîchers alsaciens ont appelé les Pouvoirs Publics à revoir leur politique concernant les phosphites. Des articles sont parus dans Libération, la Charente libre ; D. Digel est intervenu sur RMC, France 3...

Auprès de l'opinion publique, ce sujet est très controversé : la protection des cultures a beaucoup fait parler dans les médias cette année. Que ce soit sur les résidus de « pesticides » dans l'alimentation ou l'utilisation de produits phytosanitaires sur les cultures, de nombreux sujets ont traité de la question avec notamment en **février** et **mars**, de nombreux articles dans la presse quotidienne (Libération, Le Monde...) ou hebdomadaire (Marianne...) suite à la vague de communication et les parutions de livres tels que « le livre noir de l'Agriculture » de I. Saporta, le reportage TV « notre poison quotidien » ou encore la campagne de France Nature Environnement contre l'agriculture intensive à l'occasion du Salon de l'Agriculture.

❖ L'emploi et le coût du travail

L'importance de l'emploi et de la main-d'œuvre dans le secteur de production légumière est telle que les charges qui pèsent sur les exploitations impactent directement la compétitivité des entreprises. C'est ce message que relaient les responsables professionnels (notamment A. Delahaye, D. Digel, J.R. Garnier et M. Milan, responsables du dossier) auprès des Pouvoirs Publics, de la FNSEA et dans les médias à l'aide de courriers, de rencontres, de sollicitations ministérielles et parlementaires, de communiqués de presse et d'interviews afin d'aboutir à l'exonération des charges pour les employés permanents. Il s'agit de mettre au premier plan cette charge qui pèse sur les exploitations maraîchères dans les programmes politiques, européens ou nationaux, dans les réseaux politiques ou syndicaux.

Ex. D. Digel dans un reportage de Pascal Berthelot sur Europe1 : La France agricole dégringole. En une décennie, elle a chuté à la 3^{ème} place des exportations en Europe alors que l'Allemagne développe sa production. « **On pensait qu'on ne pouvait pas délocaliser le fruit et le légume. C'est faux** » explique D. Digel.

❖ Les évènements de communication

Dans l'optique de rappeler l'importance des légumes en France, de la profession maraîchère française et de contribuer à l'image de bonne santé et de qualité des légumes, les producteurs de Légumes de France ont participé cette année encore à de nombreux évènements grands publics et de salons professionnels.

Novembre 2010 - Congrès et Légumes dans la Ville à Bordeaux

Le congrès professionnel, qui a eu lieu à Bordeaux en 2010, a su mobilisé plus de 200 producteurs et de nombreux journalistes. Associé au salon Vinitech-Sifel, les producteurs de légumes se sont appuyés sur le réseau presse du Sifel afin de relayer les annonces du Congrès. En parallèle, les Légumes dans la Ville, évènement destiné au grand public, a permis de sensibiliser les consommateurs de la région bordelaise (plus de 15 000) aux légumes et aux métiers du maraîchage. Les retombées médiatiques sont nombreuses et l'un comme l'autre, ces évènements permettent aux Producteurs de Légumes de France, de porter les messages des producteurs auprès des Pouvoirs Publics et des concitoyens.

Janvier 2011 - Sival

Le stand commun FRSEA Pays de la Loire/FNPF/Légumes de France a accueilli les producteurs de la région afin d'échanger sur leurs préoccupations. J. Rouchaussé, présent toute la durée du salon, a rencontré les maraîchers de l'ouest de la France dans une atmosphère professionnelle et décontractée. Cet évènement est une occasion de renforcer la cohésion du réseau et de donner une vitrine supplémentaire aux actions de la fédération. La conférence de presse de J. Rouchaussé, à l'occasion du salon professionnel d'Angers, a été diffusée dans la presse régionale à large échelle (Ouest France, Télégramme...).

Février 2011 - Salon de l'agriculture

Bénéficiant d'une forte couverture médiatique et politique, le stand des producteurs de légumes de France et de leurs partenaires (AOP Tomate et Concombre de France, AOP Fraise, Aniaïl et APEF), sublimé par la pyramide de légumes de 4 mètres, a permis la diffusion en grand nombre des messages des producteurs de légumes de France et le développement de leur notoriété auprès du grand public avec des vidéos de la pyramide sur des blogs, des interventions au JT nationaux (avec le direct de J. Rouchaussé sur France 2 devant la pyramide), des passages en radio et des articles dans la presse.

Les revues de presse sont disponibles sur www.legumesdefrance.fr

Perspectives pour l'année 2012

Cette année, l'actualité des producteurs de légumes a été riche. Les crises qui se sont succédées ont mis sur le devant de la scène les maraîchers et les responsables syndicaux qui ont relayé les messages forts de la profession, en répondant présents à chaque sollicitation des journalistes. Il est noté cette année une évolution de la visibilité des producteurs de Légumes de France, le réseau media s'est renforcé, et les parutions et citations dans la presse ont augmenté avec notamment une meilleure visibilité dans la presse TV.

En 2012, les producteurs de Légumes de France poursuivront leurs efforts pour que leurs messages soient largement relayés auprès des Pouvoirs Publics et des consommateurs. Pour cela, ils participeront aux salons professionnels et évènements grand public permettant de développer la notoriété des producteurs de légumes et de porter les messages clairs pour une défense toujours plus concrète des intérêts des producteurs.

Contacts

Responsables professionnels : Angélique DELAHAYE, Jacques ROUCHAUSSE

Responsable presse : Bruno SCHERRER, b.scherrer@legumesdefrance.fr

ORGANISER DES ACTIONS DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION DES LEGUMES DE FRANCE

Contexte et Enjeux

Les crises successives – économiques, sanitaires... - ont créé chez le consommateur une attention accrue à l'origine des produits qu'il consomme.

Méfiance vis-à-vis des conditions de production des produits étrangers, conscience écologique grandissante, repli vers des « valeurs sûres »... autant de comportements émergents qui constituent des opportunités pour les producteurs de légumes de France de faire entendre leurs messages.

Certes, entre le « discours » et les faits, il y a un pas. Dans la réalité, le prix est bien souvent le premier critère d'achat. Néanmoins, la crise E.coli que nous avons subie au printemps 2011, est peut-être la goutte d'eau qui fera changer les comportements durablement.

C'est aux producteurs de légumes de France de profiter de cette fenêtre de tir pour répondre à l'évolution des attentes des consommateurs et à ces comportements émergents.

Depuis quelques années, les producteurs ont multiplié leurs efforts sur les questions d'énergie, d'utilisation de l'eau, de protection des cultures et de gestion des ressources humaines et doivent le faire savoir.

Aujourd'hui, plus que jamais, il faut le faire savoir ; les consommateurs français doivent être informés de toutes les facettes de la production légumière en France.

L'origine France est un gage de fraîcheur, de proximité, de qualité... Faisons-le savoir aux consommateurs !

Objectifs

C'est pour ces raisons que Légumes de France a organisé en 2011 différents événements pour accompagner les producteurs à communiquer sur les légumes origine France auprès des consommateurs ainsi que sur les méthodes de production toujours plus respectueuses de l'environnement.

Actions

- Stand au Salon de l'Agriculture du 19 au 27 février 2011 en partenariat avec l'AOP Tomates et Concombres de France, avec l'ANIAIL, avec l'AOP Fraises de France et avec l'APEF (endives)



Près de 150.000 personnes se sont pressées sur le stand des producteurs, dont le point d'orgue était bien sûr la magnifique pyramide de légumes de saison de 4 mètres de haut. Les visiteurs ont pu découvrir ou redécouvrir le métier de producteur et tous les efforts réalisés par les filières en termes de gestion de l'eau, de l'énergie et des ressources humaines ainsi qu'en matière de protection des cultures. Ainsi, la serre de tomates, concombres et fraises, a permis d'échanger

sur les principes de la protection biologique intégrée.

Ce salon est aussi l'occasion de communiquer sur des méthodes simples de préparation : cuisiner les légumes frais, ce n'est pas sorcier ! Autour d'une cuisine-bar, des démonstrations culinaires et des dégustations de recettes à base de tomates, de concombres, de fraises, d'ail et d'endives ont été réalisées par un chef et des élèves d'une école hôtelière afin de montrer que cuisiner des légumes est facile. Une diététicienne a expliqué les bienfaits de la consommation de légumes frais sur la santé.

Enfin, le Salon de l'Agriculture a aussi permis de sensibiliser les consommateurs aux enjeux de l'origine France : garanties sanitaires, saisonnalité...

Tous ces messages (méthodes de production, bienfaits pour la santé...) étaient relayés par un quizz animé pour tous les visiteurs (enfants et adultes).

Le stand a également permis de recevoir la visite de nombreux responsables politiques dont notamment Bruno Le Maire, ministre de l'Agriculture, Dominique de Villepin (président du parti *République solidaire*), José Bové (député européen), Christian Jacob (président du groupe UMP à l'Assemblée Nationale), Michel Barnier (Commissaire européen), Catherine Vautrin (députée et présidente de la CEPC), Jean-François Copé (secrétaire général de l'UMP), Pierre Laurent (secrétaire général du Parti Communiste), Hervé Novelli (député d'Indre-et-Loire), Arnaud Montebourg (député de Saône-et-Loire et secrétaire national du Parti Socialiste à la Renovation), Claude Gattignol (député de Corrèze et membre de l'UMP), Marine Le Pen (présidente du *Front National*), François Bayrou (président du *MoDem*).

Les Producteurs de Légumes de France sont également allés à la rencontre dans les allées du salon de François Fillon (Premier ministre), Valérie Pécresse (ministre de l'enseignement supérieur et de la recherche) et Corinne Lepage (députée européenne).

Ce salon a également permis un relais médiatique important, notamment avec une intervention de Jacques Rouchaussé en direct sur France 2.

Un bilan très positif pour les producteurs de légumes de France, réunis sur un stand commun avec les AOP nationales Tomates et Concombres de France, Fraises de France, l'A.N.I.AIL et l'APEF (endives).

- Une pyramide de légumes Place Joffre, à Paris

En pleine « crise du Concombre », les producteurs de légumes de France, en soutien de l'AOP Tomates et Concombres de France, se sont rassemblés à Paris autour d'une pyramide de 4 mètres de haut pour défendre leur métier et leurs produits, avec l'appui des équipes de l'interfel.

La distribution gratuite de concombres et tomates a attiré un grand nombre de visiteurs, ce qui a permis aux producteurs présents d'échanger avec les consommateurs et de bénéficier d'un relais médiatique important.

- Semaine Fraîch'Attitude (03 au 12 juin 2011) et Rentrée Fraîch'Attitude (septembre)

En régions, les producteurs de légumes de France ont mis en place des actions de communication grand public à l'occasion de ces deux événements : visites d'exploitations pour les écoles, distributions de légumes au grand public, ateliers de dégustation...

Autant de moyens de faire passer des messages positifs sur les légumes français de manière ludique !

- Partenariat de communication avec Cuisines en Fête – 23, 24 et 25 septembre 2011

Légumes de France a conclu cette année un partenariat de communication avec « Cuisines en Fête », la fête nationale de la cuisine maison. Cette fête se compose de différentes initiatives locales mises en place par tous les acteurs de la filière alimentaire.

Le logo de légumes de France est apparu sur les affiches de l'évènement et une tribune était dédiée à Angélique Delahaye dans le dossier de presse diffusé à 1000 journalistes.

- Les Légumes dans la ville à Bordeaux en novembre 2010 en partenariat avec la FDSEA de Gironde



En parallèle du 54^{ème} congrès national des producteurs de légumes en 2010, Légumes de France a mis en scène du samedi 27 au mardi 30 novembre, place Pey Berland à Bordeaux, avec la FDSEA de Gironde, un village d'une douzaine de stands sur le thème des légumes. L'opération a rencontré un franc succès auprès des Bordelais : 30000 personnes dont 1000 enfants ont pu goûter, sentir, toucher et admirer les légumes sous toutes leurs formes.

- Les Légumes dans la Ville à Lyon en novembre 2011 en partenariat avec la FDSEA du Rhône

En 2011, Légumes de France remet en scène les légumes en organisant le village d'animations sur la place de la République à Lyon du mercredi 9 au vendredi 11 novembre. Une douzaine de stands sont prévus cette année avec la venue de 600 écoliers le jeudi. 25000 visiteurs sont attendus.

Perspectives pour l'année 2012

- Le Salon International de l'Agriculture du 25 février au 4 mars 2012
- Les Légumes dans la ville à Dunkerque en novembre 2012
- Semaine et Rentrée Fraîch'Attitude
- Renouvellement du partenariat avec Cuisines en Fête
- Poursuite du partenariat avec le festival international de la photographie culinaire

Contacts

Responsable professionnel : Jacques ROUCHAUSSE

Responsable administratif : Claire de RAISMES – c.deraismes@legumesdefrance.fr

PARTICIPER A DES PROJETS FAVORISANT L'ACCESSIBILITE DES LEGUMES

Contexte et Enjeux

La consommation des légumes frais a tendance à s'éroder au fil des ans alors que les consommateurs sont de plus en plus informés et sensibilisés à leurs bienfaits.

Les jeunes générations en particulier ont un budget alimentation réduit par rapport à leurs parents ou grands-parents. Faute de temps et de savoir-faire, ils privilégient les plats cuisinés, pourtant bien plus chers au kilo !

Par ailleurs, avec l'essor des jardins familiaux, le légume ne bénéficie pas d'une image « à haute valeur ajoutée ». Il est perçu comme un don gracieux de la nature, qui ne nécessite pas de travail particulier.

Il y a donc une urgence pour la filière légumes à mettre en place des stratégies de conquête, principalement à destination des jeunes générations.

Objectifs

L'objectif de Légumes de France, à travers sa participation à la Commission Innovation Accessibilité d'Interfel et au Pôle Accessibilité du ministère de l'Agriculture, est de lever les freins à la consommation de légumes en les rendant plus accessibles.

Par accessibilité, on entend aussi bien :

- une accessibilité physique : amener les légumes aux consommateurs. En effet, les Français s'approvisionnent en grande majorité en grande surface, avec une fréquence d'achat moyenne de 7 jours. Cela n'est évidemment pas favorable à la consommation de produits frais comme les légumes !

- une accessibilité mentale : cela signifie à la fois redonner de la valeur perçue au produit pour qu'un prix de 2 ou 3 € du kilo ne soit plus un frein, mais également redonner du savoir-faire au consommateur pour qu'il ne se trouve pas dépourvu devant des produits qu'il ne sait pas cuisiner.

Actions



2011 a notamment marqué l'aboutissement d'un projet interprofessionnel de longue date : le triporteur de fruits et légumes. Ce concept, testé sur Paris dès octobre 2011, en partenariat avec un primeur, propose tout au long de la journée des fruits et légumes frais bruts ou semi-préparés adaptés aux différents moments de consommation de la journée en changeant de lieu et d'offre.

L'objectif de cet outil est double :

- C'est un outil de commercialisation
- C'est surtout un outil de valorisation : en proposant des produits semi-préparés, mis en valeur par le savoir-faire de professionnels, il permet de faire prendre conscience au consommateur de la valeur des légumes.

Perspectives pour l'année 2012

En 2012, Légumes de France va continuer d'intervenir au sein de la Commission Innovation Accessibilité d'Interfel et du Pôle Accessibilité du ministère de l'Agriculture afin de participer au développement de nouveaux projets et notamment :

- Le développement de stands de démonstration culinaire sur les lieux de vente
- Le développement de supports pédagogiques autour des gestes de préparation des légumes
- L'expérimentation du triporteur des fruits et des légumes sur les plages
- la poursuite du projet « corbeille de fruits et légumes » à l'hôpital.

Contacts

Responsable professionnel : Jean SALES

Responsable administrative : Claire de RAISMES, c.deraismes@legumesdefrance.fr

VALORISER LES BONNES PRATIQUES AGRICOLES

Contexte et Enjeux

Le contexte médiatique actuel entretient de nombreuses peurs liées à l'alimentation : les pesticides, la bactérie E. Coli... Le terme d'« empoisonnement » est employé de façon récurrente dans les médias et contribue à entretenir les psychoses. Les consommateurs cherchent à se rapprocher des producteurs, manifestent le besoin de connaître les conditions de production des légumes et leur lieu de production. Les échanges avec les consommateurs montrent que ceux-ci n'ont qu'une idée très vague de la manière dont on cultive les légumes. Ils ont également un certain nombre d'idées reçues sur ce qui est « naturel » et ce qui ne l'est pas, ce qui est « industriel » et ce qui ne l'est pas.

Objectifs

Communiquer auprès du grand public sur les bonnes pratiques des producteurs de légumes en mettant en avant leur professionnalisme sur le message suivant : « Les producteurs de légumes de France ont un **savoir-faire** qui garantit la qualité de leur production. Leurs légumes sont **sains** et sont produits **en respectant l'environnement**, grâce à tout un ensemble de **bonnes pratiques**. »

Actions

Mise en place d'un plan de communication basé sur :

- Mise en place d'une **photothèque** sur les pratiques des producteurs de légumes ;
- Mise en place **d'outils de communication** à destination du grand public, sur la base des photos de la photothèque (Exposition photo, livre photos, supports d'animations, diaporamas...) ;
- Mise en place **d'actions de communication** s'appuyant sur ces outils (stand Légumes dans la Ville, SIA, Fraîch'Attitude...).

Outils élaborés :

- Exposition photos :

Cible : grand public adulte et enfant

Ce qu'apporte cet outil : Une transmission du message efficace, par la force des images et par son originalité.

Diffusion : Outil mobile, de qualité et qui peut toucher un large public. L'objectif est de l'utiliser lors d'événements comme Légumes dans la ville, le Salon International d'Agriculture, des expositions ouvertes au grand public ou des manifestations diverses liées aux maraîchers. Il est aussi envisageable de la diffuser dans des écoles ou des établissements ouverts au public.

L'exposition photo est constituée de 7 chapitres, qui mettent l'accent sur certaines pratiques des producteurs :

1. Préparer le sol
Solarisation – utilisation d'intercultures
2. Choisir sa culture
Rotation culturale – variété - greffage
3. Planter
4. Se protéger des attaques extérieures
Observer – empêcher les ravageurs d'atteindre la plante –
Désherber – Soigner – Sous serre : utiliser des insectes comme protecteurs – favoriser la biodiversité en plein champ
5. optimiser le développement de la culture
L'arrosage – la cogénération sous serre – l'insertion de bourdons
6. Récolter
Récolte manuelle – récolte mécanisée
7. Valoriser auprès des consommateurs
Marché, GMS

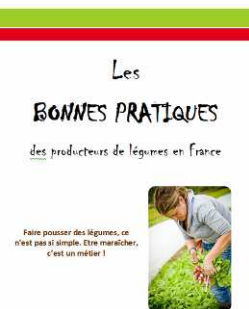


Photo d'une greffe de pied d'aubergine ©EH – studio des 2 prairies

- Livret sur les bonnes pratiques agricoles :

Cible : grand public adulte

Ce qu'apporte cet outil : livret simple expliquant le message « les légumes sont produits grâce à un ensemble de bonnes pratiques » en s'appuyant sur des exemples, des éléments concrets et accessibles pour rappeler qu'il existe de bonnes pratiques dans le maraîchage français.



Le livret « les bonnes pratiques », distribué aux consommateurs

- Frise chronologique retraçant l'itinéraire culturel de base :

Cible : grand public enfant, moins de 8 ans

Ce qu'apporte cet outil : outil pédagogique pour sensibiliser les enfants sur le grand nombre d'actions à mener pour faire pousser un légume.

Perspectives pour l'année 2012

Amplification de la campagne de communication, mise à disposition des outils auprès du réseau d'adhérents de Légumes de France.

Contacts

Responsable professionnel : Jean-Claude GUEHENNEC

Responsables administratifs : Anne-Sophie LE MENN et Oriane BOURGEOIS –
as.lemenn@legumesdefrance.fr

THEME 2

AMELIORER LA COMPETITIVITE DES ENTREPRISES LEGUMIERES

1. REDUIRE LE COUT DU TRAVAIL
2. SOUTENIR LE DEVELOPPEMENT ET LA
MODERNISATION DES EQUIPEMENTS
3. GARANTIR UNE PROTECTION COMPLETE DES
CULTURES
4. LUTTER POUR DES RELATIONS COMMERCIALES
EQUILIBREES

REDUIRE LES DISTORSIONS DE CONCURRENCE EN COUT DE MAIN-D'ŒUVRE ENTRE LA FRANCE ET LES AUTRES PAYS D'EUROPE

Contexte et Enjeux

Les entreprises de production de légumes représentent un potentiel de 200 000 emplois, notamment pour des personnels peu qualifiés ou en difficultés d'insertion.

Cependant, ce potentiel est mis à mal face au coût de la main-d'œuvre en France et surtout des distorsions de concurrence qui existent au niveau européen, et en particulier chez nos voisins allemands, espagnols, hollandais et belges.

Ce constat est simple à matérialiser. Depuis dix ans, là où l'on constate une baisse de l'emploi de 22% en agriculture en France, les surfaces cultivées en légumes, à l'exception des légumes secs, ont diminué de 15%. Durant la même période, les surfaces cultivées en légumes ont progressé de 21 % en Allemagne et de 22 % aux Pays-Bas. Ce mouvement est particulièrement bien marqué sur certains produits comme les carottes, les oignons, les asperges et les fraises, qu'illustre le tableau suivant :

	France			ALLEMAGNE		
	Surface en 1997	Surface en 2007	Evolution sur 10 ans	Surface en 1996	Surface en 2006	Evolution sur 10 ans
Asperges	9 700	5 525	- 43%	13 324	21 815	+ 64 %
Laitues	12 900	12 308	-4,5%	8 611	11 747	+ 36 %
Carottes	16 600	13 191	- 20%	8 045	10 043	+ 25 %
Oignons	9 600	7 873	- 18%	6 906	9 893	+ 43 %
Fraises	4 500	3 086	- 31,5%	8 528	14 100	+ 65 %
Mâche	3 376	6319	+ 90%	700	2 100	+ 337 %
Courgettes	3217	2 875	- 10%	420	930	+ 120%

Source : Eurostat¹, Agreste²

Cette distorsion de concurrence s'explique en deux points. Tout d'abord, le coût de la main-d'œuvre est beaucoup moins élevé chez nos voisins européens. Ensuite la législation sociale de nos voisins européens est beaucoup plus souple et s'adapte mieux aux nécessités du secteur. En Allemagne, il n'existe aucune durée légale de travail, ni minimum, ni maximum, donc aucune majoration pour les heures supplémentaires. Les heures effectuées le dimanche ou les jours fériés ne sont pas majorées.

Cette absence d'harmonisation européenne en matière sociale vient à créer des distorsions conséquentes que les producteurs français subissent tous les jours en matière de coût de leur produit.

¹ <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>

² <http://agreste.maapar.lbn.fr>

Ces dix dernières années, on a pu assister à l'augmentation du caractère saisonnier de l'activité agricole, et au poids toujours plus grand de l'emploi non permanent dans le secteur de la production.

En effet, le repli continu du nombre de CDI et surtout la faiblesse des embauches en CDI montrent une augmentation de l'emploi précaire dans ce secteur.

Depuis 2010, obtenues par Légumes de France, les nouvelles mesures d'allègement en matière d'emploi agricole sont appliquées aux saisonniers. Il est maintenant nécessaire de lutter contre les distorsions de concurrence intra européenne et de conforter les emplois permanents.

Objectifs

- Coût du travail : abaisser le coût du travail pour les entreprises maraîchères sur les permanents afin de pouvoir minimiser les distorsions de concurrence de ces voisins européens ;
- Informer les producteurs de légumes sur les évolutions du droit du travail ;
- Informer les producteurs de légumes sur les aides et accompagnements à leur disposition.

Actions

➤ ***Préparer les propositions et positions de la filière légumes***

La commission emploi de Légumes de France, constituée de responsables professionnels, se réunit une fois par mois, en amont des réunions de la commission emploi de la FNSEA pour la position de la filière sur les thèmes à l'ordre du jour des réunions.

➤ ***Légumes de France participe à la commission nationale emploi de la FNSEA qui propose et négocie les adaptations du droit du travail au secteur agricole***

Chaque mois, trois producteurs de légumes siègent à cette commission nationale emploi et représentent la voix des producteurs de Légumes de toute la France. Ils prennent également part aux délégations d'employeurs agricoles qui négocient avec les syndicats de salariés.

Cette année, une commission spéciale sur le « coût du travail » a été programmée le 27 septembre avec pour objectif d'adopter une position commune sur la prise en charge de cotisations patronales de un euro de l'heure pour les salariés permanents.

➤ ***Légumes de France informe les producteurs de légumes des évolutions du droit du travail***

Légumes de France informe les producteurs de légumes sur l'actualité sociale : évolutions réglementaires, dispositifs d'aides :

- Dans le bimestriel Légumes Infos (3800 abonnés)
- Sur le site extranet réservé aux adhérents :
 - mise en ligne de textes réglementaires
 - mise en ligne de fiches pratiques pour les employeurs.

➤ ***Légumes de France dénonce les distorsions de concurrence liées au coût de main-d'œuvre que subissent les producteurs français, et appuie les propositions des producteurs de légumes pour réduire ces différences***

Après la mise en place en 2010 d'un dispositif d'exonération patronale de charges sociales pour l'emploi des travailleurs occasionnels et de demandeurs d'emploi dans le secteur agricole (dispositif TO/DE), Légumes de France a mené une action visant à obtenir des allègements de charges pour les permanents du secteur agricole.

En avril 2011, les députés Jean Dionis de Séjour et Charles de Courçon font une proposition de loi qui vise à renforcer durablement la compétitivité de l'agriculture française. Cette proposition visait à étendre la prise en charge des charges patronales à l'ensemble des salariés de l'agriculture et de financer cette mesure par une taxe sur la distribution.

Le 3 mai, la proposition est rejetée par l'Assemblée Nationale, pourtant soutenue par plus de 120 députés.

En juillet 2011, le député Bernard Reynès a rendu son rapport indiquant des solutions d'urgence pour l'emploi des permanents, mais propose également des mesures à moyen terme avec la TVA sociale et à long terme avec l'harmonisation sociale au niveau européen.

Le financement de l'allègement de charges pour les permanents devait être fait à partir de la taxe sur les boissons gazeuses à sucre ajouté ou édulcorées.

Fin août, le Premier ministre, dans son plan anti-déficit, a repris cette taxe visée exclusivement sur les boissons gazeuses sucrées pour l'attribuer au financement du déficit de la sécurité sociale.

Rebondissement fin septembre, suite au recalcul de la taxe sur les sodas et à la pression du député Reynès, la taxe « soda » est doublée et la moitié est prévue pour l'aide aux permanents du secteur agricole.

Le Président Sarkozy, le 11 octobre, a annoncé que l'aide serait financée à hauteur de 210 millions d'euros (120 millions : taxe « soda », 90 millions TIC).

Perspectives pour l'année 2012

-Action à court terme : mise en place de mesures d'allègement du coût du travail des salariés permanents.

-Action à moyen terme : mise en place de la TVA sociale : il n'est plus tenable de faire reposer le coût des prestations sociales sur le travail, il est nécessaire de trouver une autre assiette. En faisant reposer le financement sur la consommation, cela permettra de redonner un nouveau souffle aux entreprises, et de pénaliser les produits entrants en leur faisant supporter également le poids des charges.

- **Action à long terme : parvenir à l'harmonisation sociale européenne.**

Contacts

Responsables professionnels de la commission emploi : Jean-Roger GARNIER (Fédération des maraîchers nantais), Suzanne BRETON (FDSEA Loir-et-Cher), Alain COTTEBRUNE (FDSEA Manche), Denis DIGEL (FDSEA Bas-Rhin), Martine MILAN (FDSEA Ille-et-Vilaine), Philippe MARTAIL (FDSEA Finistère), Bernard COUSTABEAU (FDSEA Bouches-du-Rhône).

Responsable administratif : Hélène BOUCHERIE – h.boucherie@legumesdefrance.fr

AGIR POUR UN DISPOSITIF OPERATIONNEL D'AIDES A LA CONSTRUCTION ET A L'AMENAGEMENT DES SERRES MARAÎCHERES

Contexte et Enjeux

La circulaire serre est le dispositif d'aide national de référence pour la construction et l'aménagement de serres. Depuis le 16 mars dernier, malgré les besoins importants des producteurs de légumes, le dispositif a été suspendu pour des raisons budgétaires. Le 22 juin dernier, suite à une action judiciaire du Cerafel, le Conseil d'Etat a décidé d'annuler la circulaire et a remis en question la modulation des aides selon le degré d'implication dans l'organisation économique des bénéficiaires.

Objectifs

Tout au long de l'année, les responsables professionnels de Légumes de France se sont mobilisés pour défendre le maintien d'un dispositif d'aide ouvert à tous et son enveloppe budgétaire.

Actions

- Intervention auprès des politiques

Dès le mois de février, Légumes de France a écrit à Bruno Le Maire pour s'opposer à la réduction budgétaire prévue pour le dispositif en 2011, et l'a rencontré à l'occasion du Salon International de l'Agriculture. Des réunions ont également eu lieu avec le cabinet, et des courriers types ont été envoyés au réseau pour alerter et mobiliser les élus locaux, comme en PACA, en Loire-Atlantique ou en Ile-et-Vilaine et Finistère.

- Défense des intérêts des producteurs dans les réunions organisées par FranceAgriMer et le ministère de l'Agriculture sur le dispositif

En mai, juin, septembre et octobre, Légumes de France a participé aux réunions techniques organisées par FranceAgriMer sur le dispositif, afin de défendre les intérêts de tous les producteurs. Légumes de France et l'AOPn Tomate et l'AOPn Fraise ont ainsi obtenu de FranceAgriMer la délivrance des ACT (Autorisation de Commencement de Travaux) pour tous les dossiers déposés avant le 16 mars 2011. Les travaux ont ainsi pu commencer pour certains dossiers bloqués.

Par ailleurs, un dispositif transitoire a été mis en place pour veiller à ce que les dossiers n'ayant pas reçu l'accord de financement, puissent être soutenus. Un dispositif permanent a également été adopté le 13 octobre (voir « obtention de la relance des aides à l'investissement », page suivante).

- Rédaction d'une contribution commune à Légumes de France et aux AOPn fraise et tomates & concombres de France

En réponse à la proposition de dispositif de FranceAgriMer, une contribution commune pour un dispositif ouvert fortement incitatif et doté de moyens suffisants, a été rédigée et envoyée à FranceAgriMer et au ministère de l'Agriculture.

- Obtention de la relance des aides à l'investissement

Légumes de France a participé aux réunions sur les projets de deux dispositifs FranceAgriMer: un dispositif pour traiter les dossiers en attente et un dispositif pérenne. Suite à l'annulation de la circulaire 2008, aucune modulation des taux d'aide selon le degré d'appartenance à l'organisation économique n'y est accordée. Le dispositif transitoire qui vise à instruire la trentaine de dossiers en cours, n'ayant pas reçu l'accord de financement de FranceAgriMer, a un taux d'aide de base de 15%. Un budget complémentaire de 2.48 M€ a été alloué pour traiter ces dossiers. Le dispositif permanent n'est plus à guichet ouvert mais sous forme d'appel à projet ouvert du 2 novembre au 31 décembre 2011. **A la demande de Légumes de France et de l'AOPn Tomates & Concombres, le taux d'aide pour les investissements de base dans ce nouveau dispositif est passé de 15 à 20 %.** Les projets groupés, ceux utilisant la chaleur fatale, la cogénération ou les serres à faible consommation d'énergie seront priorités. L'autre nouveauté du dispositif est la répartition du budget alloué au dispositif : deux enveloppes distinctes sont destinées aux serres à faible consommation d'énergie (25% de l'enveloppe totale) et aux serres dont la puissance de chauffage installée est supérieure à 100W/m² (75% de l'enveloppe totale). En cas de sous-utilisation, ces deux enveloppes sont fongibles. Suivant l'intervention d'A.Delahaye, le Conseil Spécialisé des Fruits et Légumes de FranceAgriMer a adopté ces deux dispositifs le 13 octobre, ils ont également été validés par le cabinet du ministre.

Perspectives pour l'année 2012

Légumes de France poursuivra son travail pour défendre le dispositif auprès des Pouvoirs Publics. Les pistes de recherche de financement comme la possibilité de réintégrer le dispositif au sein du Plan de Développement Rural Hexagonal seront étudiées.

Contacts

Responsables professionnels : Jean-François VINET, Bruno VILA, Michel SAFFIN, Christophe ROUSSE, David POTEREAU.

Responsables administratifs : Stéphanie GUILLOCHAIN - s.guillochain@legumesdefrance.fr
Anne-Sophie LE MENN – as.lemenn@legumesdefrance.fr

ACCOMPAGNER LES PRODUCTEURS DANS LA VENTE DE CERTIFICATS D'ECONOMIE D'ENERGIE

Contexte et Enjeux

Depuis le 1^{er} janvier 2011, le dispositif Certificat d'Economie d'Energie (CEE) est entré dans sa deuxième période triennale. Désormais, seuls les fournisseurs d'énergie (ou obligés) et les collectivités territoriales sont habilités à déposer les dossiers de demande de certificats auprès de l'administration chargée de leur instruction.

Objectifs

Légumes de France poursuit le travail commencé en 2006 en s'adaptant à la nouvelle réglementation. Les objectifs visés sont de faciliter l'accès au dispositif pour les producteurs et de leur faire bénéficier d'un prix de rachat correct.

Actions

- Participation au Groupe de Travail Agriculture

A travers ce groupe, la fédération participe à l'élaboration des fiches standardisées qui permettent d'augmenter la liste des investissements pouvant bénéficier de CEE. Le président du groupe ATEE, représentant la FNSEA, est président de la commission serre énergie de Légumes de France. Actuellement, cette liste comprend notamment la mise en place d'un ordinateur climatique ou d'un ballon de stockage type « open buffer ». L'ajout de deux nouveaux équipements (double écran thermique et chaudière biomasse), utilisés en production légumière, est attendu fin 2011.

- Mise en place de partenariats intéressants pour les producteurs

Légumes de France a négocié la mise en place de partenariats pour le rachat de CEE avec différents fournisseurs d'énergies. Tous les producteurs de légumes peuvent bénéficier de ces accords privilégiés. Légumes de France aide au montage du dossier et fait le lien entre les producteurs et les obligés. En 2011, plus d'une cinquantaine d'entreprises se sont engagées dans le dispositif à travers ces accords représentant un peu plus de 40 GWh cumac d'économies d'énergie potentielles.

- Communication sur les évolutions du dispositif

Par le biais des messages au réseau, du site internet énergie (www.energie-legumesdefrance.fr) ou des publications dans le Légumes Infos, Légumes de France transmet à ses adhérents toutes les actualités et modifications en lien avec le dispositif.

Perspectives pour l'année 2012

Légumes de France poursuivra son travail pour aider les producteurs à bénéficier du dispositif de rachat des CEE. Les partenariats avec les obligés seront renforcés pour développer des offres et répondre aux besoins des producteurs souhaitant investir. L'amélioration de la liste des investissements éligibles se poursuivra.

Contacts

Responsables professionnels : Jean-François VINET, Bruno VILA, Michel SAFFIN, Christophe ROUSSE, David POTEREAU.

Responsables administratifs : Stéphanie GUILLOCHAIN - s.guillochain@legumesdefrance.fr
Anne-Sophie LE MENN - as.lemenn@legumesdefrance.fr

PROTECTION DES CULTURES : SOUTENIR ET METTRE EN ŒUVRE L'HARMONISATION EUROPEENNE

Contexte et Enjeux

En juin 2011 le règlement européen CE/1107/2009 est entré en vigueur. Son objectif est d'assurer à la fois un haut niveau de sécurité pour les applicateurs, les consommateurs et pour l'environnement et d'accroître l'harmonisation des procédures applicables à la mise sur le marché des produits phytopharmaceutiques en renforçant le principe de reconnaissance mutuelle des Autorisations de Mise sur le Marché.

Objectifs

Les objectifs poursuivis par Légumes de France en 2011 étaient :

- lutter contre les distorsions de concurrence avec les autres Etats-Membres ;
- veiller à l'accessibilité des produits phytosanitaires disponibles.

Ces objectifs sont travaillés au niveau national (voir I.1.3 p. 20) mais également au niveau européen.

Actions

Au niveau européen, Légumes de France continue de soutenir la mise en place de l'harmonisation entre Etats-Membres et veille à maintenir les moyens de travail des producteurs de légumes français.

- Intervention auprès des autorités européennes et sensibilisation des politiques

Légumes de France veille à défendre les intérêts des producteurs notamment en s'appuyant sur la FNSEA et le COPA. Les producteurs de Légumes de France interviennent également auprès des parlementaires européens pour les sensibiliser aux problématiques actuelles.

- Réalisation d'une enquête sur les besoins en produits homologués dans les autres Etats-Membres pour porter les demandes auprès de l'Administration

Légumes de France a lancé un travail de mise à jour de l'enquête de 2009 sur les distorsions de concurrence au niveau des produits phytosanitaires. Ce nouveau recensement est réalisé avec le soutien des AOPn, des stations d'expérimentations et des fédérations départementales. Comme en 2009, il sera validé par le Ctifl. Le résultat servira à porter les demandes auprès de l'Administration au sein de la commission des usages orphelins. Une première réunion technique a été réalisée en octobre, afin d'établir une procédure de demande d'application de reconnaissance mutuelle et d'identifier les dossiers qui seront établis en priorité.

Perspectives pour l'année 2012

Légumes de France poursuivra son travail sur les dossiers de demande d'application de la reconnaissance mutuelle afin de lutter contre les impasses techniques et les distorsions de concurrence en matière de disponibilité en produits phytosanitaires.

Contacts

Responsables professionnels : Gérard ROCHE, Bernard GUILLARD, Frédéric COULOUMIES

Responsables administratifs : Stéphanie GUILLOCHAIN - s.guillochain@legumesdefrance.fr

Anne-Sophie LE MENN – as.lemenn@legumesdefrance.fr

VEILLER A LA DISPONIBILITE EN PRODUITS PHYTOSANITAIRES

Contexte et Enjeux

La protection des cultures en production légumière doit faire face à de nombreuses impasses techniques. Les usages vides et mal pourvus sont nombreux. Dans près d'un cas sur deux, il n'existe pas de solution efficace face aux maladies et aux attaques de ravageurs.

Objectifs

Légumes de France veille à :

- limiter les contraintes qui réduisent la capacité à produire des légumes en France ;
- améliorer l'accessibilité aux solutions de lutte efficaces pour protéger toutes les productions.

Actions

- Poursuivre le travail au sein de la commission des usages orphelins

La commission des usages orphelins est l'instance décisionnelle créée par le ministère de l'Agriculture pour travailler sur la disponibilité des produits phytosanitaires. Elle rassemble l'ensemble des acteurs du domaine (experts techniques, responsables professionnels, administration, firmes phytosanitaires,...). Depuis le lancement du dispositif en 2008, Légumes de France participe activement au travail réalisé aux différents niveaux de l'organisation « usages orphelins » pour la filière légumes. En 2011, 160 priorités de travail sur les besoins en termes d'expérimentation, d'homologation et de dérogation ont été identifiées.

- Aboutissement du travail sur le catalogue des usages

Le 18 octobre, le nouveau catalogue des usages a été présenté par la DGAL lors du MIFFEL à Avignon. Ce catalogue permet de réduire de plus de 30 % le nombre d'usages en légumes, ce qui diminuera le nombre de dossiers de demandes d'AMM et réduira le nombre d'impasses techniques. L'arrêté de révision du catalogue paraîtra le 15 novembre, il sera mis en œuvre par l'ANSES à partir du 1^{er} janvier 2012.

- Suivre les dossiers par production

La fédération réalise un suivi et communique au réseau lors de la publication de nouvelles autorisations de mise sur le marché de produits phytosanitaires.

En cas de situation d'urgence, Légumes de France travaille sur les demandes de dérogations 120 jours auprès des Pouvoirs Publics et soutient les dossiers difficiles.

En 2011, avec l'aide des AOPn, des stations d'expérimentation et du ctifl, une trentaine de dérogations ont permis aux producteurs de répondre aux impasses techniques. Plus d'une vingtaine d'autorisations de mise sur le marché ont également été délivrées cette année.

- Défendre la disponibilité des produits alternatifs

En juin, un message réglementaire remettait en cause le statut d'engrais des produits à base de phosphites et entraînait leur retrait du marché. En effet, ces produits sont connus pour leurs propriétés phytopharmaceutiques et peuvent être utilisés comme solution alternative aux produits de synthèse. Certains sont autorisés en Allemagne en tant que « phytostimulants » ainsi qu'en Espagne, mais cette catégorie n'existe pas en France.

Suite à cette décision, Légumes de France a écrit à Bruno Le Maire, ministre de l'Agriculture. A la suite de ce courrier, Denis Digel et Gérard Roche ont participé aux réunions organisées par le ministère. L'accessibilité et le statut des produits à base de phosphites ont été discutés et il est envisagé de les inscrire dans la catégorie préparations naturelles peu préoccupantes (PNPP).

Perspectives pour l'année 2012

Légumes de France continuera son travail au sein du dispositif « usages orphelins » et veillera à ce que les producteurs français disposent de moyens de protection efficaces. Le travail pour favoriser l'accès aux produits alternatifs se poursuivra.

Contacts

Responsables professionnels : Gérard ROCHE, Bernard GUILLARD, Frédéric COULOUMIES

Responsables administratifs : Stéphanie GUILLOCHAIN - s.guillochain@legumesdefrance.fr

Anne-Sophie LE MENN as.lemenn@legumesdefrance.fr

PARTICIPER AU DEVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION INTEGREE EN CULTURES LEGUMIERES

Contexte et Enjeux

La garantie d'une protection complète des cultures passe également par le développement de techniques alternatives. Depuis une quinzaine d'années, les techniques culturales en production légumière tendent à diminuer l'utilisation des intrants chimiques, et la mise en œuvre du plan Ecophyto pour réduire de 50 %, si possible, l'utilisation des produits phytosanitaires confirme cette nécessité de modifier les pratiques. D'autre part, les demandes environnementales et sanitaires des consommateurs demeurent fortes vis-à-vis de la production légumière, notamment concernant la réduction de l'utilisation des produits phytosanitaires. Dans le même temps, les exigences qualitatives (aspect des légumes en particulier), restent extrêmement élevées.

Ainsi, pour répondre aux attentes de la société, la production légumière doit évoluer vers la Production Intégrée, c'est-à-dire vers des systèmes de culture limitant les utilisations d'intrants, tout en veillant à la qualité marchande et au rendement des productions. Cela implique de faire d'importants progrès techniques au niveau des pratiques culturales. Un effort de recherche conséquent est indispensable.

Objectifs

Le GIS PIClég est piloté par l'INRA. Il a été créé en novembre 2007 par l'INRA, le Ctifl et Légumes de France pour une durée de 10 ans et regroupe tous les niveaux de la recherche, de l'expérimentation et du développement : INRA, CTIFL, stations régionales et chambres d'agriculture.

Il a pour but de définir des systèmes de cultures plus économes en intrants, garantissant la compétitivité des exploitations. Ainsi, l'objectif du GIS PIClég est de proposer des réponses techniques aux producteurs tout en maintenant la qualité des légumes et la rentabilité des exploitations légumières, avec un impact environnemental minimal.

Actions

En 2011, Légumes de France a mené plusieurs actions en lien avec le GIS PIClég :

1. L'organisation de conférences

SIVAL 2011 : 11 janvier 2011

Légumes de France a invité Anne Le Rallec, chercheur à AgroCampus Ouest, à présenter ses travaux sur le programme de recherche « De la parcelle au paysage : changer d'échelle pour changer de stratégie de gestion des insectes ravageurs des Brassicaceae légumière ». Après une présentation générale du GIS PIClég par Oriane Bourgeois et Gérard Roche, Anne Le Rallec a pu exposer les premiers résultats des travaux de recherche.



Salon International de l'Agriculture 2011 : 23 février 2011



Angélique Delahaye participe à la table ronde « PIClég : mobilisation de la recherche et des acteurs de la filière légumes » afin d'exprimer le grand intérêt que portent les producteurs aux résultats de recherche (comme pour la biofumigation) ainsi que les attentes des producteurs vis-à-vis des avancées de la recherche, notamment sur la viabilité économique des techniques identifiées et la résistance variétale.

Journée Biofumigation : 22 mars 2011

La première journée technique organisée par le GIS PIClég s'est déroulée à Paris, sur le thème de la biofumigation, pour restituer les premiers résultats des programmes de recherche Prabiotel, Batica et Sysbiotel. Une soixantaine de personnes de toute la France se sont déplacées. Gérard Roche est intervenu lors de la table ronde de l'après-midi pour exprimer les enjeux économiques et techniques de la biofumigation du point de vue des producteurs.



MIFFEL 2011 : 20 octobre 2011

Gérard Roche préside la conférence co-organisée par Légumes de France et l'APREL. Une présentation générale des programmes de recherches en cours au sein du GIS PIClég sur la production intégrée en cultures légumières ont été présentés, puis un zoom sur plusieurs sujets a été réalisé par les chercheurs. Au programme ont été abordés : les premiers résultats concernant les pratiques améliorantes pour la protection vis-à-vis des ravageurs et maladies du sol en cultures sous abri (Yannie Trottin-Caudal, CTIFL, sur le projet Prabiotel), la gestion durable des nématodes à galles dans les systèmes maraîchers sous abris (Caroline Caporalino, INRA, sur les projets Néoleg-Sysbiotel), Tuta Absoluta : stratégies de protection biologique intégrée (Anne Terrentroy, CA13, et Catherine Chabrière, APREL, sur le projet Tutapi). Cette conférence a rassemblé plus de 80 participants, témoignant ainsi de l'intérêt que porte la profession aux recherches menées dans le cadre du GIS.

Les journées de rencontre du GIS PIClég : 19 et 20 décembre 2011

Pour ces 4èmes journées, Légumes de France accueille les rencontres du GIS PIClég les 19 et 20 décembre. Les journées rassemblent l'ensemble des scientifiques impliqués dans le GIS. Le programme de ces 2 journées portera sur la présentation des résultats de recherche lancés depuis 2007, des ateliers techniques sur le bio-contrôle, les problématiques de désherbage et la génétique, et une table ronde sur les perspectives du GIS PIClég clôturera les débats.

2. La publication d'articles de presse

Légumes de France a continué la publication d'interviews de chercheurs du GIS PIClég.

Un Légumes Infos spécial production intégrée a également été publié à 4 000 exemplaires afin de faire un état des lieux des premiers résultats des programmes de recherche. Un accent particulier a été mis sur les techniques de biofumigation.

3. Participer au réseau DEPHY Ecophyto

Le plan Ecophyto prévoit la réduction de 50 %, si possible, de l'utilisation des produits phytosanitaires. Le réseau de ferme **DEPHY** Ecophyto a été mis en place début 2011, après un an de phase test. Sept réseaux de fermes de légumes se sont construits, pour travailler à la mise en place de systèmes de cultures économes et performants.

Etablir un réseau de ferme et d'expérimentation pour :

- **D**émontrer que réduire l'utilisation de produits phytosanitaires est possible
- **E**xpérimenter des systèmes de culture économes en produits phytosanitaires avec EXPE et FERME
- Produire des références sur les systèmes économes en **PHY**tosanitaire

Légumes de France est membre de la Cellule d'Animation Nationale du réseau DEPHY Ecophyto : elle co-anime le réseau des ingénieurs Légumes, et participe aux réunions organisées par la cellule, en étant co-responsable notamment des aspects communication.

Perspectives pour l'année 2012

Pour 2012, Légumes de France poursuivra le travail de communication engagé sur les résultats des programmes de recherche (conférences, publications presses ...).

Contacts

Responsables professionnels : Denis ONFROY, Gérard ROCHE.

Responsable administratif : Oriane BOURGEOIS, Anne-Sophie LE MENN –
as.lemenn@legumesdefrance.fr

UN DROIT DE LA CONCURRENCE ADAPTE ET DES RELATIONS COMMERCIALES APAISEES QUI PERMETTENT VALORISATION DES PRODUITS ET REMUNERATION DES PRODUCTEURS

Contexte et Enjeux

Le revenu des producteurs, c'est le marché !

Pourquoi les producteurs de légumes ne gagnent-ils pas leur vie, alors que les légumes répondent à des attentes fortes des consommateurs et de la société ?

Les producteurs de légumes de France dénoncent la mise en concurrence déloyale des produits « made in France » avec toutes sortes d'origines.

Peu importe leur qualité, leur fraîcheur, leurs conditions de production, pourvu qu'ils soient moins chers !

Cette attitude généralisée de mise en concurrence avec l'import, systématique, sur le seul critère du prix, remet en cause l'existence même d'une production de légumes en France.

Les mécanismes de la crise en 2011 sont les mêmes qu'en 2009 : une filière qui ne sait qu'acheter du « prix » et est incapable de passer d'une logique de distribution et d'écoulement de l'offre, à une stratégie de satisfaction des consommateurs dans leur diversité.

C'est pourquoi, Légumes de France agit pour faire respecter le droit, le modifier si nécessaire, et contribuer à des relations commerciales valorisantes pour les produits et permettant la rémunération des producteurs.

Objectifs

- Rééquilibrer les relations commerciales ;
- Combattre les pratiques abusives ;
- Valoriser les légumes de France.

Actions en 2011, faits marquants

2011 marque l'entrée en vigueur de la Loi de Modernisation de l'Agriculture et de la Pêche.

C'est aussi une année de crise particulièrement sévère, accentuée par la crise médiatico sanitaire due à E.coli.

❖ Contractualisation

Par un décret du 31/12/2010, la contractualisation a été rendue obligatoire dans le secteur des fruits et des légumes. Ce décret, établi sans véritable concertation avec légumes de France, est inapplicable en l'état, notamment parce qu'il ne concerne que les achats aux producteurs et qu'il doit concerner 100% des volumes achetés directement aux producteurs. De plus, il est inadapté aux circuits courts et de proximité, notamment aux achats aux producteurs sur les carreaux des Min.

Légumes de France, conformément à la position de son conseil d'administration d'octobre 2010, n'a cessé d'en faire état auprès des pouvoirs publics. Une rencontre avec le ministre de l'Agriculture sur le stand de légumes de France lors du Salon de l'agriculture a permis de renouveler la position professionnelle. Un courrier du 23 juin 2011 adressé par Angélique Delahaye à Bruno Le Maire a confirmé la position de Légumes de France et demandé l'adaptation du décret, voire si nécessaire de la LMA.

Parallèlement, Légumes de France a participé aux travaux de l'interprofession afin de mettre en place un accord interprofessionnel qui puisse se substituer au décret ainsi que le prévoit la loi.

Enfin, Légumes de France a informé dès janvier 2011 et pu accompagner les syndicats de producteurs de légumes dans la gestion de ce dossier en appui de leurs adhérents. De plus, deux sessions de formation des animateurs ont été réalisées.

❖ Remises, rabais, ristournes

La LMAP a interdit toutes remises, rabais et ristournes dans le secteur des fruits et légumes. Cette interdiction est entrée en vigueur dès janvier 2011.

Parallèlement, des entreprises de négoce ou de commerce de gros ont exigé des « coopérations commerciales », qui viennent compenser le manque à gagner des ristournes que ces entreprises exigeaient auparavant.

Légumes de France, en lien avec la Fnfp et les fédérations représentant la première mise en marché (Felcoop, Aneefel, GEFel), a dénoncé cet état de fait auprès de la répression des fraudes et des ministres de l'Agriculture et du Commerce (cf. courriers du 18/02/11).

Légumes de France a également collecté un certain nombre de contrats de « coopération commerciale » adressés à des producteurs de légumes ou à leurs structures commerciales. Ces contrats ont fait l'objet d'une analyse juridique et transmis à la Dgccrf.

Le Conseil d'Administration a décidé si nécessaire, d'attaquer ces contrats en justice.

❖ Accords de modération des marges

La LMAP a donné un cadre juridique aux accords de modération des marges en cas de crise, mise en place sous l'impulsion du président de la République en mai 2010.

Un arrêté du 20 mai 2011 a précisé les modalités de mise en œuvre des accords de modération des marges ; cet arrêté a permis de corriger les dysfonctionnements constatés en 2010 sur le melon.

Pour autant, la signature tardive en 2011 des accords entre les enseignes et les Pouvoirs publics, n'en a pas permis une mise en œuvre concrète.

❖ Visites de courtoisie et relations avec le commerce et la distribution

Reproduisant la crise de 2009, la recherche du prix toujours plus bas, et le refus de certains acheteurs d'acheter au prix de marché, ont dès le début de 2011 contribué à la plus grave crise qu'ait à subir les producteurs de légumes.

Pour y faire face, Légumes de France et ses adhérents ont organisé dès mars et avril des visites de courtoisie dans les magasins afin d'interpeller les GMS et les mettre devant leurs responsabilités de valoriser les légumes produits en France à leur juste prix.



Le 28 avril, le Conseil d'Administration réalisait des visites de courtoisie sur l'ensemble de l'Île-de-France, avec une très bonne couverture médiatique qui a permis d'alerter l'opinion.

E. Enquebecq (50), C. de Koninck (14) et A. Cottebrune (50- hors photo) visitent les GMS d'Île-de-France, le 28/04/11

Les abus constatés ont ensuite été dénoncés par courrier du 11 mai adressé à Frédéric Lefèbvre, secrétaire d'Etat au commerce et patron de la DGCCRF.

Par ailleurs, en lien avec les AOP nationales produit (fraise, tomate/concombre,...), Légumes de France est intervenu en tant que de besoin auprès des responsables d'enseignes ou de commerce pour dénoncer pratiques abusives et recours au dumping avec des produits d'importation.

Au cours de l'été 2011 des lettres ouvertes ont également permis d'interpeller les responsables d'enseignes de distribution pour les inciter à valoriser les légumes produits en France.



Angélique Delahaye et Jacques Rouchaussé ont pu également attirer l'attention des Députés en participant le 28 juin à l'invitation de Bernard Accoyer, président de l'Assemblée Nationale, à une rencontre de fin de session parlementaire.

A. Delahaye et J. Rouchaussé lors de la fin de session parlementaire où les légumes étaient mis à l'honneur, le 28/06/11

Perspectives pour l'année 2012

- Contrat : trouver des solutions pragmatiques ou adapter la loi
- Fausses coopérations commerciales : y faire renoncer le commerce et faire condamner les pratiques abusives
- Construire des partenariats gagnants/gagnants avec le commerce et la distribution pour valoriser les légumes de France
- Restaurer le dialogue interprofessionnel
- Faire reconnaître la spécificité des marchés de fruits et de légumes dans l'application du droit de la concurrence.

Contacts

Responsable professionnel : Jean SALES, Angélique DELAHAYE

Responsable administratif : Bruno SCHERRER, b.scherrer@legumesdefrance.fr

ENCOURAGER LA VALORISATION DE LA PRODUCTION LOCALE

Contexte et Enjeux

De plus en plus d'enseignes de grande distribution communiquent sur leurs partenariats avec des producteurs locaux. Ce n'est pas un hasard ni même un soudain accès de bienveillance à l'égard des producteurs ! Les enseignes répondent ainsi avant tout aux demandes de leurs consommateurs, des consommateurs de plus en plus « citoyens » et qui recherchent plus de sécurité, plus d'éthique et plus de développement durable.

Les collectivités locales se penchent également sur le sujet et mettent en place des programmes pour favoriser l'approvisionnement en produits locaux dans la restauration collective pour répondre aux exigences du Grenelle de l'Environnement et s'inscrire dans le Plan de développement des circuits courts du Ministère de l'Agriculture.

Développer les circuits courts est donc une démarche gagnante à tous les niveaux : pour les producteurs qui valorisent mieux leurs légumes, pour les collectivités territoriales qui solidifient ainsi le tissu économique de proximité, pour les grandes surfaces qui répondent aux attentes des consommateurs et maîtrisent mieux leurs approvisionnements et enfin pour les consommateurs de plus en plus attentifs à l'origine des produits qu'ils consomment.

Aujourd'hui cependant, les initiatives restent locales et dispersées.

Objectifs

Légumes de France souhaite promouvoir la valorisation de la production locale en encourageant des démarches en circuits courts.

Pour cela Légumes de France travaille à différents niveaux :

- Les GMS avec la charte Tradition Maraîchère
- Les grossistes avec la Charte Métro 100% local.
- Les collectivités locales en encourageant les initiatives d'approvisionnement local en restauration hors domicile.

Tradition Maraîchère :

Pour répondre aux problématiques de valorisation des productions des zones périurbaines, l'association Tradition Maraîchère de France, au sein de Légumes de France, s'appuie sur la démarche suivante :

- Identification des producteurs de légumes et maraîchers des zones périurbaines, dits maraîchers de "ceinture verte", au travers de la marque « Tradition Maraîchère »,
- Valorisation des productions issues de ces filières pour maintenir et dynamiser ce secteur agricole périurbain,
- Création d'une dynamique cohérente au niveau national par la mise en réseau des associations locales et le partage d'expériences.

Charte Métro 100% local :

L'entreprise Métro a sollicité en 2010 Légumes de France pour mettre en place une charte de valorisation de la production locale auprès de sa clientèle de restaurateurs. Cette charte est formalisée par un contrat-cadre annuel qui assure au producteur un volume et un revenu annuel.

L'objectif de cette charte est de promouvoir la production de légumes de proximité en mettant en avant la fraîcheur des produits (les légumes doivent être produits à 50km des entrepôts Métro).

Circuits courts :

2011 a vu la constitution d'une « Commission circuits courts » au sein de Légumes de France. Le 25 janvier 2011, cette commission s'est réunie et s'est fixé comme premier objectif de définir et recenser les circuits courts en France.

Actions

Tradition Maraîchère :

En mars 2011, les maraîchers de tradition, réunis pour leur assemblée générale de 2010, ont décidé des perspectives et orientations pour l'année 2011. Cela a été l'occasion de relancer la dynamique de la marque, avec la création d'une nouvelle affiche commune.

Un cahier des charges de mise en marché pour les distributeurs a été mis en place qui impose notamment l'identification en rayon des produits Tradition Maraîchère, notamment grâce à cette affiche.

Toute l'année, des contacts ont été pris partout en France pour présenter le concept. Une charte de partenariat entre Tradition Maraîchère et les centres E. Leclerc de l'est de la France a été signée par Jacques Rouchaussé et le Président de la SCAPEST devant plusieurs centaines de professionnels à Châlons-en-Champagne. A cette occasion, la pyramide symbolique Légumes de France avait été montée avec les caisses jaunes et vertes spécifiques de l'association Tradition Maraîchère.

L'association s'est également agrandie avec l'entrée d'Eric Buisson qui a signé une charte Tradition Maraîchère avec un magasin Auchan.

Jean-François Obriot a commencé à travailler en « Tradition Maraîchère » avec un deuxième magasin local.

Métro – Charte 100% local :

En 2010, Métro et Légumes de France mettaient en place la charte 100% local au sein de 3 exploitations pilotes. 2011 aura été marqué par la volonté commune d'intensifier ce partenariat.

Circuits courts :

Durant l'été, Légumes de France a pris contact avec le président des maires de France, le président des départements de France et le président des régions de France afin de recenser les projets de valorisation de la production locale. L'objectif est de permettre aux fédérations départementales de prendre connaissance des projets locaux de valorisation des circuits courts et d'y intégrer des producteurs volontaires.

Perspectives pour l'année 2012

Le travail de Légumes de France sur la valorisation de la production locale en 2012 sera :

Tradition Maraîchère : élargir le réseau avec l'entrée de nouveaux producteurs, et le renforcement de la communication sur la marque auprès des producteurs et des consommateurs.

Charte Métro 100% local : l'élargissement au niveau national de cette charte en identifiant de nouveaux producteurs intéressés et des entrepôts Métro prêts à jouer le jeu.

Circuits courts :

En 2012, la commission circuits courts se fixe comme objectifs de répondre à deux attentes spécifiques des producteurs en circuits courts :

- Recenser les usages orphelins en circuits courts (car bien souvent, il y a une plus grande diversité des espèces et variétés chez ces producteurs)
- Simplifier les démarches administratives pour créer un circuit court.
- Continuer à favoriser l'approvisionnement local dans la restauration collective

Contacts

Responsables professionnels : Jacques ROUCHAUSSE (Tradition Maraîchère, Métro 100% local) et Alain COTTEBRUNE (Commission Circuits Courts)

Responsable administratif : Claire de RAISMES – c.deraismes@legumesdefrance.fr

REDONNER LA MAIN AUX PRODUCTEURS SUR LE CHOIX DES CONDITIONNEMENTS

CONTEXTE ET ENJEUX

Aujourd'hui, de nombreuses contraintes pèsent sur les entreprises de production légumière sur le choix de leurs emballages. Les enseignes de la grande distribution tentent souvent d'imposer leurs contraintes logistiques aux producteurs.

C'est le cas par exemple de la problématique des emballages qui sont souvent imposés par les enseignes (jusqu'à la marque et au modèle !) : ceci est contraire à la liberté et à la compétitivité des entreprises qui ne peuvent pas faire jouer la concurrence !

Par ailleurs, certains emballages sont plus adaptés à certains produits en termes de conservation et de sécurité sanitaire (couple emballage-produit optimal).

L'emballage est aussi un vecteur d'identification et de communication pour les producteurs et les metteurs en marché.

Il est d'autant plus logique que le choix de l'emballage incombe aux entreprises de production et de première mise en marché.

Par ailleurs, en 2011, un projet de recommandation de la Caisse Nationale d'Assurance Maladie des Travailleurs Salariés (CNAMTS) a été proposé sur la hauteur des palettes dans les hypermarchés et supermarchés. L'objectif de cette recommandation est de diminuer les risques de maladies professionnelles liés à la manutention des colis au-delà d'une hauteur de 1,80 m.

Deux propositions ont été faites par la CNAMTS: réduire la hauteur des palettes à 1m80 ou la double palettisation. Ces propositions risquaient de faire porter aux producteurs le coût d'une mesure destinée au bien-être des salariés de la grande distribution.

OBJECTIFS

L'objectif de Légumes de France est que les producteurs n'aient pas à supporter le coût de mesures liées aux contraintes des enseignes de la distribution.

Le choix de l'emballage et de la hauteur des palettes doivent revenir au producteur exclusivement afin que soient levées les contraintes qui pèsent sur les entreprises sur ce sujet.

C'est pourquoi Légumes de France travaille sur ces questions avec l'interprofession au sein du groupe technique emballage ainsi qu'avec le syndicat du carton ondulé (Carton Ondulé de France) et le syndicat de l'emballage léger en bois (SIEL Grow France) dans le cadre du Club Partenaires.

ACTIONS

Action 1 :

A la demande de Légumes de France, l'interprofession des fruits et légumes frais (Interfel) a constitué en 2008 un groupe de travail « Comparatif Matériaux Emballage » (CME) qui a, pour objectif, d'établir des comparaisons entre les différents matériaux et de lever les freins rencontrés sur l'emballage par les différents acteurs de la filière.

L'ADEME, à la demande d'Interfel, a travaillé avec le cabinet de conseil RDC, à la réalisation d'une étude comparative sur le bilan environnemental des différents types de matériaux. Cette étude, parue en novembre 2010, montre la supériorité du bois sur le plastique sur les critères étudiés. En revanche, elle ne permet pas vraiment de distinguer le carton du plastique.

Carton Ondulé de France (ex-ONDEF) et Légumes de France, contestant certains points de méthodologie de l'étude de l'ADEME, ont conduit en 2011 des travaux complémentaires d'évaluation environnementale permettant d'affiner ces résultats.

Les résultats de cette étude seront dévoilés à la fin du mois de novembre 2011.

Action 2 :

Sur la problématique de la hauteur des palettes, Légumes de France a participé aux discussions avec les différentes familles interprofessionnelles afin de faire valoir les intérêts des producteurs. Il serait injuste que les producteurs aient à supporter le coût d'une mesure de sécurité destinée aux employés de la grande distribution.

Légumes de France s'est donc opposé aux projets de limitation de hauteur des palettes à 1m80 –entraînant des frais logistiques supplémentaires à la charge du producteur et un bilan carbone désastreux lié au moindre remplissage des camions- et à la double palettisation – entraînant des risques d'accidentologie et des risques sanitaires.

La position de Légumes de France a été la suivante : cette recommandation relève d'une question interne à la grande distribution qui doit donc prendre en charge les mesures nécessaires pour garantir la sécurité de ses employés, sans contraintes pour les producteurs.

Ainsi, grâce au travail de Légumes de France, la recommandation qui a été adoptée le 13 septembre 2011, ne porte pas sur les palettes livrées sur les plateformes. Par ailleurs, elle n'impose pas une hauteur limitative à 1m80 mais une hauteur de manutention à 1m80. C'est donc aux plateformes de s'équiper de matériel nécessaire pour protéger la santé de leurs salariés et non aux producteurs d'augmenter leurs coûts de transport en réduisant la hauteur des palettes.

Cette recommandation entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2012

PERSPECTIVES POUR L'ANNEE 2012

Légumes de France souhaite continuer à participer au groupe de travail sur l'emballage au sein d'Interfel afin de réaffirmer la nécessité d'autonomie dans le choix de l'emballage des entreprises de production. Il en va de la liberté et de la compétitivité des entreprises légumières !

D'autre part, Légumes de France, avec ses partenaires l'Ondef et le SIEL Grow France, travaille également à une meilleure valorisation du couple emballage-produit jusqu'au consommateur.

CONTACTS

Responsable professionnel : Francis ANDRIEU

Responsable administratif : Claire de RAISMES – c.deraismes@legumesdefrance.fr

THEME 3

SOUTENIR LE DEVELOPPEMENT DES ENTREPRISES DE DEMAIN

1. AMELIORER LES ENTREPRISES DANS LEUR
GESTION DES RESSOURCES HUMAINES
2. CREER DES SYNERGIES POUR FAIRE EMERGER
DES INNOVATIONS
3. CONTRIBUER AUX ORIENTATIONS
STRATEGIQUES DE LA FILIERE

ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES DANS LEUR GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Développer la prise en compte des Ressources Humaines

Contexte et Enjeux

Le manque de main-d'œuvre dans les métiers du maraîchage est un phénomène récurrent, qui ne s'est pas amélioré pendant la crise. Malgré le taux de chômage qui ne cesse d'augmenter, les entreprises maraîchères ont du mal à recruter. Autre phénomène qui touche le secteur, le manque de reconnaissance ressenti par les salariés et qui vient peser sur la productivité de l'entreprise. Légumes de France, depuis une dizaine d'années a décidé de développer un pôle Ressources Humaines afin d'agir sur la main-d'œuvre en optimisant la gestion des relations humaines dans les entreprises légumières et ainsi, gagner en compétitivité.

Objectifs

L'accompagnement que nous proposons aux producteurs doit se faire en 3 temps :

- Améliorer la prise en compte de la GRH dans les entreprises, comme facteur de compétitivité.
- Accompagner les producteurs de légumes pour une meilleure gestion des ressources humaines de leur entreprise
- Développer des méthodes et outils conformes aux besoins des exploitants.

Actions

Quelques formations ont été réalisées auprès de conseillers en entreprises et d'élèves en 2010.

- Une journée de formation a été organisée avec la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie des Pays de la Loire. Six conseillers en entreprise étaient présents pour se former sur l'utilisation de l'autodiagnostic RH dans le secteur de l'Hôtellerie Restauration.
- Une session de formation auprès de 12 élèves de dernière année d'ingénieur agronome à l'INHP d'Angers a été organisée en février. Plusieurs thèmes ont été abordés : la communication en entreprise, le management ainsi que le recrutement.

Perspectives pour l'année 2012

Les formations représentent un véritable moyen de développer la prise en compte de la GRH dans les entreprises légumières et donner une visibilité aux outils et méthodes qui sont développés sur ce thème par Légumes de France. Le pôle RH prévoit de continuer le développement de ces formations en 2012 auprès des employeurs et conseillers RH.

La consolidation du réseau des conseillers est nécessaire pour que les informations circulent mieux, notamment sur l'utilisation des outils Légumes de France ; aussi une charte des conseillers doit être mise en place pour remplir cet objectif.

Contacts

Responsable professionnel : Martine MILAN

Responsable administratif : Hélène BOUCHERIE – h.boucherie@legumesdefrance.fr

Favoriser l'insertion dans les entreprises

Contexte et Enjeux

Depuis le début de la crise économique, le nombre de personnes sans emploi ne cesse d'augmenter. Deux types de profils sont identifiables : ceux qui ont perdu leur emploi et dont la situation est tellement fragile : manque de formation, d'expérience, âge, qu'ils n'arrivent pas à retrouver un emploi, et ceux qui ont des difficultés à rentrer dans la vie active.

Objectif

- Permettre l'accès à l'emploi aux personnes en situation d'exclusion
- Répondre aux besoins de main-d'œuvre des exploitations de la branche maraîchère.

Actions

L'action première consiste à créer des entreprises d'insertion spécialisées dans le secteur maraîcher, qui seraient capables d'accueillir des personnes en difficultés et de les former dans des conditions réelles de production pour favoriser leur intégration de manière pérenne dans les entreprises du secteur.

Ces entreprises du réseau bénéficient d'un accompagnement par Légumes de France pour les aides à intégrer leur salarié par la réalisation de fiches de poste, formations, ...

La seconde action vise à élargir les outils développés dans le cadre de l'action RELIE pour les adapter aux entreprises en général via le réseau de juristes de FDSEA, véritable vecteur d'information auprès des entreprises.

Perspectives pour l'année 2012

Le souhait de Légumes de France est d'élargir les outils qui ont été mis en place pour les proposer le plus largement possible aux entreprises.

L'insertion ne concerne pas seulement les personnes en difficulté, elle commence pour tous à la porte de l'entreprise par les bonnes pratiques nécessaires pour travailler ensemble.

L'attachement à ces pratiques permet de créer une véritable cohésion entre les salariés à des niveaux de hiérarchie différente.

Les outils RH peuvent être utilisés dans cet objectif.

L'autre point qui est d'actualité, et sur lequel Légumes de France souhaite s'investir, est celui du handicap. C'est une préoccupation importante dans l'emploi, à l'heure où l'on parle de pénibilité.

Contacts

Responsable professionnel : Claude TREMELAT

Responsable administratif : Hélène BOUCHERIE – h.boucherie@legumesdefrance.fr

CREER DES SYNERGIES POUR FAIRE EMERGER DES INNOVATIONS

Contexte et Enjeux

Par le grand nombre de cultures, de climats et de territoires, le secteur de production de légumes français est riche et varié. Ces diversités impliquent des échanges réguliers avec l'ensemble des acteurs du secteur de production : entreprises de l'amont, de l'aval, acteurs de la recherche et du développement agricole ... Autant d'échanges qui permettent aux producteurs d'être informés et conseillés techniquement pour rester compétitifs et innovants.

Objectifs

Au-delà des échanges techniques, Légumes de France s'investit dans la construction de relations solides de partenariats, pour réfléchir ensemble à l'avenir de la production légumière. Les responsables professionnels sont en effet convaincus que c'est par le travail en commun avec ces acteurs incontournables du secteur que les producteurs pourront continuer de travailler et de faire face aux difficultés économiques et de marché que l'on connaît. Pour cela, Légumes de France a créé depuis plus de 10 ans maintenant le Club Partenaires et plus récemment (4 ans), s'est mobilisé avec l'INRA et le Ctifl pour créer le premier Groupement d'Intérêt Scientifique (GIS) sur la production intégrée : le GIS PIClég.

Actions

Club Partenaires : Le Club Partenaires regroupe 15 entreprises de l'amont de la filière dans les domaines des serres, des assurances, des semences, de la protection des cultures, des emballages...C'est un lieu d'échanges entre professionnels de l'amont et producteurs que ce soit sur des problématiques techniques spécifiques ou bien sur des réflexions plus générales sur les perspectives de la filière.

En 2011, Légumes de France a participé à plusieurs projets avec les partenaires :

- Soutien d'une étude comparative de Carton Ondulé de France sur l'impact économique et environnemental des différents matériaux d'emballage
- Réflexion avec le SIEL Grow France sur la valorisation du couple Emballage/Produit
- Constitution d'un groupe de travail d'administrateur pour réfléchir avec Texinov aux améliorations possibles d'un prototype de nouvel abri climatique
- Communication sur le site internet Energie mis en ligne en 2010

Le 12 octobre 2011, le Club Partenaires s'est rendu à Nantes pour une journée de réflexion sur le thème « Quelles propositions de la filière légumière française pour mieux répondre aux attentes des consommateurs et de la société ? ». L'occasion d'échanger sur la crise qu'a subie la profession et les perspectives d'avenir vu sous différents angles.

Groupement d'Intérêt Scientifique PIClég (voir aussi chapitre 2.3.3) : En 2007 le GIS PIClég a officiellement été lancé par Michel Barnier, alors ministre de l'Agriculture. Véritable partenariat scientifique destiné à fédérer des compétences et des moyens, le Groupement d'Intérêt Scientifique PIClég témoigne de la volonté de l'ensemble des acteurs de la

recherche, du développement agricole et des producteurs, de travailler ensemble à la mise en place de système de cultures économes en intrants. Après 4 ans de fonctionnement, 14 programmes de recherche ont été montés, et les premiers résultats sont attendus avec intérêt, comme en témoignent le succès des conférences PIClég et des journées techniques organisées tout au long de l'année.

Perspectives pour l'année 2012

Légumes de France continuera de développer des actions constructives dans le cadre de ces partenariats.

Contacts

Responsable professionnel : Club Partenaires : Jacques ROUCHAUSSE – GIS PIClég : Denis ONFROY

Responsable administratif : Club Partenaires : Claire de Raismes – GIS PIClég : Anne-Sophie LE MENN

CONTRIBUER AUX ORIENTATIONS DE LA FILIERE

Contexte et Enjeux

35 légumes, de multiples circuits de distribution, des enjeux techniques divers et multiples donnent à la production de légumes une complexité difficile à appréhender. C'est pourquoi, Légumes de France doit assurer une veille technique et politique, expliquer, proposer et convaincre les responsables politiques et de la filière.

Objectifs

- Mettre les outils professionnels et interprofessionnels au service de l'adaptation des entreprises et de la valorisation des légumes produits en France ;
- Contribuer à la prise en compte des enjeux de la production de légumes en France, et à la mise en place de réponses publiques ou interprofessionnelles appropriées ;
- Assurer une veille et une capacité d'intervention au niveau européen ;

Actions

❖ Participation aux Conseils d'administration du Ctifl (Angélique Delahaye, Gérard Roche, Denis Onfroy), d'Interfel (Angélique Delahaye, Jacques Rouchaussé, Jean Sales), de la Fnsea (Jacques Rouchaussé), du Copa (Denis Onfroy), ainsi que du conseil spécialisé F&L de FranceAgriMer (Angélique Delahaye), de la CNT (Denis Onfroy, Pierre Diot) et de la CNFO (Denis Onfroy). Légumes de France est également en relation étroite avec l'Inra, l'Ademe,...

❖ Accompagner la mise en place de SIPMM, en tant qu'outil pour structurer la mise en marché et valoriser les légumes produits en France/appui à la SIPMM melon, à la création de la SIPMM oignon, réflexion sur l'organisation des producteurs et la mise en marché de la salade.

❖ Sensibiliser les Pouvoirs publics territoriaux à la valorisation des productions locales, nationales, notamment dans la restauration publique ; interventions auprès des associations des maires, départements et régions de France.

❖ Interventions auprès de la Commission européenne. A. Delahaye a rencontré notamment Alexandra Catalao, conseillère technique du Commissaire européen à l'agriculture, Denis Onfroy participe aux réunions du comité consultatif F&L de la Commission européenne, Laurent Bergé participe aux réunions du groupe « tomate » de la Commission européenne.

❖ Interventions auprès du Parlement européen pour s'opposer aux accords d'association avec le Maroc, tels qu'ils ont été négociés par l'Union européenne. En particulier, Angélique Delahaye a été auditionnée par la Commission des affaires internationales le 22/09/11.

Perspectives pour l'année 2012

- Relancer l'interprofession ;
- Mettre en place des projets amont/aval de valorisation des légumes produits en France ;
- Faire alliance avec les consommateurs ;
- Construire le dialogue avec la société ;
- Défendre les intérêts des producteurs de légumes dans la politique européenne (réforme PAC et OCM, accords bilatéraux, Maroc).

Contacts

Responsable professionnel : Angélique DELAHAYE

Responsable administratif : Bruno SCHERRER

ET EN 2012 ? CONTINUER A PRODUIRE DES LEGUMES EN FRANCE !

- ❖ Rassembler largement les producteurs de légumes de France,
- ❖ Combattre les distorsions de concurrence, en particulier sur le coût du travail,
- ❖ Poursuivre l'effort d'adaptation et de compétitivité des entreprises de production de légumes,
- ❖ Etre acteurs de la promotion et de la valorisation des légumes de France !

&

- ❖ Obtenir la reconnaissance par les Pouvoirs publics, des enjeux alimentaires et de société de la production de légumes en France,
- ❖ Obtenir la mise en œuvre du plan de sauvegarde des entreprises de production de légumes.

Chaque producteur de légumes est concerné et doit participer à notre combat, pour que les producteurs de légumes de France vivent de leur métier.

Nous comptons sur chacun d'entre vous, comme vous pouvez compter sur votre fédération professionnelle !

Les Producteurs de Légumes de France



Pour en savoir plus :

Plan de sauvegarde des entreprises légumières

proposé par les Producteurs de Légumes de France aux pouvoirs publics

PLAN DE SAUVEGARDE DES ENTREPRISES LEGUMIERES

1. Deux crises distinctes qui placent les entreprises dans une situation économique désastreuse

La filière maraîchère subit de lourdes pertes depuis le début de la campagne 2010/2011.

Les marchés d'hiver 2010-2011 ont été moroses et la crise sanitaire (E. coli) fortement relayée dans les médias a impacté les marchés dès le début de l'entrée en campagne de la majorité des produits au printemps. Les prix ont ainsi chuté, maintenant les marchés à des prix en dessous des coûts de production.

La campagne d'été n'a pas permis de relancer les marchés. Le climat a fait chuter les achats des ménages, et une véritable crise touchant l'ensemble des légumes s'est installée dans la durée. Au delà des spécificités climatiques de 2011 et de la crise E.coli, les mécanismes à l'œuvre en 2011 sont les mêmes que ceux qui ont causés la crise de 2009.

La crise de 2009 était déjà celle du dumping social, du zapping permanent entre origine, de la recherche du prix toujours plus bas et des promotions anarchiques.

Le manque de compétitivité des entreprises est flagrant face aux conditions de production dans les autres Etats-membres, et ne permet pas aux entreprises de redresser la situation.

Le premier bilan de la campagne de production 2011 est donc catastrophique, et les producteurs de légumes de France sont dans une situation telle que **la pérennité des entreprises est aujourd'hui clairement compromise à très court terme.**

Par ailleurs, cette crise soulève à nouveau les questions liées aux enjeux de société en matière d'autosuffisance et de sécurité alimentaire, d'emploi et de développement durable (environnement, énergie, biodiversité).

2. E-coli : indemniser les producteurs à « l'euro près »

La crise médiatique E. Coli s'est déroulée du 26 mai au 30 juin et a touché principalement les productions de concombres, de tomates et de salades. De façon générale, elle a impacté l'ensemble des productions maraîchères et depuis, les marchés ne se sont pas relevés.

De très fortes pertes ont été évaluées à 2 niveaux pour cette seule période :

- pertes directes : les produits invendus ont été détruits (pour la France les premières estimations font état de 3 000 t de concombres détruits)
- pertes indirectes : en France, le montant d'indemnisation proposé étant 3 fois inférieur au coût de production, les producteurs ont continué de vendre mais ont perdu du chiffre d'affaires (perte de 25 % en tomates et 30 % en concombre au 10 juillet)

La Commission européenne a prévu un budget de 210 millions d'euros, qui devrait être réévalué à 227 millions. Toutefois, ces mesures **sont insuffisantes** car :

- elles ne concernent que les retraits, et ne tiennent pas compte des pertes indirectes liées à la baisse du chiffre d'affaires,
- le niveau appliqué pour l'indemnisation des retraits est largement plus faible que les coûts de production en France (ex. pour le concombre, l'indemnisation s'élève à 0,24€/kg alors que le coût de production est de 0,80€/kg),

Pour la production française, les pertes réelles de la crise E-coli s'élèvent à :

- Pour les pertes directes : 2.4 millions €
- Pour les pertes en chiffre d'affaires : 18 millions € en tomates et 10 millions € en concombres.

Aussi, les producteurs de légumes demandent à l'Etat français d'intervenir afin d'indemniser les producteurs de tomates, concombres et salades de leurs pertes à « l'euro près », tel que s'y était engagé B. Le Maire au début de la crise E.Coli, **soit une enveloppe de près de 30 millions d'€.**

Par ailleurs, la Commission européenne vient d'annoncer la mise en place d'une campagne de promotion des produits pour novembre-décembre 2011, soit près de 6 mois après la crise, et au moment où la production française est faible et la production marocaine est majoritaire sur le marché. Cette campagne de promotion n'aura donc que peu d'effet sur la production européenne.

Les producteurs de légumes souhaitent la mise en place d'un plan européen de communication et de promotion dès aujourd'hui, pour soutenir la fin de la campagne de production (fin d'été, automne et hiver).

3. Faire face à la crise conjoncturelle

La crise conjoncturelle actuelle induit des pertes considérables aux entreprises légumières. Pour certaines productions, cela vient s'ajouter aux pertes déjà essuyées lors de la crise E-coli. Le manque de compétitivité est clairement ressenti et paralyse littéralement les producteurs qui ne disposent d'aucune marge de manœuvre pour faire face aux évolutions du marché.

Aujourd'hui la situation est telle que non seulement des mesures d'urgence doivent être mises en place, mais de véritables mesures structurelles doivent être instaurées.

3.1. Mesures d'urgence

Les producteurs de légumes de France demandent des mesures d'aides exceptionnelles **en dehors du cadre des « de minimis »**. Ces mesures « conjoncturelles » doivent permettre aux entreprises de soulager leur trésorerie et de ré-engager les plantations pour la prochaine campagne dès octobre 2011, et ainsi maintenir un niveau de production de légumes de France suffisant pour 2012.

- ✓ Prendre en charge les cotisations sociales MSA patronales et exploitant (AMEXA)
- ✓ Reporter les annuités 2011 des prêts à moyens et long terme en fin de tableau (avec prise en charge des intérêts d'emprunts)
- ✓ Geler le prix du gaz, comme c'est le cas pour les particuliers
- ✓ Exonérer la taxe sur le foncier non bâti
- ✓ Pérenniser le remboursement de la TIC/TICGN
- ✓ Augmenter le prix de rachat de l'électricité
- ✓ Suspendre les cotations SNM en période de crise conjoncturelle, réviser leur mode de calcul pour le déclenchement des seuils de crises
- ✓ Mettre en place des prêts de campagne à taux 0 et des crédits d'impôt
- ✓ Reporter le paiement de l'impôt 2010.

A noter que les mesures d'aides dans le cadre du plan « sécheresse 2011 » ne peuvent pas être appliquées *stricto sensu* à la filière maraîchère. En effet, la crise actuelle n'entre pas dans le cadre des calamités agricoles et le report d'un an du remboursement des prêts consentis en 2009 aux agriculteurs dans le cadre du plan de soutien exceptionnel ne serait pas une mesure réellement effective car en 2009 très peu de maraîchers ont fait appel à cette mesure.

3.2. Mesures structurelles

Aujourd'hui, les entreprises sont dans une réelle situation d'urgence. Il est plus que jamais nécessaire que les Pouvoirs Publics soutiennent la filière légumière par des mesures d'aides à court terme, mais également en mettant en place de manière urgente **des mesures structurelles** à moyen et long terme qui permettront de regagner de la compétitivité.

3.2.1 Redonner de la compétitivité aux entreprises

Cette nouvelle crise montre une fois de plus l'urgence de mettre en place les mesures structurelles redonnant de la compétitivité aux entreprises, demandées depuis longtemps.

- en allégeant les coûts de la main-d'œuvre

Les premières mesures au sujet des salariés saisonniers ont redonné un peu de souffle aux entreprises. Toutefois, malgré ces mesures la distorsion de concurrence existe toujours en matière de coût de travail (12 € en France contre 6 € en Allemagne et en Espagne). D'autre part, en maraîchage 50 % des salariés sont des permanents, et des mesures supplémentaires doivent à présent être mises en place, qui permettront d'alléger les coûts et lutter contre la précarisation de l'emploi.

- ✓ Exonérer les charges patronales sur le coût du travail des salariés permanents,

✓ Réviser l'assiette de calcul des cotisations sociales des exploitants (afin de tenir compte des revenus de l'exploitant et non de l'exploitation).

- en réduisant les coûts sur le plan énergétique

Il s'agit principalement de soutenir la modernisation des entreprises, et de valoriser leur efficacité énergétique.

✓ Mettre en place un réel dispositif favorisant l'investissement en matière d'économie et de changement d'énergie en production sous serre : circulaire serre à réintégrer dans le plan de développement rural hexagonal

✓ Développer un dispositif de cogénération gaz naturel adapté à la production sous serre pour généraliser son accès : augmentation de la prime à l'efficacité énergétique de manière significative dans les contrats de rachat de l'électricité actuels et développement des mini cogénération

✓ Prendre en compte et valoriser l'activité de stockage du CO₂, soit par exonération totale du coût du CO₂ injecté dans les serres, soit par le remboursement des quantités injectées.

- en mettant en place l'harmonisation européenne en matière phytosanitaire

La protection phytosanitaire est un enjeu majeur pour notre secteur. Le nouveau règlement européen, entré en vigueur le 14 juin dernier, peut être une avancée pour diminuer les distorsions de concurrence qui existent entre Etats-membres s'il est réellement mis en œuvre.

✓ Soutenir et développer l'application du principe de reconnaissance mutuelle
✓ Veiller à ce que les légumes importés et commercialisés sur le territoire national répondent à la réglementation phytosanitaire française, notamment sur les produits alternatifs
✓ Adapter et harmoniser la réglementation pour l'homologation des produits alternatifs.

- en permettant une gestion efficace des aléas économiques

Pour gérer les successions de bonnes et de mauvaises années, les entreprises légumières doivent pouvoir défiscaliser une partie des revenus des bonnes années, pour compenser les plus mauvaises.

✓ Rendre opérationnelle la DPA (épargne de précaution) en :
- ré-introduisant les aléas économiques de façon à permettre une gestion par l'entreprise des successions de bonnes et de mauvaises années et en la rendant indépendante des outils d'assurance récolte
- augmentant le plafond à 1 500 €/ UTH d'épargne additionnelle de la DPA
✓ Etudier l'impact des taxes franco françaises sur la compétitivité des entreprises (redevance pour pollution diffuse, taxe et coût de l'eau).

3.2.2. Afin de professionnaliser et moraliser les relations commerciales, prévoir l'intervention de l'Etat par décret

Compte tenu du caractère inédit de la situation et de l'extrême gravité de la crise, et telle que la loi le permet, nous demandons au Gouvernement, en application de l'article premier de l'ordonnance de 1986, de l'article 410-20 du code de commerce et 113-1 du droit de la consommation, que « la situation de crise, les situations exceptionnelles de la calamité publique de ce secteur déterminé » (légumes et fruits) soient reconnues en application de la loi afin :

1. « d'arrêter, des mesures, par un décret en Conseil d'Etat contre la baisse excessive des prix »,
2. de mettre à profit cette période de 6 mois prévue par le législateur pour réfléchir notamment sur les causes profondes de la crise du marché, au-delà des causes courantes évoquées (climat, E-coli, baisse du pouvoir d'achat...) et ainsi de :

- suivre l'altération continue de la qualité des relations commerciales,
- veiller à la « liberté de négociation » et la notion du vice du consentement,
- travailler sur les notions de CCP (Concurrence Pure et Parfaite) et de concurrence imparfaite, ainsi que sur les obligations générales d'information au public et sur la symétrie d'information (et les vices-cachés),
- enfin et surtout plus globalement, étudier la notion d'« anomalie de marché » qui s'explique par deux facteurs : des facteurs structurels (marché ne réunit pas les critères de la concurrence parfaite) et des facteurs comportementaux, où les vendeurs sont soumis à des travers psychologiques qui altèrent leurs jugements et leurs décisions d'achat ou de vente quant à leur sur-estimation ou sous-estimation du juste prix.

- ✓ Lancer une réflexion de fond, sur la base des travaux de M. Canivet (rapport demandé par le ministre des finances en juin 2004), de façon à adapter le droit de la concurrence aux spécificités des fruits et des légumes dans l'alimentation
- ✓ Prévoir l'intervention de l'Etat en l'application de la loi par décret
- ✓ Modifier de manière législative dans la LMA certains dispositifs dont celui relatif au contrat : pas de contractualisation à 100 %, contractualisation à tous les stades de la filière, exemption pour les carreaux des producteurs sur les MIN et les circuits courts.

3.2.3 Soutenir la valorisation de l'origine France

La réforme de l'organisation économique décidée en 2008 est aujourd'hui en péril. De part l'annonce des réductions budgétaires, les AOP nationales ne vont plus pouvoir jouer le rôle d'interlocuteur privilégié sur les marchés attribué par l'Etat. Pourtant, de par leurs actions sur les marchés et la promotion des produits et la valorisation de l'origine France au travers notamment de chartes de qualité, les AOPn ont pu montrer depuis leur existence l'intérêt de leur action.

D'autre part, la mise en avant des produits français et locaux dans la Restauration Hors Domicile (RHD) est une attente forte des producteurs, mais aussi des consommateurs et doit être mise en place. Ceci s'inscrit dans la démarche de développement durable et d'aménagement des territoires. Enfin, il est nécessaire de permettre l'anticipation des évolutions des marchés et ne pas penser qu'on peut régler les crises avec les ventes au déballage dont l'efficacité n'a pas été prouvée.

- ✓ Soutenir les budgets promotion FranceAgriMer auprès des AOP nationales produit
- ✓ Valoriser l'origine France en RHD et dans la restauration collective publique
- ✓ Mettre en place une carte de producteur pour une meilleure connaissance de la production
- ✓ Obliger, dans le cas de vente en libre service, au respect de l'emballage d'origine du produit pour une meilleure information des consommateurs, des questions d'hygiène et la préservation de la qualité des produits
 - ✓ Renforcer la formation des cuisiniers des collectivités territoriales sur la saisonnalité, l'utilisation des produits frais, et d'origine France
 - ✓ Publier le décret concernant les appels d'offre des collectivités pour ouvrir l'accès à ce marché
 - ✓ Obtenir la possibilité de communiquer sur l'origine France avec des crédits européens
 - ✓ Professionnaliser le métier de vendeur (chef de rayon et employés des rayons) pour mieux appréhender la gestion de ces produits « vivants » et encourager la consommation de légumes, comme prévu dans le Plan National Nutrition Santé
 - ✓ Mettre en place des études sur les comportements d'achat notamment en périodes de migration liées aux vacances et en période estivale en examinant notamment l'impact des jardins familiaux et le développement des circuits courts.

3.2.4. Maîtriser les importations des pays tiers

L'Union européenne est le principal partenaire du Maroc en termes d'échanges commerciaux en fruits et en légumes. Dans le contexte actuel des négociations agricoles entre le Maroc et l'Union européenne, il est essentiel de rappeler l'importance de la filière de production sous serres en France ainsi que l'impact qu'une ratification des accords de libres échanges entre le Maroc et l'UE aurait sur la filière.

Par ailleurs, augmenter les quotas d'importation revient à remettre en cause les acquis communautaires. De nombreux Etats-membres l'ont exprimé à maintes reprises : « Tout produit importé doit respecter les normes européennes³. » La France doit s'engager vers la non-ratification des accords UE-Maroc.

- ✓ Voter contre la ratification des accords de libres échanges Maroc-UE permettra d'éviter, au niveau européen, de :
 - affaiblir la filière de production sous serres déjà lourdement touchée par les crises à répétition,
 - remettre en cause les valeurs de la PAC en matière d'environnement et de protection sanitaire des consommateurs et de pérennité économique d'une filière agricole,
- ✓ Mettre en place une réflexion préalable sur des prix d'entrée cohérents et le contrôle des volumes importés.

3.2.5 Soutenir la recherche et le développement

La mise en œuvre du plan Ecophyto démontre la nécessité de mobiliser la recherche et le développement sur l'émergence de nouveaux systèmes de cultures plus économes en intrants. La complexité de la production légumière demande une attention particulière, sur lequel le GIS PIClég travaille. Toutefois, sans soutien politique et financier, l'élaboration de ces recherches est fortement compromise.

- ✓ Conforter dans le cadre de PIClég, les travaux en faveur du développement de la production intégrée en culture légumière, en veillant à l'attribution de crédits de recherche suffisant pour les projets légumes
- ✓ Conforter le réseau des stations d'expérimentation en région.

³ Position franco allemande pour une PAC forte - Septembre 2010