

## INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES

# L'usine au bout du champ, c'est beau sur le papier

L'autonomie alimentaire ? Sujet complexe, auquel se sont attelés les intervenants du débat organisé par i3A, le club des industries agroalimentaires de Champagne-Ardenne, ces entreprises « coincées entre la fourche et la fourchette », lors d'une assemblée générale dense et passionnante.

YANN TOURBE

**20** millions d'habitants. C'est le « potentiel nourricier » du Grand Est. « Et 15 millions pour l'énergie », complète Didier Petit, directeur adjoint des chambres d'agriculture de l'Aube et de Haute-Marne. Devant lui, une salle remplie d'industriels de l'agroalimentaire, rassemblés au sein du club i3A et venus écouter le débat sur l'autonomie alimentaire. Un potentiel de 20 millions d'habitants, pour une région de 5,6 millions d'habitants, l'autonomie alimentaire ne semble pas « poser trop de soucis ».

Mais le Grand Est « est exportateur » et la question de l'autonomie alimentaire, c'est de savoir « si on est capable de nourrir sa population localement ». Et là, c'est tout de suite plus compliqué : « On n'est pas autonome sur toute l'industrie agroalimentaire », souligne Didier Petit. Et puis, complète Philippe Mangin, le vice-président de la Région, autonomie et indépendance alimentaires sont « des termes à manier avec précaution... » Pourquoi ? « Je vois chez beaucoup un véritable repli sur soi. »

**« Nous ne boirons pas, nous, habitants du Grand Est, toute la production de champagne ! »**

Philippe Mangin

Et celui qui est aussi président de l'union InVivo ajoute : « Tous les pays du monde ne peuvent pas se nourrir par eux-mêmes et ce n'est pas le changement climatique qui va arranger les choses ». Alors, quand il n'y en a « que pour le bio et les circuits courts », alors que « la consommation de bio a baissé de 15 % », (mais il s'agit surtout du bio en grandes surfaces, qui perd du terrain face au premier prix, NDLR), il ne faudrait pas oublier que « nous ne boirons pas, nous, habitants du



Angélique Guillemot, présidente d'i3A, le club des industries agroalimentaires de Champagne-Ardenne. Pour elle, « l'usine au bout du champ, c'est beau sur le papier ».

Grand Est, toute la production de champagne ! » La salle s'amuse de la saillie, mais le message est passé.

### L'APPELLATION CHAOURCE ET LE SOJA

Pourtant, chez certains, l'autonomie est « une question de vie ou de mort », commente Didier Lincet, qui préside aux destinées de la fromagerie du même nom. Au sein de l'appellation chaource, on a « des éleveurs autonomes à 85-90 % », et tous les clients « s'interrogent sur l'impact déforestation » du soja brésilien, qui permet de compenser le déficit de protéines végétales pour la ration alimentaire des vaches

laitières. Lincet travaille donc « avec des producteurs d'aliment » pour s'en passer demain.

### MANGER LOCAL DANS LES CANTINES

Agathe Huguier, directrice commerciale d'Huguier frères, note que 45 % du chiffre d'affaires de la société est réalisé dans les huit magasins de vente directe de la boucherie. Les marchés publics ? C'est important aussi mais les marchés publics, « on ne peut pas se défendre ». Elle rappelle à l'assistance la perte des marchés scolaires de l'Aube et de Haute-Marne. « Alors, quand j'ai vu un journal local (le nôtre, NDLR) dire qu'on allait enfin manger local dans les cantines... Mais toutes les viandes d'Huguier sont locales, les cantines mangeaient déjà local... »

### DÉGRADER L'IMAGE PRIX

Le local est souvent considéré « comme un produit luxueux », souligne Johan Videira, le directeur de Carrefour Saint-André-les-Vergers, qui insiste sur la dichotomie entre le besoin de « promouvoir l'image locale sans dégrader l'image prix ». De toute façon, « à la fin, c'est la consommation qui décide ». Ce qui n'empêche pas la grande distribution de contractualiser « énormément » avec les producteurs locaux.

### « Savourez la Champagne-Ardenne »

La marque commerciale du club i3A, « Savourez la Champagne-Ardenne », va « prendre le pas » sur le logo du club dans sa communication externe. L'opération, qui s'est relancée avec Carrefour et en galerie commerciale de Leclerc, est au cœur de la stratégie du club (« Savoir-faire, goût, qualité, tout est dans le même panier »). La Champagne-Ardenne pèse 50 % des industries agroalimentaires du Grand Est (20 % hors boissons, cette différence étant due à « l'effet champagne » et au grand nombre de PME du secteur basées en Alsace).

Chez Carrefour, insiste-t-il, les petits producteurs sont contractualisés en « 48 heures » et « payés en une semaine »...

### METTRE LES ACTEURS AUTOUR DE LA TABLE

Après, revient Philippe Mangin, « on est entre nous, on va se le dire : le local n'est pas une garantie de qualité, pas plus que le bio... » Le discours sur la « montée en gamme » l'exaspère : « Bien sûr, il y a la carte du luxe, mais la montée en gamme, c'est la porte ouverte aux importations pour le bas de gamme ». Il faut être capable d'apporter « des réponses aux distributeurs qui ont des clients sous le seuil de pauvreté... »

Didier Petit, lui, réitère qu'il faut faire attention aux « injonctions contradictoires », sur le bio, le local, la méthanisation, la production d'énergie... Il faut d'abord « mettre les acteurs autour de la table »,

Pourtant, au-delà du problème de commercialisation, l'autonomie est aussi une question d'emploi. Et, pour l'agroalimentaire, le recrutement est une galère. C'est d'ailleurs ce que souligne Agathe Huguier : « On a la chance d'avoir un bon noyau mais le noyau est fatigué... » Didier Lincet opine : « Pôle Emploi, à Sens, a 10 000 inscrits, il me manque 15 personnes à Saligny ».

Dans la salle, les quelques jeunes se sentent pris à partie : leur génération serait zappeuse, sans envie de travailler, sans goût de l'effort... N'en jetez plus ! Mais Angélique Guillemot ajoute : l'emploi, c'est une grosse problématique. Mais la mobilité aussi. Et particulièrement en secteur rural. « L'usine au bout du champ, c'est beau sur le papier mais il faut faire attention où vous mettez votre usine au bout du champ... » ■

### 50 % DES ENTREPRISES AGROALIMENTAIRES REPORTENT DES INVESTISSEMENTS

Selon les résultats d'une enquête lancée par i3A auprès de ses adhérents et à laquelle 26 ont répondu, la moitié des entreprises agroalimentaires de l'ancienne région Champagne-Ardenne reporte des investissements. Ce n'est pas le seul enseignement de cette enquête. La moitié des entreprises qui ont répondu affirment avoir du mal à recruter (lire ci-contre). 100 % des entreprises ont connu des hausses de charges liées au transport, un tiers a des soucis de transporteur et un tiers affirme avoir réduit ses volumes de production. Plus de 60 % des entreprises qui ont répondu ont connu des hausses de prix des matières premières agricoles et les deux tiers ont des hausses de prix de l'énergie comprises entre +11 et +50 %. 38 % ont « un peu de souci de trésorerie » et 32 % ne parviennent pas à faire passer leurs hausses de coûts de production à leurs clients.