

VALEUR AJOUTÉE

AGRICULTEURS ET PARTENAIRES DE L'AVAL, LES DESTINS SONT LIÉS



Jacques Mathé, ÉCONOMISTE

Comment mieux répartir la valeur ajoutée dans les filières agricoles ?

La création de valeur dépend d'abord de la qualité de la gouvernance et des engagements réciproques chez les producteurs et leurs partenaires.

Pour une bonne répartition des valeurs créées

Les états généraux de l'alimentation ont (ou avaient) pour objectif de mieux répartir la valeur ajoutée dans les filières agricoles, notamment à l'échelle des producteurs qui restent la plupart de temps des fournisseurs de matières premières. Plus cette matière première est indifférenciée et substituable (elle entre en compétition avec d'autres matières premières), plus le prix va tendre à la baisse et moins il y a création de valeur. Dans ce cas, les agriculteurs sont soumis aux aléas des cours mais ont surtout peu de pouvoir de négociation. Ce pouvoir est dans les mains des acheteurs que sont les transformateurs de l'agroalimentaire et/ou les distributeurs. Au fil des décennies, les agriculteurs, en s'organisant sous forme collective avec leurs coopératives, essaient de récupérer, en investissant dans l'aval, une partie de la valeur ajoutée apportée par la transformation des commodités. **La campagne française regorge**

d'exemples remarquables de filières redistribuant correctement cette valeur auprès des producteurs. On

y retrouve les producteurs laitiers du Comté, du Beaufort, de Laguiole, ceux des légumes à travers des marques fortes comme Saveol, Florette, Prince de Bretagne mais aussi en volaille tel les Fermiers de Loué et leur partenaire LDC. Sans compter des micro-filières qui savent, par la pertinence de leur offre (de la ferme au distributeur), imposer celle-ci. On observe donc que les filières organisées de façon verticale, où chaque maillon collabore avec les autres maillons, apportent une meilleure part de la valeur ajoutée créée au producteur.

Une organisation collective exigeante

Mais cette meilleure répartition doit respecter un certain nombre de conditions. En premier lieu, la production et son produit transformé doivent répondre aux attentes des clients-consommateurs. Celles-ci sont diverses. **Elles intègrent des déterminants qualitatifs, gustatifs, des valeurs plaisirs, sociétales, mais aussi de la praticité, de la disponibilité.** En revanche, quand il y a peu de valeur qualitative dans un produit agricole et alimentaire proposé par le producteur et ses partenaires, la dernière valeur de référence reste le prix. Et donc la compétition se focalisera sur la maîtrise des coûts.

Une autre condition s'appuie sur la fluidité des relations entre les acteurs de la



filière. On se parle, on est exigeant de part et d'autre, on respecte les contrats ou les accords qui permettent de bien se positionner auprès des clients. On peut dire qu'il y a **une responsabilité collective de la création de valeur et de sa répartition.** Passer d'une logique de confrontation (ce qui est courant dans un certain nombre de filières) à une logique de partenariat et de coordination n'est pas chose aisée. Cela nécessite une confiance mutuelle. Ces modes de fonctionnement sont plus évidents et plus faciles à mettre en œuvre dans des micro-filières, pense-t-on souvent. Or, les filières citées plus haut montrent que ces modes de fonctionnement basés sur une organisation collective exigeante des producteurs apportent des réponses à la bonne répartition des valeurs créées.

Reconquérir la valeur ajoutée en France

En résumé, la création de valeur dépend d'abord de la qualité de la gouvernance et des engagements réciproques chez les producteurs et leurs partenaires. Elle ne se décrète pas, contrairement à ce que certains peuvent penser. C'est souvent une construction de longue haleine. Pourtant, la dynamique de la demande alimentaire actuelle, la largeur des attentes (exprimées ou pas) des consommateurs, la qualité et les savoir-faire dans les outils de transformation, et l'image même de l'alimentation à la française offrent des opportunités de reconquête de la valeur ajoutée dans les filières agricoles. **Ce ne sont pas les producteurs de noisettes du Lot-et-Garonne qui nous démentiront.** Partant de rien, ils ont construit en 30 ans une filière devenue leader en Europe !

