

L'ÉVÉNEMENT

Coopération → Si la profession agricole a jadis raté le coche en ne s'impliquant pas dans la distribution, le groupe Altitude ne désespère pas d'arriver à pénétrer le milieu de la GMS.

Trouver le bon cheval de Troie pour peser face à la grande distribution

Jean-Pierre Chateau en est convaincu : les agriculteurs ont loupé une opportunité majeure il y a quelques décennies en ne s'impliquant pas dans la distribution, alors même qu'ils ont par ailleurs relevé le pari de se doter de leurs propres banques, assurances et mutualités sociales.

Une occasion manquée dont le président du Groupe Altitude, qui a tenu le 9 avril son assemblée générale, juge qu'elle coûte cher aujourd'hui aux producteurs et à leurs coopératives : "On est en train de se faire kidnapper nos outils de transformation par la grande distribution", a lancé J.-P. Chateau évoquant tant la filière laitière que celle des viandes, mais aussi les conséquences de la loi LME (dite de modernisation économique) qui n'a "pas amélioré notre sort". La faute selon lui à des agriculteurs et transformateurs qui n'ont pas su faire converger leurs actions et revendications, renforçant un peu plus "l'ultradépendance" de ces deux maillons vis-à-vis de la grande distribution.



Jean-Pierre Chateau, aux côtés de Jacques Espinasse : "Est-ce qu'on est capable de remettre la main sur l'aval ?"

Jouer les challengers

Mais la partie est-elle définitivement jouée ? "Est-ce qu'on est capable de remettre la main sur l'aval, a-t-on encore assez de capitaux pour acheter des parts aux GMS ?", a lancé le président d'un groupe qui pèse aujourd'hui 525 emplois et 299 millions de chiffre d'affaires consolidé (comptes 2007-2008)⁽¹⁾. Si la question est restée en suspens,

le président d'Altitude a lui mis en garde contre les sirènes de l'opportunisme et de la désorganisation prônant au contraire une confiance renouvelée et accrue des coopératives dans leur outil et le développement de relations partenariales, autant entre naisseurs et monde de l'engraissement, qu'entre collecteurs de lait, coopératifs ou non, locaux ou non, "loin de tout clivage historique." "Il nous faut aussi nous

interroger sur la taille optimale à atteindre pour nos structures d'abattage et de transformation pour accéder aux rayons de la GMS, qui souhaite, aux côtés de ces fournisseurs poids lourds, des opérateurs challengers", a plaidé Jean-Pierre Chateau.

Et dans un commerce qui, malgré la crise, va selon lui persister dans ses dérives ultralibérales, synonymes de dérégulation des

Périmètre
Plus de 11 000 éleveurs ont fait appel au groupe Altitude en 2008.

marchés et de volatilité des cours, le président a réitéré un message cher au groupe coopératif : celui d'une nécessaire modernisation des outils de production et d'une productivité accrue des exploitations.

PATRICIA OLIVIERI

(1) En progression de 7,5 %. Résultat net du groupe : 1,2 million d'euros. Total des capitaux propres : 50,2 millions.

Consommation → Patricia Le Cadre, du Cereopa, a incité l'élevage à s'engager vers un développement "soutenable".

Une place... durable à prendre

Invitée par le groupe Altitude à apporter son éclairage sur l'évolution des modes de consommation, Patricia Le Cadre, directrice adjointe du Cereopa (Centre d'études et de recherche sur l'économie et l'organisation des productions animales) a d'abord incité la profession agricole à trouver des partenariats avec la grande distribution dont elle pense qu'elle sera peut-être demain le dernier rempart aux importations : "S'il vous faut réfléchir à une nouvelle organisation pour peser de tout votre poids, il vous faut aussi être capables d'apporter demain au consommateur des produits qu'il ne trouvera pas ailleurs". Et l'intervenante de citer des saucisses ou yaourts présentant un faible indice carbone...

Car pour elle, le défi démographique et alimentaire, la fin de l'ère du pétrole bon marché, tout comme le changement climatique et le déclin de la biodiversité, vont amener la planète à "repenser les choses". "Il va falloir produire plus mais en

conciliant économie et environnement avec des coûts de production durablement élevés, en gérant la rareté de l'eau, des sols..." Le tout avec une faible visibilité et une volatilité structurelle des marchés !

Anticiper et non subir

Des perspectives qui n'incitent guère à l'optimisme. Sauf pour Patricia Le Cadre, qui voit au contraire dans la crise actuelle des opportunités à saisir : "Regarder dans le rétroviseur ne sert à rien, les références d'hier n'existent plus, il faut inventer un nouveau modèle économique, celui du développement soutenable." Les Français auraient déjà amorcé le virage, revenus de la surconsommation et plus portés sur le "consommer mieux". Une amélioration qui fait la part belle aux arguments éthiques, citoyens et "santé". "On s'achemine vers une exigence de produits de base, peu onéreux et peu élaborés, associés à des produits bio, le tout en quantité



Patricia Le Cadre du Cereopa.

légèrement réduite", estime la responsable du Cereopa.

Et, pour elle, l'élevage de montagne est bien placé pour relever ces défis à condition de privilégier la pluridisciplinarité "et non la taille", de certifier ses pratiques environnementales, de jouer groupés au sein des filières et territoires et surtout de "repenser la parole face aux consommateurs" : "Le vrai souci que vous avez est que l'agriculture, et notamment les produits carnés, sont utilisés comme l'emblème d'activités perturbatrices pour la nature."

Activités → Miser sur la démarcation des produits pour atténuer les effets "yoyo".

Apprendre à composer avec la volatilité des cours

"Je suis assez satisfait qu'un maximum de gens entendent dans la démarche", a répondu J.-P. Chateau à un producteur de lait interrogatif sur les inquiétudes exprimées par ailleurs quant à un "sur-engagement" dans l'AOC cantal. Pour le groupe Altitude, mieux vaut en effet que les producteurs prennent rang maintenant quitte à sortir de l'appellation s'ils devaient ne plus arriver à en respecter le cahier des charges. Quitte aussi à accepter de fait une moindre valorisation du lait d'une prime pondérée sur les litrages transformés. "C'est là-dessus qu'il faut se battre, sur les moyens d'accroître la prime AOC", s'est positionné le président. Une réponse qui n'a pas pleinement satisfait un autre producteur, exaspéré de voir les agriculteurs sans cesse "courber l'échine" en acceptant une plus-value de 30 e / 1 000 litres seulement.

Une exaspération symbole du malaise des producteurs de lait à qui on annonce une bais-

se sensible du prix du lait dans les prochains mois. "Nous entrons dans une ère de volatilité et nous devons apprendre à gérer nos productions comme le font les producteurs de porcs", a prévenu, pragmatique, J.-P. Chateau.

Volatilité, le mot est revenu également comme un refrain aliénant dans les propos de Jacques Espinasse évoquant notamment le manque de lisibilité sur la branche d'approvisionnement du groupe, de même que celle, plus ancienne, de la filière porcine, qui a obligé le groupe à une réactivité accrue. Mais pour les responsables d'Altitude, le court terme ne doit pas hypothéquer une stratégie de valorisation pérenne qui passe entre autres par des démarches de démarcation : AOC et IGP (fromages et salaisons Auvergne), produits de montagne, races à viande locales, veaux et agneaux du Limousin...