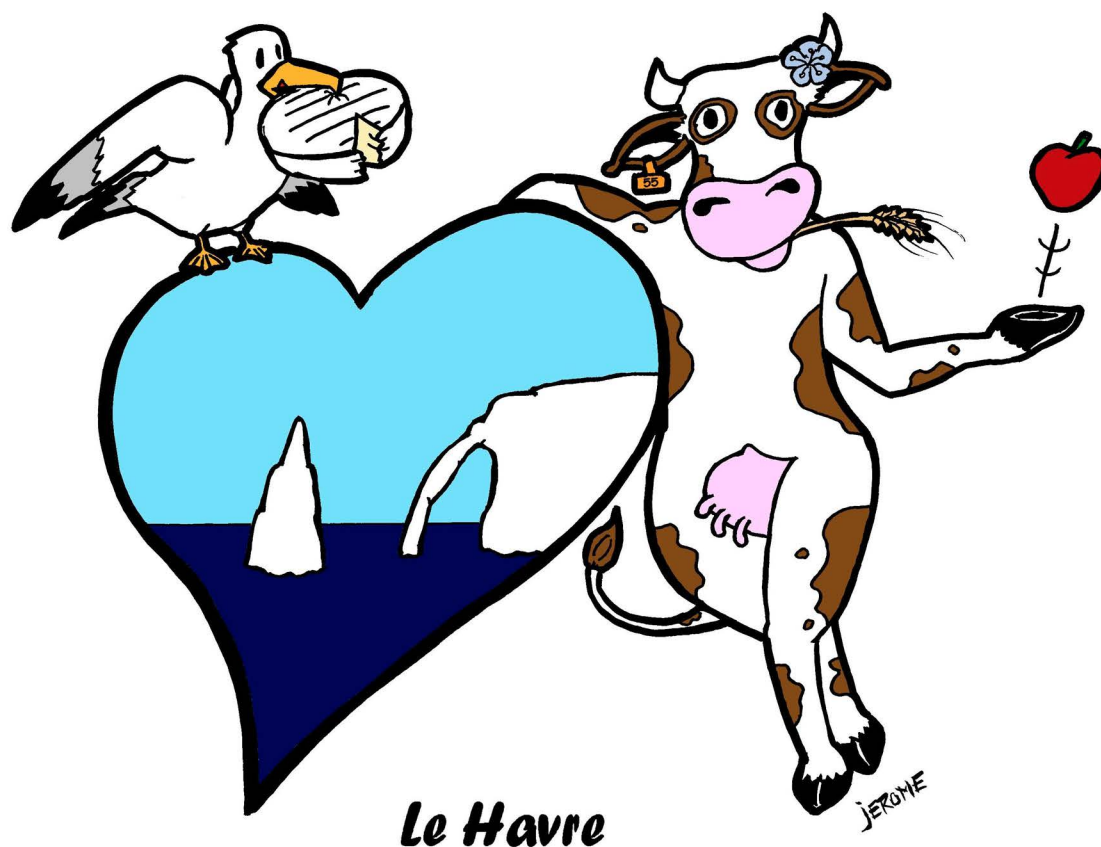


30, 31 mai & 1^{er} juin 2022 - Le Havre

Pour une convergence entre les attentes du consomm'acteur
et la pérennisation des filières agricoles

CONGRÈS NATIONAL *de Jeunes Agriculteurs*



Le Havre

Présenté par :

Justine FUSI, membre du bureau

Christophe HAAS et François-Xavier HUPIN,
membres du conseil d'administration

Jeunes
Agriculteurs
Demain se construit aujourd'hui

Rédigé par : Claire COLOMBANI

Rapport d'orientation
amendé

« Manger est un acte agricole »

Wendell Berry

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES	3
INTRODUCTION	5
PARTIE 1 : DE CONSOMMATEUR À « CONSOM'ACTEUR ».....	6
1) LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS AUJOURD'HUI	6
a) Portrait	6
i. Vieillessement de la population	6
iv. Catégories socio-professionnelles (CSP)	8
b) Leurs attentes.....	9
i. Prix, goût, santé en tête des préoccupations.....	9
ii. Des préoccupations montantes	11
iii. Impact du Covid : un retour au local	12
c) Leurs craintes et préoccupations	13
ii. Les sources d'information : Multiplicité ≠ fiabilité.....	15
2) LE PARADOXE ENTRE CRITIQUE ET ATTACHEMENT A L'AGRICULTURE FRANÇAISE	17
a) Fracture et incompréhension entre consommateurs et agriculteurs.....	17
i. Critiques grandissantes	17
ii. Incompréhension des activités agricoles	17
b) Pourtant, une image positive de l'agriculteur et de l'alimentation	18
i. Attachement des Français	18
i. Impact positif de la crise du Covid-19	18
ii. Rapport hédoniste à l'alimentation et aspect tradition : le cas de la consommation de viande culturellement « festive » en France.....	19
3) IMPACTS SUR LE MARCHÉ.....	20
a) La fracture entre croyances et pratiques	20
i. Faites ce que je dis, pas ce que je fais ?	20
ii. Acceptabilité des pratiques	21
iii. Cas de la restauration hors foyer (RHF)	21
b) Les produits de grande consommation dits « responsables »	21
c) Baisse structurelle de la consommation de viande.....	22
d) Les produits végétaux alternatifs aux protéines animales.....	23
e) La montée en puissance de la restauration hors foyer	24
f) La mutation des lieux et mode d'achat	25
PARTIE 2 : ENJEUX	26
1) DES ENJEUX MONDIAUX	26

a) Population : Croissance démographique	26
i. Une demande de plus en plus forte	26
ii. Une demande différente	26
b) Santé / Nutrition.....	26
i. Sous-nutrition	26
ii. Malnutrition	26
iii. Enjeux de santé publique	27
c) Hausse de la précarité alimentaire.....	27
i. Population en difficulté économique.....	27
ii. Préoccupations autour du pouvoir d'achat.....	28
d) Géopolitique : Enjeux alimentaires autour de la stabilité politique	28
e) La définition de la Politique Agricole Commune au service de la souveraineté alimentaire	29
i. Création	29
ii. Remise en question	29
2) DES ENJEUX COMPLEXES.....	30
a) Dégradation de la souveraineté alimentaire.....	30
b) Difficultés du secteur agricole.....	32
i. Difficulté de renouvellement	32
ii. Question de la rémunération	33
c) La question climatique	33
PROBLEMATIQUE	35
PARTIE 3 : PROPOSITIONS	36
1) DES MESURES D'EDUCATION ET DE COMMUNICATION	36
2) DES FILIERES AGRICOLES FORTES ET INNOVANTES POUR REpondre AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS	41
a) Mesures transversales.....	41
b) Des mesures filières animales ambitieuses.....	46
c) Des mesures filières végétales innovantes	51
d) Mesures environnementales.....	53
3) DES MESURES D'ENCADREMENT, TOURNEES VERS LES CONSOMMATEURS	59
CONCLUSION	67
ANNEXES.....	68
TABLE DES FIGURES	77
LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	78
REMERCIEMENTS	79
BIBLIOGRAPHIE.....	80

INTRODUCTION

Le consommateur est défini par le dictionnaire comme « une personne (ou un groupe de personnes) qui utilise un bien ou un service pour satisfaire ses besoins individuels ou collectifs »¹.

Depuis plusieurs années, la thématique des attentes des consommateurs intéresse de plus en plus les différentes parties prenantes. De nombreuses instances, administrations et entreprises agroalimentaires s'emparent de ce sujet et multiplient les études. Nous constatons également la formation de groupes de citoyens qui débattent des questions de l'avenir de l'alimentation et de l'agriculture en France à l'instar du Gouvernement qui, en 2017, a lancé une étude visant à mieux comprendre et à anticiper l'évolution des tendances alimentaires des consommateurs français en 2025.

Cependant, en 2020, la crise sanitaire est venue chambouler les projections, modifiant les tendances alimentaires constatées jusqu'ici, et a remis à l'ordre du jour le concept de souveraineté alimentaire. Cette notion a été énoncée dans la déclaration du forum des ONG adressée au sommet mondial de l'alimentation de la FAO en 1996, et reprise dans le Manifeste de Vaumailh signé par JA en septembre 2000. Elle est définie comme un droit international qui laisse la possibilité aux populations, aux États ou aux groupes d'États de mettre en place les politiques agricoles les mieux adaptées à leurs populations sans qu'elles puissent avoir un effet négatif sur les populations d'autres pays. Alors qu'éclate la guerre sur le continent européen dans les derniers jours de la rédaction de ce rapport, la question de la souveraineté alimentaire se pose plus que jamais.

De son côté, la profession agricole² s'est adaptée aux attentes des consommateurs. Il en est de même pour les entreprises agroalimentaires et la distribution qui se doivent d'y répondre pour continuer à vendre leurs produits, et que leurs entreprises perdurent. En parallèle de ce premier défi évoqué, le monde agricole doit plus que jamais relever celui de la souveraineté alimentaire, sujet dont le Gouvernement s'est récemment emparé, prenant en compte l'ensemble des contraintes qui sont les siennes : baisse des effectifs agricoles, impact du dérèglement climatique, et bien d'autres.

Pour Jeunes Agriculteurs, le renforcement de la souveraineté alimentaire française et européenne ne pourra se faire sans le renouvellement des générations en agriculture, et des filières³ agricoles structurées, préservées et rémunératrices. C'est pourquoi, à ce moment charnière entre le temps présent empreint de crises martiales, humanitaires, climatiques et sanitaires, et le futur qui devra en supporter les conséquences, il est apparu opportun pour Jeunes Agriculteurs de prendre le temps de réfléchir collectivement, et de porter notre contribution au monde agricole et au pays, en proposant notre projet pour permettre de répondre aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui tout en anticipant celles de demain, et ainsi proposer aux filières agricoles françaises un avenir durable. Il s'agit de la vision de tout un réseau qui n'a de cesse de se remettre en question, d'anticiper et d'innover pour toujours mieux adapter l'agriculture, et l'alimentation qu'elle produit, à la société actuelle et future, grâce à des exploitations viables, vivables et transmissibles.

¹ CNRTL, « Consommateur », 2022.

² Dans ce rapport nous parlerons « d'agriculteurs ». Avec ce terme nous faisons référence aux agriculteurs et agricultrices quels que soient leurs productions et leurs modes de production.

³ La filière désigne couramment l'ensemble des activités complémentaires qui concourent, d'amont en aval, à la réalisation d'un produit fini (INSEE)

PARTIE 1 : DE CONSOMMATEUR À « CONSOM'ACTEUR »

1) LES CONSOMMATEURS FRANÇAIS AUJOURD'HUI

a) Portrait

« Un consom'acteur est un consommateur qui se réapproprie l'acte de consommation en faisant usage de son pouvoir d'achat pour protéger les valeurs et les causes qu'il défend »⁴. Cette notion du consom'acteur illustre à la fois la casquette citoyenne, et à la fois la casquette consommateur qui existent en tout un chacun. Dans le cadre de la rédaction de ce rapport nous avons estimé que ces deux aspects étaient indissociables, et ainsi nous avons choisi de ne pas faire de distinctions.

Néanmoins, ce n'est pas chose aisée de définir le consommateur français d'aujourd'hui. À travers l'ensemble des auditions que nous avons pu mener, il est ressorti d'une part la difficulté de distinguer de vrais « profils types » de consommateurs ayant des caractéristiques précises et des besoins associés spécifiques. « Chacun d'entre nous est un consommateur totalement différent en fonction des jours et des heures de la journée. »⁵

D'autre part, pour mieux comprendre les attentes des consommateurs, la définition de ces « profils types » ne semble pas être l'approche privilégiée par les professionnels interrogés, qui préfèrent s'intéresser aux « grandes tendances de fond » qui se dégagent de l'étude de la population des consommateurs. Une exception est toutefois constatée pour les marques ou les entreprises agroalimentaires que nous avons interrogées, qui se servent de ces segmentations de profil des consommateurs afin de cibler précisément le marketing de leur produit.

Cependant, dans le cadre de ce rapport, la répartition des différentes typologies de consommateurs définies est tellement variable entre les magasins, en fonction de leur localisation, etc., qu'il n'est pas pertinent de s'intéresser, à l'échelle nationale, à la classification et à la répartition de ces différents profils. À l'inverse, avoir en tête les « grandes tendances de fond » permet de mieux cerner les consommateurs dans leur globalité et de comprendre, voire d'anticiper l'évolution de leurs attentes. C'est donc ce qu'il a été choisi de présenter dans ce rapport.

i. Vieillesse de la population

Le premier élément à avoir en tête est l'âge des Français. En effet, la population vieillit en France, mais également en Europe, avec notamment l'avancée en âge des « baby-boomers »⁶. En France, au 1^{er} janvier 2021, plus d'une personne sur cinq à 65 ans ou plus et les prévisions estiment que cette part de la population représentera en 2050 plus d'une personne sur quatre. À l'échelle de l'Union européenne (UE), le vieillissement de la population s'accélère depuis le milieu des années 2010 : la part des personnes âgées de 65 ans ou plus augmente dans tous les pays de l'UE. En 2019, elle représente 20 % de la population européenne, contre 17,4 % dix ans auparavant.⁷

Cependant, il est à noter qu'en 2019, fortes du dynamisme de leur natalité, la France et l'Irlande ont la proportion de jeunes de moins de 15 ans la plus élevée de l'UE (respectivement 18% et 20,5%).⁸

⁴ DicoAE, « Consom'acteur », 2020.

⁵ Pierre-Alexandre Teulié, Audition Nestlé, 6 décembre 2021.

⁶ Personnes nées entre 1943 et 1960

⁷ Isabelle Senand, Audition FCD, 15 novembre 2021.

⁸ Senand.

Selon les personnes interrogées, le vieillissement de la population a un impact sur les régimes alimentaires et les modes de consommation. Cela représente également probablement des opportunités pour l'ensemble des acteurs des filières agricoles.⁹

ii. Composition des foyers

Un autre élément qu'il faut garder en tête est l'évolution de la composition des foyers familiaux des Français. Aujourd'hui, près d'une famille sur quatre est monoparentale ce qui va entraîner des répercussions sur la manière d'acheter et de consommer (*figure 1*).

De la même façon, on observe de plus en plus un éclatement du « repas familial » où cuisiner est plutôt devenu l'objet d'événements festifs qu'un acte quotidien.

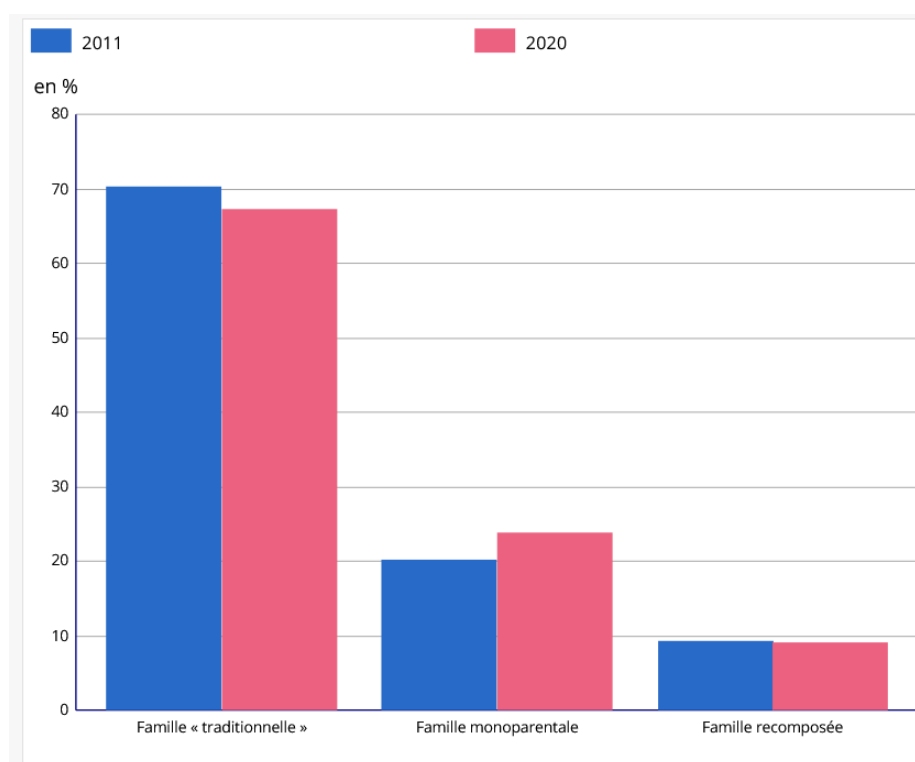


Figure 1 : répartition des familles en France métropolitaine en 2011 et 2020¹⁰

iii. Urbanisation des populations

Le lieu de vie des ménages a aussi un impact sur la manière dont les Français s'alimentent et vont faire leurs courses. La tendance que l'on observe aujourd'hui est celle du déplacement de population vers les villes.

Selon l'INSEE, en 2020 en France, 93 % de la population vit dans « l'aire d'attraction d'une ville »¹¹. Avec 13 millions d'habitants, l'aire d'attraction de Paris concentre, à elle seule, près d'un habitant sur

⁹ Senand.

¹⁰ INSEE, « Enquête Famille et logements 2011 ; Enquête annuelle de recensement 2020. », 2020.

¹¹ L'aire d'attraction d'une ville définit l'étendue de son influence sur les communes environnantes. Une aire est composée d'un pôle, défini à partir de critères de population et d'emploi, et d'une couronne, constituée

cinq. Treize autres aires comptent plus de 700 000 habitants comme Lyon, Marseille-Aix-en-Provence, Lille, Toulouse, Bordeaux, Strasbourg, Rennes, etc. Cela représente au total pour ces 14 aires plus de 40 % de la population française et un habitant sur deux habite au sein même de la ville « pôle » de l'aire (figure 2). C'est un chiffre qui est en croissance notamment pour les aires de plus de 700 000 habitants, particulièrement attractives pour les jeunes.¹²

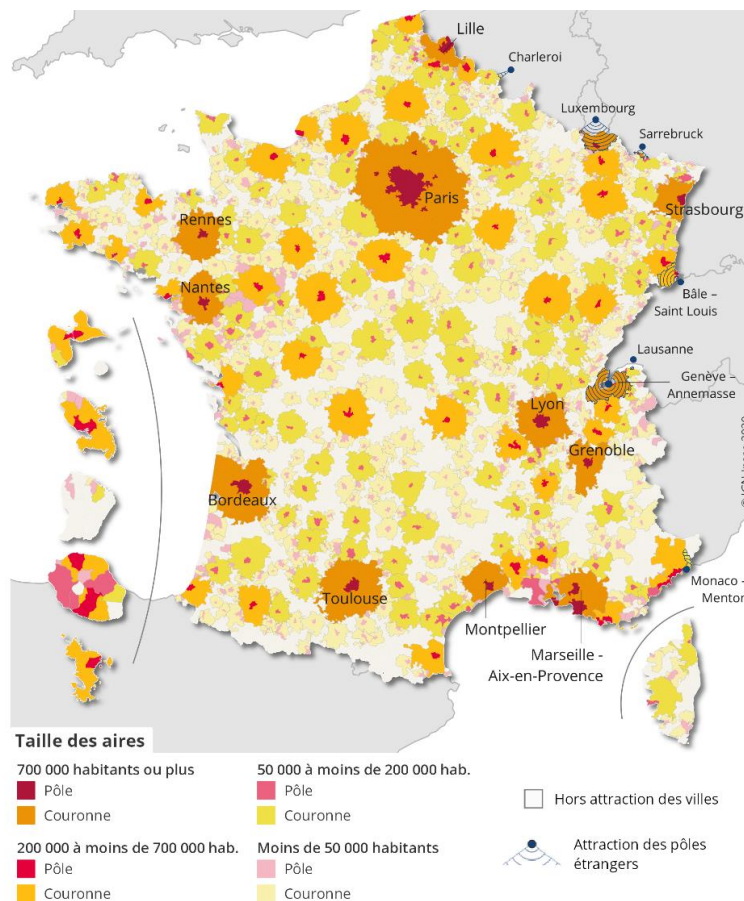


Figure 2 : aire d'attraction des villes selon le nombre d'habitant en 2017¹³

Espaces dédiés aux rangements alimentaires plus contraints, éloignement des lieux de productions ou encore rapport plus distant aux zones rurales de productions agricoles sont des conséquences directes des mutations des lieux de vie sur les choix alimentaires des consommateurs.

iv. Catégories socio-professionnelles (CSP)

La répartition des différentes catégories socio-professionnelles (CSP) et leurs revenus est à prendre en compte notamment concernant la part du budget accordée à l'alimentation.

Tout d'abord, il convient de mentionner que la part des dépenses de consommation des ménages attribuée à la fonction « alimentation, boisson et tabac » a continuellement diminué depuis 1960, où

des communes dont au moins 15 % des actifs travaillent dans le pôle. Dans le chiffre cité, les communes sont de plus de 50 000 habitants. (INSEE)

¹² INSEE, « Zonage en aire d'attraction des villes », 2020, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4806694>.

¹³ INSEE.

elle était alors de 32,2%, pour atteindre 19,5% en 2019¹⁴. L'alimentation est passée du premier au troisième poste de dépense derrière les transports et le logement.

Plus précisément, concernant l'alimentation, il est à noter que les ménages les plus modestes consacrent une part plus importante de leur budget à l'alimentation que les ménages les plus aisés, même si cela représente une somme moindre en valeur. Sur l'année, les ménages les plus modestes dépensent en moyenne 3 400 € en alimentation à domicile, contre plus de 7 500 € pour les ménages les plus aisés (*figure 3*). À l'intérieur même de ces dépenses, les consommations sont différenciées en fonction des niveaux de vie (*annexe 1*). Ainsi, l'accès à une alimentation équilibrée et de qualité est inégal.

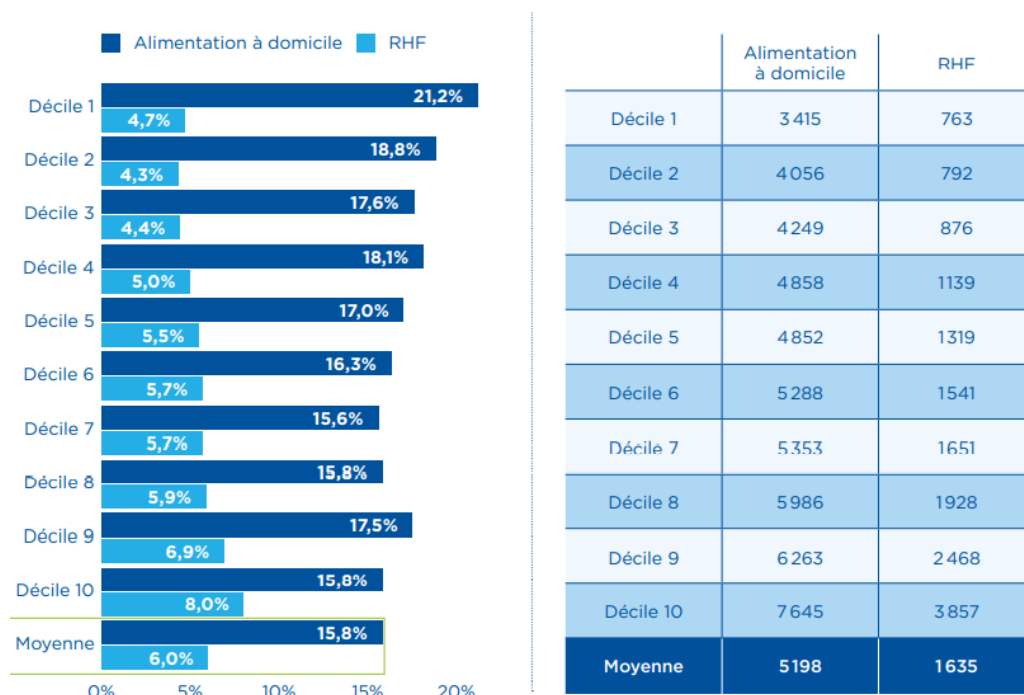


Figure 3 : représentation du poids du budget alimentaire dans les dépenses de consommation des ménages classés par décile¹⁵. ¹⁶

b) Leurs attentes

i. *Prix, goût, santé en tête des préoccupations*

Selon plusieurs études, les trois critères les plus importants pour le consommateur français lors du choix du produit sont : le goût, le prix et l'aspect santé. À noter que ces critères sont classés dans un ordre différent selon les enquêtes.

¹⁴ INSEE, « Dépense de consommation par fonction - Tableau de bord de l'économie française », 2020, https://www.insee.fr/fr/outil-interactif/5367857/details/30_RPC/35_CEM/35C_Figure3.

¹⁵ Les déciles sont les valeurs qui partagent la distribution des salaires (revenus, chiffres d'affaires, etc.) en dix parties d'effectifs égaux. Ainsi, le premier décile est le salaire au-dessous duquel se situent 10 % des salaires et le neuvième décile est le salaire au-dessous duquel se situent 90 % des salaires. INSEE, « Définition des déciles », décembre 2020.

¹⁶ Senand, Audition FCD.

En période de crise, la composante « prix » reste un critère très important pour le consommateur d'autant plus qu'il est une variable inextensible pour bon nombre d'entre eux. Aussi, pour 47 % des Français, le prix est le critère le plus important pour choisir un produit.¹⁷

Cela s'est largement fait ressentir pendant la crise sanitaire. Bien qu'une légère déflation ait été observée et qu'un « blocage des prix » ait été mis en place, 8 Français sur 10 déclarent avoir eu le sentiment que les prix avaient augmenté pendant le confinement. Les distributeurs ont alors largement axé leur communication sur ce « blocage des prix » pour rassurer les consommateurs. Ce sont d'ailleurs les enseignes historiquement positionnées sur le « prix » comme Leclerc, Intermarché ou encore Lidl qui ont gagné des parts de marché en 2020 pendant la crise. Pour autant, la fidélisation à une enseigne ne dépend pas seulement du prix, qui agit plus comme un prérequis qu'un critère de choix conscient et unique pour les clients.¹⁸

L'importance de la qualité gustative au moment du choix d'un produit retranscrit un rapport hédoniste¹⁹ des Français vis-à-vis de l'alimentation, qui doit avant tout être source de plaisir. C'est particulièrement le cas pour certains produits comme les produits laitiers plus fréquemment associés à une source de plaisir que d'autres aliments.²⁰

Enfin, l'aspect santé du produit consommé fait aujourd'hui partie des critères auxquels les consommateurs sont les plus attentifs. En effet, grâce à la recherche, le lien entre alimentation et santé est largement établi depuis déjà plusieurs années : aliments gras et sucrés associés à l'obésité ou encore les maladies cardiaques pour les liens négatifs, fruits et légumes associés à la vitalité et à la bonne santé pour les liens positifs. Le Gouvernement s'est d'ailleurs saisi de ces conclusions avec la loi n° 2004-806 du 9 août 2004 relative à la politique de santé publique lançant de grandes campagnes de sensibilisation dont chacun a encore les slogans bien en tête : « Mangez 5 fruits et légumes par jour », ou encore, « Ne pas manger trop gras, trop salé ou trop sucré ». Cela s'est également perpétué plus récemment en 2017, avec l'arrivée du Nutriscore.

Par ailleurs, d'après l'OMS « la composition exacte d'une alimentation diversifiée, équilibrée et saine varie selon les besoins individuels (par exemple selon l'âge, le sexe, le mode de vie et l'exercice physique), le contexte culturel, les aliments disponibles localement et les habitudes alimentaires. Mais les principes de base de ce qui constitue un régime alimentaire sain demeurent les mêmes. » Ces principes de base sont les suivants : au moins 400g de fruits et de légumes par jour, des légumineuses, des fruits secs et des céréales complètes ; « moins de 10 % de l'apport énergétique total provenant de sucres libres²¹ » et « moins de 30 % de l'apport énergétique total provenant des matières grasses »²².

L'ensemble de ces éléments a participé à porter l'aspect santé et nutrition au cœur des préoccupations des Français. À ce sujet, on observe une montée des craintes concernant le potentiel contaminant ou nuisible de l'alimentation vis-à-vis de la santé. C'est cette préoccupation particulière qui conduit les

¹⁷ KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 », décembre 2021.

¹⁸ KANTAR.

¹⁹ Qui se rapporte à l'hédonisme (doctrine philosophique), à la recherche du plaisir ; qui procure du plaisir, des impressions agréables. CNRTL, « hédonisme », 2022.

²⁰ CNIEL, « Nouvelles attentes sociétales, facteurs d'inquiétude et attentes des consommateurs vis-à-vis des pratiques d'élevage », 2021.

²¹ « Les sucres libres sont ajoutés aux aliments ou aux boissons par le fabricant, le cuisinier ou le consommateur, mais on les retrouve aussi naturellement dans le miel, les sirops, les jus de fruits ou les concentrés de jus de fruits »

²² OMS, « Alimentation saine », 23 octobre 2018, <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>.

choix de presque 1 consommateur sur 2 vers le « bien manger » et qui place l'aspect santé dans le top 3 des critères regardés à l'achat par les consommateurs.

ii. Des préoccupations montantes

➤ Transition climatique

Depuis plusieurs années, on observe collectivement une montée des attentes sociétales notamment autour des thématiques environnementales et du bien-être animal. Globalement, ces préoccupations suivent l'actualité et les retranscriptions qui peuvent en être faites dans les médias.

Tout d'abord, il est intéressant de signifier qu'en fonction de la sensibilité et prise de conscience de chacun, le panel d'attente est différent : consommer des produits plus sains, consommer des produits à faible impact environnemental, changer de modes de consommation (produit en vrac...), se questionner sur le bien-être animal, ou encore avoir des préoccupations sociales et vouloir participer à la rémunération des agriculteurs (essor de la marque « C'est qui le Patron ?! »). Ces éléments font partie des préoccupations diverses des consommateurs que nous avons pu recenser lors de nos échanges avec les professionnels du secteur. À l'échelle européenne, les Français font partie des populations les plus engagées sur ces questions, derrière des pays comme l'Allemagne par exemple.²³

Globalement, les consommateurs sont de plus en plus sensibles à ces thématiques, mais cette sensibilité ne se matérialise pas de la même manière pour tout le monde. En effet, pour certains, être attentif à l'impact environnemental des produits, c'est manger bio, pour d'autres c'est manger local, pour d'autres c'est manger végétarien, etc.

En 2020, 67 % des Français se disent affectés personnellement par les questions environnementales. Presque la moitié d'entre eux estime que ce sont les fabricants qui ont l'impact environnemental le plus élevé, du fait notamment des emballages plastiques qui ont été l'un des principaux sujets de débat cette année allant bien au-delà du domaine de l'agriculture. Il est néanmoins intéressant de remarquer que ce sont les CSP les plus aisées et les moins de 35 ans qui se déclarent les plus préoccupés par les thématiques environnementales.²⁴ À l'achat, alimentaire ou non, un peu plus de la moitié des Français déclarent préférer les marques « engagées »²⁵.

Si l'on s'intéresse plus particulièrement à l'agriculture biologique, la grande distribution (GD) représente plus de la moitié du marché bio alimentaire en France, c'était historiquement le segment le plus dynamique²⁶. Comme nous l'a affirmé M. Dubourg, professionnel de la distribution interrogé, « le bio est la seule chose qui ait fait qu'on réagence les magasins en 50 ans ». Il fait notamment référence ici au développement des « shop-in-shop », ces petits espaces spécialisés dédiés au bio, en quelque sorte des petits magasins à l'intérieur même de la grande surface.²⁷

Mais depuis le Covid, la croissance du secteur s'est globalement ralentie. Cela se constate particulièrement en produits laitiers bio. Cela peut s'expliquer par la dimension prix des produits, une variable qui devient particulièrement importante quand on est en période de crise (notamment pour les classes un peu moins aisées), mais aussi par la segmentation du marché avec notamment le développement d'offres type « lait de montagne », « lait producteur » ... ou encore beaucoup par la

²³ KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 ».

²⁴ KANTAR.

²⁵ Ici le terme engagé est entendu comme éthique, social ou encore environnemental

²⁶ Senand, Audition FCD.

²⁷ Guillaume Dubourg, Audition Carrefour, 22 novembre 2021.

communication qui a été faite sur la qualité des laits conventionnels. Enfin, plus globalement, cela s'inscrit dans un contexte de déconsommation de produits laitiers.²⁸

➤ *Bien-être animal*

Les préoccupations environnementales sont directement liées à celles de la cause animale. Ces préoccupations sur le bien-être animal sont grandissantes, mais concrètement, les consommateurs n'ont pas vraiment d'idées précises quant aux évolutions à mettre en place, du fait d'un manque global de connaissances sur le sujet.

Effectivement, ce qui ressort des échanges est le manque de connaissances de la part des consommateurs. Selon un des représentants d'une association de consommateurs « toutes les vidéos trash, c'est ce que le consommateur va retenir, c'est un peu la même problématique que pour les pesticides ». Selon lui, comme le consommateur n'y connaît pas grand-chose techniquement, il n'a pas forcément d'idée de ce qu'il aimerait voir évoluer, mis à part des choses très concrètes comme la fin des cages par exemple. Cela rejoint globalement le flou dans lequel sont plongés les consommateurs, notamment face à des allégations que l'on peut retrouver sur les produits alimentaires, et le manque de communication et de visibilité de l'agriculteur et de ses pratiques.²⁹

Une enquête IFOP sur l'élevage intensif pour l'association 30 millions d'amis révèle que 85 % des répondants sont favorables à l'arrêt de « l'élevage intensif ». À savoir que dans cette enquête, « intensif » signifie le raccourcissement du cycle de production (volaille de souche à croissance rapide par exemple) ou la production dans des espaces réduits.³⁰

Face à cela, le « flexitarisme »³¹ est un phénomène qui prend de l'ampleur. De plus en plus de consommateurs déclarent réduire leur consommation de protéines animales. Cela représente 40 % des foyers qui comportent au moins une personne qui tend à réduire ou limiter sa consommation de protéines animales en 2020, contre 25 % cinq ans auparavant.³²

Dans cette mouvance, un regroupement d'ONG de protection des animaux, de distributeurs et de producteurs de volailles ont lancé en 2018 une démarche d'étiquetage dit du « niveau de bien-être animal » via l'association « Etiquette Bien-Etre Animal » sur du poulet et entendent proposer un référentiel pour le porc. À l'échelle européenne, l'étiquetage bien-être animal et la création d'un label européen pourraient faire partie des sujets discutés lors de la révision de la législation bien-être animal en 2023.

iii. Impact du Covid : un retour au local

Depuis la crise sanitaire, l'attrait des consommateurs pour les productions locales a grandi. Une étude montre que 83 % des consommateurs ont le souhait particulier d'acheter des produits de leur région (*figure 4*). C'est historiquement le chiffre le plus élevé recueilli, impact direct de la pandémie et des périodes de confinement.³³ Sur la figure 4 nous observons également d'autres périodes de « pics » d'attrait ou de détachement envers les produits locaux. En 2008, c'est l'impact de la crise financière sur les budgets des ménages qui selon nous peut expliquer ce repli du souhait d'acheter des produits régionaux.

²⁸ Senand, Audition FCD.

²⁹ Lisa Faulet, Audition CLCV, 3 octobre 2021.

³⁰ IFOP, « Les français et le bien-être animal - Vague 4 - Sondage IFOP pour 30 millions d'amis », 2021.

³¹ Qui limite sa consommation de viande, sans être exclusivement végétarien. (Le Robert)

³² KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 ».

³³ CREDOC, « Tendances de la consommation », 2020.

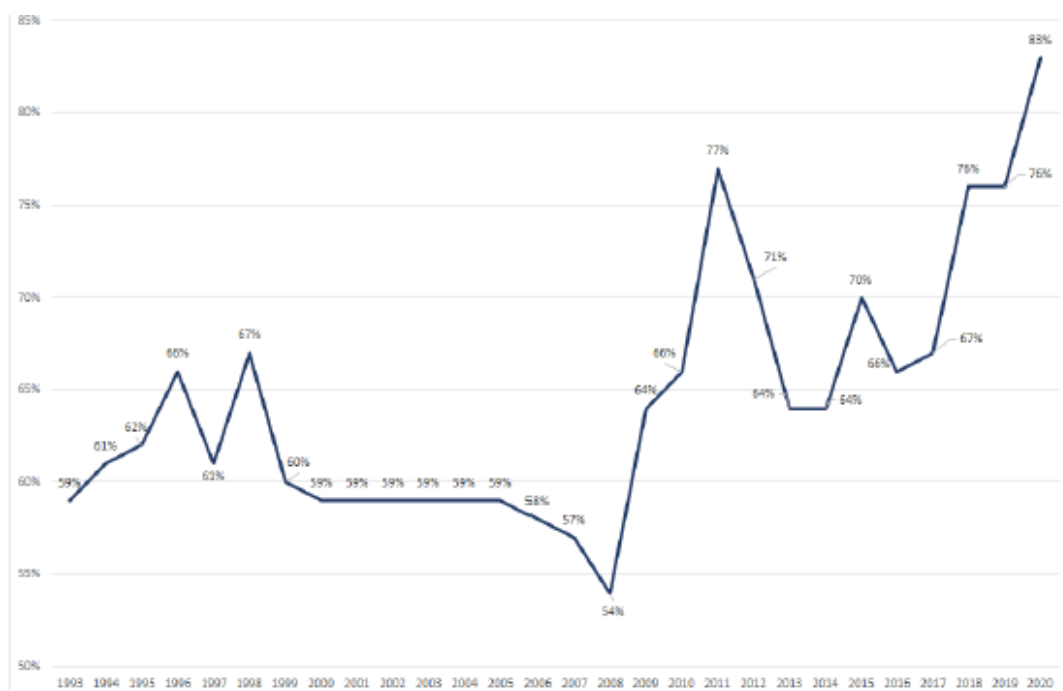


Figure 4 : souhait du consommateur d'acheter des produits issus de sa région ³⁴

Néanmoins, tout comme la question environnementale, il est intéressant de constater que l'aspect « local » n'a pas de réelle définition. Pour certains consommateurs il s'agit de productions à quelques kilomètres de chez eux, mais pour d'autres « local » signifie « origine France ».

Le critère du local est remonté dans le rang des critères de choix de produits pour les Français à partir du confinement, passant de la 7^{ème} à la 4^{ème} position. C'est également le premier critère d'engagement qui inciterait à choisir une enseigne plutôt qu'une autre ³⁵. On observe d'ailleurs de nombreux distributeurs qui « surfent » sur cette tendance dans leurs communications publicitaires.

Du côté des industriels, certains grands groupes ont leurs usines en France depuis toujours, mais sans forcément communiquer dessus. Aujourd'hui, on observe donc une forme de surenchère pour le mettre en avant. ³⁶

c) Leurs craintes et préoccupations

Au-delà même de leurs attentes, un élément qui est révélateur est la montée en puissance des craintes et préoccupations des consommateurs : « Jamais la nourriture n'a été aussi sûre, mais jamais les Français n'ont eu aussi peur de ce qu'il y avait dans leurs assiettes » ³⁷. C'est la tendance qui est ressortie de l'ensemble des auditions que nous avons pu mener, les consommateurs perdent confiance en la sécurité des produits qu'ils consomment notamment à la suite des divers scandales sanitaires et campagne d'actions anxiogènes de diverses associations.

³⁴ CREDOC.

³⁵ KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 ».

³⁶ Richard Panquiaux, Audition IleC, 24 novembre 2021.

³⁷ Aurélien Clavel, Audition Aurélien Clavel dans le cadre d'un projet alimentation et filières pour le pôle agroalimentaire Isère, 9 novembre 2021.

i. Des inquiétudes ciblées par filière et qui évoluent avec l'actualité

Pour analyser les craintes et préoccupations des consommateurs, nous nous sommes appuyés majoritairement sur une étude réalisée en 2016 par l'Institut Pasteur en partenariat avec le CREDOC notamment. Même si l'étude date d'il y a quelques années, elle met parfaitement en évidence le lien entre actualités médiatiques et craintes exprimées par les consommateurs.

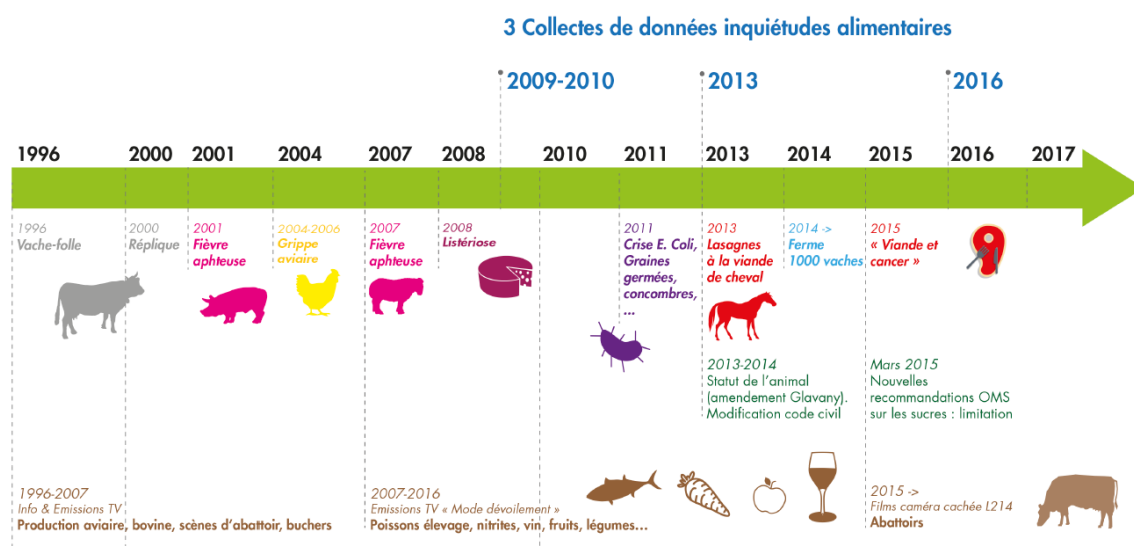


Figure 5 : frise chronologique retraçant scandales sanitaires alimentaires et évènements médiatiques marquants

Côté filières animales, la principale inquiétude réside aujourd'hui dans les conditions d'élevage des animaux. Néanmoins, sur la dernière décennie, on observe un net changement de tendance : dans les années 2010, environ un Français sur deux se déclarait inquiet face à la consommation de viande, et à la suite de scandales sanitaires, l'aspect qui générait le plus d'inquiétude chez les consommateurs était l'alimentation animale. À contrario, quelques années plus tard, en 2016, plus de 90 % des Français se déclarent inquiets en majorité pour l'aspect bien-être animal, ex-aequo avec l'aspect « hygiène / fraîcheur » corrélé notamment au scandale sur les lasagnes à la viande de cheval très médiatisé deux ans auparavant.

FACTEURS D'INQUIÉTUDE POUR LES VIANDES

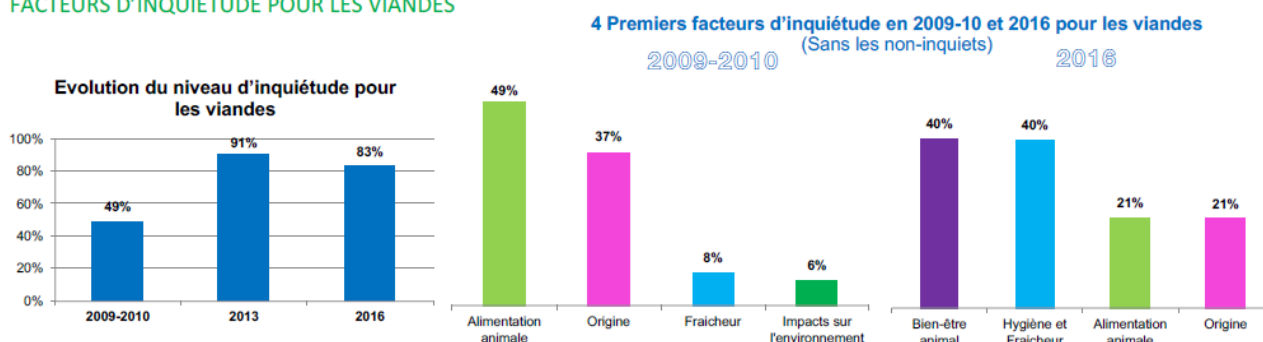


Figure 6 : niveau et facteurs d'inquiétude des consommateurs concernant les viandes

Côté filières végétales, la principale inquiétude concerne l'emploi sur les cultures ou la présence résiduelle dans l'alimentation de produits phytopharmaceutiques. Cette fois-ci, la thématique des inquiétudes est restée stable mais le nombre de Français se déclarant inquiets a doublé, notamment concernant les fruits et légumes.

FACTEURS D'INQUIÉTUDE POUR LES LÉGUMES

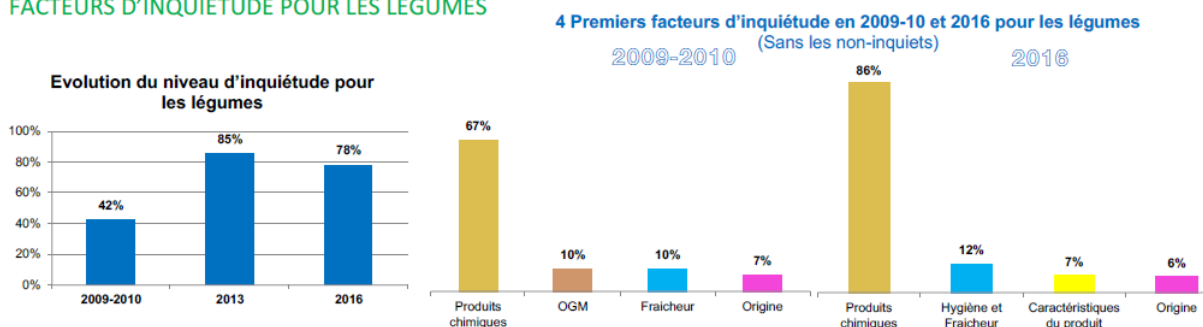


Figure 7 : niveau et facteur d'inquiétude des consommateurs concernant les légumes

Concernant les céréales, il est à noter que la question des OGM fait également partie des sources de préoccupations et arrive en deuxième position bien que ce type d'inquiétude soit en baisse au profit de nouvelles comme l'industrialisation par exemple.

Face à cela, pour rassurer, de plus en plus d'entreprises ouvrent leurs portes aux visiteurs afin de communiquer sur leurs pratiques agricoles ou industrielles. Selon les représentants des industriels, les journées portes ouvertes « Découvrez ce que vous mangez », par exemple, sont un succès et un vrai gage de transparence ³⁸

i. Les sources d'information : multiplicité ≠ fiabilité

Un élément qui est ressorti de manière unanime de l'ensemble des auditions qui ont été menées dans le cadre de ce rapport est la présence d'un « nuage d'information » sur l'alimentation qui perd le consommateur, ce dernier ayant de plus en plus de mal à faire la distinction entre la publicité et le marketing d'un côté, et les vraies informations de l'autre.

Du côté des industriels, ces derniers mettent récemment beaucoup d'informations à disposition des consommateurs sur le site des marques et sur l'étiquette pour répondre à la demande d'information et de transparence formulée par les consommateurs. Cependant, le vrai enjeu est que cette information soit lisible et compréhensible ³⁹. Pour les produits transformés, la transparence est particulièrement de mise, car le consommateur a encore davantage de mal à se représenter la chaîne de production et les intermédiaires. ⁴⁰

Aussi, il peut être difficile pour les industriels ou les marques de parler d'équilibre alimentaire sans faire penser que la communication vient servir des intérêts commerciaux. ⁴¹

Lors des auditions que nous avons pu réaliser, il est ressorti que selon les marques, ce qui marche le mieux en ce moment c'est l'offre des petites et moyennes entreprises ⁴² (PME), car la transparence et la communication sont plus directes. Bien que les produits issus de ce type d'entreprise soient en moyenne 10 à 15 % plus chers, les actes des consommateurs sont assez clairs en faveur de ce type de produits (notion de proximité et donc de confiance...) ⁴³

Selon les associations de consommateurs interrogées, la consommation des Français dépend beaucoup de leur niveau d'information. Par exemple, côté santé, on retrouve beaucoup

³⁸ Gilles Rouvière et Sandrine Blanchemanche, Audition ANIA, 9 novembre 2021.

³⁹ Panquiaux, Audition Illec.

⁴⁰ Senand, Audition FCD.

⁴¹ Teulié, Audition Nestlé.

⁴² Entreprises de moins de 250 employés, dont le chiffre d'affaires n'excède pas 50 millions d'euros.

⁴³ Panquiaux, Audition Illec.

d'informations, articles, reportages, etc. Cela représente finalement même trop d'informations qui peuvent parfois être peu fiables scientifiquement, mais qui créent beaucoup de débats, comme ceux autour des additifs et des perturbateurs endocriniens par exemple.

Côté label et certification, seulement 34 % des Français estiment qu'un label/une mention est « clair et compréhensible sur les garanties apportées ». C'est un critère qui n'est pas privilégié à l'achat d'un produit, il est classé seulement 7^e, mais il tend cependant à gagner en notoriété, particulièrement dans les foyers les plus aisés. ⁴⁴

Aussi, 89 % des Français déclarent utiliser les étiquettes pour se renseigner sur la composition des produits qu'ils achètent et seulement 21 % déclarent utiliser des applications. ⁴⁵

La multiplicité des certifications et labels présents sur le marché, et notamment les labels privés aux cahiers des charges parfois opaques, ont tendance à perdre le consommateur qui n'arrive pas à faire la différence entre les labels privés ou officiels et à s'y retrouver. Les associations de consommateurs, quant à elles, défendent les initiatives publiques et/ou transversales, comme le Nutri-score qui aide à traduire les informations disponibles sur l'emballage pour les publics non avertis. Les associations de consommateurs interrogées soutiennent également « le label HVE, certification soutenue par les pouvoirs publics et pouvant atteindre tous les produits uniformément, ce qui permettrait aux consommateurs de mieux s'y retrouver », selon elles. ⁴⁶

Ce qui ressort également des discussions avec les associations, c'est l'envie d'une communication plus directe entre les agriculteurs et les consommateurs, pour qui la méfiance est surtout dirigée vers la distribution et les industriels. Notamment pendant le confinement, ils ont observé une vraie volonté de la part des consommateurs de se tourner vers les circuits courts et donc à renforcer leur lien avec les agriculteurs, d'autant qu'ils entendent de plus en plus parler dans les médias du métier d'agriculteur et de ses contraintes, notamment sur les questions de rémunération.

⁴⁴ KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 ».

⁴⁵ KANTAR.

⁴⁶ Faulet, Audition CLCV.

2) LE PARADOXE ENTRE CRITIQUE ET ATTACHEMENT A L'AGRICULTURE FRANÇAISE

L'évolution des modes de vie depuis le milieu du XIX^e siècle a conduit à une distorsion des liens entre villes et campagnes et par extension entre consommateurs et agriculteurs.

a) Fracture et incompréhension entre consommateurs et agriculteurs

i. *Critiques grandissantes*

Les critiques sur l'agriculture sont de plus en plus présentes ces dernières années, ciblant en particulier le mode de production dit « conventionnel » et ses méthodes de protection des cultures ou d'élevage. L'intensification des critiques se fait ressentir à travers le fait qu'elles ne concernent plus uniquement des scandales sanitaires ou des innovations controversées, mais plus généralement les pratiques agricoles conventionnelles en tant que telles. On observe également une judiciarisation des débats, avec un recours de plus en plus fréquent aux tribunaux pour juger des politiques agricoles ou des conflits de voisinage.

Face à ces critiques le sentiment de « malaise » des agriculteurs est palpable d'autant plus que le temps des transitions agricoles est long comparé à l'émotion publique et ce qui était accepté il y a quelques années par la population devient aujourd'hui critiquable. L'acceptabilité sociale des activités agricoles est alors fragilisée, surtout pour ceux ayant un mode de production « conventionnel », ce qui alimente le découragement des agriculteurs.

Ce découragement est d'autant plus grand qu'il est aujourd'hui difficile pour le monde agricole de répondre aux critiques et de se faire entendre, étant devenu minoritaire dans la population. Les exploitants agricoles actifs ne représentent plus que 1,5% de la population en 2019⁴⁷ et il y a de moins en moins d'agriculteurs parmi les élus.⁴⁸

ii. *Incompréhension des activités agricoles*

L'alimentation étant une activité partagée par 67 millions de Français, trois fois par jour dans l'idéal, chacun a un avis sur ce qui arrive dans son assiette et se sent légitime d'intervenir dans les débats agricoles et alimentaires.

En parallèle, la perception sociale du monde agricole évolue et devient plus distante, voire fantasmée, en particulier chez les plus jeunes générations pour lesquelles la sécurité alimentaire paraît acquise. Aussi, l'urbanisation se poursuivant, les Français sont de plus en plus nombreux à vivre en ville ou à dépendre de l'aire d'attractivité d'une ville. Par ailleurs, les communes avoisinantes s'étalent progressivement sur leurs périphéries.

La vision de la campagne devient plutôt celle d'un lieu de loisir et de ressourcement que celle d'un lieu de production alimentaire. Plus de la moitié des Français admettent ne pas connaître les modes de production agricole. En lien à cette grande méconnaissance du sujet, il manque une marche entre leur perception idéalisée de la ferme « de nos grands-parents » et celle des agricultures intensives brésiliennes ou américaines par exemple.⁴⁹

⁴⁷ INSEE, « Les agriculteurs : de moins en moins nombreux et de plus en plus d'hommes », 2020, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4806717>.

⁴⁸ Institut Montaigne, « En campagne pour l'agriculture de demain : Propositions pour une souveraineté alimentaire durable », octobre 2021.

⁴⁹ Institut Montaigne.

Rajouté à cela, un flot d'informations disponible sur le sujet, mais pas toujours factuelles, vient brouiller les consommateurs qui n'arrivent plus à faire le tri et n'ont pas les connaissances nécessaires pour prendre du recul et se forger une opinion saine. C'est de là qu'émanent les critiques. Elles sont d'ailleurs souvent vécues comme des injustices par les agriculteurs, qui ont conscience de leur rôle stratégique au sein de la société.

b) Pourtant, une image positive de l'agriculteur et de l'alimentation

i. Attachement des Français

« 85 % des Français assurent que les agriculteurs sont essentiels au pays et à sa population »⁵⁰ et en janvier 2021, 77 % des Français disent faire confiance aux agriculteurs⁵¹. Malgré les critiques grandissantes évoquées précédemment, il demeure tout de même un attachement profond des citoyens aux agriculteurs. L'engouement que suscite le Salon de l'Agriculture illustre bien le capital sympathie des agriculteurs alimenté notamment par les conditions de travail et de rémunération difficiles du métier.

Même si l'attachement est profond, les liens sont aujourd'hui distendus. Pour cela, la communication plus récente, passant notamment par les canaux digitaux, permet de recréer du lien entre agriculteurs et consommateurs. Que ce soit grâce à des modes de communication et de traçabilité modernes (QR codes, portrait...), des jeux vidéo (Farming simulator...) ou encore sur l'aspect affectif, avec des productions comme le film « Au nom de la terre », attention tout de même à ne pas entretenir une vision trop « misérabiliste ou muséale du secteur agricole ». ⁵²

i. Impact positif de la crise du Covid-19

La crise sanitaire a également permis de revaloriser ces métiers, car selon 77 % des Français, les agriculteurs ont joué un rôle essentiel pendant la crise du Covid en assurant notamment la continuité des approvisionnements. ⁵³

Dans le même temps, de manière empirique, on a observé pendant les périodes des confinements de nombreux consommateurs se tourner vers l'achat de produits locaux en vente directe. Ce phénomène peut s'expliquer avec la possibilité de sortie hors du domicile qu'offrait ce type d'achat et le temps supplémentaire disponible pour cuisiner du fait de l'arrêt d'autres activités. Depuis, les agriculteurs constatent un repli de leurs ventes en direct ou en circuits courts mais les professionnels interrogés dans le cadre de ce rapport restent confiants sur le maintien global de cette tendance de consommation.

En parallèle, au sortir des confinements nous avons constaté dans l'opinion publique un regain d'attractivité des campagnes, offrant nature et grands espaces, par rapport aux zones plus urbaines où beaucoup ont dû passer leurs isolements. Le développement du télétravail a également participé à faciliter cet « exode urbain » et l'immobilier a été au cœur de l'expression de ce phénomène avec l'augmentation des prix des biens en périphérie des grandes villes.

⁵⁰ Institut Montaigne.

⁵¹ KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 ».

⁵² Institut Montaigne, « En campagne pour l'agriculture de demain : Propositions pour une souveraineté alimentaire durable ».

⁵³ Institut Montaigne.

ii. *Rapport hédoniste à l'alimentation et aspect tradition : le cas de la consommation de viande culturellement « festive » en France*

Les Français ont un rapport privilégié à l'alimentation associé à leur goût et leur plaisir. « 88 % des Français considèrent qu'une alimentation saine et variée constitue la meilleure manière de préserver leur santé et 75 % se disent fiers de nos produits et savoir-faire régionaux ». ⁵⁴

Si on s'intéresse plus précisément au cas de la viande, représentatif de l'ensemble des forces extérieures qui s'exercent sur l'acte alimentaire, on remarque que sa place varie en fonction de la composition des ménages. Lorsque les personnes sont seules, la consommation de viande est moins fréquente, car les plats consommés sont moins élaborés et longs à préparer en moyenne.

Dans l'imaginaire des consommateurs, la viande est associée à une source d'énergie et donc est consommée quasi systématiquement le midi pour « tenir au corps » toute la journée. D'ailleurs, pour beaucoup, un repas ordinaire sans viande n'est pas considéré comme un « vrai repas ».

Les pratiques changent généralement le week-end avec un emploi du temps plus disponible pour cuisiner des plats traditionnels carnés.

Concernant Noël, cette fête est très codée notamment concernant l'alimentation et les plats spécifiques à préparer, garantissant une union familiale autour de plats relevant de la mémoire culturelle et identitaire. Dans les autres fêtes de famille religieuses comme Pâques, Kippour, ou encore l'Aïd El Kébir, la viande d'agneau est centrale.

Globalement, « la consommation de viande est encadrée dans un ensemble de normes sociales et de signes symboliques ». Elle reste l'un des grands signes du repas festif.

Pendant longtemps, la consommation de viande a aussi été associée à un meilleur niveau de vie. Cependant, depuis les années 1990, la consommation de viande baisse en France, mais il est encore difficile de savoir ce qui relève de la norme sociale du changement, de la valeur diététique accordée à la viande, ou encore du vieillissement de la population. La consommation de viande est donc un bon exemple de forces contradictoires qui s'affrontent, entre effets de classes sociales, de générations, ou de traditions. ⁵⁵

⁵⁴ Opinion Way, « Baromètre "Les français et leur alimentation" - ANIA/ Opinion Way », 2015.

⁵⁵ Philippe Moati, *(Dé)penser la consommation*, EMS Editions, 2018.

3) IMPACTS SUR LE MARCHÉ

Toutes ces attentes ont évidemment des impacts sur la réalité économique. Cela se traduit par une évolution de l'offre alimentaire côté industriels et distributeurs, et une modification progressive de la consommation.

a) La fracture entre croyances et pratiques

i. *Faites ce que je dis, pas ce que je fais ?*

On entend souvent dire que les consommateurs ont des attentes qui sont décorréées de leurs actes d'achats, qu'ils attendent une montée en gamme pour laquelle ils ne sont pas prêts à mettre le prix une fois à la caisse du magasin. Cependant ces allégations ne sont pas totalement véridiques.

Effectivement il existe une différence, un « gap »⁵⁶, entre les attentes déclarées par les citoyens lors des diverses enquêtes et la réalité des tickets de caisse, cependant depuis plusieurs années les chiffres montrent un « effet de mix »⁵⁷ positif, d'un niveau quasi constant. Cela est le reflet de la montée en gamme des consommateurs, qui petit à petit préfèrent des produits de qualité aux prix bas, lorsqu'ils en ont les moyens, sur tous les produits de grande consommation (et pas uniquement l'alimentation) comme le montre le graphique ci-dessous. Même sur l'année 2020, marquée par la crise sanitaire du Covid-19, la valorisation est restée au rendez-vous-même si elle a été moins forte.

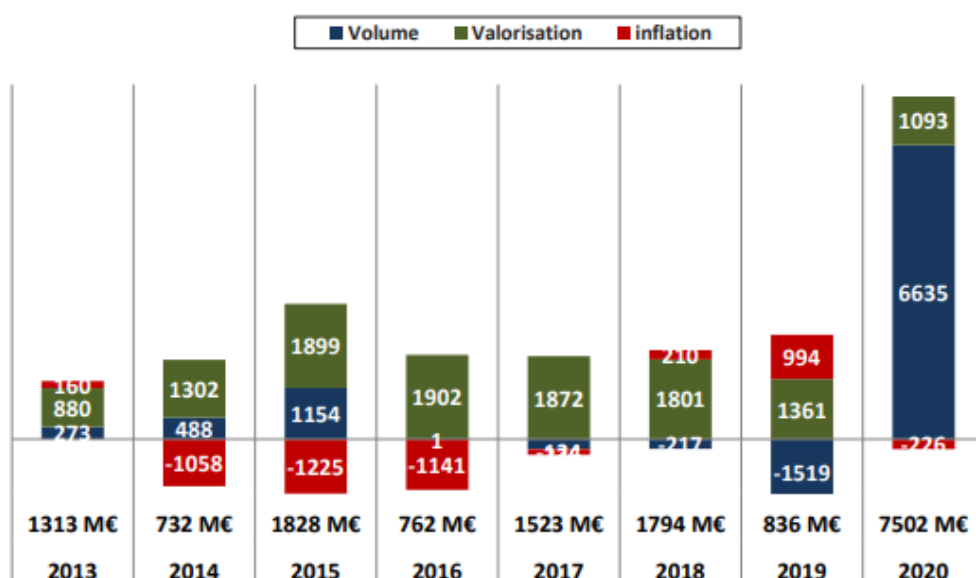


Figure 8 : décomposition de la croissance des CA des produits de grande consommation (en M€) selon le volume, la valorisation et l'inflation depuis 2013 ⁵⁸

Finalement, la tendance à la montée en gamme est bien présente mais les achats qui la traduisent progressent moins rapidement et moins fortement que ce qui est déclaré par les consommateurs.

Au-delà du simple du prix, il existe aussi une irrationnalité entre la demande du consommateur d'un produit authentique et le plus brut possible mais en même temps, dû aux contraintes modernes et à

⁵⁶ Gap (en anglais) = écart (en français) Clavel, Audition Aurélien Clavel dans le cadre d'un projet alimentation et filières pour le pôle agroalimentaire Isère.

⁵⁷ Evolution du contenu du panier et propension à monter ou baisser en gamme

⁵⁸ Panquiaux, Audition Illec.

la déstructuration des repas familiaux, un besoin de praticité et de simplicité. Ce phénomène, les marques l'ont bien compris et usent de cette tendance pour vendre leurs produits. Par exemple, si l'on s'intéresse au cas des fromages on remarque que les publicités pour les fromages les plus industriels sont celles où l'on retrouve le plus d'image « d'antan ». Il en va de même avec les yaourts « la Laitière » par exemple qui utilisent des pots en verre pour donner une image plus authentique. La fonction culinaire ayant quasiment disparue, et étant plutôt réservée aux moments festifs, il y a donc à la fois chez les consommateurs une volonté d'authenticité et aussi une volonté de « ne pas se compliquer la vie ». ⁵⁹

ii. Acceptabilité des pratiques

Lors de nos échanges, notamment avec le CNIEL, la question de l'acceptabilité de certaines pratiques pour répondre aux exigences environnementales déclarées est venue se poser. Par exemple, un lait « bas carbone » peut être envisageable avec l'ajout d'additifs dans la ration mais est-ce que le consommateur est prêt à accepter cela ? Il serait possible avec ce moyen de baisser les émissions de gaz à effet de serre (GES), mais à quoi le consommateur va-t-il accorder plus d'importance finalement : l'utilisation d'additif dans l'alimentation animale ou l'émission de GES ? Les Etats-Unis ont commencé à le faire et au niveau français des discussions sont à venir sur le sujet entre parties prenantes. ⁶⁰

Sur cette question de l'acceptabilité des pratiques, le débat est similaire concernant les modifications génétiques végétales. En effet, certaines techniques de modification génétique des plantes pourraient être des leviers de réponses aux problématiques environnementales d'aujourd'hui, mais le consommateur est-il prêt à les accepter ?

iii. Cas de la restauration hors foyer (RHF)

Au restaurant les consommateurs « oublient » toutes leurs attentes déclarées car ces moments sont perçus comme de la détente et du plaisir donc ils sont moins regardants. De plus, l'information sur les caractéristiques des produits (origine, mode de production...) étant souvent difficile d'accès les consommateurs ne font pas l'effort d'aller la chercher dans ce genre de moment considéré comme de la détente. Le secteur de la restauration hors domicile est d'ailleurs fortement importateur. Pour exemple 52% de la viande bovine consommée en RHF est importée contre 7% en grande distribution. ⁶¹

b) Les produits de grande consommation dits « responsables »

Globalement, on observe une progression des ventes de l'ordre de 10% des produits de grande consommation dits « responsables » ⁶² en GMS. ⁶³

Il s'agit donc d'un segment dynamique, exception faite du cas des produits laitiers bio dans un contexte de déconsommation globale des produits laitiers comme évoqué précédemment.

⁵⁹ Philippe Chalmin, Audition Phillippe Chalmin, 16 novembre 2021.

⁶⁰ Noëlle Paolo et Thierry Geslain, Audition CNIEL, 16 novembre 2021.

⁶¹ FCD, « Les relations de la grande distribution avec la filière alimentaire », mai 2021.

⁶² Responsable est entendu ici au sens large, il désigne à savoir les produits bio, sans conservateur, sans additifs, dit écologique et naturel, le commerce équitable et les produits végétaux substitués aux protéines animales

⁶³ Senand, Audition FCD.

Les distributeurs remarquent un vrai passage en caisse avec presque 30% de vente supplémentaire en volume de produits dits « écologiques et naturels » et un peu plus de 40% de vente supplémentaire de produits « équitables » tous secteurs de produits confondus (alimentaires inclus).⁶⁴

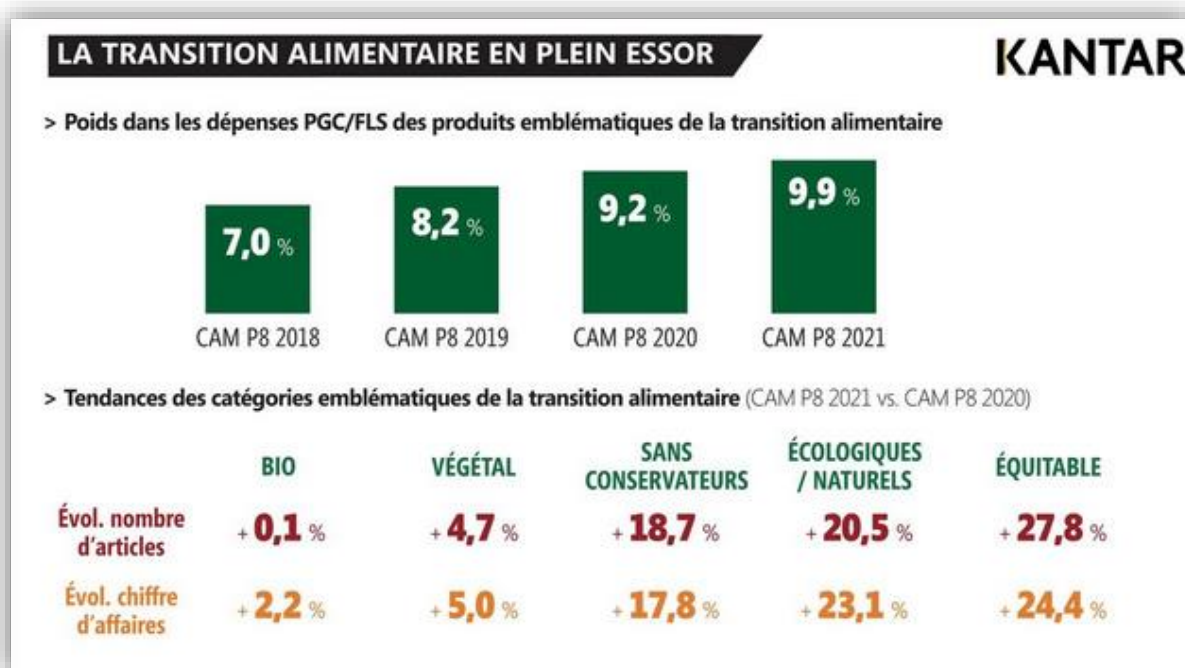


Figure 9 : poids des PGC « durables » dans les dépenses de consommation ⁶⁵

c) Baisse structurelle de la consommation de viande

Entre 1990 et 2020 on constate une baisse globale de la consommation carnée de 9%.

Mais si l'on regarde plus en détails la structure de la consommation les variations de consommation entre les différentes viandes sont particulièrement fortes. En effet, selon les chiffres de FranceAgriMer en 30 ans, la consommation de viande bovine a baissé de 24,5%, et celle de viande ovine de 50,9%. A l'inverse la consommation de viande de volailles a elle augmenté de 25,9%.

Le graphique ci-dessous illustre ce phénomène sur 20 ans entre 2000 et 2020. ⁶⁶

⁶⁴ KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 ».

⁶⁵ KANTAR.

⁶⁶ FranceAgriMer, « La consommation des produits carnés en 2020 », 2020, https://www.franceagri.fr/content/download/67181/document/STA-VIA-Consommation_des_produits_carn%C3%A9s_en_2020.pdf.

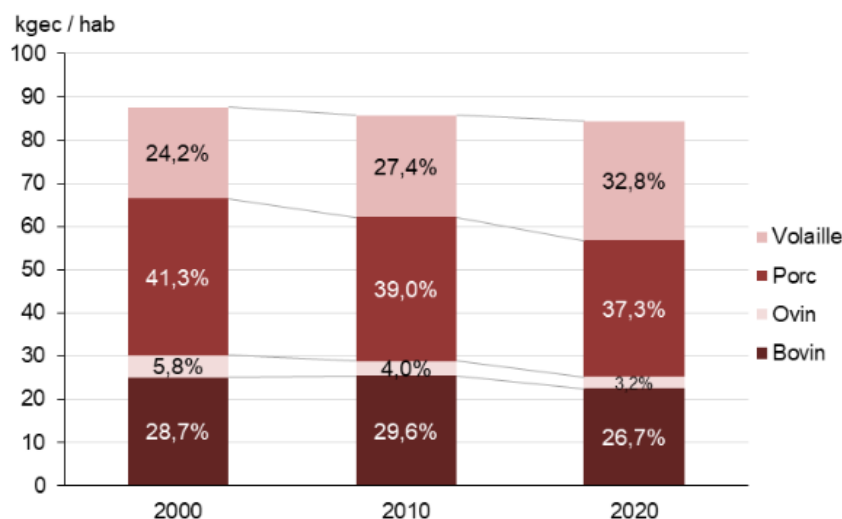


Figure 10 : comparaison de la structure de la consommation de viande entre 2000 et 2020 ⁶⁷

Cette baisse globale de consommation s'accompagne d'un essor du flexitarisme pour une partie des Français. Pour rappel 40% des foyers déclarent qu'ils comportent au moins une personne qui tend à réduire ou limiter sa consommation de protéines animales. ⁶⁸

Aussi, on constate une augmentation de la partie viande steak haché mais baisse de la viande fraîche. Cela met en lumière un changement des modes de consommation avec notamment un essor de la consommation de viande sous forme de burgers, plats préparés au détriment de la viande fraîche à cuisiner.

Etant donné les préoccupations actuelles des citoyens sur l'élevage et les questionnements autour du bien-être animal cette tendance à la déconsommation globale de produits carnés pourrait se poursuivre pour les années à venir.

d) Les produits végétaux alternatifs aux protéines animales

La consommation de protéines animales diminue en France comme dans les autres pays dits « développés ». Pour des raisons parfois très variées (messages nutritionnels à partir du début des années 1980, coût élevé, scandales alimentaires, idéologie, évolution du rapport Homme-Animal, considérations environnementales...), les consommateurs sont sensibilisés à la recherche de sources de protéines alternatives. Une offre de produits végétaux alternatifs aux protéines animales s'est alors développée. Il n'y a pas que les véganes ou végétariens qui consomment ces produits. Au total, 16 % des Français disent avoir déjà acheté des simili-viandes au moins une fois dans l'année. ⁶⁹

Après une progression à deux chiffres vers 2016-2017, les ventes de substituts végétaux (simili-carnés, panés végétaux, galettes à base de plantes...) en grandes et moyennes surfaces avaient nettement ralenties en 2019, mais elles repartent progressivement en 2021 avec l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché. Pour dresser un bref panorama de l'offre dans les rayons, la marque « Le Bon végétal » de Herta lancée en 2016, représente 54 % du marché « traiteur végétal ». On retrouve également

⁶⁷ FranceAgriMer.

⁶⁸ KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 ».

⁶⁹ La France Agricole, « Les substituts de viande à la conquête des Français », La France Agricole, 4 janvier 2022, <https://www.lafranceagricole.fr/actualites/veganisme-les-substituts-de-viande-ala-conquete-des-francais-1,1,3638820585.html>.

diverses autres marques qui proposent des produits végétaux variés imitant les aiguillettes, les saucisses ou encore le steak.

Côté prévisions, plusieurs études américaines s'accordent pour prévoir une augmentation de la part qu'occupe ces produits sur le marché. Pourtant, contrairement à ce qui est annoncé, depuis l'automne 2021, le secteur est en décroissance, notamment aux États-Unis où les quatre acteurs les plus importants du secteur⁷⁰ ont tous enregistré un recul, une stagnation ou au mieux un ralentissement de leur croissance des ventes. En France, cette perte de marché est de l'ordre de 2% en valeur.

En bourse la situation n'est pas différente. Fin 2021 l'action de Beyond Meat a perdu le tiers de sa valeur en 3 mois. L'entreprise a déclaré des pertes, ses produits ont été moins populaires dans les supermarchés (-16 %) et les restaurants (-7 %). Sur un an, la dégringolade en bourse est 67 %.

Plusieurs explications sont possibles. Au-delà de l'effet nouveauté qui est probablement retombé, des nutritionnistes ont rappelé que ces substituts sont souvent peu favorables à la santé car ultra transformés et contenant beaucoup de sel. Aussi, comme le dit Laurence Godin, professeure à la faculté des sciences de l'agriculture et de l'alimentation de l'Université Laval et experte du comportement des consommateurs dans un article de presse, « les nouveaux végétariens vont s'appuyer sur ce type de produits dans leur transition, pendant l'étape d'acquisition des connaissances. Ils auront ensuite tendance à les délaisser, une fois les compétences acquises. »⁷¹

Sur le sujet de la « viande cultivée » fabriquée in vitro, si l'on en croit un récent sondage, 25% des répondants se disent prêts à consommer de la « viande de synthèse » ou fabriquée in vitro pour compenser leur apport en protéines s'ils mangeaient moins de viande.⁷²

Des industriels commencent à exploiter cette tendance, comme « Future Meat », cette start up israélienne qui a réalisé une levée de fonds de 347 millions de dollars début 2022. L'essor de ces entreprises s'accélère notamment depuis la première autorisation de commercialisation de ces « viandes de synthèse » en décembre 2020 à Singapour.⁷³

e) La montée en puissance de la restauration hors foyer

La montée en puissance de la restauration hors foyer (RHF) est une tendance de fond mise sur pause en 2020-2021 conséquence de la crise sanitaire et de la mise en place des mesures de confinement.

En 2019, la part de la restauration dans les dépenses alimentaires des ménages atteignait 29%. Cette part est tombée à 20% en 2020. Elle se redresse progressivement, mais ne retrouvera pas son niveau d'avant crise avant 2022-2023 selon les prévisions des professionnels interrogés.⁷⁴

C'est un mouvement de développement accompagné par l'essor de la livraison à domicile. Comme nous l'a confié un des professionnels interrogés une part beaucoup plus importante de matière

⁷⁰ Beyond Meat, Impossible Foods, Lightlife, Field Roast

⁷¹ Marie-Eve Fournier, « Perte d'appétit inexplicable pour la viande végétale », *La Presse*, 12 janvier 2022, sect. Chroniques, <https://www.lapresse.ca/affaires/chroniques/2022-01-12/perde-d-appetit-inexpliquee-pour-la-viande-vegetale.php>.

⁷² Harris interactive, « La consommation de viande : quelles nouvelles attentes ? - Enquête harris interactive pour le réseau action climat », 25 février 2021, https://harris-interactive.fr/opinion_polls/la-consommation-de-viande-queelles-nouvelles-attentes/.

⁷³ Agrafil, « Viande in-vitro : levé de fonds record pour l'israélien Future Meat », 3 janvier 2022.

⁷⁴ Senand, Audition FCD.

première est importée en RHF. A travers son développement on peut voir l'illustration du paradoxe entre les attentes sur les thématiques d'environnement par exemple et les consommateurs qui finalement « se font livrer à domicile une pizza ou mangent au restaurant des ingrédients qui ne sont pas forcément français. ». ⁷⁵

f) La mutation des lieux et mode d'achat

Lors de nos auditions des professionnels de la distribution nous ont confié qu'ils avaient souvent subi les habitudes des consommateurs mais qu'aujourd'hui ils essaient de prendre les devants grâce à la communication notamment. Le vrai défi de demain pour eux est de transposer ce qui se fait bien en magasin en version numérique sur internet. ⁷⁶

Concernant la montée en puissance du e-commerce, boostée par la crise sanitaire, il n'y a pas encore beaucoup de visibilité mais beaucoup d'investissements. L'impact de la digitalisation a été fort pour les acteurs de la distribution, un gros virage numérique a été pris avec des plans d'investissement dans le drive, la livraison, l'automatisation des entrepôts et des caisses ou autre, pour un mode d'achat qui a encore progressé notamment avec la crise sanitaire. Le drive représente aujourd'hui 8% des dépenses et le chiffre est en progression.

Les hypermarchés sont de moins en moins fréquentés au profit des magasins plus petits comme les supermarchés ou les commerces de proximité. Ces dernières années, avec les périodes de confinement notamment, les habitudes des Français ont été bousculées et les habitudes ont changées avec moins de visites en magasin mais des plus gros paniers et plus d'enseignes fréquentées. C'est un phénomène de « papillonnage ».

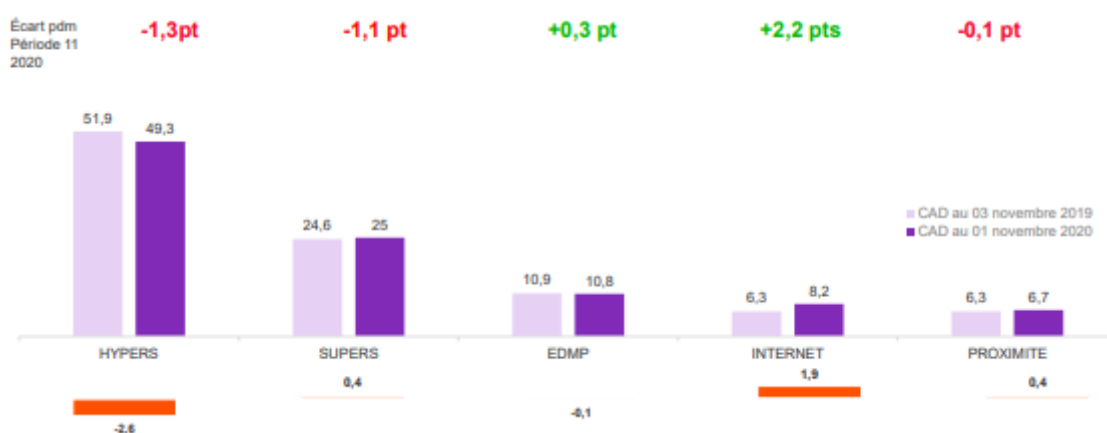


Figure 11 : évolution de la fréquentation des lieux d'achat ⁷⁷

⁷⁵ Senand.

⁷⁶ Dubourg, Audition Carrefour.

⁷⁷ KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 ».

PARTIE 2 : ENJEUX

1) DES ENJEUX MONDIAUX

a) Croissance démographique

i. Une demande de plus en plus forte

« Selon les projections, la population mondiale devrait augmenter de 2 milliards de personnes au cours des trente prochaines années, passant de 7,7 milliards actuellement à 9,7 milliards en 2050. Elle pourrait atteindre un nombre proche de 11 milliards d'individus vers l'an 2100 ».

Plus de 60% de la population mondiale vit en Asie, notamment en Inde et en Chine qui demeurent les pays les plus peuplés du monde. Ils devraient d'ailleurs connaître une croissance démographique particulièrement forte ces prochaines années, ainsi que certains pays d'Afrique subsaharienne.

« Cette croissance effrénée de la population mondiale au cours des deux derniers siècles tient en grande partie aux progrès de la médecine moderne et à l'amélioration du niveau de vie. Ces progrès ont permis de réduire considérablement la mortalité infantile, juvénile ou maternelle et d'accroître l'espérance de vie. Ces tendances auront toutefois d'importantes répercussions sur les générations à venir ». ⁷⁸

ii. Une demande différente

La question de « nourrir le monde » se pose alors d'autant plus que la croissance démographique va également de pair avec une différenciation de la demande liée à l'augmentation du niveau de vie. En effet, on peut prendre l'exemple de la viande dont la consommation va en augmentant avec le niveau de vie. Cela a été le cas en France entre 1950 et 1990, où la consommation de viande est passée de 44kg à 99kg par personne et par an. Dans les pays émergents comme la Chine le phénomène est similaire. ⁷⁹

b) Santé et nutrition

i. Sous-nutrition

Selon la FAO, le déclin de la faim dans le monde s'est arrêté. Elle est mesurée par la prévalence de la sous-alimentation, c'est-à-dire des apports énergétiques alimentaires inférieurs aux recommandations nutritionnelles. En 2019, selon les estimations, c'est 8,9% de la population qui a été sous-alimentée avec de fortes inégalités d'accès à la nourriture en fonction des territoires, notamment en Afrique subsaharienne ou en Asie du Sud-Est.

ii. Malnutrition

Au sein des pays industrialisés, grâce notamment à la mise en place d'une politique agricole historique commune, l'Europe a la capacité de fournir une quantité suffisante d'aliments à sa population. Pourtant, la malnutrition⁸⁰ subsiste, particulièrement dans les catégories sociales défavorisées.

⁷⁸ ONU, « Population », 2022, <https://www.un.org/fr/global-issues/population>.

⁷⁹ Moati, *(Dé)penser la consommation*.

⁸⁰ A ne pas confondre avec sous-nutrition, car elle prend en compte les situations d'excès et de déséquilibre

Selon la FAO, en France, depuis les années 2000, le taux de suffisance des apports énergétiques moyens est supérieur à 140%, c'est-à-dire que la population couvre 1,4 fois ses besoins à travers son alimentation.

Globalement, si on compare l'évolution des régimes alimentaires entre 1990 et 2015 à l'échelle mondiale, on constate que dans les pays « riches », la composition nutritionnelle des régimes alimentaires (qu'ils soient qualifiés de « sains » ou de « malsains ») s'est améliorée, alors que cette composition s'est détériorée dans les pays pauvres d'Afrique ou d'Asie.

Néanmoins, dans certains pays « riches » (comme les Etats-Unis, le Canada ou encore la Nouvelle-Zélande), la consommation de produits gras, sucrés et ultra-transformés, ou encore, la mauvaise répartition des apports alimentaires au cours de la journée avec la multiplication du grignotage, conduisent à des maladies dont le coût social est particulièrement élevé comme l'obésité ou le diabète. « En prolongeant les tendances alimentaires actuelles, d'ici 2030, les coûts sanitaires directs et indirects liés à l'alimentation devraient atteindre près de 1 300 milliards de dollars au niveau mondial ». ⁸¹

iii. Enjeux de santé publique

L'alimentation représente donc un enjeu important de santé publique, même si effectivement, il est en France moins marqué qu'ailleurs, certains pays au régime plus riche en fruits et légumes ou en acides gras insaturés comme l'Europe du Sud, ou encore le Japon, restent mieux positionnés dans les classements mondiaux. En 2020 on a constaté une stabilisation de la prévalence du surpoids (obésité incluse) même si globalement le taux d'obésité reste le triple de ce qu'il était il y a 30 ans. D'après une étude de 2016, en France, le coût social du surpoids et de l'obésité a été chiffré à 20 milliards d'euros annuels.

Enfin, comme a pu le souligner l'Inspection Générale des Affaires Sociales (IGAS) dans un rapport en 2016 « l'accès à une alimentation équilibrée, riche sur le plan nutritionnel, n'est pas seulement une question d'argent, mais de connaissances et de compétences socialement et culturellement construites ».

c) Hausse de la précarité alimentaire

i. Population en difficulté économique

Selon une étude de l'INSEE parue en 2020, la France compte 9,3 millions de personnes considérées comme « pauvres », c'est-à-dire ayant un niveau de vie inférieur à 1063 € par mois. Cela représente presque 15% de la population et c'est le taux de pauvreté monétaire le plus élevé depuis 20 ans ⁸². Ces chiffres sont révélateurs d'une situation économique tendue pour une partie de la population française, dont les impacts sont déjà mesurables en termes d'alimentation.

Dans ce contexte, l'aide alimentaire constitue une aide d'urgence face à l'insécurité alimentaire de certains Français, même si elle ne peut pas représenter une réponse structurelle face aux enjeux de la précarisation grandissante. De plus, il est intéressant de spécifier que le Conseil National de

⁸¹ Julien Fosse et Peggy Furic, « Pour une alimentation saine et durable : Analyse des politiques de l'alimentation en France - Rapport France stratégie pour l'assemblée nationale », septembre 2021.

⁸² INSEE, « Pauvreté – France, portrait social | Insee », 31 novembre 2020, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4797606?sommaire=4928952>.

l'Alimentation (CNA) identifie également des objectifs d'inclusion sociale ou de limitation du gaspillage des invendus à travers la distribution d'une aide alimentaire.

Le recours à l'aide alimentaire a doublé au cours de la dernière décennie. Les personnes les plus touchées sont les personnes seules ou les familles monoparentales et plus généralement les femmes, à 70% ⁸³. De surcroît, depuis le début de la crise sanitaire, une hausse accrue du recours à l'aide alimentaire a été enregistrée. A titre d'exemple, la Fédération française des banques alimentaires publie en 2021 que plus d'un bénéficiaire sur deux a recours à l'aide alimentaire depuis moins d'un an avec le début de la crise sanitaire. Les dotations publiques (européennes et françaises) ont donc été revues à la hausse pour la période 2021-2027. ⁸⁴

ii. Préoccupations autour du pouvoir d'achat

De manière plus générale, au-delà de la problématique de la précarité et de l'aide alimentaire, celle du pouvoir d'achat est au centre des préoccupations des Français. C'est d'ailleurs cette thématique qui a été identifiée comme l'enjeu principal de l'élection présidentielle de 2022 par un sondage d'Opinionway en octobre 2021. ⁸⁵

L'alimentation n'est donc évidemment pas l'unique poste de dépenses concerné par les questions de pouvoir d'achat mais il semble quand même intéressant de mentionner cette préoccupation.

d) Géopolitique : enjeux alimentaires autour de la stabilité politique

Au-delà de l'enjeu de la santé, l'alimentation a toujours eu au cours de l'Histoire un rôle géopolitique important. Emeutes de la faim, guerres ou encore embargos sont autant de situations où la nourriture peut servir d'arme politique de pression sur les populations ou les gouvernements.

Le terme de « Food power » a été théorisé dans les années 70 par l'Américain Earl Butz alors secrétaire d'Etat à l'Agriculture. Les Etats-Unis mettent alors en place une stratégie du « food weapon » capable de transformer les surplus agricoles en instruments d'influence notamment via l'aide alimentaire envoyée aux pays les plus en difficulté.

Cependant, de tout temps et bien avant sa théorisation, la ressource alimentaire a été utilisée à des fins politiques. En effet, depuis l'Antiquité en passant par le Moyen-Age, les récits de guerre, de bataille et surtout de siège soulignent l'importance du contrôle des ressources agricoles et alimentaires. Pour exemple, dans les écrits retraçant le siège de Sancerre en 1573 on peut lire : « la disette et famine a tué à Sancerre en moins de 6 semaines, six fois plus de peuple que le glaive n'a fait en sept mois et demi qu'a duré le siège ». Plus contemporaine, la Seconde Guerre Mondiale avec le « Hungerplan » mis en place par le Reich Hitlérien contre l'Union Soviétique ou encore la guerre au Yémen dans les années 2010, ont été le théâtre de l'utilisation de la ressource alimentaire comme arme stratégique.

Comme on peut le lire dans l'ouvrage du géographe Pierre Raffard, l'aide alimentaire envoyée par les Etats dans les zones les plus en difficulté joue également un rôle ambigu où des objectifs politiques sont souvent camouflés derrière la compassion de façade. Un exemple parmi tant d'autres : à la suite des explosions sur le port de Beyrouth (Liban) en août 2020, envoyer une aide d'urgence a été une manière pour la France de réaffirmer son influence sur le pays pour mieux participer à la résolution de la crise

⁸³ Fosse et Furic, « Pour une alimentation saine et durable : Analyse des politiques de l'alimentation en France - Rapport France stratégie pour l'assemblée nationale ».

⁸⁴ Fosse et Furic.

⁸⁵ Senand, Audition FCD.

politique, idem pour Israël qui a vu au travers de l'aide une manière d'apaiser les tensions entre les 2 pays.⁸⁶

e) La définition de la Politique Agricole Commune au service de la souveraineté alimentaire

Depuis les prémices de l'UE, l'agriculture et l'alimentation font l'objet d'un socle politique européen commun dans l'optique d'atteindre la souveraineté alimentaire. La Politique Agricole Commune (PAC) est donc bien la preuve que la question alimentaire et celle de la consommation dépassent nos simples frontières hexagonales et qu'il est intéressant d'en présenter un bref portrait dans le cadre de ce rapport.

i. *Création*

Objectif commun européen inscrit au traité de Rome signé en 1957, la PAC ne devient finalement une réalité qu'après les négociations au début des années 1960. Plusieurs règlements d'application ont été pris fondant une base autour de prix garantis pour certaines productions, de compensation vis-à-vis des prix mondiaux et d'une solidarité financière entre Etats Membres.

Au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale, la demande des Etats était forte de se reconstruire et de produire afin de nourrir leurs populations et gagner en autonomie. La PAC a alors rapidement contribué à la souveraineté alimentaire en allant de pair avec une forte élévation de la productivité et des rendements européens. Bien que l'objectif initial de la PAC ne soit pas la conquête de marchés mondiaux, la modernisation et les divers mécanismes de soutien ont rapidement fait apparaître des excédents, comme les céréales, les produits laitiers, le vin et le sucre en France à partir des années 60. Cette souveraineté alimentaire a eu une portée géopolitique avec la conclusion d'accords commerciaux comprenant pour certains des compromis dont les effets peuvent encore se faire sentir aujourd'hui.

ii. *Remise en question*

Cependant aujourd'hui cette politique agricole est régulièrement remise en cause et l'ambition agricole européenne perd de sa substance. La réduction du budget de la PAC et la plus grande autonomie laissée aux Etats Membres à travers la déclinaison de leurs Plans Stratégiques Nationaux (PSN) induit un risque de renationalisation. Aussi, les ambitions environnementales grandissantes au fur et à mesure des réformes se heurtent à la logique de compétitivité de la politique commerciale extérieure et cette tension ne devrait pas aller en s'améliorant.

En parallèle on observe ces dernières années un retour de l'agriculture dans les stratégies des puissances du monde, alors que l'Union européenne est la seule à avoir réduit son soutien public au secteur depuis le début du XXIème siècle. La part des dépenses agricoles dans le budget de l'Union européenne décroît continuellement depuis plusieurs années. Alors que la PAC représentait 66 % du budget de l'Union au début des années 1980, elle ne comptait que pour 37,8 % pour la période 2014-2020, et représente 31 % pour la dernière période 2021-2027.⁸⁷

⁸⁶ Pierre Raffard, *Géopolitique de l'alimentation et de la gastronomie*, 2021.

⁸⁷ Europarl, « Le financement de la PAC », octobre 2021, <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/106/le-financement-de-la-pac>.

Rapportés par an et par habitant les soutiens au secteur agricole en Europe auraient reculé de 20% sur la période 2008-2015 à l'inverse des tendances observées en Chine (+145%), au Brésil (+44%), ou aux États-Unis (+39%).⁸⁸

2) DES ENJEUX COMPLEXES

a) Dégradation de la souveraineté alimentaire

L'agroalimentaire constitue le premier secteur industriel français aussi bien en termes de chiffre d'affaires qu'en termes d'emplois. Ces industries sont en grande majorité (à 98%) des très petites entreprises (TPE) et des petites et moyennes entreprises (PME) réparties sur le territoire, ce qui fait que l'agroalimentaire est un secteur d'activité stratégique pour de nombreux territoires ruraux. Cependant, ce secteur historiquement fort de la diversité de productions et des traditions alimentaires françaises est aujourd'hui face à de nombreux défis économiques (compétitivité...), sociaux (vieillesse de la population agricole, précarité alimentaire...), environnementaux (pollution...), sanitaires (contaminants, résidus...) et climatiques.

Un point qui inquiète depuis plusieurs années et qui est particulièrement revenu sur la table avec l'épidémie du Covid-19 est la dégradation de l'autonomie alimentaire française. Celle-ci peut être définie comme « l'accès en tout temps et à long terme pour une population donnée à une quantité quotidienne suffisante de nourriture, à un coût raisonnable, sur un territoire donné, sans avoir à faire appel aux ressources extérieures. »⁸⁹ Un moyen qui est utilisé pour analyser l'autonomie alimentaire est la balance commerciale agroalimentaire. Depuis une quinzaine d'années, l'excédent agricole et agroalimentaire s'est érodé et la France a perdu un tiers de son excédent commercial, même s'il existe une très grande variabilité entre les produits. Ce recul de compétitivité est marqué en particulier sur le marché européen où la France a perdu un tiers de ses parts de marché en 20 ans.⁹⁰

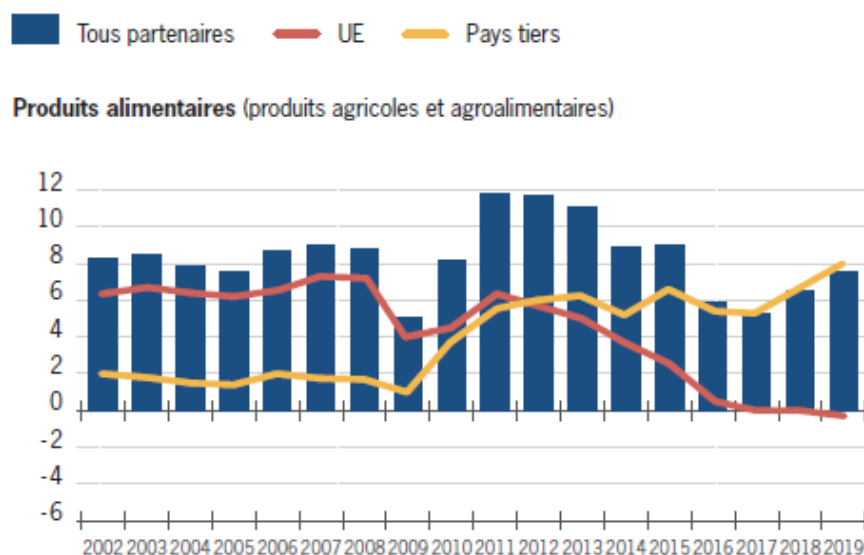


Figure 12 : balance commerciale alimentaire de la France (en valeur – Md€)⁹¹

⁸⁸ Institut Montaigne, « En campagne pour l'agriculture de demain : Propositions pour une souveraineté alimentaire durable ».

⁸⁹ Institut Montaigne.

⁹⁰ Institut Montaigne.

⁹¹ Institut Montaigne.

Pour les vins - spiritueux et les céréales les excédents commerciaux enregistrés sont très élevés, alors qu'à l'inverse, pour les fruits, légumes, produits de la mer et produits bio les importations françaises ont augmenté ces dernières années. Conclusion, hors vin et céréales, la France a une balance commerciale déficitaire et importe 20% de son alimentation. L'excédent commercial ne repose donc plus que sur quelques filières et cette situation est fragile car une mauvaise année de récolte céréalière aura suffi à faire passer la France en importatrice nette de produits agricoles en 2017 (*voir graphique « produits agricoles » ci-dessous*). « Si la tendance devait se poursuivre la France pourrait devenir, à horizon 2023, un importateur net de produits alimentaires ».⁹²

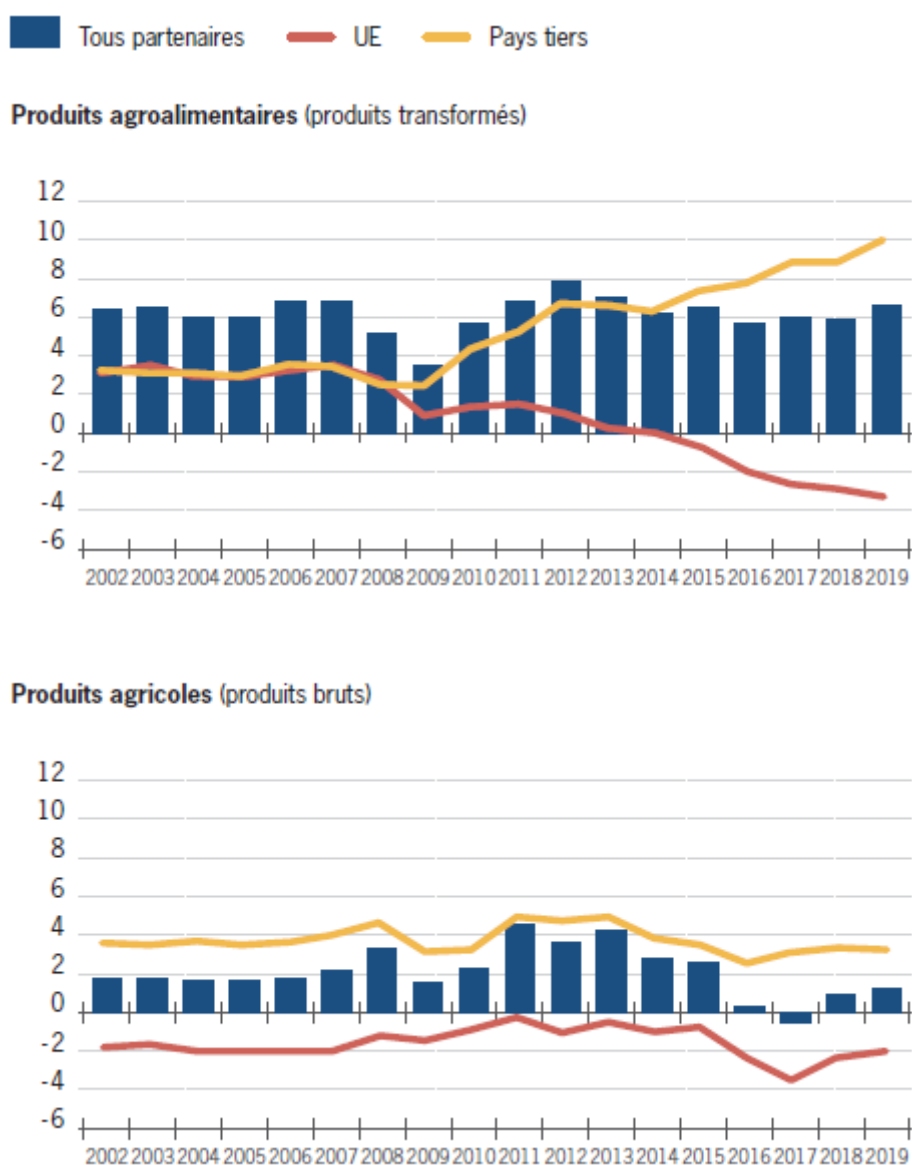


Figure 13 : balance commerciale agroalimentaire et agricole de la France (en valeur – Md€)⁹³

Aussi, la forte importation de protéines végétales pour l'élevage ainsi que celle de produits associés à un « régime alimentaire sain » comme le poisson ou les légumes, révèle un manque d'autonomie de certaines filières ainsi qu'un manque de compétitivité de toute une partie de l'agriculture française. En se concentrant sur le cas des fruits et légumes, la constatation est que le déficit commercial se

⁹² Institut Montaigne.

⁹³ Institut Montaigne.

dégrade depuis plusieurs années avec notamment la hausse de la demande en fruits tropicaux et la division par deux des surfaces de vergers en France depuis une dizaine d'années. On arrive à des situations où des fruits et légumes dont la France était historiquement exportatrice comme le melon ou la pêche se retrouvent aujourd'hui de plus en plus importés. Finalement, un fruit et légume sur deux consommé en France est aujourd'hui importé.

Il convient également de citer que les importations sont encore plus élevées sur certains marchés comme la restauration hors foyer (RHF). En effet, à cause de la sensibilité au prix du secteur et du manque de transparence envers les consommateurs, une part importante des produits, notamment des produits animaux, est importée.⁹⁴

Du côté des exportations, la France se maintient au 6^{ème} rang mondial des exportateurs, grâce notamment aux vins et spiritueux dont la France est d'ailleurs le premier exportateur mondial en 2019. L'exportation de céréales tire également la balance commerciale vers le haut. La France en est le 3^{ème} exportateur mondial mais entre le réchauffement climatique, l'accroissement des capacités de production des pays concurrents comme l'Ukraine ou la Russie, et la dépendance aux engrais importés, cette position est fragile et menacée. Il convient aussi de mentionner les bonnes performances à l'export de certaines catégories de produits comme les produits laitiers.⁹⁵

b) Difficultés du secteur agricole

i. Difficulté de renouvellement

Le secteur agricole fait aussi face à de nombreux enjeux dont celui du renouvellement des générations et de l'attractivité des métiers. Ces problématiques ont un impact indirect mais majeur sur l'alimentation. C'est pourquoi, il est intéressant de le mentionner dans ce rapport.

Tout d'abord, on constate une baisse des actifs agricoles qui représentent aujourd'hui moins de 2% de l'emploi total en France alors qu'ils représentaient plus de 7% dans les années 1980.

La population agricole vieillit, d'après le dernier recensement agricole de 2020, 58% des exploitants agricoles ont plus de 50 ans. Dans ce contexte, les difficultés à se renouveler sont croissantes. Bien que l'on constate un intérêt pour la profession agricole de la part des personnes souhaitant s'installer en dehors de leur cadre familiale, ils sont 60% à se présenter au point accueil-installation, en installations effectives aidées ils ne représentent plus que 30%. La nécessité d'investissements élevés et la difficulté d'accès au foncier sont des freins à l'installation pour ce type de public, il y a donc pour eux un enjeu particulier de professionnalisation et d'accompagnement.

Deux autres phénomènes à noter sont la concentration et l'agrandissement croissant des exploitations agricoles. Depuis le début des années 2000, la surface agricole utile (SAU) moyenne par exploitation augmente de 2% par an et s'établit aujourd'hui à 69 ha⁹⁶. Le nombre d'exploitation en modèle sociétaire progresse et gagne du terrain en comparaison aux exploitations individuelles et représente

⁹⁴ Institut Montaigne.

⁹⁵ Fosse et Furic, « Pour une alimentation saine et durable : Analyse des politiques de l'alimentation en France - Rapport France stratégie pour l'assemblée nationale ».

⁹⁶ Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation, « Recensement agricole - dossier de presse 2020 », 2020, file:///C:/Users/ccolombani/Downloads/dossier_de_presse_-_recensement_agricole_2020_premiers_resultats_provisoires%20(1).pdf.

aujourd'hui 40% du paysage des exploitations agricoles. Ces tendances ont pour conséquence l'augmentation du salariat en agriculture.⁹⁷

ii. Question de la rémunération

« La rémunération reste une question essentielle pour l'attractivité du secteur, où derrière de fortes disparités dominant des conditions de travail difficiles pour des revenus faibles ou aléatoires. » Au-delà de la question de la rémunération, c'est également celle de la répartition de la valeur au sein de la filière qui pose question. Elle a largement fait l'actualité de ces derniers mois avec la mise en place de la loi EGAlim 2. Cette dernière est censée assurer une meilleure répartition de la valeur entre producteurs, transformateurs et distributeurs avec notamment une meilleure prise en compte des coûts de production agricoles. Les effets de cette loi resteront à mesurer dans les prochaines années.

Au regard de l'ensemble de ces enjeux et surtout le rythme actuel des cessations d'activité, l'avenir de l'agriculture française se joue dans les prochaines années.⁹⁸

c) La question climatique

En comparaison au début des années 2000, d'ici à 2050, la demande alimentaire mondiale (en apport énergétique journalier) devrait, selon les projections, augmenter de 70%, pour nourrir une population de presque 10 milliards d'êtres humains. Or, bien qu'il n'existe pas de consensus sur la participation exacte de la production alimentaire à l'émission de gaz à effet de serre (GES) anthropique, une étude de 2019 aurait permis d'établir à 28% les émissions totales mondiales liées à la production alimentaire, tous secteurs confondus.

Sur ce sujet des émissions de GES, la production de viande est celle qui soulève le plus de question. En effet, le méthane produit par les animaux est un gaz à haut « pouvoir de réchauffement » et toujours selon la même étude, la consommation de produits issus de l'élevage représenterait plus de 60% des émissions liées à la consommation alimentaire.

Avec la croissance démographique à venir, et en cas de maintien du système alimentaire actuel, les émissions de GES bondiraient. Une évolution des régimes alimentaires est pointée par les experts comme un des leviers de la transition climatique. Des projections montrent qu'une alimentation plus pauvre en produits transformés, et plus riche en fruits et légumes, engendrerait à la fois une diminution de l'émission de GES mais également une diminution des maladies dites « non transmissibles »⁹⁹.

Une alimentation plus végétale apparaît donc comme un levier de réduction des émissions anthropiques de GES. Néanmoins, il faut garder en tête 2 éléments de nuance primordiaux :

- Le régime alimentaire doit être adapté au contexte socioéconomique et nutritionnel local. Cela veut dire qu'à certains endroits où les populations souffrent de carence ou malnutrition, il faudrait augmenter la part de produits animaux (viande ou laitage), mais à l'inverse dans les pays développés il faut en réduire la consommation.

⁹⁷ Institut Montaigne, « En campagne pour l'agriculture de demain : Propositions pour une souveraineté alimentaire durable ».

⁹⁸ Fosse et Furic, « Pour une alimentation saine et durable : Analyse des politiques de l'alimentation en France - Rapport France stratégie pour l'assemblée nationale ».

⁹⁹ Cancers, maladies cardiovasculaire, respiratoires ...

- Les modes d'élevage ont un impact très important sur l'émission de GES, notamment l'élevage en plein air de ruminants qui s'accompagne d'externalités positives, du fait du maintien des prairies permanentes puits à carbone. En ce sens, leur bilan environnemental est donc favorable.

S'il l'on se recentre sur la France, le défi climatique constitue un élément déterminant de l'évolution du système alimentaire français dans les années à venir. En effet, l'émission de GES est un des sujets climatiques principaux entourant la production alimentaire. Aujourd'hui la production primaire représente 19% des émissions de GES françaises à laquelle s'ajoutent également des émissions indirectes avec notamment le gaspillage alimentaire responsable de 3,3% des émissions. C'est sur cette base que s'ancre la stratégie nationale bas-carbone mise en place en 2015, ayant pour objectif de réduire de 17% en 2030 et de 38% en 2050 les émissions du secteur agricole par rapport à 2015.

La question des GES est donc l'une des principales problématiques prises en main au niveau politique mais les défis climatiques ne se limitent pas à cela et sont nombreux. Le dérèglement des saisons, les violents épisodes climatiques et le risque de contamination par des substances chimiques du sol, de l'eau de l'air ou encore des humains représentent également des sources de préoccupations grandissantes et des défis que le secteur agricole doit continuer à relever.¹⁰⁰

¹⁰⁰ Fosse et Furic, « Pour une alimentation saine et durable : Analyse des politique de l'alimentation en France - Rapport France stratégie pour l'assemblée nationale ».

PROBLEMATIQUE

Pris au cœur d'un paradoxe entre attachement et critiques de la part des consommateurs français, le monde agricole et la question alimentaire représentent aujourd'hui de grands enjeux qui dépassent nos simples frontières, à travers ce que certains qualifient de « 5^{ème} transition alimentaire »¹⁰¹. Augmentation de la population mondiale et montée de la précarité alimentaire se heurtent aujourd'hui aux difficultés économiques et compétitives auxquelles fait face l'agriculture française. Parallèlement à l'augmentation de la pauvreté et d'une crise sanitaire et économique sans précédent, la question de la souveraineté alimentaire est plus que jamais au cœur des discussions.

De plus, ces dernières années, on constate un accroissement des exigences des consommateurs vis-à-vis de la production alimentaire, que ce soit sur le plan environnemental ou du bien-être animal. Les débats très médiatisés sur des sujets jusqu'ici plutôt réservés aux initiés, comme les produits phytopharmaceutiques et les pratiques d'élevage, relayés de façon retentissante par des associations dédiées à ces causes en témoignent.

Le secteur industriel et la distribution sont depuis quelques années de plus en plus sensibles à ces nouvelles attentes et tentent de développer des outils pour y répondre : multiplication des études consommateurs, développement d'outils numériques d'information, développement de nouveaux produits « plus verts », « plus propres », « sans allergènes », « sans substances controversées », communications ciblées et inclusives. Ce sont autant de dispositifs qui sont développés par les industriels et la distribution afin de suivre les tendances de consommation et conserver, voire gagner, des parts de marché.

Cependant, si une partie des consommateurs a conscience que l'évolution des pratiques a un coût qu'elle se dit prête à payer, la crise du Covid-19 a aussi révélé une baisse de pouvoir d'achat pour de nombreux Français, et un recours accru aux associations d'aide alimentaire.

Dès lors, face à ses injonctions contradictoires, comment concilier réponse aux attentes des consommateurs et préservation de la souveraineté alimentaire, tout en maintenant les filières agricoles françaises durables ?

Pour répondre à cette question Jeunes Agriculteurs a choisi de développer 16 propositions autour de 3 axes. Un premier axe de propositions relatives à l'éducation et la communication, point clé de l'établissement d'une relation consommateur/producteur, un deuxième axe de propositions consacrées aux filières agricoles, et enfin un troisième et dernier axe de propositions dédiées aux mesures d'encadrement, tournées vers le consommateurs.

¹⁰¹ Académie d'Agriculture France, « Transition alimentaire : pour une politique nationale et européenne de l'alimentation durable orientée vers les consommateurs, les filières et le territoires », 2 octobre 2019.

PARTIE 3 : PROPOSITIONS

1) DES MESURES D'EDUCATION ET DE COMMUNICATION

PROPOSITION 1 : REMETTRE LA THEMATIQUE AGRICOLE ET ALIMENTAIRE DANS LES PROGRAMMES EDUCATIFS

Au travers des auditions et des expériences personnelles que nous avons pu vivre, nous avons constaté un large manque de connaissances du grand public sur l'activité et les pratiques agricoles en lien avec l'alimentation.

En effet, selon une enquête d'IFOP réalisée pour le CNIEL en 2021, plus d'un Français sur deux déclare ne pas savoir comment sont élevées les vaches laitières en France. Ces chiffres sont révélateurs d'un manque d'éducation criant sur les sujets agricoles, qui peut amener à un manque d'esprit critique, de fausses conceptions ou encore des préjugés sur l'agriculture et les techniques agricoles françaises¹⁰². Cela peut engendrer des mouvements extrêmes hostiles aux agriculteurs (« agribashing »).

En parallèle depuis plusieurs décennies, la thématique agricole a progressivement disparu des manuels scolaires. En effet, dans un ouvrage de 2015 on peut lire que « le début du XXe siècle hérite de la hiérarchie des savoirs [...], qui postule que l'ordre des connaissances est dominé par les connaissances scientifiques théoriques et que les savoirs « pratiques » sont seconds et dérivés de la théorie. ». Selon l'auteur, cette division historique entre les sciences « pures » et les sciences « appliquées » provient de la valorisation accordée à un travail qui s'éloigne du travail manuel. En d'autres termes, l'enseignement des mathématiques, de la physique ou de la chimie par exemple s'est retrouvé favorisé par rapport aux matières agricoles, plutôt considérées comme une conséquence des autres sciences et synonyme d'un futur emploi à moindre valorisation sociale.¹⁰³

De plus, comme nous avons pu l'évoquer précédemment, les consommateurs se sont globalement éloignés du monde agricole : exode rural, urbanisation, tertiarisation de la société, etc. Cela amène à une vraie déconnexion entre l'acte de consommation et les réalités rurales et agricoles.

○ Réintégrer la thématique agricole et alimentaire dans les programmes éducatifs

Comme cela a pu être établi dans le rapport d'orientation JA de 2019 « Pour une ruralité éternellement jeune », Jeunes Agriculteurs est favorable à une sensibilisation de la jeunesse aux thématiques agricoles à l'aide de visites d'exploitations ou de fermes pédagogiques par exemple.

Pour aller plus loin, nous estimons primordial de **remettre officiellement la thématique agricole et alimentaire à l'ordre du jour des programmes éducatifs** afin que tous les élèves, quelles que soient leurs origines sociales et leur lieu de résidence, puissent accéder à un socle minimum de connaissances sur leur alimentation et la diversité des pratiques et des systèmes agricoles français comparées aux autres pays, afin de faire par la suite des choix de consommation éclairés.

¹⁰² CNIEL, « Nouvelles attentes sociétales, facteurs d'inquiétude et attentes des consommateurs vis-à-vis des pratiques d'élevage ».

¹⁰³ Nicolas Hervé, *L'évolution de l'enseignement des sciences physiques et chimiques dans l'enseignement secondaire agricole : un regard institutionnel* (Éducagri éditions, 2015), <https://www.cairn.info/l-enseignement-agricole-entre-savoirs-professionne--9782844449955-page-97.htm>.

Dans un premier temps, sur les cycles d'éducation de maternelle et de primaire, cela pourrait se matérialiser par la conclusion de **conventions entre le département, via l'académie régionale, et des structures porteuses de projets éducatifs agricoles agréées par l'Etat**. En effet, dans l'enseignement de maternelle et de primaire, le programme national est présenté sous forme de compétences à acquérir pour les élèves, laissant une certaine liberté aux instituteurs dans la mise en place de modules d'éducation permettant à leur classe d'acquérir les compétences demandées. Par exemple, sur le cycle 3 (CM1, CM2) il existe dans le programme un attendu nommé « Identifier les enjeux liés à l'environnement » qui pourrait servir de support de construction à un module d'apprentissage intégrant un enseignement agricole (*voir figure 14 ci-dessous*).

Identifier des enjeux liés à l'environnement	
Répartition des êtres vivants et peuplement des milieux Décrire un milieu de vie dans ses diverses composantes. - Notion d'écosystème. - Interactions des organismes vivants entre eux et avec leur environnement. Relier le peuplement d'un milieu et les conditions de vie. - Modification du peuplement en fonction des conditions physico-chimiques du milieu et des saisons. - Conséquences de la modification d'un facteur physique ou biologique sur l'écosystème. - La biodiversité, un réseau dynamique. Identifier la nature des interactions entre les êtres vivants et leur importance dans le peuplement des milieux. Identifier quelques impacts humains dans un environnement (comportements, aménagements, impacts de certaines technologies...). - Aménagements de l'espace par les humains et contraintes naturelles ; impacts technologiques positifs et négatifs sur l'environnement.	Travailler à partir de l'environnement proche : observations et analyses de données recueillies lors de sorties, recherches documentaires. Répertorier les êtres vivants dans la cour de récréation ou dans l'environnement proche ; réaliser des mesures et des constats tout au long de l'année pour étudier les peuplements : comparer la répartition des êtres vivants dans des milieux d'expositions différentes, au cours des saisons, etc. Observer et décrire le peuplement d'un sol ; suivre son évolution au cours des saisons. Décrire l'impact d'espèces invasives sur la biodiversité. Permettre aux élèves de s'impliquer dans des actions et des projets concrets en lien avec des thématiques liées à l'éducation au développement durable (création d'un espace vert, tri des déchets, etc.). Permettre aux élèves de découvrir la notion d'engagement individuel et/ou collectif, notamment dans le cadre d'un travail partenarial, et en lien avec l'enseignement moral et civique.
Suivre et décrire le devenir de quelques matériaux de l'environnement proche. Relier les besoins de l'être humain, l'exploitation des ressources naturelles et les impacts à prévoir et gérer (risques, rejets, valorisations, épuisement des stocks). - Exploitation raisonnée et utilisation des ressources (eau, pétrole, charbon, minerais, biodiversité, sols, bois, roches à des fins de construction, etc.).	Travailler à travers des recherches documentaires et d'une ou deux enquêtes de terrain. Prévoir de travailler à différentes échelles de temps et d'espace, en poursuivant l'éducation au développement durable.

Figure 14 : extrait du programme de cycle 3 (CM1-CM2) avec à gauche les connaissances et compétences associées et à droite les exemples de situations ou d'activités pour l'élève ¹⁰⁴

C'est sur ce modèle qu'a été développée une convention entre le département de l'Aveyron (via l'académie de Toulouse) et l'association « Connaissance et compréhension Elevage et Société » (CoSE), structure reconnue, porteuse du projet de modules éducatifs (*annexe 1*). Jeunes Agriculteurs salue cette convention et s'engage en faveur de la généralisation de ce type d'initiative, qui participe à

¹⁰⁴ Eduscol, « Programme du cycle 3 », 30 juillet 2020, https://cache.media.eduscol.education.fr/file/A-Scolarité_obligatoire/37/5/Programme2020_cycle_3_comparatif_1313375.pdf.

maintenir et renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs-citoyens, en formant et sensibilisant les enfants dès leur plus jeune âge à la production de leur alimentation et l'impact de leurs choix de consommation sur l'économie locale.

Dans un second temps, concernant les cycles d'éducation collège et lycée, la remise à l'ordre du jour de l'agriculture dans les programmes scolaires pourrait se matérialiser par **l'intégration d'une thématique agricole au programme de l'Education Nationale** de chaque classe, sur plusieurs matières comme les sciences, l'histoire ou encore la géographie ou l'éducation civique, reprenant alors la transversalité de la thématique agricole en France, tant au niveau historique que scientifique. Aborder des thématiques ou problématiques agricoles permettrait également de sensibiliser aux métiers de l'agriculture, aujourd'hui presque absents des discours des professeurs sur les perspectives d'avenir de leurs élèves, en particulier dans les établissements les plus urbains. La Semaine du goût pourrait par exemple être un bon vecteur pour aborder les thématiques agricoles et alimentaires. Celle-ci pourrait être complétée par la création d'une Semaine de l'agriculture, moment privilégié d'une réflexion plus approfondie sur les moyens de production agricole, incluant tous les métiers qui travaillent de l'amont à l'aval de la chaîne alimentaire. La mise en avant d'initiative de parrainage de parcelles ou d'élevages par des élèves permettrait également de créer un support du suivi régulier et de visites pédagogiques, permettant l'échange avec les professionnels.

L'association « Demain je serai paysan » (DJSP) pourrait représenter une piste de structure reconnue apte à porter ce projet éducatif auprès de l'Education Nationale comme elle l'a été lors du Salon International de l'Agriculture 2022 avec le lancement du journal pédagogique et éducatif « P'tit Agri », initiative soutenue par le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation et le Ministère de l'Education.

Dans un troisième temps, la remise de la thématique agricole à l'ordre du jour dans l'éducation des jeunes Français pourrait passer par l'enseignement plus indirect qu'apportent les structures périscolaires. Bien que dépourvues de programme éducatif officiel, les structures périscolaires, type centres aérés, sont friandes d'activités éducatives à proposer aux enfants qu'elles gardent. Des partenariats entre des établissements périscolaires et des associations comme le CoSE ou encore le Savoir-Vert¹⁰⁵, permettraient de diversifier et d'élargir les canaux d'informations disponibles pour communiquer sur l'agriculture. Cela pourrait passer par l'organisation de visites ou de séquences thématiques d'échanges avec les agriculteurs en présentiel ou en format distanciel numérique, selon les moyens de l'établissement.

○ Renforcer la formation des enseignants sur les thématiques agricoles

Jeunes Agriculteurs tient à souligner l'importance d'apporter un message neutre et factuel sur les réalités des pratiques agricoles françaises. Comme cela est avancé dans le rapport d'orientation Jeunes Agriculteurs 2019 « Pour une ruralité éternellement jeune » : « aucun professeur ne peut associer à ses cours ses propres opinions et proximités idéologiques ». Pour cela, **la formation des enseignants est indispensable**. Celle-ci doit s'inclure dans le cadre de l'enseignement didactique scientifique ou historique dispensé dans les masters (type master MEEF) de préparation au concours de professeur des écoles ou du second degré (CRPE ou CAPES). Elle sera complétée par la mise à disposition aux enseignants de supports pédagogiques sur l'agriculture et les pratiques agricoles. Par ailleurs, afin de répondre à toutes leurs interrogations, une liste de « référents agricoles » sera établie dans chaque département. Cette liste sera constituée tant d'agriculteurs, que de techniciens agricoles.

¹⁰⁵ Association qui regroupe des agriculteurs et agricultrices formé(e)s aux programmes scolaires qui proposent des visites pédagogiques de leurs fermes.

Nous demandons également que la profession agricole soit consultée sur la rédaction des parties agricoles dans les manuels scolaires et ait un droit de regard sur les versions finalisées.

Une remise à niveau par des formations régulières des enseignants sur les sujets agricoles est nécessaire. Il est judicieux de réaliser régulièrement des audits de compétences et des mises à niveau pendant le parcours enseignant, pour accompagner l'évolution du monde agricole. Des formations pourraient également être proposées aux conseillers d'orientation.

- **Intégrer la culture alimentaire et agricole aux activités éligibles du Pass Culture**

Comme le rappelle le rapport de l'Institut Montaigne, l'alimentation fait partie de notre culture et à ce titre, il apparaît pertinent d'**intégrer les activités dites de « culture alimentaire et agricole » au Pass Culture** dans leur entièreté et leur réalité, sans discriminer certaines pratiques (stages de cuisine, visites de fermes...). Ce dispositif récemment mis en place permet aux jeunes de 15 à 17 ans d'avoir accès à un montant collectif ou individuel en fonction de leur âge, pour financer des activités culturelles. De même, à 18 ans ce chèque permet aux jeunes de disposer d'un montant de 300€ sur 24 mois à dépenser dans des achats ou activités culturels. A ce titre la culture alimentaire aurait donc toute sa place dans les activités accessibles avec ce chèque.

PROPOSITION 2 : RENFORCER LA COMMUNICATION SUR LA PRODUCTION ALIMENTAIRE

Comme nous l'avons vu précédemment, les agriculteurs et agricultrices sont de moins en moins représentés dans la population générale, aussi bien dans les instances publiques que dans les médias. On le rappelle, les exploitants agricoles ne représentent plus qu'1,5% de la population active en 2019¹⁰⁶ et sont de moins en moins nombreux parmi les élus. Associée entre autres à la mutation des lieux de vie et donc à l'éloignement des consommateurs des espaces ruraux, une fracture s'est créée entre production agricole et actes de consommation. De fait, 59% des Français déclarent méconnaître les conditions des productions végétales, mais ce chiffre pourrait en réalité être plus élevé.¹⁰⁷

Aussi dans le débat public, le dialogue devient parfois difficile, voire impossible, entre des associations environnementales ou animalistes véhiculant un message tranché et bruyant, et un monde agricole à peine audible dans la sphère médiatique numérique. Cela contribue à colporter de nombreuses informations face auxquelles, en méconnaissance de cause, par manque d'esprit critique, le consommateur se retrouve noyé, voire trompé et a du mal à définir le vrai du faux. Les médias ont aussi leur rôle à jouer dans la prise en compte de toutes les agricultures. La mise en avant d'une seule forme d'agriculture est néfaste à la compréhension globale des systèmes agricoles français, qui, rappelons-le, sont parmi les plus vertueux du monde. En effet, contrairement à ce que plusieurs médias laissent croire, un certain nombre de pratiques agricoles vertueuses en termes d'environnement ou de bien-être animal se mettent en place depuis des années pour toujours tendre vers l'amélioration et l'adaptation. Pourtant ces pratiques sont très peu connues et reconnues par les consommateurs et les associations.

Face à ce constat, il y a un réel enjeu de communication autour des pratiques agricoles, afin d'apporter de la visibilité aux acteurs du monde agricole, les mieux placés et les plus à même de parler de leurs

¹⁰⁶ INSEE, « Les agriculteurs : de moins en moins nombreux et de plus en plus d'hommes ».

¹⁰⁷ Institut Montaigne, « En campagne pour l'agriculture de demain : Propositions pour une souveraineté alimentaire durable ».

métiers. **Les agriculteurs en lien avec les instituts techniques doivent mettre en place une campagne de communication sur les pratiques et techniques agricoles.**

De même, bien que cela fasse déjà théoriquement partie de leurs missions, **les interprofessions doivent réinvestir pertinemment et de manière efficace le secteur de la communication.** En effet, il est regrettable que certains membres des interprofessions valorisent et s'approprient individuellement mieux les pratiques et l'image des agriculteurs. Nous demandons aux interprofessions de consulter Jeunes Agriculteurs pour leurs futures campagnes de communication, de se coordonner entre elles et de coopérer pour optimiser leur impact. Ces demandes s'adressent également aux autres OPA.

Jeunes Agriculteurs souhaite mettre en place avec l'ensemble des interprofessions, **une campagne de communication sur les logos officiels d'origine France** afin de valoriser l'ensemble des pratiques des filières agricoles françaises et de mettre en avant toutes les garanties apportées par le manger français.

Pour Jeunes Agriculteurs, mieux communiquer sur la production alimentaire, passe par l'augmentation de la visibilité des agriculteurs et des agricultrices. Pour cela nous proposons, avec l'ensemble des acteurs du monde agricole, de **nous associer avec des personnalités publiques proches du milieu agricole** afin de développer ensemble films, documentaires, émissions éducatives ou encore podcasts. Cela doit également être le cas avec des chefs cuisiniers pour mettre en avant les produits français et collaborer sur des émissions culinaires par exemple. Aussi, comme c'est le cas dans plusieurs régions de France, nous pensons que choisir des **ambassadeurs locaux**, telles que les personnalités très appréciées du grand public, sont d'excellentes initiatives locales, qui sont à soutenir et à généraliser, afin de sensibiliser à la gastronomie régionale et donc à la production alimentaire locale.

Toujours dans l'optique d'augmenter la visibilité des exploitants agricoles et leurs pratiques, Jeunes Agriculteurs propose la mise en place d'**une communication récurrente gouvernementale** sur les « idées reçues sur l'agriculture française » à l'instar de celle sur les « entrepreneurs du vivant ». Cette communication nationale doit être déclinée sur l'ensemble du territoire. Cela permettra de mettre en avant les pratiques de l'agriculture française par rapport à l'agriculture mondiale et cela évitera la confusion et les fausses informations qui peuvent circuler dans les médias.

Enfin, mieux communiquer sur l'agriculture selon nous c'est également **investir les nouveaux moyens de communication et réseaux sociaux** (Instagram ou TikTok par exemple) et y développer un plan de communication sur la production agricole et alimentaire directement auprès du jeune public très présent sur ce type d'applications (38% des utilisateurs de TikTok ont entre 13 et 17 ans). Cela pourrait également être le moyen de **relayer et centraliser les nombreuses initiatives de communication développées en régions** (web-série, événements...) et ainsi accroître leur visibilité. Jeunes Agriculteurs s'engage à renforcer et poursuivre sa communication sur les réseaux sociaux, en formant ses responsables et collaborateurs.

2) DES FILIERES AGRICOLES FORTES ET INNOVANTES POUR REpondre AUX ATTENTES DES CONSOMMATEURS

a) Mesures transversales

PROPOSITION 3 : DEVELOPPER DES METHODES ALTERNATIVES EN COMPLEMENT DE L'UTILISATION DES PRODUITS DE SANTE DES ANIMAUX ET VEGETAUX EN AGRICULTURE

Il y a aujourd'hui des préoccupations sociétales fortes et grandissantes sur le sujet de l'utilisation de produits phytopharmaceutiques en agriculture. Tant à cause des craintes de pollution pour l'environnement que des craintes des impacts sur la santé humaine. Ces inquiétudes sont marquées, modelées et amplifiées par l'actualité médiatique. On le rappelle, le nombre de consommateurs se déclarant inquiets face à leur alimentation ne cesse d'augmenter. Cependant, il est à noter que ce sont ces mêmes consommateurs qui avouent ne pas être informés des pratiques agricoles actuelles.

En parallèle, la profession agricole a déjà depuis de nombreuses années, réduit son taux d'utilisation de produits chimiques (phytopharmaceutiques ou antibiotiques). Pour exemple, les plans « Ecoantibio » ont permis de réduire de 45% l'utilisation d'antibiotiques vétérinaires en 9 ans¹⁰⁸. Aussi, les pratiques ont évolué vers l'utilisation de produits de biocontrôle, biostimulants ou autres produits de phyto-aromathérapie et d'homéopathie, ayant un impact environnemental plus faible et une acceptabilité sociale plus élevée. Cependant, certains de ces produits à l'image des huiles essentielles, ne sont pas, ou partiellement, autorisés en agriculture bien qu'accessibles à tout un chacun en libre-service dans les pharmacies¹⁰⁹. En effet, en élevage, pour être utilisées pour soigner, les substances à base de plantes sont assimilées à des médicaments vétérinaires et doivent donc bénéficier d'une autorisation de mise sur le marché (AMM). Or, très peu de ces produits à base de plantes bénéficient d'une AMM, procédure lourde et coûteuse.¹¹⁰ Concernant les productions végétales, la problématique est similaire. Il existe une appellation « préparations naturelles peu préoccupantes » (PNPP) dont les produits ne sont pas considérés produits phytopharmaceutiques (donc ne nécessitent pas d'AMM) et peuvent être utilisés pour un usage phytosanitaire. La liste des PNPP est fixée par arrêté. Cependant, les textes sur leur possibilité et autonomie d'utilisation sont très flous.¹¹¹

L'utilisation de ces produits de biocontrôle et de phyto-aromathérapie est pourtant largement répandue dans les pratiques car il s'agit d'un levier intéressant de réduction des produits phytopharmaceutiques. Par exemple, selon une étude, 65% des éleveurs de ruminants bio utilisent la

¹⁰⁸ DGAL, « Infographie - Écoantibio : réduire l'utilisation des antibiotiques vétérinaires », octobre 2021, <https://agriculture.gouv.fr/infographie-ecoantibio-reduire-lutilisation-des-antibiotiques-veterinaires-0>.

¹⁰⁹ « Les huiles essentielles ne doivent pas être présentées sans fonction déterminée. [...] C'est donc la destination (cosmétique, alimentaire, etc.) mentionnée par le fabricant qui détermine la réglementation applicable et par suite les exigences auxquelles le produit doit répondre. [...] Toute allégation laissant penser qu'une huile essentielle en vente libre pourrait prévenir ou traiter une pathologie est par ailleurs interdite. Elle ferait de l'huile essentielle un médicament par présentation au sens du Code de la santé publique. Certaines huiles essentielles entrent d'ailleurs dans la composition de médicaments. » DGCCRF, « Les huiles essentielles », 11 décembre 2018, <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Huiles-essentiels>.

¹¹⁰ ITAB, « Favoriser l'usage des plantes en élevage », 2019, <http://www.plantesenelevage.fr/file/Plantes%20en%20C3%A9levage%20Nos%20Propositions.pdf>.

¹¹¹ Anne-Laure Chauvel, « Phytothérapie en maraîchage », octobre 2016, https://abiodoc.docressources.fr/doc_num.php?explnum_id=4915.

phyto-aromathérapie ¹¹². De plus, l'utilisation de ce type de produits est l'un des éléments de réponse aux attentes des consommateurs, soucieux de l'utilisation des produits phytopharmaceutiques en agriculture. Malheureusement, à ce jour, étant donné la législation restrictive sur le sujet, ces pratiques ne peuvent pas être communiquées et valorisées auprès des consommateurs. En 2019, plus de 1000 éleveurs ont signé un manifeste pour alerter sur ce sujet et demander que la législation soit modifiée pour pouvoir pratiquer en toute légalité. En effet, de pair avec une législation stricte, la formation et l'échange de savoirs sont alors difficiles. ¹¹³

Au vu de ces éléments, Jeunes Agriculteurs a choisi de formuler plusieurs propositions concernant les méthodes alternatives pour aider l'organisme traité (animal ou végétal) à assurer son développement, en favorisant sa croissance ou sa capacité à se défendre. Ces méthodes sont complémentaires aux produits phytopharmaceutiques.

Développer ce type de méthodes serait un levier pour réduire l'utilisation de produits phytopharmaceutiques en agriculture et les encadrer juridiquement permettrait de sécuriser et autonomiser les agriculteurs tout en leur donnant la possibilité de communiquer sur ces pratiques alternatives auprès des consommateurs. Il est primordial que le développement de ces méthodes vertueuses soit reconnu et valorisé économiquement. Cependant, la recherche de solutions alternatives prend du temps et demande beaucoup de financements. Jeunes Agriculteurs demande de ne pas retirer du marché les produits phytopharmaceutiques qui n'ont pas d'alternative.

- **Réviser le cadre législatif**

Fort de cet état des lieux, Jeunes Agriculteurs propose de **clarifier la législation avec la création d'une nouvelle catégorie juridique** dans le code rural, pour ce qui se nommerait « préparations naturelles », utilisées aussi bien en élevage qu'en productions végétales. Cette proposition s'appuie sur celles du collectif « Plantes en élevage » qui propose une liste, établie et documentée à dire d'experts, de 223 plantes couramment utilisées à des fins thérapeutiques en élevage et dont les effets bénéfiques ont été prouvés sur le terrain (*annexe 2*). Il s'agit soit des plantes à usage alimentaire chez l'Homme, soit des plantes couramment consommées par les animaux en vert ou après fauche, soit des plantes utilisées en phytothérapie humaine.

Ce nouveau cadre juridique permettrait de se mettre en adéquation avec la réalité des pratiques du terrain et de sécuriser ces pratiques déjà largement répandues. Cela permettrait également aux agriculteurs de gagner en autonomie. En effet, la profession pourrait alors réaliser directement ses préparations (décoctions par exemple) et ainsi faire des économies financières et temporelles. Néanmoins, l'enregistrement et le suivi des pratiques seront nécessaires pour assurer une pleine sécurité des agriculteurs et des consommateurs.

La révision du cadre législatif pour ces produits de phytothérapie permettrait également de conserver dans le domaine public ces préparations, afin que le monde agricole garde la main face aux entreprises privées de santé des animaux et végétaux et de venir en complément des produits phytopharmaceutiques.

¹¹² ITAB, « Favoriser l'usage des plantes en élevage ».

¹¹³ Émilie Torgemen, « Hors-la-loi car ils privilégient les plantes aux antibiotiques, 1052 éleveurs publient un manifeste », leparisien.fr, 15 octobre 2019, <https://www.leparisien.fr/societe/hors-la-loi-car-ils-privilegient-les-plantes-aux-antibios-1052-eleveurs-publient-un-manifeste-15-10-2019-8173542.php>.

- **Former**

De multiples formations sont déjà existantes sur le sujet de la phyto-aromathérapie, cependant, étant donné le cadre législatif actuel, le contenu de ces formations ne peut pas être bien encadré. **La révision du cadre juridique permettrait d'apporter de la clarté pour les programmes de formation et de libérer les échanges de savoirs entre agriculteurs.**

De plus, bien qu'ayant une origine « naturelle », Jeunes Agriculteurs souhaite rappeler qu'il s'agit tout de même de méthodes et de techniques complexes, engageant des produits ayant un impact sur la santé des végétaux et des animaux, d'où l'importance d'être formé à leur utilisation.

De ce fait, préalablement à l'utilisation de ces substances, une formation sera obligatoire. Ces formations pourront être dispensées comme elles le sont aujourd'hui, via des organismes tels que les Chambres d'Agriculture.

- **Renforcer le lien entre recherche et agriculture**

Enfin, la recherche et l'expérimentation se poursuivant sur ces produits il y a une vraie nécessité de **renforcer le lien entre recherche et agriculture.**

Comme Terres Innovantes et ses mécènes l'ont décrit dans le livre blanc « Notre vision de l'innovation », pour relever les défis à venir, le rôle de la recherche est essentiel dans la production et la diffusion d'innovations. Nous partageons cette vision, qu'il s'agisse de sélection génétique animale ou végétale, la recherche est un vivier d'idées innovantes et un levier de souveraineté alimentaire. Il nous apparaît primordial de doter les instituts de recherche publics de moyens financiers et humains. Le budget cumulé de l'INRA, de l'IRSTEA, du CIRAD s'élève à 1,19 milliards d'euros. Nous devons continuer à demander un renforcement du budget de la recherche, tout en militant pour une meilleure coordination des actions mises en place, et une meilleure diffusion des résultats.

Favoriser la coopération de ces organismes avec les agriculteurs, via des démarches collectives pour mettre en place des pratiques innovantes sur le terrain et créer un droit à l'expérimentation, sont des éléments majeurs permettant aux agriculteurs d'être acteurs de l'innovation. Via ce droit à l'expérimentation, l'Europe, l'Etat, les régions et les filières doivent permettre le développement de l'expérimentation sur les exploitations en mettant en place une couverture de perte de revenu pour les éventuelles pertes de production que subirait l'agriculteur dans le cadre de son expérimentation.

Les lieux d'expérimentation ne manquent pas : 200 fermes expérimentales pour les ITA, 200 fermes DEPHY, des plateformes d'essai pour les Chambres d'Agriculture, l'INRA et les fermes des lycées agricoles... Ainsi, il est primordial que le système de recherche et d'expérimentation se coordonne et que la profession agricole s'implique via des structures comme l'ACTA afin d'avoir un impact sur les thématiques étudiées. Enfin, la diffusion la plus large possible des résultats doit être assurée aux échelles départementale, régionale et à l'échelle nationale. De telles mesures de recherches nécessitent évidemment des financements publics importants. Ceci est indispensable pour conserver la neutralité des résultats. Aussi, nous pouvons nous inspirer des RITA (Réseaux d'innovations et de transfert agricole) dans les DOM qui visent à coordonner et améliorer le transfert des innovations et des bonnes pratiques vers le monde agricole.

- **Accentuer l'importance des nouvelles technologies**

Jeunes Agriculteurs souhaite **démocratiser le développement du numérique** (applications, capteurs, robots...) qui permet un meilleur suivi, une meilleure traçabilité et une gestion plus ciblée afin de préserver nos ressources. Nous soulignons l'importance de ces outils en matière de réduction de la

pénibilité du travail. Nous restons toutefois vigilants quant à la pertinence économique de ces investissements.

PROPOSITION 4 : METTRE EN PLACE DES MESURES MIROIRS DANS LES ECHANGES COMMERCIAUX

Les règles qui s'appliquent pour la production des produits français ou importés sont souvent très différentes. Cette différence, bien que longtemps utilisée pour fluidifier le commerce international pose de plus en plus de problèmes. Que cela soit au niveau européen ou international, la France fait figure de pays aux pratiques très réglementées, ce qui amène pour les agriculteurs une distorsion de concurrence flagrante et pour les consommateurs une certaine incompréhension car peu ont connaissance des différentes réglementations qui peuvent exister et ce qu'elles impliquent. Or, les attentes de nos consommateurs envers leur alimentation ne s'arrêtent pas aux portes du territoire.

Pour cela Jeunes Agriculteurs souhaite **la mise en place, l'application et le contrôle des mesures miroirs dans les échanges commerciaux** internationaux, et exige le respect d'un certain nombre de standards de production français pour les produits importés.

Dans les règles du commerce actuelles, les pays peuvent imposer des règles sur les caractéristiques du produit final mais pas sur les procédés de fabrication. En d'autres termes, si un produit a un impact sur la biodiversité ou sur la santé (de sa fabrication à son utilisation) au-delà des frontières françaises mais n'a a priori pas d'impact identifié sur la santé des consommateurs en dessous d'une certaine limite de résidus dans le produit final, le Gouvernement ne s'en préoccupe pas. Nous considérons que cette règle est un non-sens aussi bien pour nos agriculteurs que pour nos consommateurs et doit évoluer.

¹¹⁴

A ce jour, les produits importés sont simplement soumis au respect d'une limite maximale de résidus (LMR) définie produit par produit par la Commission européenne sur avis de l'Agence Européenne du Médicament (EMA). Cependant, les réglementations concernant notamment l'emploi de produits phytopharmaceutiques diffèrent. Par exemple en 2021, plus de 900 substances n'étaient pas autorisées dans l'Union européenne, mais ces interdictions ne s'appliquent pas aux produits alimentaires importés qui peuvent avoir été traités avec ces produits phytopharmaceutiques du moment qu'ils respectent la LMR lors des contrôles au passage des frontières européennes. Aussi, même si certaines substances sont autorisées en France comme dans d'autres pays, les règles d'utilisation, et notamment la durée entre la dernière application et la récolte, peuvent être différentes.¹¹⁵

Sujet identifié comme l'une des priorités de la présidence française de l'Union européenne, il est impératif que l'Union européenne s'engage en faveur de ces mesures miroirs afin de protéger les filières agricoles et redonner confiance aux consommateurs.

¹¹⁴ France culture, « Commerce international : qu'entend-on par mesures miroirs ? », 11 février 2022, <https://www.franceculture.fr/emissions/le-pourquoi-du-comment-economie-et-social/commerce-international-qu-entend-on-par-mesures-miroirs>.

¹¹⁵ ANSES, « Limites maximales de résidus ou LMR de médicament vétérinaire | Anses - Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail », 24 février 2022, <https://www.anses.fr/fr/content/limites-maximales-de-r%C3%A9sidus-ou-lmr-de-m%C3%A9dicament-v%C3%A9t%C3%A9rinaire>.

Un retour au local a été amplifié par la crise de la Covid-19. Malgré un recul de cet attrait pour la vente directe et les produits locaux constaté par les producteurs à la fin du confinement, allant de pair avec un retour à une situation plus « normale », les professionnels interrogés sont unanimes pour dire que globalement cette tendance du local devrait se conserver.

Le territoire représente un vrai espace de liens entre consommateurs et agriculteurs, en particulier dans les espaces ruraux, lieux de cohabitation. Renforcer le lien entre ces territoires et ceux qui les peuplent représente donc un enjeu majeur de la réussite de la réponse aux attentes des consommateurs et du renforcement du lien entre agriculteurs et non-initiés.

- **Utiliser les projets alimentaires territoriaux (PAT) et mutualisation des outils**

Pour cela Jeunes Agriculteurs souhaite s'engager en faveur du **développement et de la diversification des projets alimentaires territoriaux (PAT)** afin qu'un maximum d'agriculteurs puisse prendre part à ce type de projets. En effet, en développement depuis 2014, les PAT permettent d'impliquer différents acteurs des territoires (collectivités, entreprises agricoles et agro-alimentaires, citoyens, etc.) collectivement, dans un projet pour relocaliser l'agriculture et l'alimentation dans les territoires, soutenant ainsi l'agriculture locale. Ce type d'initiative est un levier pertinent pour permettre de concilier réponse aux attentes des consommateurs et prise en compte et développement des filières agricoles françaises, tout en recréant du lien social et économique entre des acteurs locaux. Il nous paraît également nécessaire que les PAT fassent l'objet d'une coordination entre territoires via les DRAAF et DDT, afin de mettre en concordance leurs objectifs et leurs modalités, et ainsi, ne pas créer de concurrence entre les agriculteurs existants et ceux s'installant. Les PAT devront toutefois faire l'objet d'un calendrier et produire des résultats qui devront être contrôlés.

Dans la même optique, afin de favoriser une réponse locale aux appels d'offres, Jeunes Agriculteurs se positionne en faveur de la **mutualisation des outils**. Comme cela a pu être évoqué dans le rapport d'orientation de JA en 2019 « Pour une ruralité éternellement jeune », la mutualisation d'outils de stockage, de transformation ou de logistique permettrait aux agriculteurs de répondre à la demande locale de la restauration hors domicile (publique ou privée). En outre pour que les agriculteurs financent ces outils mutualisés afin de développer des filières rémunératrices et sécuriser des installations, les collectivités et la RHD doivent s'engager en contractualisant sur des volumes et des prix d'achat sur plusieurs années.

Également, au travers de ces structures d'approvisionnement communes, la mise en place d'un assolement en commun doit faire partie des leviers de mutualisation intéressants à explorer pour permettre aux agriculteurs de répondre ensemble aux divers appels d'offres. L'assolement en commun a de nombreux avantages pour aider les agriculteurs à répondre à différentes problématiques (acquisition de contrat, amortissement de matériel, isolement d'îlot, main d'œuvre...).

Toujours dans ce sens, comme cela a également été inscrit dans ce même rapport d'orientation, le développement de commerces de proximité multi-services, tels que des magasins de producteurs, ayant également une activité de relais colis, serait là aussi un levier intéressant de mutualisation des outils. Cela permettrait de répondre à la demande du territoire tout en ayant aussi une vocation sociale, recréant du lien entre les habitants du territoire.

- **Optimiser les espaces agricoles**

Dans ce contexte territorial, comme cela a été évoqué dans de précédents rapports qui se sont plus appesantis sur le sujet, nous souhaitons rappeler que Jeunes Agriculteurs **s'oppose** à

l'artificialisation excessive des sols qui participe à la mise en péril des filières françaises et de notre souveraineté alimentaire ; et allant également à l'encontre des préoccupations et attentes actuelles des consommateurs sur les problématiques environnementales et l'attrait envers les productions locales. Nous souhaitons rappeler que des leviers existent pour lutter contre l'artificialisation des sols, notamment comme cela a été étudié dans le rapport d'orientation 2019 avec la « cartographie des friches ». Aussi, JA se félicite des avancées de la loi climat sur l'objectif de l'absence de toute artificialisation nette¹¹⁶ des sols en 2050. Le rythme de l'artificialisation des sols dans les dix années suivant la promulgation de la loi doit être réduit de moitié. Il est indispensable de préserver l'usage agricole de nos terres, qui peut parfois être abandonné au profit d'activités de loisirs ou de spéculation immobilière. Tous les dix ans, l'artificialisation doit donc être divisée par deux. Cela doit désormais se traduire dans les faits. Les lois foncières doivent encore être repensées. Pour aller plus loin, des mesures fiscales semblent être intéressantes à envisager, comme une réflexion sur une évolution de la taxe foncière dès lors que le bien perd sa vocation agricole. Aussi, nous souhaitons que les avancées concernant les objectifs de réduction de l'artificialisation des sols soient présentées en commission de préservation des espaces naturels, agricoles et forestiers (CDPENAF). De plus, la taxe de changement de destination des terres doit être appliquée sur tout le territoire. Enfin, lorsqu'une zone est captée par l'urbanisation, elle doit rester cultivable et cultivée au moins en surface fourragère jusqu'à la réalisation concrète du projet.

En parallèle, il nous paraît pertinent **d'encourager et de s'associer au développement d'une agriculture urbaine productive et professionnelle**. Cela permettrait de reconnecter l'ensemble des citoyens autour des réalités agricoles et alimentaires (facteurs de production, saisonnalité des produits et professionnalisme du métier). Certains projets ont également une vocation sociale et éducative très importante qu'il ne faut pas négliger. Ils peuvent aussi participer à assurer un aspect de découverte et de promotion des métiers agricoles. Les projets d'agriculture urbaine doivent être répertoriés au CFE en tant qu'activité agricole. De même, les gérants de ces entreprises devront être affiliés à la MSA, par le biais de coefficients de pondération adaptés à ces productions (par exemple, chiffre d'affaires par mètre carré exploité).

b) Des mesures filières animales ambitieuses

PROPOSITION 6 : VALORISER NOS PRATIQUES ET ASSURER LE BIEN-ETRE ANIMAL EN POST-ELEVAGE

L'opinion publique fait ressentir des attentes fortes sur la thématique du bien-être animal (BEA), notamment depuis la parution de vidéos chocs dans certains abattoirs et élevages. Bien que certaines de ces vidéos puissent mettre en lumière des dysfonctionnements vis-à-vis de la réglementation, elles soulèvent pour le consommateur et l'éleveur l'importante question de la condition animale lors de l'abattage. De plus dans le contexte des élections présidentielles dans lequel s'inscrit ce rapport, de nombreux appels des associations de la cause animale se sont fait entendre, réclamant la mise en place d'un certain nombre de mesures visant, pour la plupart, à optimiser le BEA, et pour les plus extrémistes, à faire disparaître les filières d'élevage.

Depuis de nombreuses années déjà, la profession se mobilise pour l'amélioration continue des pratiques. Récemment, l'interdiction d'installer de nouvelles cages pour les poules pondeuses ou la mise en place de l'ovosexage en élevage avicole, ainsi que la fin de la castration à vif en élevage porcin, en sont de bons exemples. Il convient de communiquer sur ces évolutions de pratiques qui ont été

¹¹⁶ « L'artificialisation nette des sols est définie comme le solde de l'artificialisation et de la renaturation des sols constatées sur un périmètre et sur une période donnés » (art.192 Loi n°2021-1104)

menées par les éleveurs et dont les consommateurs n'ont pas pleinement conscience. Lorsque les moyens techniques et la rémunération des producteurs accompagnent l'évolution des pratiques, de nouveaux outils ou méthodes de production peuvent se mettre en place sans frein. Nous insistons sur la nécessité d'une transition acceptable et acceptée pour les élevages lorsque les moyens techniques, la prise en compte des surcoûts et la rémunération des producteurs le permettent. Dans ce cas, de nouveaux outils ou méthodes de production peuvent se mettre en place sans frein à condition de répondre à une réalité de marché. Il est aussi important de rappeler aux consommateurs le temps long que demandent les changements de pratiques.

Formuler des propositions qui permettraient de renforcer le BEA jusqu'à la mise à mort des animaux serait un bon outil pour redonner confiance aux consommateurs tout en permettant aux éleveurs d'avoir l'assurance d'un suivi du bien-être de leurs animaux une fois l'exploitation quittée.

L'abattage des animaux est encadré par le règlement (CE) n°1099/2009. Le principe général est l'étourdissement préalable comme décrit dans l'article 4 : « Les animaux sont mis à mort uniquement après étourdissement ». Le règlement a cependant permis une dérogation à ce principe pour les animaux abattus dans le cadre de « méthodes particulières d'abattage prescrites par des rites religieux », tout en laissant la subsidiarité aux Etats Membres de pouvoir adapter leur législation nationale : « les États Membres peuvent adopter des règles nationales visant à assurer aux animaux, au moment de leur mise à mort, une plus grande protection. »

Dans ce cadre-là, en 2019, six pays européens comme la Belgique, la Suède ou le Danemark interdisent l'abattage sans étourdissement. Dans 5 autres pays comme l'Autriche, l'Estonie ou encore la Grèce, dans le cadre des abattages rituels un étourdissement doit être effectué immédiatement après la saignée. Enfin, douze pays dont la France, l'Allemagne ou encore l'Espagne permettent un abattage sans étourdissement dans le cadre de l'abattage rituel.¹¹⁷

A échelle mondiale, certains pays à majorité de consommateurs musulmans comme l'Indonésie ou la Malaisie reconnaissent l'étourdissement préalable dans leurs normes régissant la viande halal. De même, l'Arabie Saoudite importe d'Australie et de Nouvelle-Zélande des viandes issues d'animaux étourdis préalablement et certifiées halal. De leur côté, les autorités religieuses juives sont plus partagées et refusent globalement tout étourdissement préalablement à la saignée. En revanche un étourdissement de « soulagement » peut être accepté et est effectué en Autriche et en Australie par exemple.

- **Respecter les règles d'étourdissement**

En tant que Jeunes Agriculteurs, nous sommes attachés au bien-être de nos animaux et souhaitons qu'il perdure de l'élevage jusqu'à l'abattage. Pour cela, **nous voulons mettre en place un étourdissement obligatoire préalable à la saignée.**

Afin de lutter contre la concurrence déloyale, nous proposons **d'élargir à toute l'UE ce principe.** Également, nous proposons d'interdire **les importations vers la France venant de pays pratiquant l'abattage sans étourdissement.**

- **Réglementer l'abattage des femelles gestantes**

Dans la même optique, afin d'assurer le bien-être animal jusqu'à l'abattage des animaux d'élevage Jeunes Agriculteurs propose **une modification des textes législatifs concernant l'abattage**

¹¹⁷ The Law Library of Congress, « Legal restrictions on religious slaughter in Europe », mars 2018, https://www.supremecourt.gov/opinions/URLs_Cited/OT2020/19-123/19-123-1.pdf.

des femelles gestantes. En effet, actuellement le règlement (CE) n°1099/2009 sur la protection des animaux au moment de leur mise à mort ne mentionne pas de mesures spécifiques visant les femelles gestantes. Néanmoins, le règlement (CE) n°1/2005 relatif à la protection des animaux pendant le transport interdit le transport des femelles gestantes au-delà de 90% de leur gestation, et donc indirectement leur abattage, car théoriquement interdites de transport jusqu'à l'abattoir.

Selon un rapport de l'EFSA (European Food Safety Authority), il est avancé que « durant les deux premiers tiers de la gestation, les fœtus d'animaux n'éprouvent pas de douleur, de souffrance ou de détresse car les structures anatomiques et neurologiques concernées ne se développent qu'au cours du dernier tiers de la gestation ». ¹¹⁸ Au vu de ces éléments nous proposons d'**inscrire dans les textes législatifs européens et français l'interdiction de l'abattage des femelles gestantes au-delà des 2/3 de leur période de gestation** sauf dérogation exceptionnelle pour répondre au bien-être de l'animal (en cas d'accident par exemple).

De plus, en Suisse, pour abattre une femelle gestante, une attestation vétérinaire est nécessaire, confirmant la nécessité de l'abattage. En cas d'abattage injustifié, une taxe de 200 francs suisses est appliquée aux éleveurs, l'équivalent de 195€¹¹⁹.

Sur la base de ce modèle, Jeunes Agriculteurs propose en cas d'abattage injustifié (absence d'une nécessité vétérinaire) et récurrent (plus de 2 fois par an, pour laisser une place à l'erreur) de femelles gestantes à plus de 2/3 de leur période de gestation, **l'application d'une pénalité forfaitaire graduelle « pour abattage injustifié ».**

- **Encadrer l'euthanasie en élevage**

Toujours afin de garantir le bien-être des animaux d'élevage jusqu'à l'abattage, nous proposons que **l'euthanasie en élevage soit considérée d'intérêt général** pour des animaux nés malformés, dans l'impossibilité de se développer correctement, accidentés ou prédatés. Ainsi, pour les gros animaux (gros bovins, équins, etc...) **l'euthanasie en tant qu'acte vétérinaire par injection médicamenteuse serait rendue gratuite.** Pour les petits animaux (veaux, caprins, etc.), nous proposons **d'élargir la délégation d'acte** dont bénéficie la filière porcine lorsque l'animal n'est pas transportable. Ainsi, après une **formation effective obligatoire**, pré-requis à la pratique de cet acte, l'utilisation d'un matador sera autorisée dans les mêmes cas que précédemment cités. En cas d'indisponibilité ou d'impossibilité de déplacement du vétérinaire, nous proposons d'élargir la délégation d'acte à l'ensemble des éleveurs afin de préserver les animaux de davantage de souffrance.

- **Renforcer les services vétérinaires et impliquer les interprofessions dans les abattoirs**

Enfin, Jeunes Agriculteurs souhaite rappeler que le bon déroulement de la fin de vie des animaux d'élevage ne pourra pas se faire sans le **renfort de la présence des services vétérinaires sur les lieux d'abattage.** Nous soutenons donc vivement les travaux actuellement menés par le ministère de l'Agriculture sur le renfort du maillage vétérinaire dans les territoires. En complément, à l'instar de ce qui se pratique dans la filière betteravière, où le syndicat est présent et impliqué pour contrôler le bon fonctionnement des étapes de transformation dans les sucreries, nous proposons d'**impliquer les**

¹¹⁸ EFSA, « Perspectives en matière de bien-être animal lors de l'abattage d'animaux gravides », 2017, https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/corporate_publications/files/animal-welfare-slaughter-170530-fr.pdf.

¹¹⁹ Proviande, « Les mesures de prévention de l'abattage de génisses et de vaches en gestation sont étendues », 13 janvier 2022, <https://www.proviande.ch/fr/les-mesures-de-prevention-de-labattage-de-genisses-et-de-vaches-en-gestation-sont-etendues>.

interprofessions dans la surveillance des abattoirs, privés ou publics, afin qu'elles aient un droit de regard complémentaire à celui des services vétérinaires et puissent prévenir tout dysfonctionnement.

De manière plus large nous souhaitons rappeler que le renforcement du maillage vétérinaire en général sur les territoires est une composante essentielle à la pérennisation des filières d'élevage, pour maintenir des productions de qualité. Aussi, la viabilité économique des exploitations est un facteur important de la préservation des bonnes conditions d'élevage, le bien-être de l'éleveur étant le garant du bien-être animal.

PROPOSITION 7 : MAINTENIR LE MAILLAGE TERRITORIAL DES ABATTOIRS LOCAUX

« Le nombre d'abattoirs de proximité, communaux ou intercommunaux, est en diminution. Leur part dans les volumes d'abattage nationaux a chuté de 62,55 % en 1980 à 8,22 % en 2010. En 1980, on comptait 767 abattoirs dont 609 publics. »¹²⁰. Un tiers des abattoirs publics avait déjà fermé en moins de 10 ans. En 2020, on recense en France 192 abattoirs au total. Cela correspond à une perte de 575 abattoirs en 40 ans, soit 14 à 15 fermetures par an.¹²¹

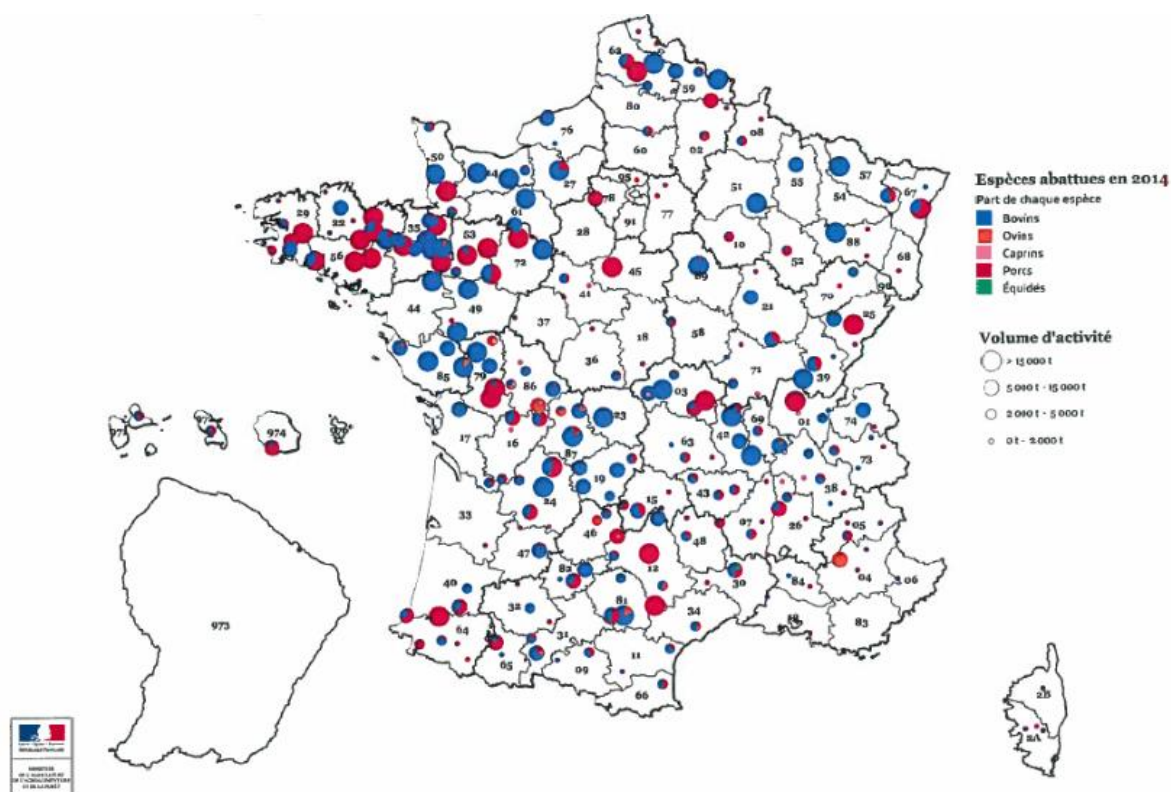


Figure 15 : Cartographie des activités des abattoirs agréés en 2014¹²²

¹²⁰ Olivier Falorni et Jean-Yves Caullet, « Rapport d'enquête sur les conditions d'abattage des animaux de boucherie dans les abattoirs français - XIVE législature - Assemblée nationale », 20 septembre 2016, [https://www2.assemblee-nationale.fr/documents/notice/14/rap-enq/r4038-tl/\(index\)/depots#P453_58617](https://www2.assemblee-nationale.fr/documents/notice/14/rap-enq/r4038-tl/(index)/depots#P453_58617).

¹²¹ Normabev, « Les chiffres des abattages 2020 », NORMABEV, 2 juillet 2021, <https://normabev.net/2021/07/02/les-chiffres-des-abattages-2020/>.

¹²² Falorni et Caullet, « Rapport d'enquête sur les conditions d'abattage des animaux de boucherie dans les abattoirs français - XIVE législature - Assemblée nationale ».



Figure 16 : Cartographie des abattoirs des groupes concentrés dans le croissant laitier ¹²³

Ces fermetures sont une perte incommensurable pour l'économie locale des territoires, ainsi que pour le monde de l'élevage. En effet, comme on l'observe en mettant en parallèle les deux cartographies ci-dessus, ces fermetures vont de pair avec la concentration et la privatisation des structures d'abattage, éloignant alors les exploitations et les producteurs, aussi bien en termes de distance que de contrôle des outils.

A l'heure où le local est largement plébiscité par les consommateurs, notamment depuis la crise de la Covid-19, et que les préoccupations autour du bien-être animal sont grandissantes, Jeunes Agriculteurs affirme qu'il est primordial de **maintenir le maillage territorial des abattoirs locaux** pour favoriser les emplois et limiter le temps de transport des animaux.

○ Remettre en cohérence le système d'abattage

Pour cela nous **proposons une remise en cohérence globale du système qui viserait à redynamiser les structures d'abattage locales** afin d'élever et d'abattre au plus près du lieu de production et de vente des produits. Cela permettrait de limiter les temps de transport des animaux vivants, diminuer leur stress, préserver leur bien-être, diminuer l'impact écologique et renforcer l'autonomie en cas de crise sanitaire. Cela permettrait aussi de valoriser un tissu économique local en créant et maintenant des emplois dans les zones rurales et en valorisant un produit 100% local auprès des consommateurs.

De la même manière que les industriels laitiers pratiquent entre eux des « échanges de tournées », afin de limiter le temps de transport du lait frais dans leurs camions, les coûts de collecte et les

¹²³ IDELE, « Fondamentaux marché viande bovine », 2016, https://aura.chambres-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/National/FAL_commun/publications/Auvergne-Rhone-Alpes/CDA38_Panorama_economique_filiere_v viande_bovine_2018.pdf.

émissions de gaz à effet de serre, nous proposons de **remettre en cohérence le temps de transport des animaux vivants par rapport aux lieux de vente des produits finaux**. En effet lorsque cela est possible et que les chaînes d'abattage sont fonctionnelles, pour un animal élevé dans une zone géographique définie, Jeunes Agriculteurs propose d'**établir un zonage obligeant un abattage plus local** pour les industriels, qui pourraient alors contractualiser avec des structures de proximité en prestation de service permettant ainsi de réduire le temps de transport des animaux vivants.

- **Développer l'abattage mobile**

De la même façon, dans une optique d'amélioration du bien-être animal, de l'économie territoriale, de valorisation des produits locaux, et en complémentarité avec le maillage territorial actuel des établissements d'abattage, Jeunes Agriculteurs **soutient le développement de l'abattage mobile ou semi-mobile dans le respect des normes sanitaires en vigueur**, dans les territoires dans lesquels cela est pertinent tout en assurant une certaine rentabilité économique (éloignement des lieux d'abattage, filière de qualité...).

c) Des mesures filières végétales innovantes

PROPOSITION 8 : CONSIDERER LES TECHNIQUES DE SELECTION VARIETALE POUR REPONDRE AUX DEFIS DU CHANGEMENT CLIMATIQUE

Les attentes sociétales concernant la réduction de l'impact environnemental des productions agricoles, notamment via la réduction de l'utilisation de produits phytopharmaceutiques et la préservation des ressources (en eau notamment) sont grandissantes. Aussi, face à l'augmentation du nombre de matières actives interdites, certaines filières se trouvent dans l'impasse, sans solution efficace et durable pour maintenir leurs productions (betterave, cerise...). D'autre part, les évolutions climatiques augmentent l'exposition des cultures à des aléas, notamment les gelées tardives, contraintes de stress hydrique, etc. Pour une partie des filières, les travaux sur la génétique des plantes et notamment les nouvelles techniques de sélection variétales (NBT) pourraient permettre d'offrir des perspectives aux filières et de garantir la sécurité alimentaire.

Il convient de rappeler qu'il existe aujourd'hui 3 techniques de sélection variétale :

- Le croisement
- La transgénèse, technique utilisée pour la création d'OGM où l'on introduit un gène, ou une partie de gène, étranger à la plante modifiée
- La mutagenèse, technique qui consiste à provoquer une variation au sein de la plante, qu'elle soit aléatoire (c'est-à-dire qu'elle apparaisse sur plusieurs années à force de tri et de sélection) ou dirigée (c'est-à-dire qu'elle apparaisse grâce à une technique génétique appelée « ciseaux moléculaire CRISPR-Cas9 », qui sert grossièrement à couper une partie cible du génome pour faire apparaître une variation d'intérêt recherchée).

Cette dernière technique de mutagenèse dirigée qui a été découverte en 2012 par deux chercheuses, la Française Emmanuelle Charpentier et l'Américaine Jennifer Doudna, et que par abus de langage l'on appelle couramment NBT (en anglais « new breeding technics », « nouvelles techniques de sélection variétales »). Cela leur a valu en 2020 le prix Nobel de Chimie.

Néanmoins, aujourd'hui c'est la directive 2001/18/CE qui définit et réglemente les organismes génétiquement modifiés définis comme : « organisme à l'exception des êtres humains dont le matériel génétique a été modifié d'une manière qui ne s'effectue pas naturellement par multiplication ou par

recombinaison naturelle ». L'ensemble des techniques variétales développées depuis plus de 20 ans tombent donc sous le coup de cette réglementation. De ce fait toutes méthodes de sélection variétale développées depuis 2001 génèrent un produit considéré comme OGM et sont donc aujourd'hui interdites au sein de l'UE.

Considérant cette législation comme obsolète, en 2019 le conseil de l'UE a demandé qu'elle soit révisée. Actuellement la Commission travaille donc sur de nouvelles propositions encadrant le statut juridique et donc l'utilisation des NBT et devrait faire fin 2023 une proposition d'évolution.

Considérant que les attentes des consommateurs en matière d'impact environnemental de l'agriculture sont de plus en plus grandes, considérant que le grand public européen a rejeté l'utilisation d'OGM, trop grand bouleversement génétique à l'époque, et enfin, considérant que les contraintes climatiques, foncières et réglementaires font de plus en plus pression sur les filières agricoles, **Jeunes Agriculteurs se positionne en faveur de la révision de la réglementation européenne relative à la dissémination volontaire d'organismes génétiquement modifiés dans l'environnement.** Cette réglementation encadre aujourd'hui de fait l'utilisation des NBT. Or, inchangée depuis 2001, celle-ci est désormais obsolète au regard des différentes évolutions de la recherche scientifique. Aussi, **Jeunes Agriculteurs encourage la recherche sur les NBT pour éclairer son positionnement sur le sujet.** Afin de compléter sa position, **JA s'engage à tenir un groupe de travail courant automne 2022.**

Aussi, Jeunes Agriculteurs souhaite se positionner **en faveur d'un encadrement de la finalité de l'utilisation des NBT** à savoir, obtenir des variétés adaptées aux futures contraintes climatiques et ne provoquant pas, dans les techniques culturales qui leurs sont associées, d'impacts supplémentaires sur l'environnement. Ces nouvelles techniques pourront également permettre la réduction d'intrants et ainsi rendre les exploitations plus autonomes et résilientes.

PROPOSITION 9 : CREER UNE NOUVELLE DYNAMIQUE DE STRUCTURATION D'UNE FILIERE PROTEINES VEGETALES

Pour des raisons historiques, par manque de structuration ou de développement, des pans entiers de l'agriculture française ont jusque-là été délaissés. Or, aujourd'hui, considérant les attentes fortes des consommateurs pour l'aspect local et l'enjeu que représente la souveraineté alimentaire française, un travail est à réaliser sur la structuration et la création de filières.

Sur ce point, les protéines végétales sont tout particulièrement visées. La grande dépendance aux protéines importées dans l'alimentation animale, et plus marginalement, le développement des protéines végétales dans l'alimentation humaine (volonté de consommer moins carné avec le développement des régimes dits « flexitarien », végétarien ou végétalien) sont autant d'éléments qui créent des opportunités, voire une nécessité, pour la France de développer une réelle filière protéines végétales.

La construction d'une filière protéines végétales permettrait d'accompagner les tendances de consommation tout en offrant des perspectives durables aux agriculteurs français.

Le Gouvernement l'a bien compris et a lancé en décembre 2020 un plan protéines végétales. Le principal objectif fixé est de doubler les surfaces en protéines végétales d'ici 2030 (soja, pois, légumes secs, luzerne, légumineuses fourragères, etc. cultivés sur environ 1 million d'ha actuellement) **avec une augmentation de 40% sur les trois prochaines années.** Parce que les défis sont immenses, c'est sur 10 ans que la stratégie pour les protéines végétales françaises a été construite. Pour lancer la

dynamique, un **plan axé autour de 3 priorités**, financé via le plan France Relance grâce à une enveloppe de 100 millions d'euros a été engagé :

- Réduire la dépendance aux importations, via notamment une aide à la structuration des filières ;
- Améliorer l'autonomie alimentaire des élevages, via notamment des aides à l'achat de semences et de matériels ;
- Développer une offre de produits locaux en matière de légumes secs, via notamment une aide aux campagnes de promotion.

Jeunes Agriculteurs **salue le sens de cette initiative** qui permet un accompagnement financier de la diversification des cultures et techniques culturales, et encourage sa mise en application sur le terrain. Dès à présent, il convient également **d'accentuer et de pérenniser les efforts sur la recherche** afin d'obtenir des variétés adaptées au changement climatique pour l'alimentation animale et l'alimentation humaine.

Comme nous l'avons évoqué précédemment, la mutualisation des outils avec la mise en place de fabrique d'aliments ou encore le développement de contrats éleveur-céréalier, pour assurer la pérennité des approvisionnements en alimentation tout en garantissant des débouchés aux cultures protéagineuses, sont des leviers intéressants qu'il convient d'exploiter pour créer une nouvelle dynamique au sein de la filière protéine végétale.

La France a choisi de mobiliser 2 % de l'enveloppe totale de paiements directs pour le soutien aux plantes riches en protéines. Portant ainsi l'enveloppe de paiements couplés mobilisables de 13 % à 15 %. Les cinq aides pour les plantes riches en protéines partagent une enveloppe commune de 134,5 millions d'euros pour 2022. Nous tenons à souligner que cette enveloppe est fermée, par conséquent si les surfaces cultivées augmentent, comme nous le souhaitons, le montant unitaire de l'aide couplée diminuera et le soutien perdra mécaniquement son côté incitatif. **Jeunes Agriculteurs demande une enveloppe ouverte qui suive les besoins et garantisse les montants unitaires.**

Pour aller plus loin, Jeunes Agriculteurs souhaite aborder la question de l'orientation des exploitations lors de l'installation. Au vu des objectifs affichés du plan protéines végétales et des attentes sociétales qui évoluent vers un régime flexitarien, **un accompagnement financier et technique supplémentaire lors d'installations en système de cultures diversifiées en protéines végétales**, pourrait être un levier supplémentaire permettant de répondre aux objectifs du plan de doublement des surfaces cultivées en légumineuses. Pour aller plus loin, pour que le plan protéine soit le succès que nous attendons tous et que les légumineuses se développent nous préconisons un plan gibiers et nuisibles.

d) Mesures environnementales

La question environnementale préoccupe particulièrement les Français. On l'a vu, 67% se disent « personnellement préoccupés par les problèmes environnementaux »¹²⁴. Les mobilisations citoyennes et politiques de plus en plus nombreuses sur le sujet en témoignent également.

De son côté, l'agriculture est un secteur concerné par ces préoccupations étant donné qu'elle est à la croisée des domaines de la santé et de l'environnement. Depuis de nombreuses années, avec l'avancée de la recherche, la modernisation des techniques agricoles et le verdissement des aides allouées à

¹²⁴ KANTAR, « La food à l'ère de la Covid-19 ».

l'agriculture, les pratiques sont en perpétuelle évolution et de plus en plus vertueuses. Néanmoins, le secteur agricole cristallise de fortes attentes environnementales de la part des consommateurs qu'il doit prendre en compte et anticiper, afin de pouvoir s'adapter au mieux à la société de consommation de demain. De plus, comme nous avons pu l'évoquer précédemment, les actes d'achats des consommateurs montent progressivement en gamme et s'orientent vers des produits dits « plus durables » à savoir des produits certifiés « sans ... », bio ou encore équitables.

Il faut également garder en tête que face aux évolutions climatiques, l'agriculture est la première victime de ces changements : épisodes de pluies extrêmes, sécheresses, orages, gelées tardives et tant d'autres qui entraînent des conséquences dramatiques pour le secteur agricole. Pour cela, afin de continuer à produire, il y a un réel besoin de poursuivre l'évolution des pratiques et des techniques culturales.

Dans le cadre de ce rapport l'ensemble de ces mesures environnementales doivent bien être perçues comme des leviers permettant de concilier attentes environnementales fortes des consommateurs et préservation des filières agricoles françaises, s'appuyant sur les échanges dans le cadre de plusieurs groupes de travail déjà réalisés à ce sujet (Varenne Agricole de l'Eau...). Il ne s'agit pas de refaire les travaux qui ont eu lieu dans ces groupes mais plutôt de définir le message à faire passer aux consommateurs en se basant sur le travail volontaire réalisé par les agriculteurs à travers les GIEE, les groupes 30000, Dephy, etc.

PROPOSITION 10 : MAITRISER L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE L'AGRICULTURE

L'agriculture doit être l'acteur incontournable de la transition agro-environnementale, indispensable à l'adaptation au changement climatique pour les générations futures et au maintien d'une agriculture locale. Pour cela plusieurs leviers s'offrent à nous.

- **Encourager les techniques culturales stockeuses de carbone**

Pour cela, Jeunes Agriculteurs souhaite **encourager techniquement et financièrement les techniques culturales stockeuses de carbone**. En effet, de nombreux travaux sur cette thématique sont déjà engagés, et il nous paraît primordial de continuer dans cette voie. L'agriculture est l'un des rares secteurs émetteurs de carbone à être également capable d'en stocker, cependant pour que ce système vertueux fonctionne il faut adopter des bonnes pratiques dites « stockeuses » de carbone comme l'agriculture de conservation des sols, les couverts végétaux ou les prairies permanentes par exemple. Par la suite, communiquer sur ce type de pratiques afin d'en informer le grand public paraît un élément nécessaire pour que soient reconnues les évolutions de la profession et qu'elles soient valorisées aux yeux du consommateur de ces produits.

Il nous paraît également important d'**encourager et de subventionner la réalisation de diagnostics carbone dans les exploitations agricoles**, afin de faire prendre conscience du potentiel d'amélioration de chaque exploitation.

Dans cette optique, l'association « France Carbon Agri Association » travaille à un système de rémunération du carbone stocké dans les sols agricoles. Il permettrait ainsi de rémunérer les producteurs pour les services environnementaux qu'ils rendent, dans la dynamique de la stratégie nationale bas carbone. Ainsi, nous soutenons ce type d'initiative, incitant à l'incorporation de techniques culturales stockeuses de carbone dans l'itinéraire technique et soutenant des systèmes vertueux. Il est essentiel que les agriculteurs soient informés des éléments du diagnostic et qu'ils détiennent l'ensemble de la valorisation financière des crédits carbone. De plus, l'outil demande à

être étoffé afin d'englober l'ensemble des cultures, productions et diversifications. La PAC devra également évoluer, afin de prendre en compte la présence de haies dans les prairies permanentes, au même titre que celles présentes au sein des parcelles cultivées.

- **Régénérer les haies**

La régénération des haies, financée via des crédits carbone aurait pour objectif d'encourager la captation carbone dans les zones d'élevage et de culture déjà bien dotées en haies. Malheureusement, pour partie, ces dernières ont perdu leur valeur agronomique et écologique étant arrivées à la fin de leur cycle de végétation.

Pour cela, Jeunes Agriculteurs demande que soient mis en place **des indicateurs de régénération des haies** dans la mesure « carbocage » afin de renouveler ces haies et faire en sorte qu'elles captent, fixent et stockent le carbone, et ainsi participer à maîtriser l'impact de l'agriculture sur l'environnement.

Pour ce faire, la PAC et l'ensemble des législations compétentes, en particulier le code de l'environnement, devront alors **lever tous les freins concernant l'arrachage et la replantation des haies**. Elles devront également être ambitieuses et proposer une aide agro-environnementale pour encourager le développement de l'agroforesterie.

- **Optimiser les ressources**

Aussi, afin de répondre à l'enjeu de la prévention et l'adaptation au changement climatique, nous souhaitons insister sur l'importance d'optimiser et de partager équitablement les ressources. Pour cela, il faut que des **travaux réglementaires et pédagogiques soient menés dans les territoires** afin d'apaiser les débats sur la question de la gestion de l'eau, avec un travail à mener en particulier sur les retenues d'eau ainsi que sur la réutilisation des eaux usées, mais aussi sur la question de la préservation de la biodiversité.

Après de long mois de travail des parties prenantes, certaines des conclusions du Varenne agricole de l'eau et de l'adaptation au changement climatique qui ont été rendues correspondent à nos demandes ; par exemple la mise en place d'un délégué interministériel sur l'eau, les lignes de financement supplémentaires et la révision de l'instruction ministérielle sur les projets de territoire pour la gestion de l'eau (PTGE) et du décret sur les volumes prélevables hors basses eaux. Nous devons désormais nous assurer, aux niveaux national et local, de la traduction en actions concrètes de ces conclusions et de la tenue du calendrier.

Également, les projets de gestion de l'eau en commun avec les collectivités comme les retenues d'eau communes à la gestion des incendies, à l'irrigation agricole et à la préservation de la biodiversité sont des initiatives d'optimisation des ressources à encourager.

- **Harmoniser la législation des produits phytopharmaceutiques en UE et renforcer la recherche d'alternatives**

Concernant l'emploi de produits phytopharmaceutiques, la maîtrise de l'empreinte environnementale de l'agriculture est particulièrement importante sur ce point aux yeux des consommateurs. Il s'agit d'une grande source d'inquiétudes pour eux, tant concernant l'emploi aux champs, qu'en tant que résidus dans leur alimentation. Sur ce sujet, Jeunes Agriculteurs souhaite **l'harmonisation de la législation concernant l'emploi de produits phytopharmaceutiques dans chacun des Etats Membres de l'UE**. L'Etat Membre qui ne respecte pas l'harmonisation doit être sanctionné. Cela devra concerner autant les cahiers des charges conventionnels que les déclinaisons

nationales du cahier des charges de l'Agriculture Biologique pour supprimer la surtransposition. En effet, ces différences de législations n'ont plus lieu d'être aujourd'hui. Elles créent une distorsion de concurrence pour les agriculteurs français et elles trompent les consommateurs, souvent peu au courant de ces différences.

De même Jeunes Agriculteurs s'est toujours positionné pour qu'il n'y ait pas d'interdiction unilatérale française de certaines substances sans solution à offrir aux producteurs et productrices. Néanmoins nous nous positionnons en faveur du **renforcement de la recherche** (techniques culturales, variétés résistantes...) et du **développement des technologies de précision**, levier de la réduction d'intrants.

PROPOSITION 11 : ASSOCIER PRODUCTION AGRICOLE ET PRODUCTION D'ÉNERGIE LOCALE

Du côté des consommateurs un retour au local se fait largement sentir. En 2019, 79% des Français déclarent acheter des produits locaux (origine France incluse) aussi souvent que possible et depuis la crise, 41% déclarent qu'ils achèteront plus souvent des produits locaux¹²⁵. Face à cela, au-delà de l'aspect alimentaire, vocation première de l'agriculture, Jeunes Agriculteurs propose de pouvoir tirer parti de cette tendance de consommation locale. Il s'agirait d'associer production alimentaire et production d'énergie locale lorsque que cela est possible, c'est-à-dire agronomiquement pertinent et ne mettant pas en péril la production alimentaire ou la disponibilité des sols agricoles. Jeunes Agriculteurs rappelle que la part des matières premières alimentaires pour la production énergétique ne doit pas dépasser 15% des volumes totaux sur une année civile¹²⁶. De même, Jeunes Agriculteurs reste contre le photovoltaïque au sol¹²⁷.

- **Communiquer sur la production d'énergie locale**

Nous pensons pertinent de **communiquer sur cette production d'énergie locale** lorsqu'elle existe, avec la mise en place de pancartes ou banderoles explicatives devant les exploitations affichant un message à destination du voisinage ou des visiteurs de la ferme. Par exemple : « Grâce à cette exploitation vous avez des fruits et légumes et de l'électricité produite localement » dans le cas de serres maraîchères photovoltaïques, ou encore, « Ici on produit votre lait et votre énergie » dans le cas de méthaniseurs. Cela permettrait de sensibiliser le voisinage et les visiteurs à l'ensemble des pratiques mises en place par l'exploitant, tout en apportant un complément de revenu et donc de la pérennité dans les filières agricoles. Ce type de communication pourrait également se décliner sous d'autres formats.

Pour aller plus loin, on peut imaginer des panneaux à l'entrée des villes, communiquant sur le nombre de foyers fournis en énergie verte par des agriculteurs de la zone mettant alors en avant une économie circulaire et vertueuse à la fois pour les consommateurs et pour les agriculteurs.

- **Créer des cercles vertueux d'échange de bioénergie**

Aussi, toujours dans la limite de l'artificialisation des sols et en gardant prioritaire la production alimentaire au sein d'une exploitation agricole, Jeunes Agriculteurs encourage **la création de cercle vertueux d'échange de bioénergie** entre collectivités et agriculteurs avec la production de biogaz (bio GNV par exemple), contractualisée avec les collectivités qui l'utilisent pour les véhicules ou bus de ville.

¹²⁵ KANTAR.

¹²⁶ Jeunes Agriculteurs, « Rapport d'orientation "Elevons notre autonomie pour cultiver notre résilience" », 2018.

¹²⁷ Jeunes Agriculteurs, « Rapport d'orientation "Foncier : Entre avenir et héritage" », 2015.

Ce cercle vertueux peut également se mettre en place entre agriculteurs et agricultrices, qui peuvent ensemble mutualiser leurs outils et ressources pour la production d'énergies vertes et s'en échanger les produits obtenus (engrais, électricité...). Encore une fois, il ne faudra pas négliger la communication et l'information auprès des consommateurs sur ces pratiques. Elles pourront passer par le biais des collectivités par exemple, afin qu'elles aient un vrai effet positif de réponse à leurs attentes.

De manière plus globale, nous souhaitons insister sur l'importance du lien avec les territoires dans la création de ces cercles vertueux permettant de légitimer, faciliter et pérenniser les projets alliant agriculture et énergie. Pour cela, nous proposons d'**intégrer ces enjeux aux PCAET (Plan Climat-Air-Energie Territoire) afin de permettre aux collectivités de s'associer aux projets de création de bioénergie** comme les unités de méthanisation par exemple. Il s'agira de projets de territoires menés entre les collectivités et les agriculteurs, à l'image du GIEE « Energie » dans la Manche qui permet la valorisation de haies bocagères pour du stockage carbone et en même temps l'alimentation des chaudières des locaux communaux publics avec les copeaux de bois résultants des haies.

PROPOSITION 12 : REMUNERER LES SERVICES ENVIRONNEMENTAUX

Les paysages et la biodiversité incarnent la vitrine des espaces ruraux et de l'agriculture française. Ce sont les premiers éléments qui arrivent à la vue de nos concitoyens quand ils sont dans l'espace rural. Ils y sont donc sensibles et particulièrement attachés. Pour cela, il faut les préserver et encourager les démarches qui participent à rémunérer les agriculteurs pour ce travail d'entretien du paysage comme les paiements pour services environnementaux (PSE). Il s'agit donc de faire des propositions qui vont au-delà du simple aspect alimentaire, mais qui englobent aussi toutes les externalités positives qui peuvent être liées à l'agriculture et qui vont avoir un impact direct sur les consommateurs.

Préserver les paysages permet aussi indirectement de recréer ce lien aujourd'hui distendu entre les consommateurs français et l'espace rural dédié à la production agricole.

- **Développement de la mise en relation entre acteurs pour des paiements pour services environnementaux (PSE)**

Ainsi, Jeunes Agriculteurs encourage le **développement d'associations et de plateformes PSE** qui mettent en relation des entreprises privées en démarche RSE ou des collectivités et des agriculteurs et agricultrices. En effet, ce type de démarche permet d'obtenir un financement complémentaire à la PAC pour des travaux d'entretiens ou de pratiques culturelles réalisés par les agriculteurs, qui s'inscrivent dans la dynamique des attentes environnementales des consommateurs. Cela permet également d'assurer un complément de revenu aux producteurs.

Lorsque cela est réalisé sur fonds privés d'entreprise il n'y a pas de règle encadrant la dépense de cet argent, en revanche sur fonds publics (collectivités par exemple), l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) impose que les dépenses doivent uniquement couvrir les surcoûts et les manques à gagner.

Des associations de ce type peuvent se mettre en place à tout échelon, national, régional, départemental... Pour exemple, l'association « SOLENAT » en région Pays de Loire a déjà permis en 2021 de regrouper 200 agriculteurs et agricultrices. Cette association a été créée par des agriculteurs de la région et contractualise avec des acteurs privés ou publics des services environnementaux coconstruits en concertation avec les parties prenantes. Il s'agit de rémunérer à la fois les pratiques existantes (stockage de carbone dans les haies par exemple) ou bien des mesures mises en place dans

le cadre de ces PSE (semis de bandes mellifères par exemple). Dans tous les cas, l'objectif est de rémunérer l'agriculteur pour le service rendu et non seulement de couvrir les frais d'entretien ou d'investissement. SOLENAT a réussi à générer plus de 1,8 millions d'euros de mécénats et de compensation carbone sur 5 ans pour les agriculteurs volontaires de la démarche.

- **Création d'un système de paiement au maintien des services environnementaux**

Pour aller plus loin, Jeunes Agriculteurs souhaite insister sur l'importance de la **création d'un système de paiement au maintien des services environnementaux**, et pas seulement une aide à la mise en œuvre et à l'investissement sur quelques années comme cela peut être le cas aujourd'hui. En effet, certains territoires, lieux d'élevage extensif par exemple, ont déjà en place un certain nombre de pratiques vertueuses qui pourraient rentrer dans l'appellation de « services environnementaux » (comme le maintien des prairies et des haies par exemple). À ce titre nous estimons qu'il serait intéressant de rémunérer ce type de pratiques en tant que PSE, et surtout que l'ensemble des PSE puisse s'inscrire dans la durée et ainsi assurer la pérennité des pratiques et de la rémunération des agriculteurs.

3) DES MESURES D'ENCADREMENT, TOURNEES VERS LES CONSOMMATEURS

PROPOSITION 13 : RENDRE ACCESSIBLE A TOUS UNE ALIMENTATION Saine ET LOCALE

Dans un contexte de progression de la précarité alimentaire, accentuée par la crise de la Covid-19, comme cela a été décrit précédemment, 1 personne sur 2 qui a recours à l'aide alimentaire le fait depuis moins d'un an selon les associations.

De plus, les préoccupations autour du pouvoir d'achat sont grandes pour l'ensemble des Français. Cela se ressent dans les débats publics entourant l'élection présidentielle où le pouvoir d'achat ressort comme sujet principal des débats.

De ce fait, Jeunes Agriculteurs s'engage à travers plusieurs propositions pour soutenir l'accès à une alimentation saine et française pour tous. Avec ces propositions, nous entendons également soutenir une économie nationale circulaire et vertueuse, et permettre à l'ensemble de nos concitoyens d'avoir accès à des produits de qualité, les incitant ainsi au « bien-manger ».

- **Baisser la TVA sur les produits français**

Dans un premier temps, le désir de rendre accessible à tous une alimentation saine et française, pourrait se traduire par **la baisse de la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) sur les produits français**. En effet, à ce jour, en France métropolitaine, la TVA sur la plupart des produits alimentaires destinés à la consommation humaine (hors boissons) est de 5,5%. Or, il existe quatre taux de TVA actuellement en vigueur selon les catégories de produits : le taux normal 20% ; le taux intermédiaire 10% ; le taux réduit 5,5% et le taux inchangé 2,1%. Ce taux inchangé de 2,1% est « réservé aux médicaments remboursables par la sécurité sociale, aux ventes d'animaux vivants de boucherie et de charcuterie à des non assujettis, à la redevance télévision, à certains spectacles et aux publications de presse inscrites à la Commission paritaire des publications et agences de presse ».¹²⁸

Jeunes Agriculteurs propose alors de faire baisser le taux de TVA réduit, habituellement utilisé pour les produits alimentaires destinés à la consommation humaine (hors boissons), soit 5,5%, au taux particulier de 2,1% pour les produits français. Cela concernerait donc les bruts cultivés en France (type fruits ou légumes par exemple) et sur les produits transformés (composés en totalité de produits français) et conditionnés sur le territoire français (tel que le fromage, la charcuterie, ou encore la biscuiterie). **Seuls les produits sous logos d'indication d'origine France officiels (LPF, VBF, volailles de France, légumes de France...) pourraient bénéficier de cette mesure**. Il est nécessaire que ce taux réduit soit clairement affiché pour être perçu par le consommateur.

¹²⁸ CEDEF, « Quels sont les taux de TVA en vigueur en France et dans l'Union européenne ? », 2022, <https://www.economie.gouv.fr/cedef/taux-tva-france-et-union-europeenne>.

Encart : spécificité des systèmes de taxation en Outre-mer

Il convient de mentionner que cette mesure s'applique uniquement pour la France métropolitaine. En effet, sur les territoires d'Outre-Mer le contexte et le système de TVA est différent. Tout d'abord certains territoires sont exonérés de TVA comme l'île de Mayotte. Ensuite le taux de TVA appliqué dans les autres territoires est de 8,5% sur les produits alimentaires classiques et de 2,1% pour les fruits.

De plus, il convient également de mentionner qu'il existe dans ces territoires une taxation supplémentaire appelée « octroi de mer », payée aux douanes par les entreprises importatrices, généralement de 10 à 30% fixée par les collectivités, qui s'applique sur les produits importés.

○ **Soutenir un système de chèque alimentaire sur les produits durables**

Dans un second temps, Jeunes Agriculteurs souhaite soutenir **un système de chèque alimentaire sur des produits français et durables**.

La loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets, prévoit dans son article 259 la mise en place d'un « chèque alimentaire durable ». Dans les deux mois à compter de la promulgation de la loi, le Gouvernement devait remettre au Parlement un premier rapport intermédiaire sur les modalités et les délais d'instauration de ce chèque ainsi que sur les actions mises en place en la matière. Puis, six mois après la promulgation de la loi, le Gouvernement devait remettre au Parlement un deuxième rapport sur les conditions de la mise en œuvre de ce chèque (personnes bénéficiaires, produits éligibles, valeur faciale...). Cependant, ces rapports n'ont toujours pas vu le jour.

Pour Jeunes Agriculteurs, le chèque alimentaire doit être perçu comme un véritable outil de relance pour les producteurs et de reconquête de la souveraineté alimentaire. Il doit par ailleurs permettre de renforcer l'accès aux produits frais, locaux, de qualité pour les personnes en situation de précarité alimentaire. Ainsi, nous pensons que les produits éligibles à ce chèque alimentaire doivent être les produits cultivés ou, cultivés et transformés en France. Nous soutenons également un système de chèque alimentaire destiné aux personnes en difficultés financières et en particulier aux jeunes qui sont, selon nous, le premier public à éduquer sur le « bien-manger » à travers ce chèque alimentaire.

○ **Lutter contre le gaspillage alimentaire**

Dans un troisième temps, pour Jeunes Agriculteurs, rendre accessible à tous une alimentation saine et locale, passe par la mise en place de mesures de lutte contre le gaspillage. Cela passe notamment par **une révision des calibrages inscrits dans les cahiers des charges des industriels ou distributeurs**, notamment sur les fruits et légumes. Selon une étude de l'ADEME, les pertes et gaspillages en phase de production agricole, élevage, pêche et aquaculture représentent 3,2 M tonnes de produits agricoles bruts par an, soit 4% de la production totale. Ces pertes sont en majorité dues à la production jetée bien que saine, faute de répondre aux normes des cahiers des charges des industriels et distributeurs.¹²⁹

Côté profession agricole, depuis 2013, l'association SOLAAL organise et coordonne des dons alimentaires entre agriculteurs et associations de dons alimentaires. Jeunes Agriculteurs en synergie

¹²⁹ ADEME, « Pertes et gaspillages alimentaires : l'état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire », 2016, <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/pertes-et-gaspillages-alimentaires-201605-rapport.pdf>.

avec d'autres acteurs du paysage agricole, est engagé dans cette opération de solidarité qui participe à lutter contre le gaspillage alimentaire tout en venant en aide aux personnes les plus en difficultés.

Côté distributeurs, la loi contre le gaspillage alimentaire de 2016 pénalise le fait de rendre délibérément impropre à la consommation les invendus alimentaires encore consommables. D'ailleurs, selon l'ADEME « certains grands acteurs de la distribution ont engagé des plans d'actions de réduction des pertes et gaspillages, très logiquement d'ailleurs motivés par la recherche de la meilleure performance économique. Mais ces plans d'actions sont loin d'être mis en œuvre partout et ne permettent pas de réduire les pertes sur toutes les familles de produits ». Leurs estimations indiquent qu'en moyenne sur l'ensemble des canaux de distribution (hypermarchés, discount, drive...) le gaspillage global est de 3,3% des volumes de produits alimentaires distribués. »¹³⁰

Pour cela, nous pensons primordial de **renforcer les contrôles** du respect de la loi n° 2016-138 relative à la lutte contre le gaspillage alimentaire dans les enseignes, de développer les recours aux applications proposant des services de paniers « anti-gaspi » type « Too good to go », ainsi que **d'établir des liens forts entre distributeurs, industriels et associations de dons alimentaires**.

Enfin, Jeunes Agriculteurs estime essentiel de rappeler que compte tenu du fait que 33% du gaspillage alimentaire provient de la phase de « consommation », ce qui représente l'équivalent de 20 kg/hab/an de déchets alimentaires, dont 7 kg de produits alimentaires encore emballés, il apparaît primordial de **renforcer l'éducation et la communication sur ce sujet**. Cela représente une étape clé pour pouvoir rendre accessible à tous une alimentation saine, française et de saison, et ainsi, répondre aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui, soucieux de leurs dépenses, tout en préservant les filières agricoles françaises.¹³¹

PROPOSITION 14 : RENFORCER LA TRANSPARENCE ALIMENTAIRE PAR LA REVISION DE LA REGLEMENTATION SUR L'ETIQUETAGE

Première source d'information et vitrine du produit pour le consommateur, l'étiquetage et sa réglementation ont donc une importance particulière concernant la consommation alimentaire. Support privilégié de la communication marketing, il convient de ramener de la clarté pour les consommateurs, perdus entre informations et publicités selon les dires des associations qui les représentent. Pour cela, Jeunes Agriculteurs propose de réviser la réglementation de l'étiquetage des produits alimentaires.

- **Harmoniser l'étiquetage européen**

Les normes d'affichage d'informations sur les produits alimentaires différant selon les pays membres de l'UE, il y a un enjeu d'**harmonisation des exigences au sein de l'Union européenne**. Cela permettrait aux consommateurs européens d'avoir une base commune d'informations connues quant à leur alimentation. De même, il est urgent que le Gouvernement attribue **des moyens financiers supplémentaires aux contrôles sur l'origine des produits** auprès des industriels afin d'éviter et de détecter de potentielles fraudes entre l'origine indiquée et l'origine réelle du produit.

¹³⁰ ADEME.

¹³¹ ADEME, « Réduire le gaspillage alimentaire », ADEME, 5 novembre 2020, <https://www.ademe.fr/expertises/dechets/passer-a-l'action/eviter-production-dechets/dossier/reduire-gaspillage-alimentaire/enjeux>.

Dans un souci de transparence avec les consommateurs, nous exigeons non pas le retour de l'expérimentation, mais l'obligation pleine et entière de l'étiquetage des pays d'origine des produits. Nous regrettons l'arrêt C-485/18 du 1er octobre 2020 de la Cour de justice de l'Union européenne qui déclare : qu'un Etat Membre ne peut imposer un tel étiquetage, que si à la fois la majorité des consommateurs attachent une importance significative à cette information et s'il y a un lien avéré entre certaines propriétés d'une denrée alimentaire et son origine. Nous estimons que ces deux conditions sont réunies. Nous demandons que les parlementaires qui se sont si prestement mis en conformité avec le droit européen légifèrent à nouveau aussi rapidement dans le sens d'une obligation de l'étiquetage d'origine. L'Etat doit imposer ce sujet au niveau européen. Nous proposons de **rendre obligatoire la mention d'origine nationale à tous les produits alimentaires** (notamment les produits transformés) **tous circuits de distribution confondus** (notamment en restauration hors foyer).

- **Lutter contre et sanctionner les allégations trompeuses**

Jeunes Agriculteurs souhaite ensuite **lutter contre et sanctionner les allégations déceptives**¹³² qui amènent le consommateur à penser qu'un produit alimentaire est français, au sens produit en France, lorsque ce n'est pas le cas. Nous pensons par exemple aux inscriptions du type « fabriqué en France ».



Figure 17 : Exemple d'étiquetages trompeurs de produits alimentaires

Depuis la promulgation de la loi EGalim 2 en octobre 2021, l'interdiction d'utiliser le drapeau français ou la carte de France si les ingrédients primaires ne sont pas français afin d'encadrer les dérives constatées, est une mesure encourageante. Toutefois, il faut continuer d'accompagner en interdisant l'inscription d'allégations mentionnant un pays qui n'est pas celui d'origine des ingrédients primaires. Cela inclut les mentions « fabriqué/ cuisiné / conditionné en France » ou toute autre mention trompeuse pour les consommateurs. Il convient également de renforcer les contrôles en magasins afin de s'assurer que la loi EGalim 2 est bien respectée en termes d'étiquetage.

Il faudra donc veiller à ce que la refonte des règles d'affichage de l'origine, comme proposé précédemment, soit contraignante pour lutter contre les allégations déceptives.

- **Développer la traçabilité numérique de l'alimentation**

Pour finir, à l'instar des applications numériques qui se développent, nous proposons de **développer les systèmes de traçabilité numérique** des produits alimentaires, type « QR code ». Ce type de système fonctionne grâce au principe de la blockchain, dont l'utilisation a été rendue célèbre

¹³² Déceptif.ve = Se dit d'une marque ou d'une publicité propre à tromper le consommateur sur la nature, la provenance géographique ou la qualité d'un produit ou d'un service.

par le développement des crypto-monnaies. Dans un rapport de 2018, l'Assemblée nationale définit la blockchain comme « un registre, une grande base de données qui a la particularité d'être partagée simultanément avec tous ses utilisateurs, tous également détenteurs de ce registre, et qui ont également tous la capacité d'y inscrire des données, selon des règles spécifiques fixées par un protocole informatique très bien sécurisé grâce à la cryptographie ». En d'autres termes, il s'agit d'une technologie de stockage et de transmission d'informations offrant une haute transparence et une haute sécurité.¹³³

Côté alimentation, certains pionniers de la traçabilité alimentaire ont intégré depuis 2018 cette technologie via des QR codes sur étiquettes sur environ 200 produits comme des légumes ou encore des œufs, du poulet, du saumon ...¹³⁴

Créer ce type de système de traçabilité peut prendre plusieurs mois et le coût du processus est aujourd'hui supporté par les marques ou les distributeurs. Pour faciliter le recensement des informations et leur accessibilité, la généralisation des boucles électroniques (à ce jour obligatoire en ovins et caprins seulement) peut se révéler un outil intéressant, facilitant ainsi le travail de l'éleveur et permettant de recenser l'ensemble des informations utiles à la mise en place de la blockchain. Jeunes Agriculteurs souhaite une aide financière pour la mise en place des boucles électroniques quand celles-ci sont obligatoires. Il est important de rappeler que le coût de cette application ne doit pas être supporté par l'agriculteur.

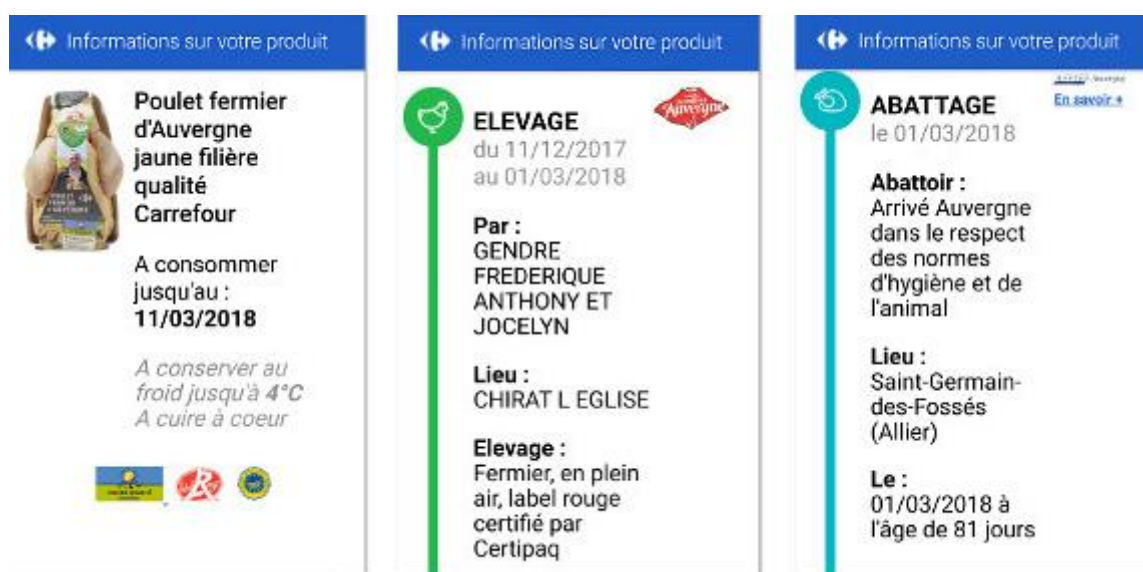


Figure 18 : Exemple de traçabilité numérique mis en place par Carrefour sur du poulet fermier
135

Développer la blockchain via des systèmes de QR codes, aussi bien dans les circuits de distribution que dans les circuits de RHF, permettrait de renforcer la confiance entre les consommateurs et leur alimentation. Ainsi, on peut imaginer un QR code à flasher sur l'étiquette du produit ou sur le menu du restaurant qui permettrait de regrouper un ensemble d'informations telles que celles

¹³³ Ministère, « Qu'est-ce que la blockchain ? », 20 septembre 2019, <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/blockchain-definition-avantage-utilisation-application>.

¹³⁴ Clément Lesaffre, « Traçabilité alimentaire : grâce à la blockchain, la transparence s'invite sur les emballages », *Europe 1*, 2 mai 2021, <https://www.europe1.fr/economie/tracabilite-alimentaire-grace-a-la-blockchain-la-transparence-sinvite-sur-les-emballages-4042081>.

¹³⁵ B Merlaud, « La blockchain chez Carrefour, pour quoi faire ? », 6 mars 2018, <https://www.lineaires.com/la-distribution/la-blockchain-chez-carrefour-pour-quoi-faire-51650>.

sélectionnées par Carrefour (voir figure 18) afin d'informer au mieux les consommateurs sur les caractéristiques de son alimentation en laissant le choix au producteur d'afficher son nom ou pas sur la liste des informations fournies.

Un système de ce type peut être envisagé sur certains produits en vente directe par l'agriculteur, mais il est nécessaire que les agriculteurs soient accompagnés pour pallier les éventuels surcoûts de mise en place (logistiques, administratifs...)

Ces dispositifs de traçabilité numérique peuvent aussi compléter utilement le dispositif de "rémunérascoré" voté dans la loi Egalim 2. Ils pourraient permettre d'apporter des informations sur la construction du prix et la répartition des marges du produit considéré.

PROPOSITION 15 : VALORISER ET RENFORCER LES SYSTEMES DE LABELS ET CERTIFICATIONS

Un des éléments qui a été le plus mis en avant, lors des auditions que nous avons pu réaliser, est la confusion des consommateurs face à la multiplicité des labels et certifications existants. Ces dernières années, ils ont vu fleurir dans les rayons de nombreux nouveaux logos correspondant à des marques et labels privés mentionnant des allégations relatives à la santé ou à l'environnement dont le cahier des charges n'est cependant pas toujours transparent ou accessible. Il est alors difficile pour ces labels de justifier d'une vraie valorisation financière qui reviendrait à l'agriculteur pour les pratiques différenciantes qu'il aurait mises en place. De plus, cela participe à créer une grande confusion et une grande méfiance chez le consommateur qui peut finalement avoir du mal à reconnaître les vrais signes de qualité officiels (les SIQO), des labels privés.

Face à ces constats, Jeunes Agriculteurs estime essentiel de valoriser et renforcer les systèmes de labels et certifications afin de ramener de la clarté pour les consommateurs et permettre aux agriculteurs et agricultrices d'être en mesure d'associer une vraie valeur ajoutée commerciale à leurs produits labélisés.

Tout d'abord, Jeunes Agriculteurs souhaite **réaffirmer son soutien au modèle des signes d'identification de la qualité et de l'origine** (AOP, IGP, AB, Label Rouge et STG) qui font référence à un cahier des charges précis et transparent ainsi qu'un plan de contrôle, reconnu par les consommateurs et les professionnels, et permet donc d'amener une réelle valorisation économique à un ensemble de pratiques définies. En 2020 en France, 1 183 produits étaient certifiés par un signe officiel d'identification de la qualité et de l'origine.¹³⁶

Ensuite, nous proposons d'**interdire l'apposition d'un logo ou d'une mention valorisante sur les produits alimentaires venant de démarches privées** n'étant pas officiellement reconnues par le ministère de l'Agriculture, ou sans plan de contrôle certifié par un organisme indépendant. Cela garantirait de la transparence aux consommateurs et permettrait ainsi de regagner leur confiance. Cette mesure nous apparaît nécessaire. De plus, cela permettrait de réhabiliter les initiatives apportant une vraie valeur ajoutée contrôlée aux produits, et donc une meilleure rémunération des producteurs.

Nous souhaitons **encourager la mutualisation des cahiers des charges des certifications et labels proches** afin de rassembler les initiatives similaires et ainsi limiter l'émergence de nouvelles marques et logos. Cela permettrait de réduire la confusion chez le consommateur et, à l'inverse, renforcer sa confiance envers les labels déjà existants. Ainsi, Jeunes Agriculteurs se positionne en défaveur de la

¹³⁶ INAO, « SIQO », 2020, <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO>.

création d'un étiquetage spécifique bien-être animal mais plutôt, s'il y a lieu, en faveur de l'enrichissement des cahiers des charges des labels et certifications existantes.

Enfin, nous tenons à rappeler que le Nutriscore ne nous paraît pas refléter la qualité des produits à leur juste valeur. Il faudrait intégrer au calcul les produits ajoutés lors de la transformation et soumis à controverse tels que l'aspartame, les conservateurs, les additifs, etc. Ceci permettrait de revaloriser les produits simples tels que les fromages.

PROPOSITION 16 : RELOCALISER LES APPROVISIONNEMENTS DE LA RESTAURATION HORS FOYER

Selon INTERFEL, 48% de l'approvisionnement en fruits et légumes de la RHF est importé ¹³⁷. D'après une étude de l'IDELE, 52% de la viande consommée hors foyer est importée, c'est le premier débouché des viandes étrangères, pour certaines filières les chiffres peuvent être encore plus élevés ¹³⁸. D'autres filières, comme les produits laitiers sont plus performantes en restauration sur le territoire national, « seulement » 27% des produits laitiers consommés en RHF sont importés ¹³⁹. Même si certains produits français se retrouvent plus facilement dans les recettes des restaurateurs privés ou publics, la part d'import reste particulièrement importante en RHF.

Aussi, comme nous l'avons mis en avant précédemment, la restauration hors domicile connaît actuellement une montée en puissance, qui malgré la crise du Covid-19 devrait se poursuivre. En effet, le développement de la vente en livraison ou à emporter n'avait pas complètement compensé les pertes liées aux restrictions sanitaires dans les établissements, mais avec une croissance stable d'environ 1,8% en moyenne dans leur budget depuis 2010, les professionnels interrogés sont confiants sur la reprise et la continuité de la croissance des dépenses des ménages en RHF.

Il y a donc un enjeu majeur du « manger français » dans nos établissements de restauration, qu'ils soient privés ou publics. Sur ce point le comportement du consommateur est parfois paradoxal, comme nous avons pu le souligner précédemment, la restauration est vue comme un moment de loisir et de détente, aussi les informations concernant par exemple l'origine des produits étant moins ostentatoire, le consommateur est alors globalement moins regardant concernant ses attentes que lorsqu'il fait les courses en grande surface par exemple. C'est là que la profession agricole doit intervenir pour sensibiliser les consommateurs sur leurs choix de consommation lorsqu'ils mangent à l'extérieur de chez eux. La RHF étant un débouché qui tend à devenir de plus en plus important, c'est un réel enjeu de préservation des filières agricoles françaises. Pour l'ensemble de ces raisons, Jeunes Agriculteurs a choisi de formuler un ensemble de propositions incitatives pour combler la fuite d'importations qui approvisionnent la RHF et donc ainsi, relocaliser les approvisionnements de la restauration hors domicile.

○ **Extension de l'obligation de l'affichage de l'origine**

Tout d'abord, cela pourrait se traduire par **l'extension de l'obligation d'affichage de l'origine des viandes, à l'ensemble des principaux produits du plat proposé** à la carte (légumes, fruits...). Dans cette même optique, et comme présenté dans une proposition précédente, la mise en place d'un

¹³⁷ Interfel, « Filière des fruits et légumes frais et restauration hors domicile », décembre 2020, <https://www.interfel.com/wp-content/uploads/2021/02/interfel-rhd-2020-vf.pdf>.

¹³⁸ IDELE, « Où va le boeuf ? Quel produit pour quel marché ? », novembre 2019, https://www.interbev-normandie.fr/_medias/NORM/documents/4_pages_-_ou_va_le_boeuf_-_pour_interbev_-_vf.pdf.

¹³⁹ IDELE, « Où va le lait de vache collecté et transformé en France ? », 15 avril 2019, <https://www.pleinchamp.com/actualite/elevage~ou-va-le-lait-de-vache-collecte-et-transforme-en-france>.

système de QR code sur les cartes de menu permettrait de rendre directement accessible l'ensemble de ces informations intéressantes pour les consommateurs, comme l'origine ou les signes de qualité et labels éventuels des produits. Les restaurateurs pourraient également compléter cette fiche de traçabilité numérique d'un ensemble d'informations utiles comme les allergènes par exemple. Cette proposition est une mesure incitative à destination des restaurateurs et restauratrices, afin qu'ils soient plus attentifs à leurs sources d'approvisionnement et qu'ils privilégient des produits locaux, aujourd'hui attrayant pour les consommateurs. Cela permettrait également d'informer et de sensibiliser le consommateur sur le contenu de son assiette.

○ **Valorisation de l'alimentation française**

La loi EGalim promulguée en novembre 2018 et la loi Climat et Résilience d'août 2021 comportent des objectifs durables. Ces deux lois fixent les objectifs suivants :

- 50% de produits durables et de qualité dont 20% de produits issus de l'agriculture biologique au 1er janvier 2022 (loi EGalim)
- 60% de produits durables et de qualité pour les viandes et poissons au 1er janvier 2024 (loi Climat et Résilience).

Pour aller dans le sens de ces attentes, Jeunes Agriculteurs demande à horizon 2025, l'obligation de repas 100% français dans toute la restauration publique.

○ **Réintroduire la transformation des produits dans les établissements publics**

Enfin, concernant la restauration publique et donc les cantines des établissements scolaires ou médicaux, Jeunes Agriculteurs se positionne en faveur de la **réintroduction de la transformation directement dans les établissements**, afin de pouvoir privilégier un approvisionnement local dans les menus à moindre coût. En effet, le prix, souvent un frein à l'approvisionnement local en restauration collective tend à être mieux géré et donc limité lorsqu'un cuisinier est directement présent dans les établissements. Celui-ci adapte les quantités directement sur place en prenant en compte les besoins nutritionnels de chacun. Ce système permet d'être plus adapté à son public et évite le gaspillage tout en réduisant les coûts. Le principal investissement pour développer cela reste l'équipement de cuisine. Sur ce point nous pensons que l'Etat doit financer une part de l'enveloppe afin de promouvoir l'approvisionnement français, l'emploi local, l'économie circulaire et l'éducation au « bien-manger » pour nos enfants. Durant les périodes de vacances scolaires, il conviendra de mettre en relation les établissements avec des conserveries et légumeries comme porté dans le Plan de Relance 2020.

En restauration scolaire, à ce jour, les factures envoyées aux parents comportent uniquement le coût des repas à prendre en charge par la famille. Afin de sensibiliser les parents au vrai coût de l'alimentation, **Jeunes Agriculteurs propose de faire apparaître le coût réel des repas**, ainsi que la part prise en charge par la collectivité, puis le coût final restant à la charge des familles.

Finalement et toujours concernant la restauration collective, **la réorientation des appels d'offres** sur des produits BIO locaux ou à défaut d'approvisionnement suffisant, sur des produits locaux issus de l'agriculture durable ou conventionnelle permettrait aussi de promouvoir l'origine France et ainsi permettre aux agriculteurs de la zone d'être rémunérés localement et éviter le recours à des produits bio importés. Des initiatives ont vu le jour poussées par certaines chambres d'agriculture comme « ApproLocal » (Pays-de-la-Loire, Haut-de-France, Loiret), plateforme permettant de faire le lien pour les gestionnaires, restaurateurs en restauration hors domicile et des producteurs locaux. Jeunes Agriculteurs doit encourager ce type de dispositif en en faisant la promotion dans nos réseaux et auprès des collectivités.

CONCLUSION

Bien que les consommateurs aient une multitude de visages différents, nous avons pu observer ces dernières années des tendances de fond qui correspondent aux nouvelles grandes attentes d'aujourd'hui.

Les consommateurs sont devenus des consom'acteurs avec des attentes nouvelles et fortes sur les sujets de la préservation des ressources, portant sur le bien-être animal et sur la lutte contre le changement climatique. Ils sont aussi particulièrement demandeurs de produits locaux, tendance amplifiée pendant la crise sanitaire de la Covid-19. Cependant, l'écart constaté entre les attentes du consommateur et son réel acte d'achat n'est pas négligeable et doit être pris en compte, tout comme les raisons qui le poussent à cette dichotomie (pouvoir d'achat, abandon des produits bruts vers les produits transformés, priorisation des autres dépenses du foyer par rapport à l'alimentation...)

En parallèle, on constate une grande méconnaissance du monde agricole et de ses pratiques. Ce manque de connaissances est multifactoriel : manque d'éducation à l'alimentation, urbanisation de la population, etc. Il accentue la fracture entre consommateurs et producteurs. Néanmoins, nous observons également un grand attachement de la part des citoyens à la ruralité, à celles et ceux qui l'incarnent et au patrimoine gastronomique français. La crise sanitaire ayant également permis de revaloriser les métiers de l'agriculture, une large majorité de Français déclare faire confiance aux agriculteurs et agricultrices.

Nous avons également pu constater la dimension internationale des enjeux alimentaires et agricoles. Les événements géopolitiques que la communauté internationale traverse depuis plusieurs semaines ont fortement impacté le monde agricole dans sa façon de produire, dans la vision qu'il dégage et dans la responsabilité qui est la sienne : nourrir la population en temps de guerre. Par ailleurs, la souveraineté alimentaire est impactée par de nombreux facteurs : la forte croissance démographique, la précarisation alimentaire et le lien alimentation-santé. Jeunes Agriculteurs doit porter une vision ambitieuse, économique et durable pour l'agriculture française en tant que source d'alimentation.

Avec la rédaction de ce rapport, Jeunes Agriculteurs a voulu porter la vision de son réseau et donner des clés au monde agricole pour faire converger attentes des consom'acteurs et pérennisation des filières agricoles françaises.

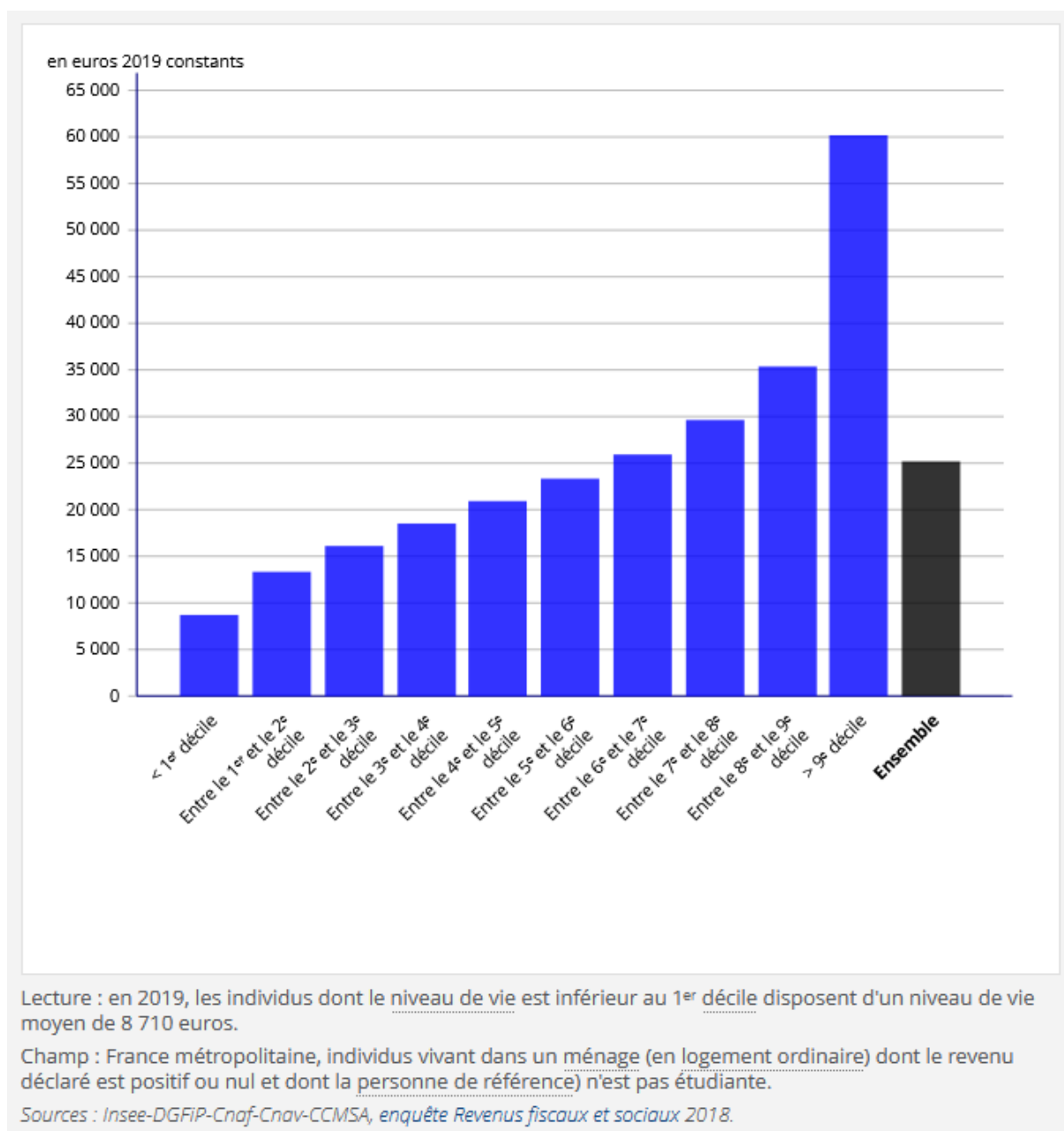
Les maîtres mots de notre vision répondant aux objectifs de ce rapport sont : éducation, ambition, innovation, harmonisation, accessibilité, transparence et rémunération.

Nous sommes convaincus que l'éducation et la communication sur les pratiques agricoles et l'alimentation sont les clés de voûte pour faire converger les demandes respectives des consommateurs et des agriculteurs. En construisant des filières animales et végétales, rémunératrices, ambitieuses et innovantes, une unicité européenne, un lien renforcé entre territoires et alimentation, ainsi qu'en relocalisant et rendant accessible à tous une alimentation saine et française, nous pourrions assurer les attentes des consommateurs et pérenniser les filières agricoles.

C'est en étant soutenu par des consommateurs sensibilisés, écoutés et responsables que le monde agricole pourra continuer de se réinventer pour faire perdurer ses filières.

Il est désormais primordial que consommateurs et producteurs avancent ensemble afin d'œuvrer pour garantir la souveraineté alimentaire française et européenne, fondée sur une durabilité économique, environnementale et sociale. Jeunes Agriculteurs sera l'acteur majeur de ce changement.

ANNEXES



Le niveau de vie est égal au revenu disponible du ménage divisé par le nombre d'unités de consommation (UC). Le niveau de vie est donc le même pour tous les individus d'un même ménage.

Annexe 1 : Niveau de vie moyen par décile en 2019.

Le principe

"4 saisons à la ferme" s'inscrit dans le cadre et les objectifs de l'enseignement des sciences et de la technologie à l'occasion de l'éducation à l'environnement et à la citoyenneté.

Le contenu

Destiné à des élèves de cycle 2, "4 saisons à la ferme" consiste en deux visites d'un après-midi à différents moments de l'année sur une même ferme (proche de l'école).

Les visites sont découpées en trois ateliers d'environ 20-25 min. avec des possibilités d'adaptation selon la vie de l'exploitation.

Visite 1 : Les productions agricoles de la ferme et leur devenir, l'élevage et ses bâtiments spécifiques

- Atelier 1 : Visite de l'élevage avec l'éleveur pour aborder les naissances, la traçabilité et l'alimentation du troupeau ;
- Atelier 2 : Rallye photo sur la ferme : reconnaissance et description des bâtiments présents sur l'exploitation ;
- Atelier 3 : Le devenir des produits de la ferme : le lait et la viande.

Visite 2 : Les productions végétales : quels outils agricoles pour les cultiver, à quelle saison et quel est leur devenir

- Atelier 1 : Quatre saisons à la ferme : les animaux et le travail des champs au fil des saisons ;
- Atelier 2 : Reconnaissance des végétaux cultivés sur la ferme : nom, photo et devenir de ces végétaux sur la ferme et en dehors ;
- Atelier 2 : Reconnaissance du matériel de la ferme : nom, photo et fonction.

Un carnet est distribué à chacun des élèves : il reprend les notions abordées lors des visites et peuvent être réinvesties en classe.

Le calendrier

Avant mi-octobre : les enseignants intéressés doivent se manifester auprès de CoSE (cose.association@gmail.com ou 07 87 11 91 62)

Il est apprécié que l'enseignant rencontre l'éleveur sur sa ferme en amont des visites.

Décembre / janvier : première visite avec les élèves

Février / mars : deuxième visite avec les élèves.

Pour des échanges privilégiés, un maximum de 8 élèves par atelier est nécessaire (soit moins de 24 élèves au total).

Lors de chaque visite, 3 encadrants doivent être présents. Les périodes peuvent être adaptable en fonction de la disponibilité de l'éleveur et de la possibilité des écoles.

Qui sommes nous ?

CoSE

compréhension et communication
société élevage

L'association CoSE (Connaissance et compréhension Élevage et Société) a pour vocation de maintenir des liens entre agriculteurs et consommateurs-citoyens.

Un de ses projets est de travailler avec l'Éducation Nationale pour que, dès leur plus jeune âge, les enfants aient l'occasion de comprendre d'où vient leur alimentation et d'avoir une lecture des paysages et des activités agricoles qu'ils côtoient.

Contact

Anthony Albinet, responsable promotion de l'agriculture CoSE - 06 82 26 17 04

Pauline Gayraud, chargée de mission pour CoSE - 07 87 11 91 62

Annexe 1 : Extrait de la présentation du projet éducatif du CoSE

Favoriser l'usage des plantes en élevage.
Liste de plantes à effet biostimulant et adaptogène
 Liste établie à dire d'experts. ITAB, mars 2019

	Nom français	Partie de la plante utilisée	Listes existantes	Commentaires liés à la pharmacopée
<i>Listes existantes :</i> <i>pharmacopée, canada, Liste des plantes inscrites au tableau 1 du règlement 37/2010, PHF pour pharmacopée française - liste A ou B).</i> <i>Les plantes sont susceptibles d'être utilisées sous forme d'extrait, distillat ou plantes séchées.</i>				
<i>Abies sp</i>	Sapin blanc, douglas, géant, Sapin argenté	Aiguilles	PHF A (bourgeon, térébenthine) pour sapin argenté	
<i>Achillea millefolium</i>	Achillée millefeuille	Sommité fleurie	PHF A (sommité fleurie)	
<i>Acorus calamus</i>	Roseau odorant	Rhizome	PHF A (rhizome)	PHF A : Acorus calamus L var. americanus
<i>Aesculus hippocastanum</i>	Marronnier d'Inde		PHF A (écorce de tige, graine)	
<i>Agropyrum repens</i>	Chiendent	Rhizome	PHF A (rhizome)	
<i>Ajuga reptans</i>	Bugle rampant	Plante entière		
<i>Alchemilla vulgaris</i>	Alchémille vulgaire (pied de lion)	Partie aérienne	PHF A (partie aérienne)	PHF A : Alchemilla xanthochlora Rothm.
<i>Allium sativum</i>	Ail	Bulbe	PHF A (bulbe)	
<i>Alnus glutinosa</i>	Aulne	Feuille, bourgeon		
<i>Aloe vera</i>	Aloès	Feuille	PHF A (feuille, mucilage)	
<i>Althea officinalis</i>	Guimauve officinale	Feuille, fleur, racine	PHF A (feuille, fleur, racine)	
<i>Anethum graveolens</i>	Aneth	Feuille et fruit		
<i>Angelica archangelica</i>	Angélique	Racine et fruit	PHF A (fruit, partie souterraine)	
<i>Anthemis nobilis</i>	Camomille romaine	Capitule	PHF A (capitule)	PHF A pour Camomille matricaire (sans information sur partie utilisée)
<i>Anthriscus cerefolium</i>	Cerfeuil	Feuille		
<i>Arctium lappa = Arctium majus</i>	Bardane commune	Racine et feuille	PHF A (feuille, racine)	
<i>Arctostaphylos urva-ursi</i>	Busserole officinale	Feuille	PHF A (feuille)	
<i>Arnica montana</i>	Arnica	Fleur	PHF A (capitule)	
<i>Artemisia absinthium</i>	Armoise (grande absinthe)	Partie aérienne		PHF A pour Artemisia pontica L. (feuille et sommités fleuries)
<i>Artemisia annua</i>	armoise de Chine	Partie aérienne		
<i>Artemisia dracunculus</i>	Estragon	Partie aérienne	PHF A (partie aérienne)	
<i>Artemisia herba alba</i>	Armoise blanche	Partie aérienne		
<i>Artemisia vulgaris</i>	Armoise commune	Partie aérienne	PHF A (feuilles et sommité fleurie)	
<i>Asperula odorata</i>	Aspérule odorante	Partie aérienne fleurie	PHF A (partie aérienne fleurie)	
<i>Aspidium filix mas</i>	Fougère mâle	Feuille et racine	PHF B (partie souterraine)	

	Nom français	Partie de la plante utilisée	Listes existantes	Commentaires liés à la pharmacopée
<u>Listes existantes</u> : pharmacopée, canada, Liste des plantes inscrites au tableau 1 du règlement 37/2010, PHF pour pharmacopée française - liste A ou B). Les plantes sont susceptibles d'être utilisées sous forme d'extrait, distillat ou plantes séchées.				
<i>Avena sativa</i>	Avoine	Partie aérienne verte avant floraison	PHF A (partie aérienne, fruit)	
<i>Azadirachta indica</i> A	Neem (margousier)			
<i>Ballota nigra</i>	Ballote fétide	Sommité fleurie	PHF A (sommité fleurie)	
<i>Bellis perennis</i>	Pâquerette	Fleur	PPH (plante entière fleurie fraîche)	
<i>Betula nigra</i>	Bouleau noir	Feuille, écorce		
<i>Betula pendula</i> = <i>Betula alba</i>	Bouleau blanc / pleureur / veruqueux	Feuille, écorce, bourgeon	PHF A (écorce de tige, feuille)	
<i>Blupleurum fruticosum</i>	Buplèvre ligneux			
<i>Borago officinalis</i>	Bourrache commune	Partie aérienne et fleur	PHF A (partie aérienne, fleur)	Précaution : Utilisation sur des délais courts
<i>Brassica oleracea</i>	Chou	Feuille		
<i>Calamintha officinalis</i>	Calament (menthe des montagnes)	Sommités fleurie	PHF A (sommité fleurie)	
<i>Calendula sp</i>	Souci (des jardins)	Capitule	PHF A (capitule, fleur)	
<i>Calluna vulgaris</i>	Callune ou Bruyère commune	Sommité fleurie	PHF A (sommité fleurie)	décrite comme "fausse bruyère"
<i>Cananga odorata</i>	Ylang ylang			
<i>Capsella bursa psatoris</i>	Bourse à pasteur	Partie aérienne	PHF A (partie aérienne fleurie)	
<i>Capsicum annuum</i>	Paprika	Fruit		
<i>Carlina acaulis</i>	Carline	Partie aérienne		
<i>Carum carvi</i> (= <i>Apium carvi</i>)	Carvi		PHF A (carvi)	
<i>Castanea sativa</i>	Châtaigner commun			
<i>Cedrus spp</i>	Cedrus			
<i>Centaureum umbellatum</i> = <i>Centaureum erythraea</i>	Petite centaurée		PHF A (sommité fleurie)	
<i>Centella asiatica</i>	Hydrocotyle asiatique		PHF A (partie aérienne)	
<i>Prunus cerasus</i>	Queue de cerise	Pédoncule	PHF A (pédoncule du fruit = queue de cerise)	Griottier Cerisier griottier <i>Prunus cerasus</i> L., <i>P. avium</i> (L.) L.
<i>Ceratonia siliqua</i>	Fève de caroubier (figuier d'Egypte)		PHF A (graine,	
<i>Cetraria islandica</i>	Mousse (lichen) d'Islande	Thalle	PHF A (thalle)	
<i>Chamomilla recutita</i>	Matricaire (camomille allemande)	Capitule	PHF A (capitule)	
<i>Chrysanthellum americanum</i>	Chrysanthellum d'Amérique (camomille d'or)			PHF A pour <i>Chrysanthellum indicum</i> DC. var. <i>afroamericanum</i> B.L. Turner (partie aérienne)
<i>Cichorium intybus</i>	Chicorée sauvage	Feuille et racine	PHF A (feuille, racine)	
<i>Cinchona officinalis</i>	Quinquina jaune royal			PHF A pour <i>Cinchona pubescens</i> Vahl (= <i>C. succirubra</i> Pavon), hybrides ou variétés et <i>Cascarilla magnifolia</i> Wedd. (écorce)

	Nom français	Partie de la plante utilisée	Listes existantes	Commentaires liés à la pharmacopée
<u>Listes existantes :</u> pharmacopée, canada, Liste des plantes inscrites au tableau 1 du règlement 37/2010, PHF pour pharmacopée française - liste A ou B). Les plantes sont susceptibles d'être utilisées sous forme d'extrait, distillat ou plantes séchées.				
<i>Cinnamomum camphora</i>	Ravintsara			
<i>Cinnamomum cassiae</i>				PHF A pour <i>Cinnamomum cassia</i> Blume (= <i>Cinnamomum aromaticum</i> Nees) (écorce de tige)
<i>Cinnamomum zeylanicum</i>	Cannelle de ceylan		PHF A (écorce de tige raclée)	
<i>Cinnamomum cassia</i>	Cannelier de chine			
<i>Cistus ladanifer</i>	Cistus ladanifère			
<i>Citrus . spp</i>	Bergamote, Orange bigarade, Citron	Zeste	PHF A (épicarpe, mésocarpe)	
<i>Citrus aurantium spp amara</i>	Orange			
<i>Citrus reticulata Blanco</i>	Mandarine (d'Italie)	Zeste	PHF A (épicarpe, mésocarpe)	
<i>Cnicus benedictus</i>	Chardon béni	Partie aérienne		
<i>Cochlearia officinalis</i>	Cochléaire	Partie aérienne		
<i>Coffea arabica</i>	Café (d'Arabie)			
<i>Coriandrum sativum</i>	Coriandre		PHF A (fruit)	
<i>Corydthymus</i>	Capitatus	Partie aérienne		
<i>Corylus avellana</i>	Noisetier		PHF A (feuille)	
<i>Crataegus sp.</i>	Aubépine	Fleur, bourgeon	PHF A	PHF A (<i>Crataegus laevigata</i> (Poir.) DC. <i>C. monogyna</i> Jacq. (Lindm.) (= <i>C. oxyacanthoides</i> Thuill.), <i>C. pentagyna</i> Waldst. et Kit. ex Willd., <i>C. nigra</i> Waldst. et Kit., <i>C. azarolus</i> L.) (fleur et sommité fleurie) et <i>Crataegus laevigata</i> (Poir.) DC., <i>C. monogyna</i> Jacq. (Lindm.) (= <i>C. oxyacanthoides</i> Thuill.) (fleur)
<i>Crocus sativus</i>	Safran	Stigmates		
<i>Cucurbita maximum</i>	Potiron (grosse courge)		PHF A (graine)	<i>Curcubita maxima</i> Lam.
<i>Cuminum cuminum</i>	Cumin off			
<i>Cupressus sempervirens</i>	Cyprès		PHF A (cône)	
<i>Curcuma zanthorrhiza</i>	Curcuma (temu lawak)			PHF A pour <i>Curcuma domestica</i> Vahl (= <i>C. longa</i> L.) (rhizome)
<i>Cyanus segetum</i>	Bleuet			
<i>Cymbopogon sp.</i>	Palmarosa indien, citronnelle, lemongrass,	Partie aérienne		
<i>Cynara scolymus</i>	Artichaut	Feuille	PHF A (feuille)	
<i>Daucus carota</i>	Carotte	Racine		

	Nom français	Partie de la plante utilisée	Listes existantes	Commentaires liés à la pharmacopée
Listes existantes :	pharmacopée, canada, Liste des plantes inscrites au tableau 1 du règlement 37/2010, PHF pour pharmacopée française - liste A ou B). Les plantes sont susceptibles d'être utilisées sous forme d'extrait, distillat ou plantes séchées.			
<i>Desmodium ovalifolium</i>	Desmodie ovalifoliée (zarabacoa galana)			
<i>Dipsacus fullonum</i>	Cardère	Feuille		
<i>Dryopteris filix mas</i>	Fougère mâle		PHF B (partie souterraine)	
<i>Echinacea angustifolia</i> DC	Echinacée à feuilles étroites		PHF A (partie souterraine)	
<i>Echinacea purpurea</i>	Echinacée pourpre		PHF A (partie aérienne fleurie a, partie souterraine)	
<i>Equisetum arvense</i>	Prêle des champs		PHF A (partie aérienne stérile)	
<i>Erica cinerea</i>	Bruyère cendrée		PHF A (fleur)	
<i>Erigeron canadensis</i>	Vergerette du Canada		PHF A (partie aérienne)	
<i>Eryngium campestre</i>	Chardon Roland	Racine		
<i>Eschscholzia californica</i>	Pavot de Californie (globe du soleil)		PHF A (partie arérienne)	
<i>Eucalyptus</i> sp	Eucalyptus		PHF A (feuille) pour eucalyptus globulus	
<i>Eugenia caryophyllus</i> = <i>Caryophyllus aromaticum</i> = <i>Syzygium aromaticum</i>	Clou de girofle	Clou	PHF A (bouton floral)	
<i>Eupatorium cannabinum</i>	Eupatoire	Partie aérienne		
<i>Fagus sylvatica</i>	Hêtre	Bourgeon		
<i>Ficus carica</i>	Figuier	Bourgeon		
<i>Filipendula ulmaria</i>	Filipendule spirée (Reine des prés)		PHF A (fleur, sommité fleurie)	
<i>Foeniculum vulgare</i>	Fenouil commun	Feuille		
<i>Fraxinus excelsior</i>	Frêne commun		PHF A (feuille)	
<i>Fucus vesiculosus</i>	Algues / Varech vésiculeux			
<i>Fumaria officinalis</i>	Fumeterre		PHF A (partie aérienne fleurie)	
<i>Galium aparine</i>	Gaillet gratteron	Partie aérienne		
<i>Gaulthéria procumbens</i>	Gaulthérie couchée			
<i>Gentiana lutea</i> = <i>Gentiana purpurea</i>	Gentiane jaune (grande gentiane)		PHF A (partie souterraine)	
<i>Geranium Robertianum</i>	Géranium (herbe à Robert)		PHF A (plante entière)	
<i>Geum urbanum</i>	Benoîte	Rhizome/Racine		
<i>Ginkgo</i>	Biloba	Feuille		
<i>Glechoma hederacea</i>	Lierre terrestre		PHF A (partie aérienne fleurie)	
<i>Glycyrrhiza glabra</i>	Régisse	Racine		
<i>Hamamelis virginiana</i> L.	Hamamélis		PHF A (écorce de tige, feuille)	
<i>Helichrysum italicum</i> ,	Hélichryse, immortelle	Sommité fleurie		
<i>Hieracium pilosella</i>	Piloselle (veluette)		PHF A (plante entière)	
<i>Humulus lupulus</i>	Houblon	Cône	PHF A (poil glanduleux = lupulin)	
<i>Hypericum perforatum</i>	Millepertuis (herbe de Saint-Jean)		PHF A (sommité fleurie)	

	Nom français	Partie de la plante utilisée	Listes existantes	Commentaires liés à la pharmacopée
<u>Listes existantes :</u>	<i>pharmacopée, canada, Liste des plantes inscrites au tableau 1 du règlement 37/2010, PHF pour pharmacopée française - liste A ou B).</i> <i>Les plantes sont susceptibles d'être utilisées sous forme d'extrait, distillat ou plantes séchées.</i>			
<i>Hyssopus decumbens</i>	Hysope couchée		PHF A (feuille, sommité fleurie)	
<i>Hyssopus officinalis</i>	Hysope	Plante entière		
<i>Illicium verum</i>	Badiane	Fruit		
<i>Inula helenium</i>	Racine d'aunée (inule)		PHF A (partie souterraine)	
<i>Inula visquosa</i> (L.) Aiton	Inule visqueuse			
<i>Iris versicolor</i>	Iris commun	Racine		
<i>Juglans regia</i>	Noyer		PHF A (feuille, péricarpe)	
<i>Juniperus communis</i>	Genévrier commun		PHF A (cône femelle)	
<i>Juniperus oxycedrus</i>	Cade (genévrier oxycèdre)		PHF A (bois)	
<i>Laminaria spp</i>	Laminaire		PHF A (stipe, thalle)	
<i>Lamium album</i>	Ortie blanche (lamier blanc)		PHF A (corolle mondée, sommité fleurie)	
<i>Laurus nobilis</i>	Laurier noble		PHF A (feuille)	
<i>Lavendula sp</i>	Lavandes	Fleur	PHF A	
<i>Lemongrass</i>	<i>Cymbopogon flexuosus</i>			
<i>Leonurus cardiaca</i>	Agripaume	Partie aérienne		
<i>Levisticum officinale</i>	Livèche		PHF A (feuille, fruit, partie souterraine)	
<i>Lippia citriodora</i>	Verveine off			
<i>Litsée cubeba</i>	Litsée citronnée			
<i>Lycopus europaeus</i>	Chanvre d'eau	Partie aérienne		
<i>Lythrum salicaria</i>	Salicaire commune		PHF A (sommité fleurie)	
<i>Malva silvestris</i>	Grande mauve		PHF A (feuille, fleur)	
<i>Marrubium vulgare</i>	Marrube blanc		PHF A (feuille, sommité fleurie)	
<i>Matricaria suaveolens</i>	Camomille odorante Matricaire sans ligules = Fausse Camomille		PHF A (capitule)	
<i>Malaleuca alternifolia</i>	Tea Tree			
<i>Melaleuca quinquenervia</i>	Niaouli			
<i>Melaleuca cajuputi</i>	Cajepout			
<i>Melilotus officinalis</i>	Melilot	Partie aérienne		
<i>Melissa officinalis</i>	Mélisse	Partie aérienne, PS		
<i>Mentha sp.</i>	Menthes, Menthe poivrée, menthe verte	Partie aérienne	PHF A (feuille, sommité fleurie)	
<i>Monarda spp</i>	Monarde	Partie aérienne		
<i>Myristica fragrans</i>	Muscade (noix)	Noix	PHF A (graine)	
<i>Myrtus communis</i>	Myrte		PHF A (feuille)	
<i>Nasturhum officinale</i>	Cresson	Partie aérienne		
<i>Nepeta cataria</i>	Cataire			
<i>Ocimum basilicum</i>	Basilic		PHF A (feuille)	
<i>Ononis spinosa</i>	Bugrane	Racine		
<i>Origanum majorana</i>	Marjolaine cultivée		PHF A (feuille, sommité fleurie)	
<i>Origanum vulgare</i>	Marjolaine sauvage (Origan commun)		PHF A (feuille, sommité fleurie)	

	Nom français	Partie de la plante utilisée	Listes existantes	Commentaires liés à la pharmacopée
<u>Listes existantes</u> : pharmacopée, canada, Liste des plantes inscrites au tableau 1 du règlement 37/2010, PHF pour pharmacopée française - liste A ou B). Les plantes sont susceptibles d'être utilisées sous forme d'extrait, distillat ou plantes séchées.				
<i>Origan compactum</i>	Origan compact			
<i>Orthosiphon stamineus</i>	Moustaches de chat (Thé de Java)		PHF A (tige feuillée)	
<i>Panax Ginseng</i>	Ginseng		PHF A (partie souterraine)	
<i>Passiflora incarnata</i>			PHF A (partie aérienne)	
<i>Pelargonium X asperum</i>	Géranium rosat	Partie aérienne		
<i>Petroselinum sativum</i>	Persil	Partie aérienne	PHF A (fruits, racines)	
<i>Peumus boldus</i>	Boldo	Partie aérienne	PHF A (feuille)	
<i>Picea sp</i>				
<i>Pimenta dioica</i>	Toute-épice (piment de la Jamaïque), Bay de Saint Thomas			
<i>Pinus sp</i>			PHF A (partie à préciser en fonction des pins)	
<i>Piper nigrum</i>	Poivre	Fruit		
<i>Pistacia lentiscus</i>	Lentisque pistachier			
<i>Plantago sp.</i>	Plantains		PHF A (feuille)	
<i>Polygonum aviculare</i>	Renouée des oiseaux	Partie aérienne		
<i>Polygonum bistorta</i>	Benoîte	Partie aérienne		
<i>Potentilla erecta</i>	Potentille	Partie aérienne		
<i>Punica granatum L.</i>	Grenadier		PHF A (écorce de racine, écorce de tige)	
<i>Quillaja saponaria</i>	Bois de Panama (quillaja savonneux)		PHF A (écorce de tige)	
<i>Raphanus sativus</i>	Radis noir	Racine	PHF A (racine)	
<i>Ravensara</i>	Raventsara			
<i>Rheum off.br.palmatum</i>	Rhubarbe	Feuille		
<i>Rhododendron groenlandicum</i>	Lédon du groeland			
<i>Ribes nigrum</i>	Cassis	Feuille, fruit, bourgeon	PHF A (feuille, fruit)	
<i>Rosa sp</i>	Rose, Eglantier commun / cynorrhodons	Fleur, fruit, bourgeon	PHF A (fruit)	
<i>Rosmarinus officinalis L.</i>	Romarin	Feuille, sommité fleurie	PHF A (feuille, sommité fleurie)	
<i>Rubus fruticosus</i>	Ronce	Feuille, jeune pousse		
<i>Rubus idaeus</i>	Framboisier	Partie aérienne, feuille, jeune pousse		
<i>Ruscus aculeatus</i>	Petit houx	Rhizome		
<i>Salvia officinalis</i>	Sauge officinale (dalmate)	Feuille	PHF A (feuille)	
<i>Salvia sclarea</i>	Sauge sclérée	Sommité fleurie, feuille	PHF A (feuille, sommité fleurie)	
<i>Sambucus ebulus</i>	Sureau hièble	Feuille		
<i>Sambucus nigra</i>	Fleurs de sureau (noir)	Fleur, fruit, bourgeon	PHF A (fleur, fruit)	
<i>Santolina chamaecyparissus</i>	Santoline (petit-cyprès)			
<i>Saponaria officinalis</i>	Saponaire	Partie aérienne	PHF A (partie aérienne, partie souterraine)	

	Nom français	Partie de la plante utilisée	Listes existantes	Commentaires liés à la pharmacopée
<u>Listes existantes :</u> pharmacopée, canada, Liste des plantes inscrites au tableau 1 du règlement 37/2010, PHF pour pharmacopée française - liste A ou B). Les plantes sont susceptibles d'être utilisées sous forme d'extrait, distillat ou plantes séchées.				
<i>Satureja grandiflora</i>	Thé d'Aubrac	Partie aérienne		
<i>Satureja montana</i>	Sarriette des montagnes	Sommité fleurie, feuille	PHF A (feuille, sommité fleurie)	
<i>Scrophularia nodosa</i>	Scrofulaire noueuse	Plante entière	PHF A (racine, sommité fleurie)	
<i>Silybum marianum</i>	Chardon marie	Partie aérienne	PHF A (feuille, fruit)	
<i>Solidago virgaurea</i>	Verge d'or commune	Sommité fleurie	PHF A (sommité fleurie)	
<i>Sorbus domestica</i>	Cornier	Bourgeon		
<i>Symphytum officinale</i>	Consoude officinale	Racine, feuille	PHF A (racine)	Précaution : Utilisation sur des délais courts ou voie externe exclusivement
<i>Tanacetum vulgare</i>	Tanaisie commune	Plante entière, fleur, graine	PHF B (sommité fleurie) Monopole pharmaceutique	Sauf huile essentielle
<i>Taraxacum officinalis</i>	Pissenlit	Racine, feuille	PHF A (feuille, partie aérienne, racine)	
<i>Thymus capitatus</i> = <i>Corydanthus capitatus</i>	Thym, origan (d'Espagne)			
<i>Thymus saturoides</i>	Thymus à feuilles de sarriette	Sommité fleurie, feuille		
<i>Thymus serpyllum</i>	(Thym) serpollet (à feuilles étroites)	Sommité fleurie, feuille	PHF A (feuille, sommité fleurie)	
<i>Thymus vulgare</i>	Thym vulgaire	Sommité fleurie, feuille	PHF A (feuille, sommité fleurie)	
<i>Tilia cordata</i> , <i>Tilia europaea</i>	Tilleuil	Inflorescence, aubier	PHF A (aubier, inflorescence)	
<i>Tilia tomentosa</i>	Tilleul argenté	Bourgeon		
<i>Trachyspermum ammi</i>	Ajowan			
<i>Trigonella foenum graecum</i>	Fenugrec	Fruit		
<i>Tussilago farfara</i>	Tussilage	Partie aérienne		
<i>Urtica dioica</i>	Grande ortie	Partie aérienne	PHF A (partie aérienne)	
<i>Urtica urens</i>	Ortie brûlante (petite ortie)	Partie aérienne	PHF A (partie aérienne)	
<i>Vaccinium myrtillus</i>	Myrtille	Feuille, fruit	PHF A (feuille, fruit)	
<i>Vaccinium vitis-idaea</i>	Airelle	JP, MG		
<i>Valeriana officinalis</i>	Valériane	Racine		
<i>Verbena officinalis</i>	Verveine officinale	Partie aérienne	PHF A (partie aérienne)	
<i>Viburnum lantana</i>	Viome	Bourgeon		
<i>Vinca minor</i>	Petite pervenche		PHF A (feuille)	
<i>Viola tricolor</i>	Pensée sauvage	Plante entière		
<i>Vitex agnus castus</i>	Gattilier	Semence		
<i>Vitis vinifera</i>	Vigne	Feuille, bourgeon		
<i>Zingiber officinalis</i>	Gingembre	Rhizome		

Annexe 2 : Liste de plantes à effets biostimulant et adaptogène pour une révision du cadre législatif (ITAB, 2019)

TABLE DES FIGURES

Figure 1 : Répartition des familles en France métropolitaine en 2011 et 2020 (INSEE 2020a)	7
Figure 2 : Aire d'attraction des villes selon le nombre d'habitant en 2017 (INSEE 2020b)	8
Figure 3 : représentation du poids du budget alimentaire dans les dépenses de consommation des ménages. (Senand 2021)	9
Figure 4 : Souhait du consommateur d'acheter des produits issus de sa région (CREDOC 2020)	13
Figure 5 : Frise chronologique retraçant scandales sanitaires alimentaires et événements médiatiques marquants	14
Figure 6 : Niveau et facteurs d'inquiétude des consommateurs concernant les viandes	14
Figure 7 : Niveau et facteur d'inquiétude des consommateurs concernant les légumes	15
Figure 8 : Décomposition de la croissance des CA des produits de grande consommation (en M€) selon le volume, la valorisation et l'inflation depuis 2013 (Panquialt 2021)	20
Figure 9 : Poids des PGC « durables » dans les dépenses de consommation (KANTAR 2021)	22
Figure 10 : Comparaison de la structure de la consommation de viande entre 2000 et 2020 (FranceAgriMer 2020)	23
Figure 11 : évolution de la fréquentation des lieux d'achat (KANTAR 2021)	25
Figure 12 : Balance commerciale alimentaire de la France (en valeur – Md€) (Institut Montaigne 2021)	30
Figure 13 : Balance commerciale agroalimentaire et agricole de la France (en valeur – Md€) (Institut Montaigne 2021)	31
Figure 14 : Extrait du programme de cycle 3 (CM1-CM2) avec à gauche les connaissances et compétences associées et à droite les exemples de situations ou d'activités pour l'élève (Eduscol 2020)	37
Figure 15 : Cartographie des activités des abattoirs agréés en 2014 (Falorni et Caullet 2016)	49
Figure 16 : Cartographie des abattoirs des groupes concentrés dans le croissant laitier (IDELE 2016)	50
Figure 17 : Exemple d'étiquetages trompeurs de produits alimentaires	62
Figure 18 : Exemple de traçabilité numérique mis en place par Carrefour sur du poulet fermier (Merlaud 2018)	63

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

APA : association de protection animale

CSP : catégories socio-professionnelles

EMA : Agence européenne du médicament

FCD : Fédération du commerce et de la distribution

GD : Grande surface

GES : Gaz à effet de serre

INSEE : Institut national de la statistique et des études économiques

LMR : Limites maximales de résidus

PTGE : Projet de territoire pour la gestion de l'eau

PSN : Plan stratégique nationale

RHF : Restauration hors foyer

SAU : Surface agricole utile

UE : Union Européenne

REMERCIEMENTS

Nous souhaitons remercier l'ensemble du réseau Jeunes Agriculteurs qui a permis d'alimenter nos réflexions, notamment lors de la tournée régionale. Nous remercions également chaleureusement l'ensemble des personnes auditionnées pendant les rencontres préliminaires. Leur aide fût fort précieuse et ils ont tous contribué à leur manière à la rédaction de ce rapport.

Gilles Rouvière et Sandrine Blanchemanche : Directeur générales et directrice pôle alimentation de l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA)

Aurélien Clavel : Porteur d'un projet alimentation et filières pour le pôle agroalimentaire Isère

Guillaume Dubourg : Ancien directeur commerciale et marketing Carrefour Sud Est France

Lisa Faulet : Chargée de mission alimentaire à l'association nationale de défense des consommateurs et usagers (CLCV)

Noëlle Paolo et Thierry Geslain : Responsable des études et Directeur du développement durable au Centre National de l'Economie Laitière (CNIEL)

Isabelle Senand : Directrice des études à la Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD)

Richard Panquiaux : Directeur général de l'ILEC

Pierre-Alexandre Teulié : Directeur général Nestlé France

Philippe Chalmin : Enseignant chercheur en économie à l'université Paris Dauphine et président de l'Observatoire de Formation des Prix et des Marges (OFPM)

Sébastien Paque : Responsable du pôle amélioration des plantes à l'Union Française des Semenciers (UFS)

Agathe Gignoux : Chargée d'affaire publique chez CIWF France

Brigitte Gothière : Cofondatrice de L214

Jérémy Decerle : Député européen dans le groupe Renew Europe

Olivier Mevel : Consultant en stratégie et marketing de la transition alimentaire, Maître de Conférences HDR en Sciences de Gestion

Les **présidents** des différentes sections de l'Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes (INTERBEV)

Anne Sander : députée européenne du groupe Parti populaire européen

Romain Espinosa : Chercheur au CNRS en économie

BIBLIOGRAPHIE

- Académie d'Agriculture France. « Transition alimentaire : pour une politique nationale et européenne de l'alimentation durable orientée vers les consommateurs, les filières et le territoires », 2 octobre 2019.
- ADEME. « Pertes et gaspillages alimentaires : l'état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire », 2016. <https://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/pertes-et-gaspillages-alimentaires-201605-rapport.pdf>.
- . « Réduire le gaspillage alimentaire ». ADEME, 5 novembre 2020. <https://www.ademe.fr/expertises/dechets/passer-a-l'action/eviter-production-dechets/dossier/reduire-gaspillage-alimentaire/enjeux>.
- Agrafil. « Viande in-vitro : levé de fonds record pour l'israélien Future Meat », 3 janvier 2022.
- ANSES. « Limites maximales de résidus ou LMR de médicament vétérinaire | Anses - Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail », 24 février 2022. <https://www.anses.fr/fr/content/limites-maximales-de-r%C3%A9sidus-ou-lmr-de-m%C3%A9dicament-v%C3%A9t%C3%A9rinaire>.
- CEDEF. « Quels sont les taux de TVA en vigueur en France et dans l'Union européenne ? », 2022. <https://www.economie.gouv.fr/cedef/taux-tva-france-et-union-europeenne>.
- Chalmin, Philippe. Audition Philippe Chalmin, 16 novembre 2021.
- Chauvel, Anne-Laure. « Phytothérapie en maraichage », octobre 2016. https://abiodoc.docressources.fr/doc_num.php?explnum_id=4915.
- Clavel, Aurélien. Audition Aurélien Clavel dans le cadre d'un projet alimentation et filières pour le pôle agroalimentaire Isère, 9 novembre 2021.
- CNIEL. « Nouvelles attentes sociétales, facteurs d'inquiétude et attentes des consommateurs vis-à-vis des pratiques d'élevage », 2021.
- CNRTL. « Consommateur », 2022.
- . « hédonisme », 2022.
- CREDOC. « Tendances de la consommation », 2020.
- DGAL. « Infographie - Écoantibio : réduire l'utilisation des antibiotiques vétérinaires », octobre 2021. <https://agriculture.gouv.fr/infographie-ecoantibio-reduire-lutilisation-des-antibiotiques-veterinaires-0>.
- DGCCRF. « Les huiles essentielles », 11 décembre 2018. <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Huiles-essentiels>.
- DicoAE. « Consom'acteur », 2020.
- Dubourg, Guillaume. Audition Carrefour, 22 novembre 2021.
- Eduscol. « Programme du cycle 3 », 30 juillet 2020. https://cache.media.eduscol.education.fr/file/A-Scolarite_obligatoire/37/5/Programme2020_cycle_3_comparatif_1313375.pdf.
- EFSA. « Perspectives en matière de bien-être animal lors de l'abattage d'animaux gravides », 2017. https://www.efsa.europa.eu/sites/default/files/corporate_publications/files/animal-welfare-slaughter-170530-fr.pdf.
- Europarl. « Le financement de la PAC », octobre 2021. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/106/le-financement-de-la-pac>.
- Falorni, Olivier, et Jean-Yves Caillet. « Rapport d'enquête sur les conditions d'abattage des animaux de boucherie dans les abattoirs français - XIV^e législature - Assemblée nationale », 20 septembre 2016. [https://www2.assemblee-nationale.fr/documents/notice/14/rap-enq/r4038-tl/\(index\)/depots#P453_58617](https://www2.assemblee-nationale.fr/documents/notice/14/rap-enq/r4038-tl/(index)/depots#P453_58617).
- Faulet, Lisa. Audition CLCV, 3 octobre 2021.
- FCD. « Les relations de la grande distribution avec la filière alimentaire », mai 2021.

- Fosse, Julien, et Peggy Furic. « Pour une alimentation saine et durable : Analyse des politiques de l'alimentation en France - Rapport France stratégie pour l'assemblée nationale », septembre 2021.
- Fournier, Marie-Eve. « Perte d'appétit inexpliquée pour la viande végétale ». *La Presse*, 12 janvier 2022, sect. Chroniques. <https://www.lapresse.ca/affaires/chroniques/2022-01-12/perde-d-appetit-inexpliquee-pour-la-viande-vegetale.php>.
- France culture. « Commerce international : qu'entend-on par mesures miroirs ? », 11 février 2022. <https://www.franceculture.fr/emissions/le-pourquoi-du-comment-economie-et-social/commerce-international-qu-entend-on-par-mesures-miroirs>.
- FranceAgriMer. « La consommation des produits carnés en 2020 », 2020. https://www.franceagrimer.fr/content/download/67181/document/STA-VIA-Consommation_des_produits_carn%C3%A9s_en_2020.pdf.
- Harris interactive. « La consommation de viande : quelles nouvelles attentes ? - Enquête harris interactive pour le réseau action climat », 25 février 2021. https://harris-interactive.fr/opinion_polls/la-consommation-de-viande-queelles-nouvelles-attentes/.
- Hervé, Nicolas. *L'évolution de l'enseignement des sciences physiques et chimiques dans l'enseignement secondaire agricole : un regard institutionnel*. Éducagri éditions, 2015. <https://www.cairn.info/l-enseignement-agricole-entre-savoirs-professionne--9782844449955-page-97.htm>.
- IDELE. « Fondamentaux marché viande bovine », 2016. https://aura.chambres-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/National/FAL_commun/publications/Auvergne-Rhone-Alpes/CDA38_Panorama_economique_filiere_v viande_bovine_2018.pdf.
- . « Où va le boeuf ? Quel produit pour quel marché ? », novembre 2019. https://www.interbev-normandie.fr/_medias/NORM/documents/4_pages_-_ou_va_le_boeuf_-_pour_interbev_-vf.pdf.
- . « Où va le lait de vache collecté et transformé en France ? », 15 avril 2019. <https://www.pleinchamp.com/actualite/elevage~ou-va-le-lait-de-vache-collecte-et-transforme-en-france>.
- IFOP. « Les français et le bien-être animal - Vague 4 - Sondage IFOP pour 30 millions d'amis », 2021.
- INAO. « SIQO », 2020. <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO>.
- INSEE. « Définition des déciles », décembre 2020.
- . « Dépense de consommation par fonction - Tableau de bord de l'économie française », 2020. https://www.insee.fr/fr/outil-interactif/5367857/details/30_RPC/35_CEM/35C_Figure3.
- . « Enquête Famille et logements 2011 ; Enquête annuelle de recensement 2020. », 2020.
- . « Les agriculteurs : de moins en moins nombreux et de plus en plus d'hommes », 2020. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4806717>.
- . « Pauvreté – France, portrait social | Insee », 31 novembre 2020. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4797606?sommaire=4928952>.
- . « Zonage en aire d'attraction des villes », 2020. <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4806694>.
- Institut Montagne. « En campagne pour l'agriculture de demain : Propositions pour une souveraineté alimentaire durable », octobre 2021.
- Interfel. « Filière des fruits et légumes frais et restauration hors domicile », décembre 2020. <https://www.interfel.com/wp-content/uploads/2021/02/interfel-rhd-2020-vf.pdf>.
- ITAB. « Favoriser l'usage des plantes en élevage », 2019. <http://www.plantesenelevage.fr/file/Plantes%20en%20%C3%A9levage%20Nos%20Propositions.pdf>.
- Jeunes Agriculteurs. « Rapport d'orientation "Élevons notre autonomie pour cultiver notre résilience" », 2018.
- . « Rapport d'orientation "Foncier : Entre avenir et héritage" », 2015.
- KANTAR. « La food à l'ère de la Covid-19 », décembre 2021.

La France Agricole. « Les substituts de viande à la conquête des Français ». La France Agricole, 4 janvier 2022. <https://www.lafranceagricole.fr/actualites/veganisme-les-substituts-de-viande-ala-conquete-des-francais-1,1,3638820585.html>.

Lesaffre, Clément. « Traçabilité alimentaire : grâce à la blockchain, la transparence s’invite sur les emballages ». *Europe 1*, 2 mai 2021. <https://www.europe1.fr/economie/tracabilite-alimentaire-grace-a-la-blockchain-la-transparence-sinvite-sur-les-emballages-4042081>.

Merlaud, B. « La blockchain chez Carrefour, pour quoi faire ? », 6 mars 2018. <https://www.lineaires.com/la-distribution/la-blockchain-chez-carrefour-pour-quoi-faire-51650>.

Ministère. « Qu’est-ce que la blockchain ? », 20 septembre 2019. <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/blockchain-definition-avantage-utilisation-application>.

Ministère de l’Agriculture et de l’Alimentation. « Recensement agricole - dossier de presse 2020 », 2020. [file:///C:/Users/ccolombani/Downloads/dossier_de_presse_-_recensement_agricole_2020_premiers_reusultats_provisaires%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/ccolombani/Downloads/dossier_de_presse_-_recensement_agricole_2020_premiers_reusultats_provisaires%20(1).pdf).

Moati, Philippe. *(Dé)penser la consommation*. EMS Editions., 2018.

Normabev. « Les chiffres des abattages 2020 ». NORMABEV, 2 juillet 2021. <https://normabev.net/2021/07/02/les-chiffres-des-abattages-2020/>.

OMS. « Alimentation saine », 23 octobre 2018. <https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>.

ONU. « Population », 2022. <https://www.un.org/fr/global-issues/population>.

Opinion Way. « Baromètre “Les français et leur alimentation” - ANIA/ Opinion Way », 2015.

Panquiaux, Richard. Audition IleC, 24 novembre 2021.

Paolo, Noëlle, et Thierry Geslain. Audition CNIEL, 16 novembre 2021.

Proviande. « Les mesures de prévention de l’abattage de génisses et de vaches en gestation sont étendues », 13 janvier 2022. <https://www.proviande.ch/fr/les-mesures-de-prevention-de-labattage-de-genisses-et-de-vaches-en-gestation-sont-etendues>.

Raffard, Pierre. *Géopolitique de l’alimentation et de la gastronomie*, 2021.

Rouviere, Gilles, et Sandrine Blanchemanche. Audition ANIA, 9 novembre 2021.

Senand, Isabelle. Audition FCD, 15 novembre 2021.

Teulié, Pierre-Alexandre. Audition Nestlé, 6 décembre 2021.

The Law Library of Congress. « Legal restrictions on religious slaughter in Europe », mars 2018. https://www.supremecourt.gov/opinions/URLs_Cited/OT2020/19-123/19-123-1.pdf.

Torgemen, Émilie. « Hors-la-loi car ils privilégient les plantes aux antibiotiques, 1052 éleveurs publient un manifeste ». *leparisien.fr*, 15 octobre 2019. <https://www.leparisien.fr/societe/hors-la-loi-car-ils-privilegient-les-plantes-aux-antibios-1052-eleveurs-publient-un-manifeste-15-10-2019-8173542.php>.