

SE DÉMARQUER

POUR MIEUX VALORISER SON PRODUIT... ET SON MÉTIER

S'engager dans des démarches qualité, c'est mettre en valeur des compétences et des atouts qui dépassent le simple stade de l'activité de production.

Jacques Mathé, ÉCONOMISTE

Les démarches qualité ont pour objectif de s'affranchir de la compétition par les prix. De nombreux produits agricoles relèvent des commodités et sont la matière première d'un processus de transformation qui va apporter de la valeur à ces produits de base. La composition du prix de ces commodités est la résultante d'un équilibre souvent instable entre l'offre et la demande.

Une majorité d'agriculteurs alimente le marché des commodités que ce soit en céréales, en lait ou en viande. Ils sont soumis à une instabilité des prix qu'ils doivent gérer à travers une politique de coûts ajustée à leur prix de vente. Tout un pan de l'agriculture française est donc soumis à cette dépendance vis-à-vis des prix sans bénéficier de la valeur ajoutée créée dans les différentes strates des filières.

SE POSITIONNER SUR DES MARCHÉS DIFFÉRENCIÉS

Pour apporter de la sécurité à leurs exploitations agricoles, certains agriculteurs vont donc apporter des valeurs complémentaires à leurs commodités. Cela peut prendre la forme de contrats avec des conditions spécifiques de production et, en contrepartie, des garanties de débouché, de niveau de prix...



|| On ne vend pas une génisse limousine de haute qualité bouchère comme une vache de réforme laitière... ||

La stratégie sera donc pour les exploitants de s'orienter vers des démarches de valorisation de leurs commodités.

Ces valorisations peuvent concerner tout ou partie des productions de l'exploitation. À côté des cultures SCOP, on peut contracter des pommes de terre avec un industriel, des cultures spéciales avec une coopérative. En fait, une grande majorité de fermes alimentent aujourd'hui des marchés différenciés. À chacun de ces marchés vont correspondre des caractéristiques spécifiques du produit. On ne vend pas une génisse limousine de haute qualité bouchère à Rungis comme une vache de réforme laitière. Plus le débouché des produits agricoles est spécifique, voire parfois unique, plus le prix lui aussi sera unique. La segmentation des

débouchés et leur largeur (gammes) offrent des potentialités de valorisation des productions extrêmement diversifiées et qui n'ont jamais été aussi importantes. Toute la question pour un producteur sera de se positionner sur le marché où il est le plus fort, le mieux adapté ou organisé.

VALORISER, COMMUNIQUER POUR MIEUX SE DIFFÉRENCIER

C'est aussi une question de système d'information. Ces stratégies de démarches qualité sont d'autant plus efficaces et valorisantes qu'elles sont à l'initiative des agriculteurs. Ce sont les plus curieux, les plus ouverts sur leur environnement, ceux qui ont des bonnes relations avec leurs partenaires d'aval qui s'engagent sur les démarches les plus valorisantes. Les producteurs

doivent développer un vrai sens commercial pour dénicher les meilleurs contrats, être à l'affût des signes de qualité les plus valorisants.

Dans certaines filières qualité, il faut aussi un engagement en terme de communication sur les conditions de production, souvent à travers le respect d'un cahier des charges. On va aussi solliciter les producteurs pour des actions de promotion dans la filière ou même envers le consommateur.

Bref, s'engager dans des démarches qualité, c'est mettre en valeur des compétences et des atouts qui dépassent le simple stade de l'activité de production. L'objectif est bien de rajouter aux commodités d'autres valeurs, d'autres éléments qui vont être demandés par le client final. On parle souvent de **valeurs immatérielles : la sécurité, la traçabilité, le lien au terroir, la marque**, autant d'ingrédients que le consommateur accepte de rémunérer en contrepartie d'un service qui incombe aux producteurs et aux filières. En fait, s'engager dans une démarche qualité, c'est passer d'une commodité à un produit-service. Cet engagement peut se matérialiser par des actions de communication sur le lieu de vente : des magasins proposent des vidéos illustrant le travail à la ferme. Des producteurs eux-mêmes utilisent de plus

en plus les réseaux sociaux pour mettre en valeur leur travail. Facebook ou Youtube sont des vitrines pour faire découvrir les démarches de valorisation des productions.

LE SENS DU MÉTIER RETROUVÉ

En conséquence, beaucoup de démarches qualité sont segmentantes pour les producteurs et mettent les agriculteurs en concurrence, ce qui pose parfois question, notamment dans les structures coopératives où l'accès aux débouchés est censé être proposé à tous les producteurs. Mais c'est aussi le jeu des démarches qualité de trier et de ne retenir que les produits les meilleurs ou les producteurs les plus compétents.

Enfin, nous observons que la majorité des agriculteurs engagés dans des démarches qualité en retirent **des satisfactions qui vont bien au-delà de la valorisation des prix de vente**. Elles

concernent maintenant des postures sociétales, qui mettent en avant des bénéfices environnementaux ou des externalités positives. Des producteurs de fruits et légumes se sont lancés dans une certification environnementale "demain la terre" dépassant très largement le cadre de leur production. Ces démarches apportent de la reconnaissance aux producteurs, un lien avec la filière, parfois avec le client final ou le consommateur. Bref, **un vrai sentiment d'utilité qui redonne du sens au métier d'agriculteur**.

À savoir : les **commodités** désignent les productions non différenciées ou matières premières non transformées (céréales...). Le prix est le seul déterminant de la compétition sur les marchés des commodités et le coût de production l'indicateur de la performance pour les exploitations concernées.

