

Démarches de production

Capitaliser sur l'existant

Les regards sont tournés vers l'agriculture, sommée de se réinventer pour préserver son environnement. Les démarches œuvrant dans ce sens sont nombreuses. Pour leurs responsables, le challenge est multiple : harmoniser les actions pour gagner en lisibilité, valoriser les efforts et résultats déjà obtenus, et surtout réussir à fédérer toujours plus d'exploitations.



Abondance

Poussée à revoir sa copie, à évoluer pour plus de durabilité, l'agriculture s'efforce de changer ses habitudes. Le réflexe du « nouveau » est naturel face à cette attente généralisée : trouver une nouvelle formule, avec de nouveaux outils, de nouvelles pratiques, de nouveaux schémas de production... Dans sa diversité, l'agriculture française compte pourtant des réponses déjà crédibles : dans le secteur, les démarches de progrès ne relèvent pas de la nouveauté.

En termes politiques, le Grenelle de l'environnement, qui a accouché de plusieurs mesures concernant l'agriculture, a plus de 10 ans. Bon nombre d'initiatives privées creusent le sillon « durable » depuis le début des années 2000, certaines, même, avec davantage d'antériorité. Avec le temps, les marques, cahiers des charges, certifications et autres labels porteurs d'une production vertueuse se multiplient. Afin de redonner de l'élan à la marque Agri Confiance, vingt-cinq ans

après son lancement, Sarah Slous, qui en est la responsable développement et animation, a réalisé un état des lieux début 2018 : « Nous avons recensé des dizaines de signatures "durables". Par souci d'efficacité, nous avons dû arrêter notre étude à cinquante, mais il y en avait bien d'autres... »

Une mosaïque de démarches pas toujours lisible

Dans ce panorama chargé, faut-il épaissir davantage le catalogue

Une diversité d'échelles et d'approches

Des labels privés sont structurés autour de produits bien définis, comme **Terra Vitis** ou **Vignerons en développement durable** pour le vin, ou encore **Demain la Terre** pour les fruits et légumes.

La signature **Agri-Éthique** ou la marque **Bleu-Blanc-Cœur**, elles, concernent plusieurs filières. Il s'agit là d'approches assez globales, centrées sur l'environnement mais aussi sur des aspects sociaux, éthiques, liés au bien-être animal, ou nutritionnels.

Les programmes européens **Ferme laitière bas carbone** (lait) ou **Beef Carbon** (viande) adoptent une approche filière également, mais focalisée sur les émissions de gaz à effets de serre. Quant au programme **Life Biostandard**, il transcende les filières avec un focus biodiversité.

À l'échelle nationale, un autre enjeu existe : la conservation des sols, chère à l'**Association pour la promotion d'une agriculture durable** (Apad). Toujours au rayon associatif, **Agrifaune** s'intéresse à la préservation de la biodiversité partout en France, quand **Symbiose** creuse le même sillon, mais à l'échelle de la Champagne-Ardenne.

Les coopératives s'investissent dans **Agri Confiance** au niveau hexagonal, mais certaines d'entre elles jouent la carte locale, comme Terrena avec **La Nouvelle agriculture**. Le savoir-faire français est mis en avant dans les filières oléagineuses et protéagineuses avec la marque **Terres Oléopro**. Les industries agroalimentaires soucieuses de leur approvisionnement créent leurs propres référentiels, à l'image de **Lu Harmony**, de l'huile **Fleur de colza**, ou s'appuient sur des démarches de filière comme **Le Blé de nos campagnes**. La grande distribution peut suivre également ces deux stratégies.



des démarches en agriculture durable ? Dominique Potier, député de Meurthe-et-Moselle fortement investi dans les enjeux agricoles, répond par la négative. « Face à cette abondance, l'agriculteur désireux de s'impliquer dans une démarche ne s'y retrouve pas. Et le consommateur est perdu dans la jungle des logos "verts" proposés. » En clair : l'agriculture durable existe bel et bien, mais sous forme d'une mosaïque pas toujours lisible, à l'exception notable du

très identifié logo « Agriculture biologique ».

Éclaircir l'existant paraît indispensable. Il s'agit d'un enjeu qui passe par la mutualisation. Plusieurs filières, pourtant bien implantées, l'ont compris. Bleu-Blanc-Cœur, Le Blé de nos campagnes, Vignerons en développement durable et Demain la Terre (voir notre infographie page 22) ont annoncé début juin jouer la carte de la synergie derrière un étendard commun : le Collectif de la troisième voie. L'idée : s'inspi-

rer réciproquement, partager les expériences, communiquer d'une seule voix. La porte est ouverte à qui veut. « *En quelques semaines, plusieurs porteurs de projets nous ont contactés. Certains pourraient nous rejoindre rapidement* », signale Marc De Nale, directeur de Demain la Terre.

Une voix plus forte pour le Collectif de la troisième voie

Le besoin d'homogénéité n'a pas échappé à Agri Confiance. Pour gagner en dynamique, la marque s'impose dans un premier temps un travail de fond pour s'assurer que les coopératives adhérentes s'insèrent strictement dans le même cadre. Après ce travail préliminaire, l'objectif est bien de créer des passerelles avec d'autres démarches... dont le Collectif de la troisième voie pourrait faire partie. « *Je suis agriculteur et engagé dans plusieurs initiatives, témoigne Christophe Grison, président d'Agri Confiance. La perspective d'avoir moins d'audits et de suivre une ligne de conduite commune serait clairement un plus!* »

Certaines connexions sont d'ailleurs déjà établies. La certification environnementale, chapeautée par le ministère de l'Agriculture, cultive un système d'équivalences. Les fermes intégrées à certaines filières, dont Agri Confiance ou le Blé de nos campagnes, sont reconnues comme équivalentes à son niveau 2. Demain la Terre donne même accès au niveau trois, la Haute valeur environnementale (HVE). Pour Dominique Potier, la HVE a précisément vocation à devenir un label public structurant parmi la prolifération des



© Terre-écoc

Pour Jean-Louis Berger (Vignerons en développement durable), Jean-Paul Pasquier (Bleu-Blanc-Cœur), Étienne Henriot (le Blé de nos campagnes) et Geoffroy Cormorèche (Demain la Terre), la mutualisation est un moteur du déploiement de leurs signatures respectives.

signatures privées. « *En 2030, je vois bien le bio, qui suit sa propre dynamique, représenter un tiers des surfaces françaises. En s'appuyant sur l'existant, la HVE peut être un moteur du même ordre, et s'étendre également sur un tiers de nos hectares.* »

Changer d'échelle

L'harmonisation des démarches est donc dans l'air du temps. Elle paraît indispensable pour mettre de l'ordre, et donc crédibiliser le travail déjà accompli. « *L'agriculture de demain existe déjà aujourd'hui!* lance Étienne Henriot, président du Blé de nos campagnes. À nous de le faire savoir. » Un enjeu essentiel pour désamorcer la défiance parfois ressentie par les producteurs à l'égard de leur profession. Si les efforts de communication doivent toucher le grand public, celui-ci ne constitue pas la seule cible. En effet, l'idée est surtout de gagner du terrain au sein du

secteur agricole. Pour beaucoup de projets, les résultats qualitatifs sont là. Les exploitations engagées peuvent revendiquer une production respectueuse de l'environnement. Il est désormais impératif d'inciter le maximum d'agriculteurs à suivre le mouvement. « *Les systèmes vertueux qui fonctionnent ne doivent plus rester cantonnés à des pionniers* », confirme Virginie Brun, responsable de la cellule d'animation nationale des réseaux Dephy, qui fédèrent 3 000 fermes travaillant sur la réduction des usages de pesticides. Elle souhaite que Dephy cesse d'être perçu comme un « laboratoire », mais le soit plutôt comme un diffuseur de bonnes pratiques auprès d'un maximum d'exploitations. C'est précisément l'un des enjeux forts de l'agriculture française : propager le progrès déjà accompli.

Éloi Pailloux