

Entre local et mondialisation :

recherche d'un équilibre durable pour l'agriculture valaisanne

Table ronde organisée par l'Ecole d'agriculture et l'association Dialogue des Sciences, dans le cadre des rencontres du *Nouvelliste*

9 novembre 2023 / Ecole d'agriculture du Valais, Châteauneuf



Le Nouvelliste

ENTRE LOCAL ET MONDIALISATION :

Recherche d'un équilibre durable pour l'agriculture valaisanne

avec

Michel Darbellay (MD), responsable du département Production, marché et écologie, Union suisse des paysans

Paola Riva Gapany (PRG), présidente de la section valaisanne de la Fédération suisse des consommateurs (FRC)

David Knecht (DK), agriculteur, Domaine de la Grande Ile, Vouvry (ancien resp. achats pour une multinationale du domaine du bois)

Rolf Bernhard, responsable du secteur Agronomie et systèmes de production, Migros Suisse



→ A la modération, **Vincent Fragnière**, rédacteur en chef, *Le Nouvelliste*

Les importations et les transports représentent une grande part de l'impact environnemental de l'agriculture et des systèmes alimentaires. Quelles ont été les conséquences de la mondialisation sur le monde agricole depuis les années 1950 et quelles solutions a-t-on essayé de mettre en place pour les réguler ? Où en est-on aujourd'hui ? Quels sont les enjeux ? Est-il possible de réduire importations et transports ? Des efforts sont-ils déjà faits ? Peuvent-ils être intensifiés ? A quel niveau de la chaîne peut-on agir ?

« On a déjà réussi l'exploit de mettre autour de la même table le monde paysan et la Migros ! »

Vincent Fragnière

Environ 50% des produits consommés en Suisse sont importés. Peut-on diminuer cette part, et avec elle notre impact environnemental ?

Michel Darbellay (MD): La situation est délicate. La population augmente, les terres agricoles diminuent, et la pression sur l'agriculture est toujours plus forte (biodiversité, changement climatique, etc.). Malgré tout, je pense que l'on peut encore produire davantage avec l'aide de nouvelles technologies et de variétés plus résistantes. L'essentiel est d'exploiter nos capacités de production de manière durable et de lutter contre le gaspillage alimentaire.

Rolf Bernhard (RB): Si on veut augmenter ce 50%, il faudrait changer notre pyramide alimentaire (choix de consommation), avoir recours à la robotique, mieux dialoguer sans doute entre les acteurs du système.

David Knecht (DK): Le système de nutrition est dirigé en Suisse par quelques grands acteurs (Coop, Migros et quelques outsiders). Ce sont eux qui mettent en avant les fraises en hiver. Si personne n'en vend, les consommateurs n'en mangent pas. Mais le consommateur peut aussi agir. S'il boude les aliments importés hors saison, ils vont rester sur les bras de la grande distribution ; les marges vont alors baisser et la situation changer.

Paola Riva Gapany (PRG): Consommer local et de saison, c'est aussi une façon de réduire les importations. Mais les distributeurs jouent un rôle crucial. Une étude de la FRC a montré en 2021 qu'il y avait une puissante stratégie marketing pour pousser les consommateurs à acheter des fraises en hiver (visibilité et prix dans le magasin, publicités dans les magazines, propositions de recettes, etc.).

(RB): Il faut voir les choses différemment: le consommateur est prêt à acheter des fraises plus longtemps, il faut voir comment on peut les produire en Suisse sur une plus longue période avec des projets de recherche.



(MD): La consommation locale et de saison est à mon sens la meilleure voie. Par ailleurs, on sait que la durabilité de l'agriculture suisse peut encore être améliorée, mais nous avons besoin d'une protection douanière suffisante et adaptée. Nous ne sommes d'ailleurs pas les seuls à la demander. Avec nos coûts de production, nous ne pouvons pas être concurrentiels, alors que le personnel agricole est sensiblement moins payé à l'étranger, pour ne prendre que cet exemple.

(RB): C'est du ressort de la politique, mais Migros, pour sa part, vérifie, par l'intermédiaire d'un institut spécialisé les conditions de production des produits avant de les importer, tant du point de vue des travailleurs que du bien-être animal. Quant au prix payé, nous sommes coincés. Nous devons nous aussi être concurrentiels vis-à-vis des hard discounters, et les frais de commercialisation des produits, les locaux, le personnel, etc. sont très importants.

Comment peut-on lutter contre le gaspillage alimentaire, qui en est responsable ?

(PRG): Un tiers de l'assiette des Suisses passe à la poubelle, c'est scandaleux. La FRC sensibilise depuis longtemps les consommateurs sur ce thème, édite des guides pratiques, donne des cours pour bien manger à petit prix en évitant le gaspillage, j'y crois beaucoup. Il y a aussi le problème des fruits et légumes peu esthétiques mis de côté. Il y a là un moyen d'économiser en sensibilisant les gens.

(MD): Tout le monde doit faire des efforts. La politique des actions des distributeurs doit aussi devenir responsable. Les gens achètent en grande quantité parce que c'est bon marché, en action et en multi-packs, puis ça finit par être périmé. Au niveau de la production, on arrive généralement à tout réutiliser via l'alimentation animale. Mais l'idéal serait de pouvoir acheminer jusqu'au consommateur, et pour cela, il faut que les acheteurs soient plus tolérants vis-à-vis des calibres et des critères esthétiques.

(RB): A la maison, ça marche, mais pas au magasin. On a essayé. Il faudrait expliquer aux consommateurs ce que ça représente pour la durabilité que de consommer des produits moins jolis, de saison, etc. Et certes, la surconsommation existe, mais la clientèle achète ce qu'elle veut manger et paie pour cela. A la Migros, on perd à peine 2% des produits.

(MD): Avec leurs canaux d'information, les grands distributeurs pourraient renforcer l'information et la sensibilisation des consommateurs. Et proposer des produits de 2^e choix dans les fruits et légumes. Pour la viande par exemple, certaines personnes pensent se donner bonne conscience en mangeant moins mais en ne consommant que des beaux morceaux (steaks, entrecôtes, blancs de poulet, etc.). Mais un animal n'a pas que des morceaux nobles. On doit réapprendre à manger, et à valoriser l'entier de l'animal, sinon le reste est gaspillé.

(DK): En vente directe, on a 5% de déchets. Quand on vend aux distributeurs, ça grimpe à 25%. Je peux entendre que certaines carottes biscornues ne passent pas dans les machines de nettoyage, mais on devrait pouvoir améliorer ça. Il y a par ailleurs un travail d'éducation des enfants à faire. La part du budget consacré à l'alimentation était de 40% en 1940, 12% en 1988 et 6,5% aujourd'hui, alors que c'est un besoin fondamental. Plutôt que de commander en ligne, les parents devraient aller faire leurs courses avec les enfants et leur expliquer ce qui est de saison, d'où ça vient, etc.

Le bio est-il durable ?

(MD): L'agriculture produit durablement ce que le marché demande. Le marché bio s'est constamment développé ces dernières années pour représenter aujourd'hui 16% des exploitations et 11% de parts de marché. Mais c'est une production difficile, avec d'importants coûts de production et des rendements fluctuants. Pour qu'il ait un avenir, il faut des prix suffisants et que les consommateurs répondent présent.

(PRG): La question des pesticides inquiète beaucoup les consommateurs par rapport à leur impact sur la santé. Une grande partie du courrier qu'on reçoit concerne ces questions. Ce nouveau modèle d'achat passe par une sensibilisation de toute la chaîne.



David Knecht (DK)

(DK): Dans notre domaine, nous travaillons intégralement en bio, mais ce serait irréaliste de tout changer trop vite. Les consommateurs de ces produits sont aujourd'hui malmenés, tout augmente et leur portemonnaie ne suit pas forcément. L'agriculture suisse fait du bon travail, bio ou non. Il faut plutôt sortir de notre marché ce qui vient de l'étranger et qu'on ne maîtrise pas.

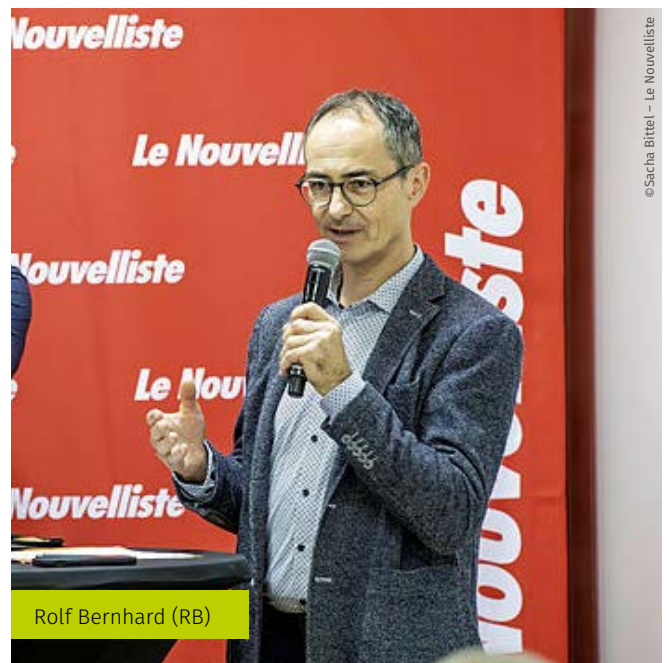
(RB): Actuellement, à Migros, le marché bio stagne en raison de prix élevés. Les producteurs font de gros efforts en matière de durabilité, mais c'est toute la chaîne qui doit en faire. Malgré ces conditions du marché, soulignons que nous avons décidé d'introduire le Bourgeon bio dans notre assortiment et que nous soutenons la production par divers projets de recherche et de culture en agriculture biologique.

(MD): Le bio n'est pas le seul label. D'autres valorisent la qualité des produits agricoles suisses. Les producteurs doivent être rémunérés pour leurs efforts dans le sens du bien-être animal et des défis environnementaux. Globalement, l'agriculture produit aujourd'hui davantage de produits avec un label durable que ce que le marché demande.

Sommes-nous allés trop loin, avec les paiements directs, notre politique de subventions pour la biodiversité ?

(DK): A court terme, on ne devrait pas aller plus loin. Nous devons prendre le temps d'évoluer sainement. Sur notre domaine, on pourrait toucher davantage d'argent en transformant des parcelles pour la biodiversité. Mais c'est contraire à notre mission, qui est de produire de quoi nourrir les gens. Ce devrait être aujourd'hui notre priorité.

(MD): Avant, la Confédération injectait de l'argent pour garantir les prix. Peu à peu, avec les réformes agraires, le soutien s'est déplacé des produits aux prestations. Mais aujourd'hui, elle doit donner les moyens à l'agriculture de s'améliorer. Au lieu de ça, la Confédération veut économiser sur le dos de l'agriculture, réduire les cheptels, affaiblir la protection douanière pour l'importation des produits durables, etc. Ce sont les contradictions du monde politique.



Rolf Bernhard (RB)

Si vous étiez ministre de l'agriculture, quelle mesure prendriez-vous pour rendre l'agriculture plus durable ?

(MD): J'améliorerais la déclaration des produits: le consommateur doit savoir ce qu'il achète et surtout si c'est suisse. On trouve aujourd'hui parfois 3-4 provenances sur certains produits. Et j'offrirais davantage de perspectives aux agriculteurs avec des mesures pour améliorer leurs revenus.

(PRG): J'obtiendrais une transparence totale vis-à-vis de la formation des prix et informerais le consommateur: qu'est-ce qui revient à qui.

(RB): J'offrirais davantage d'informations aux consommateurs sur ce que font les agriculteurs pour l'environnement et la durabilité, mais aussi sur les implications des achats qu'ils font. Et je ferais en sorte de mettre le savoir en réseau.

(DK): Je pense qu'il faut mettre l'accent sur la sensibilisation de la génération suivante, dans l'éducation, à l'école, etc. Et je ferais en sorte que les producteurs et les distributeurs travaillent ensemble: c'est bien de nous mettre en avant dans des publicités à la télévision, mais ce serait bien de le faire aussi dans le réel, en magasin.

