

RAPPORT MORAL

AG DU 9 FEVRIER 2016 PLOERMEL

OPLGO est née de la volonté de quelques producteurs, hommes et femmes.

Partis de rien ou presque, nous avons la volonté d'accompagner les producteurs de lait dans la restructuration de la filière.

OPLGO, Organisation de Producteurs économique, a-syndicale en cohérence avec le bassin laitier grand ouest ; nous souhaitons être partie prenante dans toutes les phases d'élaboration du prix du lait, la gestion des volumes, la réflexion sur le renouvellement des contrats, leur cessibilité : en résumé tout ce qui peut contribuer à organiser la filière.

Les OP ne sont peut-être pas un outil parfait, à nous de les parfaire.

Les OP reconnues ont seules la dérogation pour négocier le prix du lait et les volumes avec Lactalis. Même si la gestion des volumes est et sera déterminante demain, elles devront définir avec Lactalis une politique laitière dynamique pour satisfaire la demande, ce qui ne sera pas sans changer nos habitudes de fonctionnement.

Le prix du lait en 2015 aura été source de tensions dans nos relations avec Lactalis.

2015, année difficile pour les producteurs de lait : nous avons connu une baisse importante de notre prix, dans un contexte de forte augmentation de nos coûts de production. Cette situation a affaibli nos trésoreries et ne nous permet pas d'aborder 2016 dans les meilleures conditions.

Le prix pratiqué par Lactalis en janvier 2016 n'est pas de nature à nous rassurer. Avec un prix du lait inférieur à ce qui se fait à la concurrence, les producteurs livrant à Lactalis se sentent plus vulnérables, et nombreux sont ceux qui ne se reconnaissent plus au travers de l'entreprise : les critiques sont nombreuses et la défiance une réalité.

Lactalis 1^{ère} entreprise laitière mondiale et co-leader sur le marché national possède tous les atouts pour résister aux difficultés de la crise : son assise nationale et internationale lui permet de mieux y faire face.

Aujourd'hui, face aux difficultés, le producteur de lait ne doit-il pas être autre chose qu'une variable d'ajustement ? Une relation commerciale ne se construit qu'à partir du moment où s'installe un climat de confiance. Devant ce constat, la définition de nouveaux critères de fixation du prix sera un enjeu majeur dans nos relations en 2016 : simplification et transparence des prix.

OPLGO est prête à y travailler, qu'en est-il de Lactalis ?

Notre métier est en pleine mutation, la fin des quotas et la réforme de la PAC en sont les révélateurs. Le système que nous avons connu touche à sa fin, à nous d'être acteurs.

Cette instabilité des prix empêche les agriculteurs d'investir pour l'avenir : c'est un frein à la production. La France a perdu sa première place en Europe pour sa production laitière : tout cela n'est pas inéluctable mais on sent bien que la dynamique s'essouffle au point que certains bassins laitiers sont en forte déprise laitière. Si l'Ouest conserve une part prépondérante dans le paysage laitier, la situation économique des exploitations s'est dégradée depuis 6 ans.

La cessibilité des contrats qu'ont souhaité mettre en place OPLGO et Lactalis, répond à un besoin de conforter et d'optimiser les exploitations ; la cessibilité est un outil au service des producteurs.

En 2015, la GMS a poursuivi sa concentration : rapprochement système U/Auchan, Casino/intermarché, et Leclerc avec une centrale allemande.

Habitues à mettre la pression dans les négociations tarifaires, on a le sentiment qu'elles achètent plutôt des prix que des produits. Cette guerre des prix se perpétue entre les enseignes de distribution depuis la fameuse loi de modernisation de l'économie de 2008. Or, cette guerre des prix à laquelle s'ajoute la guerre des promotions qui servent à écouler des stocks, est destructrice de valeur ajoutée et donc dangereuse pour tous et en particulier les éleveurs. La LME doit être réformée afin de mieux rééquilibrer les relations commerciales.

En 25 ans la part du budget familial consacrée à l'alimentation est passée de 20% à 13%. Nous avons toujours su relever nous producteurs de lait, les défis de la modernisation et de la productivité : nous nous sommes adaptés à l'évolution des habitudes alimentaires au prix de la restructuration.

Cependant nous avons atteint aujourd'hui un seuil inacceptable. Fournir des produits agricoles à des prix bas est une remise en cause du modèle agricole français. Aujourd'hui plus que jamais les agriculteurs demandent avant toute chose de vivre décemment de leur travail grâce à des prix rémunérateurs.

Veut-on d'une agriculture qui nourrisse sa population en lui offrant des produits de qualité à un prix raisonnable, ou alors un modèle de globalisation des échanges alimentaires à bas prix, au niveau mondial, au détriment des agriculteurs et de la santé du consommateur ?

On a aujourd'hui en France un niveau d'exigence de qualité nutritionnelle, environnementale et d'hygiène élevé que les autres pays n'ont pas. Peut-on demander le plus aux éleveurs français alors que trop souvent on retrouve le moins dans les assiettes ?

On ne peut continuer d'exiger de nous du lait français de qualité high-tech au prix low-cost.

Le « made in France » est reconnu dans le monde entier pour l'agro-alimentaire. Pour preuve, les chinois de Synutra ont investi en France pour bénéficier de ce label après le scandale du lait contaminé. Comment expliquer une agriculture si peu populaire chez nous ?

Régulièrement nous sommes la cible de reportages, documentaires à charges : agriculteurs pollueurs, empoisonneurs, bourreaux d'animaux et en plus qui touchent des primes.

A lire ou écouter certains, l'agriculture française conventionnelle est assimilée aux modèles américain, allemand, très industrialisés. Le consommateur a perdu tout repère lors de ses achats. La qualité est plus identifiée à des marques que des produits si bien que les GMS utilisent leurs propres marques pour vendre. Certaines enseignes achètent du lait à l'étranger, le font transformer et conditionner en France. Cela ajoute à la confusion d'origine des produits, d'où l'importance d'un étiquetage précis et lisible de la composition exacte du produit et de son origine géographique.

De cette façon, nous laissons le choix au consommateur. A lui d'acheter le niveau de qualité qu'il souhaite. Cette initiative est indispensable pour résister demain à la mondialisation.

A défaut aujourd'hui d'un accord européen sur l'origine des produits, nous demandons à Lactalis de communiquer en toute transparence sur l'origine des produits vendus en GMS et RHF en valorisant le logo made in France et en y associant les producteurs.

Face aux défis qui nous attendent, nous sommes conscients qu'il n'existe pas de solutions simples. S'il y a une volonté politique de sauver l'agriculture française, en particulier l'élevage, elle doit être partagée par les différents acteurs de la filière, du producteur au consommateur. C'est un enjeu majeur, un choix de société.

Dans les 10 ans à venir, dans l'ouest 60% des producteurs auront cessé leur activité, d'où d'une politique d'installation des jeunes qui va de paire avec des installations existantes viables. Nous assistons à une évolution structurelle de l'élevage vers l'agrandissement et l'intensification.

Certes, d'autres outils seront nécessaires demain pour réduire la volatilité du revenu des producteurs. : aides à l'investissement, assurances marges, assurances récoltes, baisse des charges sociales, réforme de la TVA, réforme fiscale, TVA sociale, marchés à terme, ...

Forts de ce constat, nous devons regarder l'avenir avec lucidité : l'agriculteur est et sera encore plus demain un chef d'entreprise avisé, porteur d'un projet cohérent, de dimension économique et humaine : « S'approprier les leviers d'adaptation », thème de notre assemblée générale.

Je vous remercie de votre attention.