

LA LETTRE EN CAMPAGNE



N°4 - 24 OCTOBRE 2018 - AVANÇONS ENSEMBLE LES PIEDS SUR TERRE

ÉDITO

Notre image a de la valeur



Les citoyens consommateurs expriment des attentes sociétales de plus en plus fortes vis-à-vis de leur alimentation, tout en étant habitués à des prix toujours plus bas. Bien-être animal, biodiversité, climat... les exigences sont nombreuses et bien souvent associées à une remise en question des pratiques des agriculteurs et de tous les acteurs de la chaîne alimentaire. Dès lors, la confiance du consommateur est entamée.

A nous, agriculteurs, de rassurer sur nos pratiques ! A l'heure où 80 % de nos concitoyens vivent en ville, notre ambition est de parvenir à les réconcilier avec leur alimentation, à reconnecter la société française à son agriculture.

Les solutions sont simples et multiples : communiquer, discuter, échanger, ouvrir nos fermes, montrer la réalité de notre métier et nos pratiques. Les réseaux sociaux sont également des outils précieux pour recréer ce lien.

C'est pourquoi JA+FNSEA agit chaque jour pour montrer la véritable image de l'Agriculture, afin de nous rendre fiers d'exercer notre métier.

Si la communication est incontournable pour préserver la confiance du consommateur, elle est aussi une source de création de valeur sur nos exploitations. Malgré toutes les exigences nouvelles de la société, l'agriculteur bénéficie d'une image positive auprès de l'opinion publique. Les acteurs de l'aval de nos filières l'ont bien compris, et ne se privent pas d'utiliser cette image dans leur stratégie marketing. Trop souvent l'image de l'agriculteur est utilisée par industriels et distributeurs, qui en font leur beurre.

Notre image a de la valeur ! Nous devons reprendre la main, en être les premiers bénéficiaires. C'est le sens même de notre action syndicale, oui agissons !

Tout n'est donc pas perdu !

Luc Smessaert, *Vice-président de la FNSEA*
Baptiste Gatouillat, *Vice-président de JA*



**85 % DES CONSOMMATEURS
FONT CONFIANCE AUX
AGRICULTEURS ET AUX ÉLEVEURS
POUR GARANTIR LA SÉCURITÉ
DES PRODUITS ALIMENTAIRES**

AGENDA

25 octobre

■ **Christiane Lambert**, Présidente de la FNSEA et **Jérôme Despey**, Secrétaire général, **en visite dans l'Aude**, suite aux inondations

■ **Manon Pisani**, Membre du Conseil d'Administration de JA à la foire chevaline **de Maurs dans le Cantal**

29 octobre

■ **Christiane Lambert**, Présidente de la FNSEA au congrès annuel départemental **en Lozère à Chanac**

GRAND FORMAT

Valoriser l'origine France de nos produits

L'ouverture accrue des marchés, reposant sur une quasi libre circulation des produits, exacerbe la concurrence entre nos productions agricoles nationales aux standards exigeants et des produits aux origines très diverses de moindre qualité.

Nos standards sociaux, sociétaux et environnementaux doivent être une force pour les filières alimentaires françaises. La promotion de l'origine France constitue dès lors un levier majeur pour proposer des produits de haute qualité, créer de la valeur et préserver la dynamique de nos territoires.

C'est pourquoi valoriser la production et l'approvisionnement de proximité, assurer une entière transparence tout au long de la chaîne alimentaire jusqu'aux consommateurs et dénoncer les importations distortives sont au cœur de la stratégie déployée par JA+FNSEA.

Ces logos sont nés grâce à notre action :



D' ACCOMPAGNEMENT

INTERVIEW CROISÉE

Arnold Puech d'Alissac, Président de la Commission Chaîne alimentaire de la FNSEA et José Jaglin, Secrétaire général adjoint de JA

Quelles sont les opportunités liées à une différenciation de l'origine des produits ?

APA : La différenciation de l'origine France de nos produits est devenue incontournable. Cette demande désormais clairement exprimée par les citoyens est une opportunité de mettre en avant l'excellence de nos productions françaises et de nos pratiques agricoles. C'est également ce qui nous a permis d'obtenir dans la loi EGA l'interdiction de commercialiser des produits ne respectant pas les exigences de la réglementation européenne.

JJ : L'origine France est également un atout sur de nombreux marchés export.

Que fait le réseau JA+FNSEA pour promouvoir cet étiquetage de l'origine ?

JJ : Nous avons obtenu une expérimentation nationale sur l'étiquetage de l'origine du lait et des viandes dans des produits transformés pour 2 ans. Grâce à notre mobilisation, cette expérimentation sera prolongée pour 2 ans. Nous réclamons sa

pérennisation et son extension à l'ensemble des produits de l'UE.

APA : JA+FNSEA sont également associés à l'Initiative Européenne des Citoyens, pour défendre la transparence sur l'origine des produits. Notre objectif : rassembler 1 million de signatures en 1 an ! La pétition est lancée.

Comment favoriser l'origine France dans la Restauration Hors-Foyer ?

JJ : La restauration collective représente un débouché non négligeable : 48 % des repas sont servis hors foyer. Dans certaines filières, trop de produits servis sont importés. Approvisionner la RHF en produits français soutient toute la chaîne d'alimentation et favorise le dynamisme économique des territoires tout en s'assurant de la qualité des produits. Avec les Chambres d'agriculture, nous sommes pleinement mobilisés auprès des élus locaux et soutenons au quotidien toutes les démarches qui vont dans ce sens.

SIGNEZ LA PÉTITION



LEVEZ LE VOILE SUR VOTRE ALIMENTATION

Demandez à l'Europe de protéger votre santé et d'éviter la fraude alimentaire

www.eatoriginal.eu

ACQUIS SYNDICAUX

- + Renouvellement de l'expérimentation nationale sur l'étiquetage de l'origine des viandes et du lait dans les produits transformés pour 2 ans
- + Généralisation des labels « Origine France », déclinés par filière
- + Loi EGA :
 - Augmentation de la part de l'approvisionnement local dans la RHF
 - Interdiction de la vente de denrées alimentaires ne respectant pas la réglementation européenne

TOUS EN ACTION

À VOS CÔTÉS AU QUOTIDIEN



Premiers rendez-vous avec le nouveau ministre, Didier Guillaume

La FNSEA et JA ont échangé avec Didier Guillaume, nouveau ministre de l'Agriculture et de l'Alimentation. L'occasion de présenter les sujets d'actualité et dossiers de fond et de porter nos revendications. Ces premiers échanges se sont avérés constructifs, avec une ambition agricole clairement affirmée de la part du ministre. Nous serons néanmoins vigilants afin que ces bonnes intentions se traduisent très rapidement en actes.

Une plateforme commune du Conseil de l'Agriculture française

JA+FNSEA et la CNMCCA (Confédération nationale de la mutualité, de la coopération et du crédits agricoles) ont rédigé un texte commun à l'occasion des élections aux Chambres d'agriculture. Dans cette plateforme, le CAF réaffirme son ambition pour une agriculture qui offre des perspectives à tous les agriculteurs français, notamment en assurant le renouvellement des générations, et réaffirme que l'agriculture est un secteur stratégique pour la France et l'Union européenne. Cette **plateforme**, expression d'un soutien de notre vision de l'agriculture et de notre projet, peut être diffusée largement.

Strasbourg contre les distorsions de concurrence

Mercredi 24 octobre, le COPA-COGECA a organisé une manifestation à Strasbourg à l'occasion du vote en séance plénière du Parlement européen sur les pratiques commerciales déloyales. Hervé Lapie, Président de la FRSEA Grand Est, et Julien Caillard, membre du bureau JA, ont pris la parole pour rappeler que si nous sommes en faveur du commerce international, nous sommes résolument opposés aux distorsions de concurrence et que nous nous mobilisons sans relâche et à tous les niveaux contre la concurrence déloyale.



ILS ONT OSÉ

La stratégie du coucou de la CR

Chaque semaine, vous trouvez dans la PAD, les lettres d'information et sur les réseaux sociaux le célèbre « dessin de la semaine » de Philippe Tastet. Cette rubrique est très appréciée... et pas seulement dans le réseau JA+FNSEA ! Quelle surprise de découvrir une illustration dans la lettre hebdomadaire de la CR du Gers ! Et sans l'accord du dessinateur, bien entendu. Soyez prévenus, la CR s'attribue notre travail, nos victoires syndicales, et même nos dessins !

LA PAROLE AUX FILIÈRES



FNP : permettre au consommateur de savoir s'il achète français

La FNP a obtenu, dès 2010, l'étiquetage volontaire d'origine de tous les produits porcins au sein de la filière. L'expérimentation de 2016 a concrétisé cette victoire en rendant l'étiquetage obligatoire.

Aujourd'hui, + de 95 % des produits porcins portent une origine. Nous demandons désormais l'extension de l'expérimentation en Europe pour faire reconnaître les engagements des éleveurs français.

Nous poursuivons le combat pour augmenter la part de porc français en restauration hors foyer et dénonçons les entreprises qui surfent sur le manger français à partir d'approvisionnements étrangers. Notre objectif : faire encore progresser l'étiquetage français, qui est passé de 30 % à 57,5 % en rayons depuis 2010.

FOP : une filière valorisante !

Aujourd'hui les attentes du consommateur sont une opportunité de différenciation et de valorisation des savoir-faire des producteurs français.

Sous l'égide de la FOP, la filière promeut une approche tracée, durable et française. Tels sont les engagements de la charte « Soja de France ». Elle garantit durabilité, proximité et caractère non OGM de nos productions, réel atout pour les filières végétales et animales.

Pour les agriculteurs, ce marché offre de vraies perspectives tant en termes de débouchés que de revenus.

Son développement, inscrit dans un cadre interprofessionnel et dans une logique de filière, doit permettre la création de valeur ajoutée et sa juste répartition entre tous les acteurs et jusqu'aux producteurs.



La Conf' empêche la tenue du CA de VIVEA

Mardi 23 octobre matin, la Conf' a fait irruption au sein du Conseil d'administration de VIVEA, empêchant la délibération sur la réforme du système de financement de la « pré-installation ». Cette action coup de poing remet en question plus d'un an de travaux, auxquels la Conf' a pourtant été associée. Ce procédé insupportable est une atteinte à la vie démocratique de VIVEA. A La Conf', c'est « Quand la décision de la majorité ne me convient pas, je me désolidarise et je bloque le travail des autres » !



L'IDÉE EN +

BONNES PRATIQUES

RESEAUX SOCIAUX : SORTEZ L'APPAREIL !

Les visuels sont l'outil qui vous permettra de rendre plus agréables et percutantes vos idées, et de valoriser le métier d'agriculteur en particulier sur les réseaux sociaux. Attirer l'œil puis faites en sorte de convaincre en partageant des photos percutantes ou des illustrations intéressantes est une manière de toucher plus de monde.

Réflexe photo : la base

Une publication Facebook ou Twitter avec une photo a statistiquement plus de chances de toucher une plus grande audience que sans aucun visuel. Lors de rassemblements, réunion, marchés, fêtes, manifestations, et à la ferme (avec les animaux ou le tracteur) pensez toujours à prendre quelques photos pour vous en servir



par la suite. Une photo de bonne qualité est importante : prenez-là avec le soleil dans le dos et dans un cadre qui prend tout le sujet, le plus proche possible.

Canva : pour aller plus loin

Canva est un outil gratuit en ligne pour créer des visuels rapidement et efficacement, comme un pro, sur la base de modèles adaptés aux réseaux sociaux ou autres (bannières Facebook, publication Twitter, documents A4, affiches, tarifs vente de produits à la ferme...). L'outil vous permet de convertir vos créations gratuitement en PDF ou format image.

PAROLES DE MILITANTS

NOUS GAGNERONS COLLECTIVEMENT EN RESTANT PROCHE DU TERRAIN, LES PIEDS SUR TERRE !

Franck Guéhennec et Kevin Thomazo, respectivement présidents de la FDSEA et de JA du Morbihan

Comment se passe la campagne pour vous ?

Nous avons tout d'abord construit une liste équilibrée avec une représentation des territoires, des productions et de nos deux réseaux JA+FDSEA. Nous aurons ensuite à construire notre projet d'équipe avec les membres de la liste et nos deux CA. La campagne de terrain s'engagera dans un 3^e temps.

Sur quoi misez-vous pour gagner ?

Nous gagnerons sur le taux de participation, qu'il nous faudra améliorer par rapport à 2013. Nous miserons donc sur notre réseau local et l'implication de notre CA. Nous devons démontrer que la Chambre d'agriculture est un outil au service de tous, y compris pour les jeunes qui se sentent parfois délaissés une fois installés.

Avez-vous un conseil de campagne à donner ?

Même si la campagne JA+FNSEA est officiellement lancée, il faut prendre le temps de se l'approprier localement. Nous devons aussi apprendre à ne pas répondre aux attaques mais rester plutôt « droits dans nos bottes et les pieds sur terre », centrés sur notre projet.

En quoi le lien JA+FNSEA est-il une valeur ajoutée ?

Nos deux réseaux sont étroitement liés. Nous faisons beaucoup de choses en commun et ce lien est pour nous une évidence. Nous sommes complémentaires et c'est ça notre valeur ajoutée ! Il n'y a pas de « jeunes » sans « aînés » et pas « d'aînés » sans « jeunes » !

+ DE COMBATS

Élections Chambres d'agriculture
du 7 au 31 janvier 2019

Pour plus d'informations :

www.ensemblelespiedssurterre.fr
contact@ensemblelespiedssurterre.fr



#LESPIEDSSURTERRE