

DÉCRYPTAGE

35%

C'est la part de marché que pourrait s'arroger, à l'échelle mondiale, la viande de laboratoire à l'horizon 2040, selon une étude américaine

» D'après une étude du cabinet AT Kearney, la viande de laboratoire (cultivée in vitro à partir de cellules souches animales) et les substituts en protéines végétales sont promis à une croissance fulgurante sous l'effet des biotechnologies. A l'horizon 2040, la viande de laboratoire pourrait représenter 35 % du marché, contre 40 % pour la viande traditionnelle, le solde étant couvert par les substituts en protéines végétales. Le développement de ces produits alternatifs suscite néanmoins des interrogations, quant à leur qualité intrinsèque et leur impact environnemental. Si l'élevage devait faire les frais des produits alternatifs, il faudrait tirer un trait sur ses bénéfices et services rendus tels que l'entretien des espaces ruraux, la biodiversité attachée aux prairies, l'apport de fertilisation organique, la valorisation des terres non cultivables et des coproduits non consommés par l'Homme.

Vers la souveraineté protéique

La filière oléo-protéagineuse française émet plusieurs pistes destinées à combler le déficit structurel en protéines végétales. AgriDées rappelle au détour que l'herbe est la première source de protéines.

» Le déficit de la France en protéines végétales atteint 40%, selon le ministère de l'Agriculture. Notre Pays a donc largement recours à l'importation pour satisfaire les besoins de l'alimentation animale en protéines végétales. Le salut ne peut venir de l'Union européenne où le déficit atteint 60 %. La situation n'est pas nouvelle. Elle est la résultante d'accords commerciaux conclus dans les années 1960 dans le cadre du GATT (*), réservant la production de protéines aux Etats-Unis contre des avantages accordés aux productions céréalières et animales européennes. Depuis, il est très difficile de rivaliser avec les graines et tourteaux de soja, en dépit des plans protéines à répétition. La filière oléo-protéagineuse française ne s'avoue pas vaincue et formule plusieurs requêtes, à commencer par l'incitation des producteurs à cultiver des plantes riches en protéines et un soutien aux opérateurs spécialisés. Un appel est également lancé pour soutenir la recherche et l'innovation, qu'elle soit variétale, technologique ou numérique. La promotion des débouchés des cultures oléo-protéagineuses est également prônée.

L'herbe, première ressource protéique

Le think tank remet aussi sur la table la question des coproduits animaux, aujourd'hui restreints à l'alimentation des animaux de compagnie. « Utiliser davantage de farines de viandes dans l'alimentation des animaux d'élevage, dans une démarche de bioéconomie, et dans le strict respect de la réglementation sanitaire en place, permettrait de diversifier les sources de protéines en réduisant la pression sur les productions végétales », est-il suggéré, au même titre que l'intégration de farines d'insectes. En dépit de ces orientations, AgriDées estime que l'autonomie en protéines reste hypothétique. La faute au



soja. Le tourteau est paré de la plus haute teneur protéique (48 %) et qui plus est, d'une qualité inégalée, due à sa richesse en lysine, acide aminé indispensable. En prime, il est crédité d'une très bonne digestibilité. Pour autant, la France n'a pas renoncé à produire davantage de soja. Terres Univia, l'interprofession des huiles et protéines françaises, s'est fixé pour objectif d'atteindre les 250 000 hectares en 2025, équivalant à une production de 650 000 tonnes de graines. Cette surface permettrait à la France d'assurer son autonomie en tourteaux de soja non OGM, lesquels ont été importés à hauteur de 500 000 tonnes en 2018.

Un nouveau plan protéine devrait voir le jour en juillet 2020. ■

(*)Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce

« Une marque de confiance pour les consommateurs »

Trente ans après sa création, le réseau Bienvenue à la ferme, précurseur des circuits courts, poursuit son essor et œuvre toujours davantage au rapprochement entre agriculteurs et consommateurs.

QUE REPRÉSENTE LE RÉSEAU BIENVENUE À LA FERME, 30 ANS APRÈS SA CRÉATION ?

Jean-Marie Lenfant: Le réseau compte environ 8 000 fermes et continue de s'étoffer. Environ 20 % proposent des prestations «Vivez fermier», autrement dit de l'Agritourisme et des visites d'exploitation, 53 % des prestations «Mangez fermier», soit de la vente directe de produits fermiers. 27 % des adhérents proposent les deux prestations. Chaque adhérent réalise en moyenne 130 000 € de chiffre d'affaires, soit plus de 1 milliard € au total pour l'ensemble du réseau.



LE RÉSEAU DISPOSE-T-IL ENCORE D'UNE MARGE DE PROGRESSION ?

J-M.L.: Bienvenue à la ferme est aujourd'hui le premier réseau d'agriculteurs en circuits courts et en agritourisme. Nous poursuivons notre développement à travers de nouvelles offres et de nouveaux services, en lien avec les attentes des consommateurs. Plus nous serons nombreux, plus nous serons en capacité de négocier des partenariats, de porter des sujets auprès de l'Administration, de communiquer auprès du grand public. Derrière chaque , il y a un agriculteur qui produit

et/ou qui transforme des matières premières et qui ouvre son exploitation au public au minimum deux fois par an. Bienvenue à la ferme, c'est une marque de confiance pour le consommateur.

LA MULTIPLICATION DE L'OFFRE NE RISQUE-T-ELLE PAS D'EXACERBER LA CONCURRENCE ENTRE PRODUCTEURS ?

J-M.L.: Aujourd'hui, les grandes surfaces captent la plus grosse part du marché de l'alimentation. En circuits courts, chaque producteur peut se différencier par le biais de ses produits, de son packaging, de son marketing, du relationnel avec ses clients. Un agriculteur adhérant à Bienvenue à la ferme est en contact avec des milliers de personnes au cours d'une année. Les échanges sont passionnés et passionnants. Le marché des circuits courts est en plein développement face à une demande croissante : accompagner les agriculteurs dans leurs projets de diversification leur permet de se saisir de ses débouchés et de se positionner sur ce marché.

QUELLE EST LA FINALITÉ DU PARTENARIAT ENTRE BIENVENUE À LA FERME ET LE CRÉDIT AGRICOLE ?

J-M.L.: Le partenariat vise à mutualiser une offre attractive pour le développement des circuits courts et de l'agritourisme. Il s'appuie sur le réseau Bienvenue à la ferme pour accompagner les adhérents de la marque et fait appel à des actions de communication communes, comme la tournée «Mangez fermier» de cette année. Les solutions monétiques offertes par le Crédit Agricole, notamment en mobilité, ainsi que les dispositifs pour augmenter la visibilité des agriculteurs, tels que les packs internet e-vitrine et e-tourisme, sont également bienvenus pour nos adhérents. ■

FOCUS

LE CRÉDIT AGRICOLE ACCOMPAGNE LES CIRCUITS COURTS

Le Crédit Agricole accompagne les grandes transformations sociétales et participe notamment au développement de la vente de produits alimentaires en circuits courts. Signe de cet engagement, la banque a renouvelé cette année son partenariat avec le réseau Bienvenue à la ferme. Offres monétiques en exploitation et en mobilité, packs internet destinés à accroître la visibilité des producteurs, formation des conseillers des chambres d'agriculture à ces outils : telles sont quelques-unes des offres de services incluses dans le partenariat, qui s'appuie sur un maillage renforcé des réseaux des Caisses régionales du Crédit Agricole et de Bienvenue à la ferme. La tournée «Mangez fermier», consistant à faire découvrir les produits fermiers dans plusieurs grandes villes de France, est une autre illustration de cet engagement.

AGENDA

■ 14-16 JANVIER ➤ ANGERS (49)
SIVAL – Salon des productions végétales

■ 13-15 FÉVRIER ➤ CAEN (14)
CIDREXPO – 1er salon international dédié aux cidres et poirés

■ 22 FÉVRIER – 1ER MARS ➤ PARIS (75)
SIA – Salon International de l'Agriculture

