

# AGRICULTEURS AU CARREFOUR

## *Au cœur du Parc régional de la Chartreuse, des agriculteurs (trices) parlent de leur métier (1).*

Jeunes, soucieux de qualité, désireux de comprendre les évolutions de leur territoire, ils sont au carrefour d'exigences parfois contradictoires de la part du politique et de ses administrations (« notre métier est de plus en plus administré »), du consommateur, des défenseurs de l'environnement, des habitants du territoire...

Le plus surprenant est pour eux l'ignorance du cœur de leur métier : « sur le marché, les clients s'intéressent à la fabrication du fromage, mais ils ne posent jamais de questions sur le lait et sa production. » Or, leur particularité est justement de travailler avec le vivant. Ils ont des impératifs de vigilance tout au long de la chaîne de production : « Un agriculteur d'aujourd'hui, comme un paysan d'hier, va veiller à la nourriture, aux soins, aux vêlages, à la santé de ses animaux. » Une alimentation humaine de qualité commence par une alimentation animale de qualité, et le métier implique donc une attention permanente à la fragilité du vivant : « Même un agriculteur qui ne fait pas du bio va éviter, autant que possible, de soigner avec des antibiotiques. »

À l'autre bout de la chaîne, les agriculteurs doivent rassurer des consommateurs habités par des peurs qui conduisent à des mesures souvent excessives. « Si demain quelqu'un est malade avec un fromage au lait cru, il va falloir sécuriser encore plus. » Les consommateurs sont méfiants jusqu'au paradoxe, au risque de friser l'absurde : « Ce qui est naturel fait peur ; tout ce qui n'est pas super-pasteurisé n'est pas bon. » La publicité et les médias ont une influence considérable sur les représentations du

produit et de ses effets : « Un jour le lait est bon pour la santé, un autre jour, il fait grossir ou donne du cholestérol. » Ce qui fait référence pour la qualité est parfois complètement inversé : « Vous livrez votre lait à X (grande marque de distribution), alors c'est qu'il doit être bon. » C'est vraiment « mettre la charrue avant les bœufs ».

En Chartreuse, grâce à la vente directe ou dans un magasin de produits fermiers, les relations sont nombreuses avec les consommateurs, les scolaires, les visiteurs... Cette proximité est un atout. « En cas de grosse crise, les gens reviennent à la source et cherchent à connaître le producteur, au delà du distributeur. » De fait, la distribution pose des problèmes. Autrefois, les coopératives ont été un moyen pour eux de s'adapter en se regroupant. « Aujourd'hui, dans beaucoup de coopératives, les décisions n'appartiennent plus aux agriculteurs. » Les impacts de la grande distribution sur le consommateur et sur le travail des agriculteurs qui lui sont soumis paraissent surtout négatifs.

Quant aux aides diverses (mesures agro-environnementales, éco-conditionnalité...), elles rendent le métier plus complexe, du fait de leurs exigences pas toujours cohérentes, sans grande lisibilité agronomique et environnementale.

Paysans, chefs d'entreprises, plus ou moins vétérinaires, aménageurs de l'espace, distributeurs, communicants,... comment être mieux connus et... reconnus comme promoteurs d'une alimentation de qualité pour tous ?

*Propos recueillis par* **Claude Royon**

(1) Ils sont membres de l'Association Avenir de l'Agriculture en Chartreuse. Voir <http://www.parc-chartreuse.net/economie/agriculture.asp> et, ci-dessous, p. 54.