



# Climat et attentes sociétales : l'indispensable adaptation de l'agro-industrie

Comme les agriculteurs, les entreprises de l'amont et de l'aval agricole sont confrontées aux défis du changement climatique et des nouvelles attentes sociétales. En partenariat avec Agridées, Bessé, expert du conseil et du courtage en assurances auprès des entreprises, a donné la parole à plusieurs de leurs responsables pour qu'ils témoignent de leurs stratégies d'adaptation.

Six représentants des industriels de l'agro-industrie sont venus témoigner le 29 février 2024, à l'invitation du cabinet de conseil en assurances Bessé et d'AgriDées, sur l'adaptation de leur business model au changement climatique et aux nouvelles attentes des consommateurs. Une question de survie, mais pas seulement. Une première table ronde, intitulée « Adapter son modèle pour accroître sa résilience et maîtriser ses risques », a réuni Félicien Bulot, directeur marketing céréales et protéagineux de Florimond Desprez, Laetitia Delaye, directrice RSE du Groupe Rémy Cointreau et Pierre Toussaint, directeur du développement durable de la coopérative Axereal. Bien que leurs activités soient différentes, ils ont en commun cette volonté d'agir plutôt que de subir, en particulier sur la question de l'évolution du climat. « À Cognac, les vendanges se font un mois plus tôt qu'il y a un siècle et on sait que d'ici 2050 le climat de cette région sera celui de la ville de Porto. Malgré tout nous avons choisi de rester dans cette région et de nous adapter en faisant évoluer les pratiques agricoles avec des variétés climato résistantes » explique Laetitia Delaye. Sélectionneur et obtenteur de semences, l'entreprise Florimont Desprez se doit de prendre en compte les évolutions culturelles des bassins de production mondiaux mais aussi le pas de temps long de la R&D afin de proposer des variétés toujours plus précoces. L'utilisation de la génétique et de



De gauche à droite : Jean-Baptiste Millard (AgriDées), Benoit Jimenez (Groupe Roullier), Manon Durbec (Labeyrie), Mathieu Pecqueur (Cooperl).

nouvelles technologies peut permettre d'obtenir cette résilience. « 80 % de nos dépenses de R&D annuelles sont liés à l'adaptation de nos filières au changement climatique » précise Félicien Bulot. Dans la coopérative Axereal on travaille surtout à sécuriser les agriculteurs sur la prise de risque dans le changement de productions en compensant par le prix la baisse de rendement et en proposant par exemple des primes filières pour des productions bas-carbone. Mais le passage à l'échelle d'un changement de pratiques des agriculteurs reste difficile. Chez Rémy Cointreau, l'agriculture régénératrice est encouragée via un accompagnement et de la formation, des primes, en testant l'assurance du rendement contre certaines maladies, voire en mettant en place des crédits carbone. « Nous sommes dans une stratégie de valeur et pas de volume. Ce que nous voulons, c'est aider ces agriculteurs à transmettre leurs terres à leurs descendants » affirme Laetitia Delaye.

“

On ne peut pas attendre d'avoir la certitude que le consommateur va commencer à nous payer pour instaurer de nouvelles pratiques

”

Une seconde table ronde, animée par Jean-Baptiste Millard, délégué général d'AgriDées, a réuni Manon Durbec, responsable RSE & Climat de Labeyrie Fine Foods, Benoît Jimenez, directeur transformation durable du groupe Roullier et Mathieu Pecqueur, délégué aux relations extérieures de la coopérative Cooperl, pour témoigner de la capacité des entreprises à répondre aux nouvelles attentes des consommateurs.

Labeyrie a choisi de devancer ces nouvelles attentes. « *La raison d'être de Labeyrie Fine Foods est de partager un hédonisme engagé. Cela traduit que nous voulons rendre indissociable le plaisir et la responsabilité. Il nous faut transformer un modèle, mais cela prend du temps* » explique Manon Durbec.

Labeyrie s'emploie à rassurer le consommateur sur l'origine des produits, être transparent sur les modèles de production, se reposer sur des labels, mais aussi et surtout à préparer et anticiper le monde tel qu'il sera dans 10 ans ou même plus. Proposant des produits de la mer (saumon), du terroir (foie gras), et apéritifs, l'entreprise se situe au sein d'une chaîne de valeur qui n'est pas forcément intégrée.

« *Nous dépendons de partenaires, sauf en canard. Notre rôle est donc d'embarquer d'autres prestataires. Si on attend le consommateur, nous ne seront jamais prêts* » estime-t-elle.

Dans la filière porcine, le groupe coopératif Cooperl est présent sur tous les métiers, depuis la sélection jusqu'à la commercialisation de la viande porcine.

« *En 2023 nous avons lancé le métaprogramme Solutions 2030, avec l'idée de répondre aux attentes de nos clients et de la société en structurant tous les périmètres couverts par notre coopérative* »

explique Mathieu Pecqueur. Pour intégrer ces enjeux et adapter ses pratiques, la coopérative a mis en place quatre programmes (exploitations agricoles, responsabilité environnementale, ressources humaines, coopérative) composés de solutions concrètes et d'objectifs annuels.

Ils visent à améliorer la qualité de vie des éleveurs, des animaux mais aussi à agir pour la planète et le territoire.

« *L'arrêt de la castration des porcs mâles, innovation unique en France, est l'exemple d'un challenge réussi, né d'une contrainte d'un de nos clients, qui bénéficie à toute notre filière. Ce modèle vertueux, pratiqué par 90 % de nos éleveurs-adhérents, permet de gagner en bien-être animal, en compétitivité de l'éleveur, et de réduire les émissions de carbone. Toutes ces innovations qui ont un coût permettent de produire des produits plus sains. Mais il nous faut rester dans le marché. On ne peut pas attendre d'avoir la certitude que le consommateur va commencer à nous payer pour instaurer nouvelles pratiques* » ajoute-t-il.

Partenaire des agriculteurs pour la fertilisation et la nutrition animale, le groupe Roullier n'est pas lui-même producteur de matières premières. Son leitmotiv : faire mieux avec moins. Son business model repose sur une approche premium qui combine diversité de matières premières, extraits d'algues pour proposer aux agriculteurs des produits innovants et efficaces qui permettent de réduire leur impact environnemental, en particulier en raisonnant les émissions de carbone/rendement à la parcelle et avec un accompagnement en matière de formation et d'information. Pour Manon Durbec, le changement doit être systémique : « *Chacun des maillons de la chaîne doit assumer ses responsabilités dans le changement d'échelle et pas seulement l'agriculteur. Il faut regarder comment intégrer nos partenaires de la grande distribution, comment on forme les acheteurs et comment on intègre ces changements dans les négociations commerciales. Le prix ne doit plus être le driver unique* ».

Invité à réagir à ces témoignages, Arnaud Rousseau, président de la Fnsea, a tenu à souligner la priorité des enjeux pour les agriculteurs : continuer à produire en France, dans l'Union européenne, dans un contexte de changement climatique, tout en assurant la rentabilité des capitaux investis dans l'entreprise.

« *Nous devons, à l'échelle de toute la filière, nous mettre d'accord sur les fondamentaux pour aborder les réalités de business, de transition, de CAPEX et de risques. Les modèles restent à construire et une chose est sûre : la solidarité nationale et l'argent public ne suffiront pas* » a-t-il conclu. ■

Isabelle Delourme