

EURACTIV

VALORISER L'AGRICULTURE

SPECIAL REPORT | 20 - 24 FÉV. 2017
<http://eurac.tv/6E9r>

EFEAGRO:
veinticinco 1998-2015



Action cofinancée par la
Commission européenne

EURACTIV

VALORISER L'AGRICULTURE

SPECIAL REPORT | 20 - 24 FÉV. 2017
<http://eurac.tv/6E9r>



Table des matières

Les exportations agricoles espagnoles explosent	4
L'UE conserve son statut de superpuissance agroalimentaire	6
Le protectionnisme menace les exportations alimentaires européennes	8
Le succès à l'export des produits agricoles espagnols ne se dément pas	10
« Le secteur agricole européen paye le prix de la politique internationale »	12

Les exportations agricoles espagnoles explosent



L'Espagne exporte la plupart des produits agricoles vers la France, l'Italie et le Portugal. [ih/Flickr]

Les exportations du secteur agroalimentaire espagnol sont en pleine expansion. Après la récession de 2009, les exportateurs ont connu six ans de croissance, pour un gain total de 60 %. Un article d'EFEAgro.

En 2015, les producteurs alimentaires espagnols vendent plus de 25,4 milliards d'euros d'aliments et de boissons à l'étranger, dont 70 %, soit 17,5 milliards d'euros, ont été consommés dans d'autres pays de l'UE. Les exportations agroalimentaires européennes pèsent l'équivalent de 98 milliards d'euros par an, ce qui fait de l'UE une sorte de « garde-manger » mondial. L'Europe est en effet le plus gros exportateur alimentaire du monde, avec près de 18 % de parts du

marché.

Selon les dernières données récoltées par Food Drink Europe, 26 milliards d'euros de nourriture et boissons ont été exportés à partir de l'UE rien qu'au dernier trimestre de 2016. Les secteurs les plus porteurs sont la viande, les spiritueux, le vin, les sucreries et les produits laitiers. Dans la même période, les importations européennes se sont élevées à 17,8 milliards d'euros.

En Espagne, si les chiffres définitifs pour 2016 ne sont pas encore disponibles, tout indique le prolongement de la croissance, selon la Fédération espagnole de l'alimentation et des boissons (FIAB).

Le directeur général de l'organisation, Mauricio Quevedo, a expliqué à Efeagro que ce secteur était

« à présent plus international que jamais », et se targue d'une « position privilégiée et internationalement reconnue, à la sixième place des secteurs d'exportation dans l'UE et dixième dans le monde ».

La viande et de ses dérivés, les huiles et les boissons sont les principaux produits exportés de l'UE, selon la FIAB.

COMMERCE COMMUNAUTAIRE

Les pays achetant le plus de produits espagnols au sein de l'UE sont la France (représentant 17 % des revenus générés), l'Italie (12 %) et le Portugal (12 %). Le Royaume-Uni (7 %)

Suite à la page 5

Suite de la page 4

et l'Allemagne (6 %) suivent, avec une certaine marge.

La croissance rapide du secteur est reflétée dans la multiplication du nombre d'entreprises exportant des produits espagnols. Entre 2009 et 2015, le nombre d'entreprises a augmenté de 33 %, pour atteindre un total de 12 700 sociétés.

« D'un côté, cette augmentation, qui a commencé il y a plusieurs années, montre l'internationalisation dans laquelle s'est engagé le secteur pour compenser la baisse de la demande nationale, ainsi que la capacité et la compétitivité nécessaires pour se tailler une place sur le marché mondial », souligne un rapport de la FIAB.

Les statistiques placent l'Espagne en sixième place des plus grands exportateurs européens, avec 7,6 % du total exporté, environ la moitié de ce que représente l'Allemagne ou les Pays-Bas, en premières positions. Le pays ibérique est cependant le moteur de croissance du secteur.

L'association de lobby Food Drink Europe, qui défend les intérêts de l'industrie agroalimentaire auprès de Bruxelles, estime ainsi que le secteur est « le plus important contributeur à l'économie européenne, devant

d'autres secteurs manufacturiers, comme l'automobile ».

En outre, c'est également le secteur fournissant le plus d'emplois : environ 4,25 millions. En Espagne, l'agriculture emploie à peu près 500 000 personnes.

Le rapport de Food Drink Europe souligne particulièrement l'importance de l'innovation. Selon le lobby, les producteurs de boissons et aliments sont parmi les secteurs industriels qui s'engagent le plus à ce niveau.

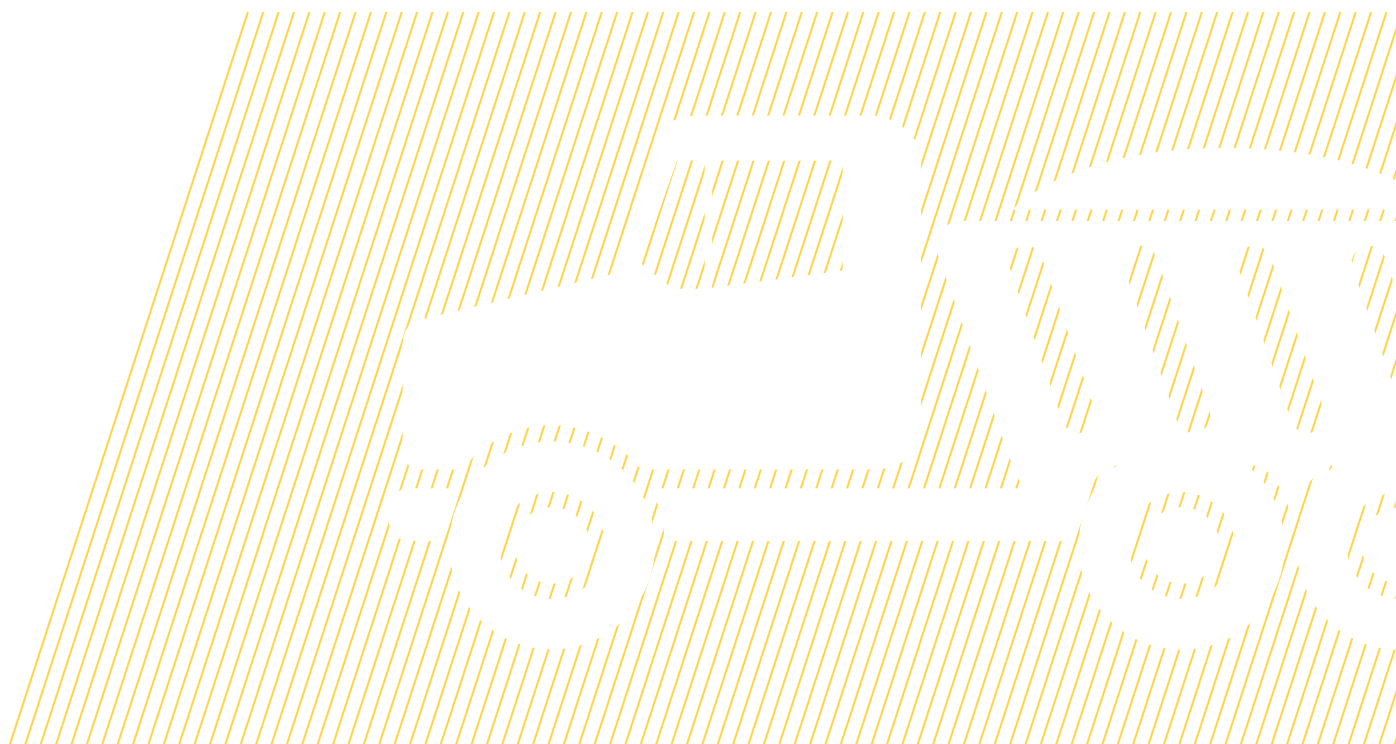
UNE DÉCENNIE DE CROISSANCE

Les exportations agroalimentaires européennes « ont presque doublé cette dernière décennie », pour dépasser 98 milliards d'euros en 2015.

La plus grande partie des échanges, 72 %, ont eu lieu entre États membres, et les 28 % restants étaient destinés à des pays tiers. Ce pourcentage est en augmentation, grâce aux améliorations dans des marchés considérés comme particulièrement importants, selon Food Drink Europe.

Les États-Unis sont le principal destinataire des exportations européennes, à hauteur de 17 milliards d'euros, suivis par la Chine (8,1 milliards), la Suisse (5,6 milliards),

le Japon (4,7 milliards) et la Russie (3,9 milliards). Selon le lobby, les exportations vers la Chine, le Brésil, la Corée du Sud et d'autres marchés émergents ont augmenté de manière significative ces dernières années.



L'UE conserve son statut de **superpuissance** agroalimentaire



En 2015, l'excédent des exportations agroalimentaires de l'UE a atteint 9 milliards d'euros. [Tim Parkinson/Flickr]

L'industrie agroalimentaire représente 7 % du commerce entre l'UE et le reste du monde. Un article d'EFEAgro.

Sur 100 euros d'échange entre l'UE et les pays tiers, l'industrie agroalimentaire représente sept euros. Si ce chiffre peut sembler faible comparé à ceux des industries automobile ou énergétique, par exemple, le secteur agroalimentaire est d'une importance cruciale pour l'économie européenne, et pour les économies de millions de familles de l'UE.

En 2015, les exportations européennes de produits alimentaires (à l'exception des poissons et de ses dérivés) s'élevaient à plus de

123,2 milliards d'euros, alors que les importations atteignaient 114,1 milliards. Ces chiffres d'Eurostat, le bureau européen de statistique, révèlent un excédent commercial de plus de 9 milliards d'euros.

Si la tendance est à l'ouverture et à la consolidation des marchés d'exportation, le commerce interne reste un pilier clé de l'économie alimentaire de l'Union.

Javier Sierra, directeur Alimentation et gastronomie de l'Institut espagnol du commerce extérieur (ICEX), explique que l'UE est le plus grand exportateur de produits alimentaires depuis 2013, quand il a dépassé les États-Unis. Pour lui, il s'agit là du résultat du soutien continu de Bruxelles au

secteur agroalimentaire, qui passe par la promotion, des augmentations de budget et l'ouverture de nouvelles voies commerciales.

Ce succès est également lié aux contrôles de qualité et aux normes de production « rigoureuses » auxquels se soumettent les producteurs européens, ainsi qu'à la consolidation des relations commerciales avec la Chine, qui est déjà la deuxième destination d'exportation des aliments européens.

**ŒUFS ET LAIT ET
PRODUITS LAITIERS EN
TÊTE**

Suite à la page 7

Suite de la page 6

L'analyse du solde commercial européen pour les produits agroalimentaires (à l'exception des industries de la pêche et des boissons) révèle des données intéressantes, selon le Centre du commerce international (CCI). L'UE vend par exemple plus de céréales, farine, fécule, lait et produits laitiers qu'elle n'en achète. L'excédent commercial de 9 milliards est ainsi presque essentiellement composé de lait et produits laitiers et d'œufs, qui représentent 8,5 milliards du total.

À l'inverse, le secteur des fruits et légumes est déficitaire, avec une différence de plus de 18 milliards d'euros. Ce secteur est suivi par celui du thé et du café, avec un déficit de plus de 8 milliards.

Si les exportations d'animaux vivants, de viande et d'abats (8,1 milliards d'euros) et de céréales (4,1 milliards) sont également excédentaires, ce n'est pas le cas des sous-secteurs des graines et des fruits oléagineux, dont le soja (-7,9 milliards).

Au-delà de la balance commerciale, les secteurs qui brassent le plus d'argent, en importations ou exportations, à la fois au sein de l'UE et au niveau international, sont la viande, le lait et les produits laitiers, les fruits et légumes et les céréales.

Toujours selon Eurostat, le secteur des fruits et légumes est celui qui implique les plus larges sommes, à la fois en interne et dans le commerce extérieur. Ainsi, 67 % des transactions liées à ces importations, soit 42,9 milliards d'euros, ont lieu entre États membres.

La viande et les abats comestibles sont cependant les produits pour lesquels cette tendance est la plus flagrante. Les pays de l'UE ont en effet exporté 38 milliards d'euros de viandes et d'abats comestibles en 2015, dont 88 % (33,4 milliards) sont restés dans le bloc.

De la même manière, 76 % du lait

et des produits laitiers, des œufs et du miel européens ayant traversé des frontières sont restés dans l'UE.

DIFFÉRENCES GÉOGRAPHIQUES

L'étude des flux commerciaux entre l'UE et les autres continents révèle par exemple que l'union a exporté 1,7 milliard d'euros de lait et produits laitiers et d'œufs vers l'Amérique, ainsi qu'environ 4,4 milliards d'euros de céréales vers l'Afrique. Dans ces deux cas, l'Europe a un net excédent.

En Asie, les pays européens vendent surtout de la viande et des abats, pour un total de 5,4 milliards d'euros, et 5 milliards d'excédent. En ce qui concerne l'Océanie, la viande européenne connaît cependant un déficit de 1,1 milliard.

L'ESPAGNE EN TÊTE

En ce qui concerne la viande, le lait, les produits laitiers, les œufs et les fruits et légumes, l'Allemagne a exporté 23,6 milliards d'euros en 2015, la France environ 13 milliards, le Royaume-Uni 12,8 milliards et l'Italie 10 milliards.

Selon le ministère espagnol de l'Agriculture, de la Pêche, de l'Alimentation et de l'Environnement (Mapama), le pays a pour sa part exporté (produits de la pêche compris) un total de 44,1 milliards d'euros.

Cela inclut des exportations de viande et d'abats pesant 3,9 milliards, un marché excédentaire. Les fruits et légumes ont pour leur part atteint un total de 13,6 milliards.

Javier Sierra souligne qu'il est important que l'Espagne promeuve la nature « unique » de ses produits, variés et d'une grande qualité, afin de consolider sa position sur les marchés internationaux. Le pays espère y arriver en encourageant la collaboration institutionnelle et en faisant la promotion du tourisme gastronomique.

Le **protectionnisme** menace les exportations alimentaires européennes

.....



Le Canada exporte 2,2 milliards d'euros de produits alimentaires chaque année en Europe. [C./Flickr]

Le Brexit et les décisions prises par Donald Trump depuis son arrivée à la présidence américaine laissent planer l'incertitude sur l'avenir des exportations alimentaires de l'UE. Un article d'EFEAgro.

Après avoir bravé des obstacles tels que l'embargo russe contre les produits européens, les exportateurs de l'UE doivent à présent composer avec un avenir teinté de doutes, en raison des élections cette année en France, aux Pays-Bas et en Allemagne. L'évolution du taux de change euro-dollar et de la livre sterling ne manquera pas non plus d'apporter son lot d'incertitudes.

À peine un mois après son arrivée à la Maison-Blanche, Donald Trump a déjà mis à exécution sa promesse de défendre les frontières américaines. Le 23 janvier, il a signé un décret pour retirer les États-Unis du Partenariat transpacifique (TTP), un accord de libre-échange signé avec onze autres pays.

Le Partenariat transatlantique de commerce et d'investissement (TTIP), traité de libre-échange en négociation entre les États-Unis et l'UE depuis 2013, semble quant à lui être la dernière des priorités du président. Ce partenariat a suscité la controverse dans le secteur agroalimentaire ainsi

qu'au sein des gouvernements et des partis politiques.

D'après Javier Guevara, directeur du département aliments et gastronomie de l'Institut du commerce extérieur (ICEX), « les perspectives commerciales pour les produits alimentaires européens restent positives », malgré quelques « obstacles ».

Entre autres, il cite l'embargo russe sur les importations européennes, les « incertitudes » dans les relations avec les États-Unis et l'incidence du « Brexit » sur l'économie européenne.

Suite à la page 9

Suite de la page 8

Par conséquent, il préconise que l'Union « continue à dénicher de nouveaux marchés en Asie, en Amérique latine et en Afrique ». L'ouverture de tels marchés permettrait en effet de pallier ces difficultés, qualifiées de « conjoncturelles » par les spécialistes.

Pour l'heure, les coopératives et organisations agricoles misent toujours sur les éventuels changements à venir.

« Ce peut être une gageure ou une aubaine », explique Gabriel Trenzado, responsable des relations internationales de la coopérative agroalimentaire espagnole. Selon lui, il convient de comprendre les accords commerciaux « dans leur ensemble » et, en particulier pour l'UE, de « ne pas les signer à la hâte ».

Pour le moment, a-t-il ajouté, l'industrie agroalimentaire espagnole n'a pas ressenti d'effets « immédiats » découlant de ces décisions. Le commerce demeure « très fluide » avec les États-Unis, même si « Trump a prouvé qu'il fera ce qu'il a promis ».

Ignacio Lopez, responsable des relations internationales au sein de l'association espagnole de jeunes agriculteurs (ASAJA), conseille aux agriculteurs de rester sur leurs gardes tant que les négociations du TTIP ne seront pas officiellement closes, étant donné que personne ne connaît « les intentions futures des négociateurs européens ».

Il se montre aussi particulièrement préoccupé par l'intention de l'UE de relancer les négociations pour la signature d'un accord de libre-échange avec le Mercosur. Les normes de production agricole dans cette communauté économique d'Amérique du Sud sont nettement moins strictes qu'en Europe, ce qui pourrait porter préjudice aux agriculteurs européens.

Miguel Blanco, secrétaire général des organisations espagnoles d'agriculteurs et d'éleveurs (COAG),

a souligné que tous ces changements entraînaient « une énorme incertitude » dans le secteur en termes d'orientation de la production et du marché.

Selon lui, « si le TTIP est néfaste à tous les niveaux », surtout pour la qualité et la sécurité alimentaires, « adopter les normes de Donald Trump » serait encore pire.

L'association des petits agriculteurs espagnols (UPA) réaffirme son « opposition catégorique » au TTIP, convaincue que le traité utilisera l'agriculture et le bétail comme monnaie d'échange. Elle reconnaît toutefois que son « annulation définitive, comme celle de tout autre traité impactant l'économie mondiale, ne serait pas une raison de se réjouir ni d'être sereins ».

D'après l'UPA, le soutien de Donald Trump à d'autres chefs d'État, tels que Vladimir Poutine, qui a « ravagé l'agriculture espagnole à cause de son embargo », fait craindre que les États-Unis « puissent prendre en considération ce genre de dispositions protectionnistes dans son catalogue de mesures politiques ».

Alors que l'incertitude règne autour du TTIP et de l'avenir de l'UE après le Brexit, l'Union se tourne vers d'autres marchés, tels que le Canada. Le 15 février, le Parlement européen a massivement approuvé un accord de libre-échange historique entre l'UE et le Canada (CETA).

Le Canada constitue un marché important pour l'Union européenne. En 2015, les ventes de produits agroalimentaires européens au Canada ont avoisiné les 3,42 milliards d'euros, contre 2,2 milliards d'euros d'importations.

La Canada se place ainsi au neuvième rang des destinations d'exportations agroalimentaires de l'UE en dehors de ses frontières. Les États-Unis se positionnent quant à eux sur la première marche du podium, suivis de près par la Chine et la Suisse. D'après la Commission européenne,

parmi les produits européens les plus exportés sur le marché canadien, figurent le vin, le vermouth, le cidre, le vinaigre, les liqueurs, les spiritueux, le chocolat, les confiseries et les glaces.

Les exportateurs européens de l'industrie agroalimentaire, véritable moteur malgré la crise économique, et en particulier les Espagnols, retiennent leur souffle en attendant de prendre la mesure des conséquences de cette période d'incertitudes politiques au niveau mondial.

Le succès à l'export des produits agricoles espagnols ne se dément pas



En 2016 l'Espagne a exporté des biens à hauteur de 254 milliards d'euros.
[Shutterstock]

En s'appuyant sur l'export, le secteur agricole espagnol est devenu un véritable moteur de l'économie depuis 2008. Un article d'EFEAgro.

En 2016 l'Espagne a exporté des biens à hauteur de 254 milliards d'euros, dont 17 % étaient des produits alimentaires, des boissons et du tabac, selon les données officielles.

Selon le ministère espagnol de l'Économie, les ventes les plus importantes ont été réalisées dans les sous-secteurs des fruits, des légumes et des légumineuses, notamment à l'Allemagne, au Royaume-Uni, ainsi

qu'en Autriche et aux Pays-Bas. Les produits carnés ont aussi eu du succès en Chine, au Portugal, en Corée du Sud et en Italie.

Les exportations espagnoles de viande, surtout vers la Chine et le Japon, d'huiles et de matières grasses, vers les États-Unis, l'Italie et le Portugal, sont celles qui ont connu une plus forte croissance.

Sur les 43 milliards d'euros de ventes, près de 17 milliards proviennent des fruits, des légumes et des légumineuses, plus de 6 milliards d'euros proviennent des produits carnés, 4,2 milliards d'euros des huiles et matières grasses et plus

de 3,8 milliards d'euros des boissons. L'Espagne a par ailleurs exporté environ 2,5 milliards d'euros de vin.

CROISSANCE SOUTENUE

Selon les spécialistes, la marge de croissance est cependant encore importante. Le directeur alimentation et gastronomie à l'institut du commerce international (ICEX), Javier Serra, a souligné que la Pologne, la République tchèque et la Suède prenaient « de l'ampleur chaque année, principalement grâce à leurs

Suite à la page 11

Suite de la page 10

produits carnés et horticoles ».

« L'Europe est notre principal acheteur, mais la Chine se démarque en termes d'achats de vin, d'huile d'olive et de produits carnés, alors que les États-Unis sont un acheteur clé de vin et d'huile d'olive », a expliqué Javier Serra.

En termes d'implication de l'Europe, « les politiques de l'UE en matière de produits alimentaires soutiennent le secteur, tant dans la promotion que dans la recherche de nouvelles opportunités commerciales ». En ce sens, la diversification des exportations et des marchés est clé, a-t-il ajouté.

Selon Javier Serra, « les normes strictes de production et les contrôles qualité » de l'UE sont des facteurs déterminants et « garantissent une perspective favorable dans un monde de plus en plus conscient de l'importance d'une alimentation saine et d'une sécurité alimentaire ».

MOTEUR DES EXPORTATIONS AGRICOLES DE L'UE

Dans le cas de l'Espagne, l'Allemagne, le Royaume-Uni et, dans une moindre mesure, l'Autriche et les Pays-Bas sont les principales destinations des exportations des fruits, légumes et légumineuses. La Chine, le Portugal, la Corée du Sud et l'Italie sont quant à eux les principaux ports d'arrivée de la viande espagnole.

Pour Javier Serra, l'Espagne est le principal moteur des exportations agroalimentaires européennes. « La Chine est seconde dans le classement des destinations des produits alimentaires de l'UE et les exportations représentent 10 milliards d'euros », a-t-il déclaré.

Le président de la société interprofessionnelle espagnole d'huile d'olive, Pedro Barato, souligne le succès qu'a connu son secteur en Chine en

2016, où les ventes ont grimpé de 21 % par rapport à 2015. Aux États-Unis également, l'Espagne en a exporté 130 000 tonnes, monopolisant ainsi 41 % du marché. Et les ventes ont augmenté de 52 % par rapport à 2015.

« Dans les deux cas, la croissance est toujours au rendez-vous », a insisté Pedro Barato, tout en ajoutant que le Brésil, l'Australie et la France étaient d'importants marchés où les produits espagnols étaient devenus très populaires.

Pedro Barato a ajouté que 63 % de l'huile d'olive produite en 2015 et en 2016 avait été réservée à l'exportation (soit environ 868 000 tonnes).

Un excédent d'exportations a également été observé dans le commerce du vin. L'homologue de Pedro Barato dans le vin, Ángel Villafranca, a expliqué que son industrie avait produit environ 40 millions d'hectolitres et que seul l'équivalent de 10 millions avait été consommé à l'intérieur du pays.

VALEUR ET QUALITÉ

L'enjeu consiste désormais à « accroître la valeur ». Pour Ángel Villafranca, « nous dominons le marché international en termes de volume, mais maintenant il est temps d'y attacher de la valeur en se concentrant sur nos indications géographiques et sur nos appellations d'origine contrôlée ».

« Si nous faisons notre travail correctement et que nous ne défendons pas seulement nos prix, alors nous pouvons remporter le marché » aux États-Unis, en Asie du Sud-Est, et dans les pays d'Europe de l'Est.

DIVERSIFIER LES MARCHÉS

La diversification du marché est un objectif partagé par les exportateurs de fruits et de légumes, puisque 60 % de leur production part à l'étranger. Selon le président de la fédération

des exportations du secteur (FEPEX), José María Pozancos, la « priorité » est la diversification, pour accélérer la levée des obstacles phytosanitaires, l'innovation et améliorer les instruments de gestion de crise.

Les chiffres d'Eurostat pour 2015 montrent que l'Europe a exporté 3,53 mille milliards de ce secteur vers des pays tiers et que le marché interne de l'UE représentait un total de 24 milliards d'euros.

En ce qui concerne les produits carnés, l'UE est la principale destination, avec des ventes à hauteur de 35 milliards d'euros. Les exportations ne représentent que 8,5 milliards.

Selon le responsable de l'association des producteurs espagnols de bœuf (Asoprovac), Javier López, plus de 25 % des 633 792 tonnes de viande produite en 2015 ont été envoyées au Portugal, en France, en Algérie et à Hong Kong. Par ailleurs, environ 175 000 têtes de bétail ont été vendues, la Libye et le Liban étant les principaux acheteurs (60 % des ventes).

Selon Eurostat, les ventes de porcs espagnols ont dépassé celles de l'Allemagne, avec 28,4 millions de cochons vendus, même si la République fédérale domine toujours ce secteur. L'Espagne est classée seconde après le Royaume-Uni en termes de ventes de brebis et seconde après la Grèce pour la vente de chèvres.

Les producteurs de viande porcine ont déclaré que la Chine était le client numéro 1 avec 20 % des ventes réservées à l'exportation. La France demeure le premier client de l'Espagne en termes de valeur avec 759 millions d'euros échangés.

INTERVIEW

« Le secteur agricole européen paye le prix de la politique internationale »

.....



Pekka Pesonen [European Commission]

Face au protectionnisme et à une concurrence toujours plus rude, la PAC doit assurer les revenus des agriculteurs, et les nouveaux marchés d'exportation ne suffisent pas, estime le secrétaire général de la Copa-Cogeca.

Pekka Pesonen est le secrétaire général de Copa-Cogeca, l'association européenne des agriculteurs et coopératives agricoles.

Craignez-vous que la montée des partis d'extrême droite en Europe ait une incidence sur le commerce agricole?

Premièrement, il est dans l'intérêt général de s'assurer que les politiques communes, en particulier dans le secteur agricole, fonctionnent réellement. C'est le point de départ, parce que nous vendons toujours la plus grande partie de nos produits aux consommateurs européens.

Il faut développer une ligne politique qui donne des résultats, c'est indéniable. Sur ce point, toutes les autres parties prenantes de la chaîne de valeur de l'UE et des ONG sont d'accord. Et le mouvement populiste risque d'affecter les politiques communes, donc il faut faire fonctionner les politiques communes.

Ensuite, en ce qui concerne le

Suite à la page 13

Suite de la page 12

commerce, je voudrais souligner l'importance du facteur de croissance, parce que, comme nous le savons tous, la population européenne stagne. Le nombre d'Européens n'augmente pas. Nous perdons notre part sur le marché mondial dans de nombreux secteurs, dans presque tous les secteurs, à cause des tendances démographiques générales. À cause de la population vieillissante, de l'investissement, de tout. C'est pourquoi le secteur agricole s'intéresse tellement aux exportations. Parce que nous savons que nous pouvons fournir des produits de niche, de grande qualité, qui intéressent les consommateurs.

Quand nous envisageons des accords commerciaux avec des pays tiers, pour nous, le facteur clé est que ces accords soient fondés sur des objectifs, pas sur le libre-échange par définition. Même vos partenaires ne veulent pas de cela. Il faut établir des échanges basés sur des règles, des règles justes. C'est pourquoi nous sommes si intéressés par l'accord avec le Canada (CETA), celui qui pourrait être signé avec les États-Unis (TTIP) et celui avec le Japon. Nous voulons des partenaires égaux, surtout en ce qui concerne la sécurité alimentaire. Il y a un grand potentiel à exploiter. Nous pensons réellement que l'accord avec le Canada est un bon début. Ce n'est pas un accord tout à fait parfait, nous y voyons certainement des risques en ce qui concerne certains produits carnés, comme le bœuf et le porc.

Qu'en est-il des indications géographiques dans ces accords ?

Les indications géographiques a été l'un des sujets les plus épineux à inclure [dans le CETA] pour la Commission européenne. C'est la première fois que nous réussissons à faire reconnaître ces critères par nos

grands partenaires commerciaux. Même si bien sûr tout n'est pas parfait dans cet accord.

Cela crée-t-il un précédent pour le TTIP ?

Oui. Et évidemment les Américains sont contre. Si une grande partie de la population américaine est d'origine européenne, il est normal que ces gens aient emporté leurs traditions avec eux. Mais est-il pour autant juste qu'ils inondent leur marché de produits estampillés « tradition européenne » alors que nous avons la production originale de ce côté de l'Atlantique ? Ils doivent accepter que nous voulions des protections pour les spécialités grecques, espagnoles, italiennes, et même suédoises et finlandaises originales.

Nous devons nous assurer que toutes les normes soient respectées, et que, par exemple, l'accès au marché est organisé de manière à ne pas créer de perturbation importante. Ça doit notamment être le cas pour le marché européen du bœuf, par exemple, et la Commission européenne l'a reconnu. Nous allons faire pression pour qu'elle en tienne compte, parce qu'autoriser l'accès au marché européen à 50 000 tonnes de bœuf canadien est un risque considérable.

Le marché du bœuf de qualité est d'environ un million de tonnes, les importations canadiennes pourraient prendre 5 % du marché. Mais la production européenne ne représente en réalité que les deux tiers de ce total, environ 600 ou 650 000 tonnes. Les nouvelles importations de bœuf canadien de qualité finiront donc par constituer plutôt 10 % du marché par rapport à la production européenne. Il est évident que cela doit être géré. La signature de l'accord ne signifie pas à lui seul un avenir heureux. Il faut s'assurer qu'il est bien appliqué et

surveillé.

Au niveau politique, on observe un rapprochement entre Washington et Moscou. Cela pourrait avoir comme conséquence la suppression des sanctions à l'encontre de la Russie. Considérez-vous cela comme une chance pour le secteur agricole européen ?

Nous sommes très déçus de voir que le secteur agricole européen paye le prix de la politique internationale. Durant la campagne, on a entendu de grandes déclarations, mais à présent il semble y avoir un engagement pour la continuation des engagements vis-à-vis de l'UE et de l'OTAN. Nous ne nous attendons donc pas à de grands changements, parce qu'il s'agit de questions très sensibles, notamment pour la Russie.

Je ne suis pas un expert de la politique internationale, mais nous espérons que l'embargo russe sera levé. Moscou semble avoir des justifications internes pour cet embargo, qui est peut-être utilisé pour renforcer les capacités de production nationales. Nous sommes cependant optimistes et pensons que les produits européens de qualité retrouveront bientôt leur place sur le marché russe.

À quoi devrait ressembler la Politique agricole commune (PAC) pour être à la fois concurrentielle, écologiquement durable et profitable pour les agriculteurs ?

C'est très compliqué. La première chose qui vient à l'esprit est que nous sommes dépendants des soutiens financiers. Il suffit de voir ce qu'il reste des paiements directs de la PAC une fois soustraits les frais de travail externe, le remboursement des crédits, etc. Cette réalité doit être prise en compte. Cela ne nous réjouit pas,

Suite à la page 14

Suite de la page 13

nous préférerions de loin produire pour le marché et faire recette grâce aux consommateurs satisfaits, plutôt qu'aux contribuables réticents.

Mais la réalité est telle qu'elle est, et ce, depuis 15 ou 20 ans. Notre dépendance vis-à-vis des systèmes de soutien est un grand désavantage pour le secteur agricole. Bien sûr, il y a un grand nombre d'agriculteurs à temps partiel, qui doivent aussi être pris en compte. Nous savons également que la PAC est un compromis entre États membres, et qu'une grande partie des décisions à ce sujet sont prises en fonction du financement européen.

La dernière PAC a été appliquée de manière très différente dans les 28 États membres. On peut en réalité dire que nous avons 28 politiques agricoles communes : une PAC appliquée de 28 façons. Pour nous, c'est compliqué. Je pense que la plus grande question globale à gérer est la volatilité des marchés. Reste cependant à savoir comment s'organiser au niveau européen pour s'assurer que les agriculteurs veulent réellement utiliser, par exemple, les outils de gestion du risque proposés par la Commission.

Nous avons donc du pain sur la planche pour nous assurer que les exploitants résistent mieux à la volatilité des marchés, tout en maintenant nos méthodes de productions durables et, dans certains cas, le tissu social essentiel que les agriculteurs fournissent aux communautés rurales. Je pense que nous sommes tous d'accord : l'agriculture européenne ne pourra jamais être complètement industrialisée. Mais nous devons trouver des moyens de garantir que les exploitations moyennes, de taille relativement réduite, puissent engranger assez de revenus pour faire vivre leur famille. C'est l'élément essentiel.



Pour de plus amples informations sur les éditions spéciales d'**EURACTIV**...

Contactez-nous

Natalie Sarkic-Todd

natalie.sarkic-todd@euractiv.com
tel. +32(0)2 788 36 63

Aline Robert

aline.robert@euractiv.com
tel. +33 01 75 61 25 03

Ce projet a été financé avec le soutien de la Commission européenne. Cette publication n'engage que son auteur et la Commission n'est pas responsable de l'usage qui pourrait être fait des informations qui y sont contenues.