



INTERVIEW DE DANIEL PUJOL

Issu d'un milieu modeste, **Daniel Pujol**, 73 ans, est d'ascendance ariégeoise par sa mère. Il restera très attaché à sa grand mère Antoinette et à son village d'Albiès où il passait régulièrement ses vacances scolaires. Il dut alors apprendre l'occitan, Antoinette ne parlant que rarement le français. Cette empreinte restera marquée en lui.

Il effectue des études d'économie d'entreprise et sera diplômé de Sup de Co Toulouse. Entré à 23 ans chez Poclain, alors leader mondial de la pelle hydraulique, il exerce des responsabilités au marketing international (péninsule ibérique, Argentine, Brésil et Mexique), puis en Extrême Orient (Japon, Corée et Inde). Le sud-ouest lui manque; il démissionne en 1979, revient à Toulouse, avec l'idée de s'investir dans l'agro-alimentaire de qualité.

Depuis quand vous intéressez-vous à l'agriculture?

Le hasard a voulu que, à l'été 1980, je sois sollicité pour donner un coup de main à un groupe de bergers de montagne béarnais, réunis en coopérative, qui souhaitent, au delà de l'affinage collectif de leurs fromages, s'engager dans leur commercialisation. J'ai alors découvert un cadre montagnard attachant, une civilisation pastorale millénaire, des produits d'exception et surtout des hommes et des femmes passionnés par leur activité. Cela a constitué le point de départ d'un nouveau parcours personnel, totalement différent du précédent.

De 1981 à 1989, je serai amené à créer et diriger la Mission Agro-Alimentaire Pyrénées, pour développer sur l'ensemble du massif la valorisation locale des ressources agricoles en produits alimentaires de qualité, puis resterai investi sur ce type de démarche à une échelle géographique plus large, y compris en Espagne et au Portugal.

Quel regard portez-vous sur notre agriculture?

L'un des charmes de notre agriculture est sa très grande diversité. Il n'y a pas une agriculture mais une multitude d'agricultures: rien de plus différent que les grandes cultures, la vigne, le fromage fermier de montagne, les grosses unités laitières en Bretagne ou le maraîchage bio. Mais l'on peut distinguer deux sous-ensembles:

- Les «grandes productions», qui occupent des surfaces importantes, produisent de grands volumes, sont à la recherche d'économies d'échelle et sont fort dépendantes des aides de la Politique agricole commune (PAC). Elles sont confrontées aux cours mondiaux. Ce sont essentiellement les grandes cultures, la viande et le lait à collecte industrielle. Leur ratio d'emploi par hectare est faible, par exemple un emploi pour 100 hectares en grandes cultures.

- Les productions et productions/transformations à valeur ajoutée qualité. On y trouve des variétés spécifiques: haricot tarbais, lentille verte du Puy, piment d'Espelette, etc.; des races spécifiques: bœuf Aubrac, bœuf gascon, porc noir gascon, etc.
La transformation et la commercialisation maîtrisée apportent un net supplément de valeur ajoutée ; par exemple le rocamadour fermier vendu en circuit court permet de multiplier par 3,7 la valeur du lait employé; idem pour le reblochon fermier.
A 0,56 € par litre, le lait est payé 70% plus cher que le tarif industriel (0,32 €/litre) dans l'Aubrac, le Comté ou la Savoie. Le cochon fermier commercialisé en circuit court se valorise à un montant égal à cinq fois la valeur vif. La vigne et le vin font partie de ce second sous-ensemble.
Ici les surfaces d'exploitations sont plus modérées, plafonnant généralement à cent hectares; le ratio d'emploi par hectare est conséquent, rarement inférieur à cinq emplois par 100 hectares et généralement compris entre cinq et dix.

Le sort des «grandes productions» est dicté par des cours mondiaux incontournables et le niveau des aides PAC, à tendance baissière.

Concernant le second volet, le marché est ouvert, l'avenir est favorable. Il dépend de l'initiative des acteurs concernés. C'est une aventure passionnante, mais ce n'est pas une voie facile, car il faut maîtriser trois métiers exigeants (production, transformation et commercialisation).

Qu'est-ce qui vous a poussé à écrire ce livre?

Ce n'était pas prévu: j'ai rédigé une simple note sur l'agriculture pour un ami et me suis laissé aller à développer une réflexion plus large et approfondie qui s'est finalisée dans ce livre. J'ai tracé un parcours actif de trente-cinq ans, nourri de multiples expériences et références; si ce témoignage et ces réflexions peuvent apporter quelque grain à moudre à la génération montante, j'en serai heureux.

Le développement de l'agriculture bio ne va-t-il pas dans le sens de vos préoccupations?

Malgré l'implication militante de ses adeptes, producteurs et consommateurs, la bio a longtemps stagné à un niveau se situant autour de 2% du marché. Elle était confinée à un univers de militants. Son expansion était écrite, mais cela a pris du temps (de 1980 à 2010) avant que le décollage ne s'opère. J'en suis personnellement ravi. Sans doute les inquiétudes multiples du consommateur concernant les dangers pour sa santé des produits dits conventionnels n'y sont-elles pas étrangères.

L'agriculture biologique a d'ores et déjà atteint un seuil significatif puisqu'elle occupe, avec 1,5 million d'hectares, 5% de la surface agricole française (mais 17% des vergers et 9% de la vigne). Ce qui est très intéressant c'est que la bio sort de sa bulle initiale. Des producteurs conventionnels, généralement assez jeunes, passent progressivement à la bio, non par idéologie, mais par raison: respect des sols, respect de l'environnement, respect du consommateur, économie des coûts d'intrants. Ils se trouvent heureux dans ce cadre. Généralement, ce sont les plus doués techniquement.

Il en va de même côté consommateurs: ce ne sont plus les seuls écolos d'antan; la palette s'est élargie au plus grand nombre.

Ce n'est que le début: la croissance de la bio continuera bien au-delà de son stade actuel.

Toutes les parties seront gagnantes: le consommateur, qui mangera sain; le producteur, mieux rémunéré, l'environnement respecté, le sol, reprenant vie après avoir été considéré comme simple substrat.

Alors oui, bien sûr, la bio fait pleinement partie de l'ensemble des productions à valeur ajoutée qualité. C'est un segment spécifique de celui-ci, appelé à y occuper une part de plus en plus considérable.

Il est un sujet à prendre en compte: la bio intéresse la grande distribution parce-que son marché se développe et que l'occasion est bonne d'optimiser la marge. Le danger est double: offrir au consommateur des produits importés, moins chers mais aux garanties aléatoires (et à

l'empreinte carbone inconvenante); renchérir le prix au consommateur par le prélèvement d'une marge exagérée.

C'est là une considération objective, à prendre en compte par nos agriculteurs et nos consommateurs pour construire des modèles de mise en relation alternatifs.

Comment voyez-vous l'avenir?

L'ambiance actuelle est très morose, pour des raisons économiques: revenus insuffisants; agribashing porteur d'une image détériorée de l'agriculture auprès du grand public, suicides nombreux, etc.

Mais il ne faut pas se résoudre à considérer la profession d'agriculteur comme sans avenir. C'est au contraire maintenant qu'il faut se poser les bonnes questions pour construire l'avenir.

Mon pari, c'est qu'il y aura place pour des candidats armés de bons profils d'entrepreneurs, maîtrisant des compétences non seulement techniques mais économiques et commerciales. Ils seront à même de se réaliser dans leur profession, d'y être heureux.

Dans le volet des «grandes productions», les aides PAC étant appelées à continuer la forte baisse amorcée en 2014-2020 lors de la période 2021-2027, les prix étant par ailleurs imposés par le cours mondial, nous devrions connaître une diminution du nombre d'exploitations et un agrandissement de celles qui resteront en activité, la recherche de l'économie d'échelle restant le maître mot.

Il existera pourtant, au sein même de ces productions, des créneaux spécifiques porteurs de valeur ajoutée: blés de force de qualité différenciée, contrats semences, produits végétaux non OGM (ex: maïs, soja), et bien sûr productions bio (ex: céréales, laits, viandes).

Le volet des productions à valeur ajoutée qualité est ouvert pour l'offensive, porteuse de revenus agricoles décents, de mode de vie humanisé (ex: société agricole de deux couples ayant droit chacun à un week-end de liberté tous les quinze jours), d'emplois et de valeur ajoutée ancrés aux territoires ruraux, d'image positive relative à une agriculture respectueuse et porteuse de produits de qualité (ex: fromages fermiers, charcuteries/salaisons, etc.).

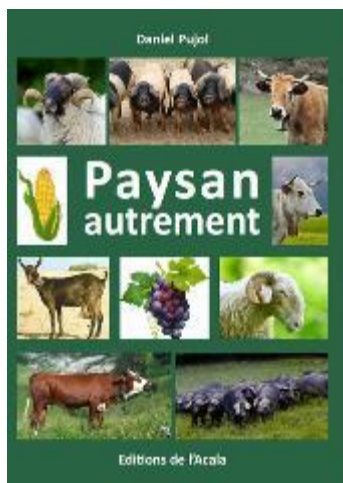
Pour entreprendre dans ce domaine, il faudra des profils ouverts, nouveaux, pas forcément issus du milieu agricole, marqués par l'esprit d'entreprise. L'effet d'hétérosis, précieux dans le règne animal, semble ici souhaitable: croiser la culture rurale avec l'expérience citadine; croiser l'esprit technique avec le savoir-faire commercial et économique.

C'est un véritable challenge, non seulement pour les jeunes acteurs concernés, mais aussi pour la puissance publique qui devra leur apporter formation et accompagnement.

Il faudra innover, inventer, tout particulièrement dans le domaine commercial, point névralgique. Certains ont déjà commencé (points de vente coopératifs).

Contact: pujoldaniel@live.fr

(12 février 2020)



Daniel Pujol: «Paysan autrement», 275 pages, Editions de l'Acala, 2020, 20€ (port compris).

Daniel Pujol

A 32 ans, après une formation en école de commerce et un premier parcours à l'international dans une multinationale, Daniel Pujol découvre par hasard le monde agricole en milieu hostile: la montagne béarnaise.

Ce sera un coup de foudre avec une poignée d'hommes et de femmes courageux, bergers et fromagers fermiers traditionnels, résolus à construire un avenir pour une activité vieille de mille ans. Il s'investit alors en leur sein, avec passion, leur apportant le savoir-faire d'entreprise, tout spécialement dans le domaine commercial et de l'organisation collective de producteurs.

L'expérience rebondira sur une mission de neuf ans au service de l'agroalimentaire pyrénéen. Le champ d'action s'élargit ensuite à l'ensemble du sud de la France, puis à l'Espagne, au Portugal et en Roumanie.

Entre-temps, il sera également l'expert de référence de l'Observatoire européen LEADER sur le thème de la valorisation des produits locaux.

Daniel Pujol est l'auteur ou coauteur des ouvrages suivants:

[Commercialiser les produits locaux. Circuits courts et circuits longs](#)

(AEIDL / Observatoire européen LEADER, 2000)

Egalement disponible en [DE](#), [EN](#), [ES](#), [IT](#) et [PT](#)

[L'organisation collective d'une filière pour la valorisation locale des ressources agricoles: l'exemple de la transformation fromagère](#)

(collection Innovation en milieu rural, Cahier n°1, AEIDL / Observatoire européen LEADER, 1996)

Egalement disponible en [DE](#), [EN](#), [ES](#), [IT](#) et [PT](#)