

ZÉRO RÉSIDU DE PESTICIDES

Des avancées notables

La démarche a fait grand bruit lors de son lancement officiel à Berlin début février. Alors que nombre de récoltes sont désormais réalisées, le premier bilan se solde par des progrès sensibles, tant sur les plans technique que commercial et économique. Mais il reste encore beaucoup à réaliser.

Face à la demande sociétale et institutionnelle de réduction du recours aux pesticides de synthèse, l'évaluation des IFT réalisée en interne sur 492 parcelles, au sein du collectif Nouveaux Champs porteur de la démarche Zéro Résidu de Pesticides, situe pour la seule année 2018 la réduction dans une large fourchette de 25 à 100 % par rapport à une culture conventionnelle équivalente, avec une moyenne à 51 % de réduction. L'observation est réalisée sur l'ensemble du cycle des cultures, c'est-à-dire du semis à la récolte pour une culture annuelle. Le choix de l'unité de mesure IFT répond au souci de se baser sur quelque chose de normé et de s'évaluer par rapport aux objectifs de réduction de 25 % fixé à échéance 2020 par le ministère de l'Agriculture. Le collectif a mis en place un questionnaire d'auto évaluation qui permet aux candidats à l'adhésion de se situer et d'évaluer la marche à franchir pour se mettre à niveau. Sachant que bien souvent, les résultats obtenus en culture (en volumes disponibles) sont deux fois plus faibles que les objectifs initialement posés. Car la démarche exige un ensemble de changements systémiques difficiles à assumer simultanément.

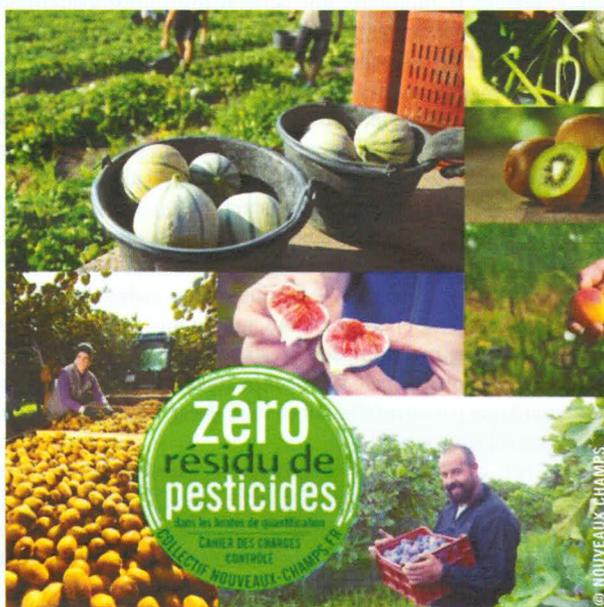
Le collectif Nouveaux Champs fédérat à fin octobre 2018 quelque 44 adhérents de tous les secteurs géographiques et filières produits, ce qui permet de proposer aux clients une gamme assez complète (de produits français strictement) douze mois sur douze. Certaines productions posent davantage de

problèmes pour atteindre l'objectif. Le groupe continue de s'élargir et devrait compter une cinquantaine d'adhérents d'ici fin 2018. La plupart des enseignes françaises ont validé le concept comme étant une réponse à une attente sociétale, mais naturellement, il est impensable de sur-segmenter le rayon F&L et

est numéro un devant le ZRP, qui précède le produit bio d'importation et enfin le produit conventionnel. « Nos clients admettent que la valeur de nos produits est différente », observe Gilles Bertrandias, président du collectif Nouveaux Champs. « Sans un juste prix pour le producteur, il n'y a pas de démarche, les risques doivent être partagés si nous voulons faire durablement bouger les lignes... Cette surcote peut se situer entre 20 et 50 % au dessus du conventionnel et entre 20 à 50 % en dessous du bio français. Nous essayons au maximum de développer une relation contractuelle avec des prix lissés sur une saison sur des bases réalistes qui permettent à chacun de travailler dans les meilleures conditions ».

Sur le plan de la communication, des petites vidéos explicatives de deux secondes sont en cours de réalisation pour expliquer la démarche aux consommateurs. Elles seront accessibles sur le web. Il faut rappeler que la démarche est totalement entrepreneuriale et indépendante, financée sur les seuls fonds des entreprises adhérentes qui se sont fixé seules leur démarche de progrès. « Pour beaucoup d'adhérents, même si le travail sur

l'évolution des pratiques est une réalité depuis plusieurs années, c'est la première année dans la démarche et les réalisations sont moindres que les prévisions initiales, pour de nombreuses raisons : il faut du temps pour construire, pour consolider la démarche au sein de nos entreprises, car notre niveau d'exigence est très relevé et impacte de très nombreux domaines de l'activité de l'entreprise », souligne Gilles Bertrandias. JH



de multiplier les références à l'infini. Si parfois elle vient enrichir une gamme produit peu segmentée, l'offre ZRP peut aussi remplacer une référence bio souvent importée ou une référence conventionnelle pour les produits déjà très segmentés. Quant à la création de valeur, les choses semblent se hiérarchiser de manière assez nette dans l'esprit des clients et des consommateurs : le produit bio français

la clémentine de Corse

Agru
CORSE

www.agrucorse.com

