



## Syndicat des Producteurs de Miel de France. SPMF

Chambre d'Agriculture du Gers

Chemin de la Caillaouère – B.P. 161 - 32003 AUCH CEDEX

Tél. : 05.62.61.77.95 – Fax 05.62.61.77.28

[spmfm@gers-agriculture.org](mailto:spmfm@gers-agriculture.org). Web : [www.apiservices.biz/fr/spmf](http://www.apiservices.biz/fr/spmf)

Président : Joël Schiro, Mail : [jschiro@miel-de-france.com](mailto:jschiro@miel-de-france.com)

SPMF 11 DECEMBRE 2018

### COMPLEMENT AU PROJET DE CV/CVO

Le 6 février dernier, le SPMF a transmis au CA d'INTERAPI une ébauche de proposition d'accord interprofessionnel.

Nous vivons une période difficile. Les difficultés qui s'accroissent pour tout le monde et dans tous les métiers, ralentissent considérablement l'efficacité des actions collectives. Comme il n'a pas encore été possible de discuter de ce projet, il convient de fournir ce deuxième document de travail qui sera soumis à la réflexion de chacun.

#### **A. Le contexte de production et commercialisation :**

Bien qu'il y ait des hauts et des bas, la baisse de production de ces dernières années est constante. Cela a entraîné vers 2013/2016, une augmentation des prix de gros qui a eu pour conséquence la forte diminution de la présence des miels français en circuit long.

Alors que les ventes directes se portent très bien, paradoxalement, il reste beaucoup d'inventaires de miels en fûts chez les apiculteurs. Cela concerne bien entendu les miels les plus courants (colza, tournesol et toutes fleurs de plaine), mais, d'abord et avant tout, les « petits miels » : monofloraux et régionaux spécifiques.

Il y a, depuis toujours, une inadéquation de la production de miel (forte irrégularité des récoltes) aux contraintes des besoins du circuit long en général et de la grande distribution en particulier (approvisionnement régulier et stabilité des prix).

Les conditionneurs achètent de moins en moins de miels français qui disparaissent progressivement des linéaires des supers et hypermarchés. Alors que le sapin, bruyère, bourdaine, romarin, garrigue, montagne, tilleul, sarrasin, etc... font la richesse des étalages de la vente directe, ils sont quasi absents des supermarchés. Il en est de même de tous les « toutes fleurs », spécifiques à chaque micro région.

#### **B. Le contexte social et environnemental :**

Sans bien comprendre les aspects techniques, le grand public est fortement suspicieux sur la qualité des miels qui lui sont proposés. Ce doute concerne d'abord la grande distribution mais n'épargne pas la vente directe. Il arrive de plus en plus que de vrais apiculteurs se fassent directement agresser sur les marchés.

Par ailleurs, les consommateurs sont très inquiets du phénomène de disparition des abeilles. Nombreux sont ceux qui « veulent faire quelque chose ». Le plus souvent, cela se traduit, hélas, par des dons à des associations malsaines qui exploitent la crédulité du public.

### **C. La nécessaire action collective de la filière :**

Après la création de l'ITSAP il y a 10 ans, cette situation a conduit à la naissance d'INTERAPI. Dans la fébrilité et le désordre, par manque de moyens de financement pérenne, l'institut technique est au bord de la faillite, et l'interprofession peine à se structurer.

Pour financer les actions d'intérêt général de chaque filière, l'État donne la possibilité aux interprofessions reconnues de prélever une cotisation volontaire (CV) décidée par les structures représentatives de l'amont et de l'aval, qu'il rend obligatoire (CVO) dès lors que les dispositions réglementaires sont respectées.

Pour que le système fonctionne, il faut un taux très faible appliqué sur une assiette la plus large possible. En général, les CVO, prélevées dans un « goulet d'étranglement » efficace, se situent entre 1% et 1‰ du prix de vente final au consommateur.

Compte tenu des contraintes de l'apiculture et de l'absence de goulet d'étranglement, la mise en place d'une CVO est, techniquement, difficile à mettre en place. C'est la raison pour laquelle le SPMF propose, dans un premier temps, la mise en place d'une cotisation volontaire (CV), afin de faire « démarrer la machine ».

### **D. Le raisonnement en fonction des intérêts de chacun :**

Nous partons des principes :

- que la grande distribution a tout intérêt à ne pas laisser au secteur de la vente directe le monopole de la diversité des appellations régionales et florales,
- que tous les apiculteurs et tous les conditionneurs ont intérêt à ouvrir le plus largement possible la gamme des miels offerts aux consommateurs,
- que les apiculteurs spécialisés depuis longtemps dans la vente directe n'ont pas intérêt à voir les marchés physiques encombrés par de nouveaux venus inexpérimentés qui, dans l'impossibilité de vendre leur miel en fûts, n'ont pas d'autres solutions que la mise en pots,
- et que, tous, nous avons tout à gagner à ne pas laisser aux margoulines le champ libre pour exploiter la sensibilité (et parfois la crédulité) du public soucieux de la santé des abeilles.

C'est de ces constats convergents et rassembleurs qu'est née l'idée de proposer au conseil d'administration de l'interprofession la mise en place, chaque année, pendant un ou deux mois, d'une période de vente de tous les miels français de l'année, assortie, dans chaque supermarché, d'une communication sur l'utilisation des fonds collectés.

Même si cela y ressemble, il ne s'agit pas de l'équivalent des foires aux vins. Toutefois, faute de mieux et compte tenu de sa notoriété, le terme « foire » aux miels pourrait être retenu pour la communication.

Même si cela ne leur est pas destiné en priorité, rien n'empêche les opérateurs du circuit court de participer. On pourrait d'ailleurs mesurer, à terme, le succès de l'opération à son effet d'entraînement auprès du plus grand nombre après quelques années.

Il va sans dire que cette opération n'a de sens que si la grande distribution y trouve son intérêt :

- par l'attrait, en terme d'image auprès des consommateurs, de voir élargir la gamme des miels proposés,
- par le bénéfice de notoriété de pouvoir communiquer, sur la collecte de cette Cotisation Volontaire, destinée à abonder le budget indispensable aux actions d'intérêt général, indispensables à comprendre et enrayer le phénomène de disparition des abeilles.

#### **E. Les modalités techniques :**

On notera que, dans l'esprit du SPMF, cette action pourrait tout aussi bien se tenir sans la motivation et l'objectif de collecter une CV.

La plupart des « petits miels » sont produits trop irrégulièrement et en volumes trop faibles pour être présents toute l'année en grande distribution. De l'apiculteur au directeur de supermarché en passant par tous les acteurs et même jusqu'au consommateur, qui n'a pas intérêt à l'organisation rationnelle de la présence des « petits miels », dans la grande distribution ?

Par ailleurs, au-delà de ces miels rares, il est évident que les miels les plus courants et classiques participeront aussi. Ils bénéficieront ainsi également des animations qui tourneront autour de l'action commerciale.

Il ne reste au conseil d'administration d'INTERAPI qu'à entériner ou rejeter ce qui nous apparaît comme une évidence. Si cette évidence n'est pas partagée par tous, alors il est inutile de perdre du temps.

Si par contre le projet est retenu, il dépend essentiellement des contraintes techniques inhérentes à la grande distribution.

Le SPMF reste disponible pour apporter toutes ses idées et suggestions.

#### **F. Dans notre esprit, quelques précisions :**

Si une CVO se doit d'être extrêmement faible et encadrée, il n'y a de limite à une CV que celle que se fixent les partenaires concernés.

À l'évidence, ce projet n'est pas réservé aux seuls conditionneurs importants. Il peut être ouvert à tous les apiculteurs qui fournissent la grande distribution.

## G. Le mécanisme de la collecte :

Nous indiquons ci après quelques unes de nos idées, mais, bien entendu, une fois acté l'adhésion au projet, tous les aspects techniques doivent être débattus en CA. Rien ne pourra se faire sans un accord préalable sur ces aspects techniques et comptables entre la FCD et SFM.

Ce projet repose à 100% sur le goulet d'étranglement des achats de la grande distribution auprès des apiculteurs et des conditionneurs.

Dans notre esprit, les fournisseurs devraient indiquer le montant de la CV sur la facture.

La grande distribution devrait s'engager à verser l'équivalent.

Le total cumulé de tous les fournisseurs et, bien entendu anonymisé, serait reversé en une ou deux fois à INTERAPI.

Nous avons évoqué au départ la période Novembre/Décembre. Certains acteurs nous ont expliqué que le premier trimestre de l'année suivante serait mieux indiqué, entre le 15 janvier et le 15 Mars par exemple.

La première année, (2019 pour les miels 2018), si l'organisation en est encore possible, un essai pourrait être tenté en fin d'hiver.

On peut toujours faire un appel au volontariat sur le secteur de la vente directe mais il ne faut pas se faire d'illusions. Que ce soit pour une CV ou une CVO, la contribution éventuelle des apiculteurs spécialisés dans la vente directe et absents de la grande distribution est impossible sans disposer d'un accès à des fichiers légalement inaccessibles.

Il ne faut pas se voiler la face : pour le secteur apicole rien d'efficace ne sera possible sans, à terme, pouvoir contacter, **tous** les vendeurs de miel en pots.

L'État souhaite que la filière sorte de l'immaturité et puisse assurer le financement des actions d'intérêt général qui la concernent. Ça tombe bien, nous aussi.

Comme il serait utopique qu'INTERAPI demande l'accès en direct aux fichiers (MSA, SIREN, SIRET, sanitaire etc.), heureusement protégés par la loi, il serait hypocrite de la part de l'État de nous laisser sans solutions techniques et conformes aux règles de droit et de protection des citoyens.

Ce sera, à l'évidence, une des premières questions à poser après la reconnaissance d'INTERAPI.

Restant à votre disposition.....

Pour le SPMF :

<http://www.spmf.fr/>

[www.apiservices.biz/fr/spmf](http://www.apiservices.biz/fr/spmf)