

AGRICULTEURS, CITOYENS... COMMENT NOUS NOUS SOMMES FAIT AVOIR

🕒 4 min • Par Natacha Polony



Hannah Assouline

Y aurait-il eu comme une entourloupe ? Le Premier ministre a parlé, ses feuilles posées sur une botte de paille, la FNSEA a renvoyé ses troupes à la maison après avoir obtenu ce qu'elle voulait, la fin du plan Ecophyto, et Michel-Édouard Leclerc, qui était aux abonnés absents, revient sur les plateaux de télévision faire sa publicité gratuitement en expliquant que chez lui, c'est moins cher. Et puis... rien. Les éleveurs sont toujours dans la misère, la balance commerciale de la France sur les produits agricoles va continuer de plonger et les Français continueront de voir leur pays s'appauvrir. En prime, on leur aura fait comprendre que l'écologie restera la propriété de militants politiques qui, main dans la main avec la Commission européenne, préfèrent voir l'Europe dépendante du reste du monde pour sa nourriture et son énergie que de se soucier de produire sur place, et qui trouvent plus écologiques les centrales à charbon allemandes que l'électricité nucléaire française.

Comment sortir de cette impasse ? En décryptant précisément les mécanismes en jeu dans ce processus de paupérisation. La préférence

française pour la grande distribution en est un des éléments majeurs car le monopole des centrales d'achat leur permet de dicter les prix aux producteurs et de tenir les politiques par un chantage à l'emploi qui fait oublier combien d'emplois elles ont détruits dans le petit commerce, l'industrie et l'agriculture. Ajoutons que la grande distribution est le premier annonceur des médias et l'on comprend l'équation, d'autant que juste derrière arrive l'agro-industrie... (lire *Marianne* no 1397) Qui sont les grands gagnants d'un système de libre circulation des capitaux et des marchandises dont l'Europe a amplifié la logique ? Les enseignes de grande distribution se livrent une guerre des prix pour attirer le chaland (guerre d'autant plus féroce que leur modèle est fragilisé par le commerce en ligne). Cette guerre - qui ne fait pas baisser les marges des distributeurs puisqu'ils restent parmi les plus grosses fortunes de France - s'exerce soit directement sur les agriculteurs, soit sur les clients des agriculteurs, l'agro-industrie. Les agro-industriels, priés de baisser leurs prix dans des négociations plus que brutales et priés par leurs actionnaires de verser des dividendes toujours mirobolants, étranglent les agriculteurs ou vont se fournir ailleurs, avec la complicité d'une Union européenne qui leur a facilité la tâche en organisant le dumping social à l'intérieur même de l'Europe, le tout maquillé par un système d'étiquetage pensé pour induire le consommateur en erreur sur l'origine de ce qu'il achète (lire p. 82).

Soyons clairs : ce système est celui qui a détruit l'industrie française et il est en passe de détruire ce qui reste d'agriculture. C'est ce même système qui a éradiqué le textile européen en incitant les marques à faire fabriquer en Chine ou au Bangladesh. Et, là aussi, les marques en question sont désormais en train de disparaître, vidant les centres-villes de ce qu'il restait de commerces, car la magie du numérique permet à une marque chinoise comme Shein de recruter ses acheteurs sur les réseaux sociaux et de flatter la frénésie de consommation de jeunes gens dont on a tout fait pour qu'ils ne réfléchissent surtout pas au modèle économique qu'ils sont en train de valider.

On pourrait ajouter dans cette description le jeu délirant des instances

européennes, qui défendent une écologie déconnectée de toute réflexion sur les conditions et le lieu de production : on peut polluer, du moment que c'est ailleurs qu'en Europe. Les États-Unis, avec l'IRA (Inflation Reduction Act), ont fermé leurs portes aux panneaux photovoltaïques chinois en favorisant leur propre filière. Les panneaux chinois, produits dans des conditions écologiques et sociales effarantes, sont donc en train d'inonder à bas prix une Europe qui subventionne les énergies renouvelables mais préfère voir mourir ses propres producteurs pour afficher un bilan carbone flatteur.

Quiconque croit en un projet européen devrait avant toute chose se battre

pour que les habitants de ce continent ne soient pas soumis à une organisation politique qui les considère uniquement comme des consommateurs dont il faudrait protéger les droits à payer moins cher ou à avoir accès à des produits répondant à des normes pointilleuses. Car ce système-là tend à rendre incompatible ce qui ne l'est absolument pas : produire, créer, innover dans les domaines qui améliorent la vie des citoyens tout en limitant leur consommation de produits inutiles et nocifs dont l'unique objet est d'enrichir les multinationales qui les fabriquent, les acheminent et les vendent. Et cela passe par un discours politique et médiatique centré non pas sur la consommation mais sur la production, sur sa qualité et donc sur le prix du travail et des matières premières plutôt que sur le coût du travail. Cela passe par une politique de protection des citoyens et en premier lieu des enfants vis-à-vis de la publicité, des influenceurs et de toutes les formes de manipulation qui entravent leur liberté en les transformant en machines à consommer. Quel beau projet pour l'Europe que de devenir le continent de la liberté et de la dignité humaine. On en est hélas très loin.