

## FATIGUÉ OU INDIGNÉ ?

« Pour la cinquième année, je suis amené à rédiger le Rapport Moral de notre Interprofession. Heureusement qu'aucun d'entre-vous n'aura pris le temps de relire les quatre précédents car vous auriez le sentiment que je « radote ». Certes, les mots sont différents, les phrases construites autrement, mais le message de fond reste toujours le même : **Si nous ne nous prenons pas en main, si nous ne nous donnons pas les moyens, la filière oléicole française ira droit dans le mur !**

**Résultat des courses : maigre bilan !** Chacun joue pour soi, dans son coin prenant l'autre pour un concurrent ou un ennemi. Certes, des choses bougent, mais comme je l'écrivais l'an dernier, **nous avons vraiment l'impression de vouloir vider la mer Méditerranée avec une petite cuillère même pas à huile...**

Deux évènements récents devraient nous faire réfléchir. Ils n'ont rien à voir l'un avec l'autre, mais **utilisent le même vecteur : La Communication et la Presse. Le premier a touché le microcosme buccho-rhodanien** : le passage du camion de promotion des Huiles d'Olive d'Espagne dans ce département dans le cadre d'un programme de promotion financé par l'Europe. Quelques lignes de journalistes en mal de sensationnel ont suffi à mettre le feu aux poudres. Il fallait ressortir les fourches et les arbalètes pour bouter l'Espagnol hors de nos régions de production. Nous avons juste occulté que, dans le triangle Nice/Valence/Perpignan, c'est 25 000 tonnes d'huile d'olive d'Espagne qui sont consommées chaque année ... face à nos 6 000 tonnes de production !

**Pensez-vous vraiment que la consommation d'huile d'olive espagnole est la cause de nos difficultés de commercialisation ? Pensez-vous vraiment qu'un consommateur, s'il ne trouvait plus d'huile d'olive à 5 € le litre, achèterait de l'huile à 15 € le litre ? J'ose espérer que la grande majorité d'entre-vous a une idée plus responsable et réaliste des raisons de la crise oléicole française.**

**Le second événement qui devrait nous faire réfléchir, c'est la crise que rencontre la filière Fruits et Légumes** suite à une simple « PRESOMPTION » de contamination de concombres par une bactérie en Allemagne du Nord. En quelques heures, tout a basculé et cette filière mettra des années à rebâtir une confiance qui s'est effondrée en quelques instants sur les dires de journalistes « bien informés ». **Ne croyez pas que nous soyons à l'abri d'un tel phénomène.** Il suffit d'un article bien ciblé sur un contaminant « peut-être » cancérigène et peu importe que ce soit dans une huile française ou espagnole, en un instant tout peut s'effondrer. Oubliés les effets positifs des polyphénols et autres Omégas. **Nous sommes tous sur le même bateau de l'huile d'olive !**

**Ces deux exemples doivent nous faire réfléchir sur cet outil qui nous fait tous rêver et que l'on appelle « COMMUNICATION ». Communiquer est le maître mot de beaucoup d'entre-vous sauf qu'il ne faut pas oublier deux choses :**

- ⇒ **La sacro-sainte « Liberté de la Presse »** qui se résume souvent en une phrase :  
« Le droit pour quelqu'un, souvent incompetent sur le sujet, de raconter ce qui est

SA VÉRITE sans tenir compte un seul instant des conséquences de ses écrits, ni sans qu'il en porte une quelconque responsabilité ».

⇒ **Le fait qu'un train qui arrive à l'heure n'intéresse aucun lecteur, aucun auditeur !** Que nous fassions depuis trois ans un travail d'éducation de fond des jeunes apprentis cuisiniers français fait trois lignes en page 14 de la presse spécialisée, par contre, que l'on risque d'aller se « castagner » avec un bus de promotion espagnol et les journalistes nous pistent, rêvant de faire la Une sur les « incidents » comme ils disent. Et si par hasard, il y avait un mort ou deux, ce serait très bien pour faire monter les ventes ou l'audimat.

**Pour autant devons-nous baisser les bras et vivre cachés ?** Certes non et malheureusement, notre époque ne nous le permet plus. **Nous devons « communiquer » !** Quand un article comme celui du Point arrive, dix pages de pur bonheur sur les huiles d'olive de France sans aucune demande de budget, par une journaliste talentueuse, cela vous remonte le moral et vous redonne un peu la foi !

**L'année 2011 sera l'année de la Communication pour notre filière.** Pour la première fois de notre jeune histoire, **l'AFIDOL va consacrer toutes actions confondues plus de 600 000 euros pour communiquer !** Comment me direz-vous ? Grâce aux oléiculteurs ? Grâce à une participation volontaire des mouliniers ? Bien sûr que non ! Grâce tout simplement à une double volonté, celle d'un Ministre de l'Agriculture et celle des responsables de France AgriMer qui nous affecteront exceptionnellement cette année 250 000 € spécifiquement pour ces actions.

C'est ainsi que nous **participerons à des foires et à des salons**, que nous allons **rééditer nos documents d'information**, que nous allons **renforcer l'action « L'origine n'a pas de prix »**, que nous allons **produire un film publicitaire avec Jamy Gourmaud** sur les irrésistibles Gaulois qui produisent des huiles d'olive à goût dans le midi de la France ou que nous allons faire **une campagne nationale de notoriété sur les ondes radios françaises**. Sauf que l'an prochain, le soufflet retombera, restrictions budgétaires obligent !

**Alors c'est vrai que je balance entre FATIGUE et INDIGNATION !**

**FATIGUÉ de me battre pour l'intérêt général et récolter des coups en permanence,**  
**FATIGUÉ que le simple bon sens n'ait plus cours dans notre monde paysan,**  
**FATIGUÉ de la démagogie de comptoir qui prévaut dans les périodes difficiles,** c'est tellement simple de rejeter la faute sur les autres. Si nous ne vendons pas nos huiles, c'est la faute aux Espagnols, c'est la faute à Lesieur, c'est la faute à ces « C... » de consommateurs qui ne comprennent rien et qui n'achètent pas nos huiles qui sont les meilleures du monde, **mais ce n'est jamais NOTRE FAUTE !**

**INDIGNÉ du chantage permanent aux CVO,**  
**INDIGNÉ que des Coopératives de petits oléiculteurs qui font en permanence appel aux services techniques de l'AFIDOL pour les aider, érigent en sport national, le fait d'essayer de ne pas payer leurs cotisations**  
**INDIGNÉ que certains Oléiculteurs Professionnels ou certains Mouliniers estiment que la CVO est trop élevée alors qu'elle a baissé de 25% en dix ans, incapables de comprendre que de consacrer entre 1 et 2% de son prix de vente à l'action collective, c'est un minimum vital !**

J'avoue que je suis assez **désespéré quand je vois l'énergie et l'argent que nous sommes obligés de gaspiller**, il n'y a pas d'autre mot, **pour arriver à collecter les CVO**. À croire que nous nous battons pour arrondir les fins de mois du Président.

**Il est quand même GRAVE que ceux qui collectent ou payent une CVO n'aient pas le réflexe d'en être fiers, d'être fiers de participer à l'œuvre commune de bâtir une filière économiquement rentable.**

Les comptes sont sur la table, aujourd'hui les CVO représentent à peine plus de 30% du budget de l'AFIDOL. Connaissez-vous beaucoup d'entreprises où chaque euro rapporte deux euros ? **Et l'on ose venir nous dire que nous gaspillons l'argent des producteurs ! Vous ne croyez pas qu'il y a de quoi être FATIGUÉ et INDIGNÉ devant tant de bêtise ?**

Je rentre dans la dernière année de ce second mandat. **Les couteaux dans le dos, j'ai de quoi en tapisser un mur complet de mon « superbe bureau » de Président de l'AFIDOL**. En dix ans, j'aurai tout entendu : Je truste les postes, je suis à la solde des Industriels et surtout de Lesieur, la dernière en date est que je suis hautain et que je méprise les « petits » oléiculteurs. Il y a des jours où je me dis que je ne dois pas être très malin car je n'ai jamais vu apparaître sur mon compte en banque « les royalties de toutes ces turpitudes » .

**Ma fatigue et mon indignation me conduisent à vous dire que la liste des candidats à ma succession est ouverte.** Le Producteur ou la Productrice qui voudra me succéder a maintenant un an pour se faire connaître. Je l'aiderai loyalement à prendre « CE SOI-DISANT POUVOIR » qui ne peut faire rêver que ceux qui ne l'ont jamais approché. J'espère sincèrement que l'un ou l'une d'entre-vous aura envie de relever le défi et il me trouvera à ses côtés pour lui transmettre le flambeau.

**Une dernière chose : tant que nous n'aurons pas compris que nous ne vendons pas simplement de l'huile d'olive comme le font les Espagnols, tant que nous n'aurons pas compris que nous vendons 5 € d'huile d'olive et 10 € de rêve et que pour faire rêver les consommateurs, il faut leur raconter une belle histoire, nous ne nous en sortirons pas !**

Le Président de la Chambre de Commerce de Kalamata a eu, lors d'un colloque à Athènes, cette phrase particulièrement juste : « **LE PLUS BEL EMBALLAGE D'UN PRODUIT, C'EST SA CIVILISATION ET SA CULTURE !** ». **Tant que nous n'intégrerons pas au plus profond de nous-même cette notion, ces racines fondement de nos appellations d'Origine, nous serons condamnés et nous en serons tous responsables !** »

Olivier NASLES  
Président de l'AFIDOL