

C.N.C.A. - A.P.C.A.

BOURSE NUFFIELD FARMING SCHOLARSHIPS TRUST

1985

L'AGRICULTURE, METIER DE SERVICE ?



Rapport de Benoît PRESLES

REMERCIEMENTS

Ma gratitude va à la Fondation Nuffield et l'A.P.C.A. maître d'oeuvre de la bourse Nuffield en France, ainsi qu'à la C.N.C.A. qui en assure le financement.

Ce séjour en Angleterre a été pour moi une expérience formidablement riche d'enseignement.

Il m'est difficile de nommer tous ceux qui ont contribué au bon déroulement de ce séjour, tellement l'accueil réservé aux boursiers Nuffield est chaleureux. (La Bourse Nuffield est la "clef en or" qui ouvre les portes dit son Directeur, le Capitaine John STEWART).

Merci donc à tous ceux (agriculteurs, organismes, conseillers, attachés d'Ambassade, commerçants ...) qui ont mis à ma disposition temps et compétence pour soutenir ma démarche.

Enfin, un merci tout spécial : à mon épouse Brigitte qui a accepté de voir la vie familiale perturbée pendant quatre mois ; à mes partenaires et amis René LEMAIRE et Raoul FAIVRE-DUBOZ qui ont assumé l'entière responsabilité de mon exploitation en mon absence et sans qui rien n'aurait été possible.

Benoît PRESLES

LA BOURSE DE NUFFIELD FARMING SCHOLARSHIPS TRUST

La Nuffield Farming Scholarships Trust est une organisation britannique qui permet à des agriculteurs de haut niveau, boursiers de différents pays, d'effectuer des stages et voyages d'étude dans des conditions exceptionnelles.

Le siège de l'organisation est situé à Agriculture House, c'est-à-dire au même endroit que la National Farmers' Union d'Angleterre, et sous le patronage du Duc de Gloucester.

L'organisation envoie chaque année des boursiers dans les pays du Commonwealth et reçoit au Royaume-Uni des boursiers du Canada, d'Australie, de Nouvelle-Zélande pour des stages de plusieurs mois. Le nombre de ces boursiers est très réduit : de 6 à 8 pour l'ensemble du Commonwealth.

La France participe à cette organisation depuis 1982. La Caisse Nationale de Crédit Agricole assure le financement de la Bourse ; de son côté, l'A.P.C.A. fournit le secrétariat et assure l'organisation matérielle de l'opération : processus de sélection des candidats, publication du rapport de stage ...

La formule s'adresse à des agriculteurs "de pointe" ou à de futurs responsables agricoles (hommes ou femmes) âgés de 28 à 40 ans, possédant une très bonne pratique de l'anglais et pouvant s'absenter de leur exploitation pendant plusieurs mois (la durée du stage au Royaume-Uni étant d'environ 5 mois).

Les conditions réservées à ces boursiers sont assez exceptionnelles : voyage d'études, sessions de travail avec experts du Ministère de l'Agriculture, accueil dans des exploitations dirigées par d'anciens boursiers, déplacement à Bruxelles pour étudier le fonctionnement de la C.E.E. et voitures individuelles mises gracieusement à la disposition des participants.

En 1982, un premier stagiaire français a bénéficié de cette bourse qu'il a consacrée à l'étude de la production et de la consommation de plantes médicinales.

En 1983, le stagiaire français a étudié le rôle des structures d'exploitation et des organisations de développement dans l'expansion de l'Agriculture britannique, en particulier céréalière.

En 1984, M. Francis CAPELLE a étudié le problème de la réduction des coûts en agriculture.

En 1985, c'est M. Benoît PRESLES qui a bénéficié de cette bourse. Nous sommes heureux de présenter son rapport, espérant qu'il provoquera une réflexion des lecteurs, et suscitera de futures candidatures.

Nous rappelons que les opinions exprimées dans ce rapport n'engagent que leur acteur.

Jean-C1. CLAVEL
Directeur des Affaires Européennes
et Internationales de l'A.P.C.A.

L'AGRICULTURE, METIER DE SERVICE ?

I - INTRODUCTION

- A. Contexte national et international
- B. Contexte local

II. LES CHOIX

III. L'EXPERIENCE ANGLAISE

A. La qualité

- 1. Pat GIBSON
- 2. UNION GRAIN LTD

B. Le Loisir

- 1. SNETTISHAM WATER MILL
- 2. DAIRYLAND
- 3. CRICKET ST THOMAS

C. La libre cueillette

- 1. PARK HILL FARM
- 2. PRIORY FARM

D. La transformation

- 1. BARRY WOOKEY
- 2. ST NICHOLAS FARM
- 3. JORDAN'S
- 4. GREEN'S OF SOHAM
- 5. ELGRO
- 6. HOLBEACH
- 7. LINGARDEN

E. Le consommateur

- 1. MARK & SPENCER
- 2. WHICH ? CONSUMERS ASSOCIATION

IV. CONCLUSION

I. INTRODUCTION

Le titre d'un article, lu avant mon départ en Angleterre, avait aiguisé ma curiosité : "What makes the French farmers wild ?" (Qu'est-ce qui rend les agriculteurs français sauvages ?)

Le contenu de cet article m'a édifié. Au travers de quelques cas allant du céréalier du Bassin Parisien au producteur de fruits et légumes du Midi, en passant par l'éleveur de mouton du Lubéron, le rédacteur s'est attaché à souligner les défauts français : étatismes, corporatisme, manque de productivité et goût prononcé pour les manifestations (considérées outre manche comme un sport national français !).

Et il est vrai que l'agriculture anglaise, placée sous un régime libéral qui n'a pas que des avantages, est devenue globalement très performante. Ce qui, bien entendu, ne signifie pas qu'elle soit sans problèmes.

Cependant, sans la contrainte d'une politique des structures dépassée, et avec une politique de développement beaucoup plus axée sur la rentabilité que sur le maintien d'un modèle d'exploitation, il faut reconnaître que les anglais ont progressé plus vite que nous.

Cette lecture m'a amené à réfléchir sur ma propre situation. Quelle a été l'évolution de ma ferme depuis mon installation ? De quelle manière puis-je envisager l'avenir ?

D'une formation scolaire plutôt meilleure que la moyenne des exploitants (bac + 2), mais loin d'être suffisante. Je me suis installé en 1973. La ferme, 120 ha en Sologne Bourbonnaise à la limite de l'Allier et de la Saône et Loire, en deux blocs distincts, éloignés de 7 km, était plus particulièrement orientée sur l'élevage charolais.

En quelques mots, on peut décrire l'évolution de celle-ci :

- 1973-1975 : ferme mixte charolais-élevage, mais 2/3 élevage ;
- 1976-1977 : la difficulté de conduire un élevage dans des bâtiments vieillots et éloignés les uns des autres me conduit à remettre en cause la partie élevage de mon exploitation. L'impossibilité de financer un outil d'élevage adapté me pousse à l'abandon de cette spéculation ;
- 1977-1984 : drainage progressif de l'ensemble des parcelles les plus humides (80 ha). Nous ébauchons pendant cette période un projet de société commerciale avec deux autres exploitants céréaliers, membres de notre CETA. Finalement, préoccupés par l'avenir de nos productions, et intéressés par la partie commerciale, création de cette société de négoce intégrant l'amont et l'aval de nos exploitations, en juin 1984 ;

- 1984-1985 : reprise et drainage d'une exploitation voisine (70 ha) et démarrage d'une activité libre cueillette fraises (2 ha), toujours en association avec les deux exploitants précités.

La ferme est aujourd'hui restructurée, spécialisée et en état de produire. 40 ha sont irrigués, 150 ha ont été drainés. Le tout sur des sols fragiles, sablo-limoneux, avec une pluviométrie pas toujours bien répartie.

Quelles sont donc les questions que l'on peut se poser ?

Arrivé à ce stade de ma vie professionnelle, je constate que j'ai dû apprendre un certain nombre de chose sur le tas. J'ai fait l'expérience d'une gestion à court terme et de ce que cela coûte sans projet réellement défini. Je n'ai plus droit à l'erreur, et dois donc être capable malgré un contexte très morose, d'élaborer un projet dans son ensemble.

Des régions comme les nôtres ont, je l'espère, encore des atouts. Et le fait de vivre dans une région difficile confrontée aux problèmes de survie avant les autres, n'est peut-être pas un des moindres !

Nous sommes au centre de tout, mais près de rien. Région pas trop Sud, pas trop Nord, de sols et de structures très variés, avec une campagne agréable, de nombreuses pistes de recherche sont possibles. Mais choisir entre un mode de vie et un mode de production n'est pas chose facile pour un agriculteur.

En ce qui me concerne, l'analyse très schématique de l'environnement est la suivante : je suis dans une région marginale en production céréalière de masse ; je ne suis pas compétitif sur le marché européen et mondial (mais les charges de structures que nous supportons sont moindres que celles de nos collègues des régions Nord, ce qui peut devenir un atout dans les années qui viennent).

Nous produisons ici des céréales de qualité et il y a une demande en expansion continue pour les produits naturels.

Aucun des systèmes de production traditionnel ne me donne satisfaction et je ne veux pas rester cantonné à mon rôle de producteur. En d'autres termes, je ne crois pas au "droit de produire", revendication habituelle du monde paysan, mais je ne me sens pas non plus la vocation d'entretenir la nature pour le compte d'autrui.

Or, il est difficile d'agir seul. Adapter un système de production à un marché, rechercher des activités nouvelles, demande du temps, des compétences nouvelles, des moyens : c'est donc un travail d'équipe, mais d'une équipe restreinte, ayant les mêmes objectifs et prête pour les atteindre à accepter des contraintes supplémentaires.

A. Contexte national et international

Nous évoluons dans un contexte européen peu favorable au développement sans limite des productions.

"La Communauté ne peut plus ou ne veut plus financer les excédents de production qui ne seraient pas écoulables sur le marché". Cette phrase, combien de fois l'a-t-on entendue en se disant "On verra bien !". Et pourtant, le réalisme économique peu à peu semble prendre le pas à Bruxelles sur l'aspect social de la Politique Agricole Commune "l'agriculture ne doit pas être gérée comme un budget d'aide sociale" disait M. VILLAIN, ancien Directeur Général de l'Agriculture à la C.E.E. dans une interview au journal Les Echos.

Malgré ces mises en garde, j'ai été surpris lors des visites d'exploitations, de rencontrer une majorité d'agriculteurs français, anglais, et néerlandais, qui n'étaient pas pessimistes. Ils tenaient le langage suivant : "Tant qu'il n'y a pas de quotas de production, on a encore une marge de productivité importante et on arrivera à se maintenir. A ce sujet, un exemple intéressant de cette politique universelle de l'autruche, (intéressant parce que très performant), est la conclusion d'une étude de M. MALIM, P.D.G. de VELCOURT (VELCOURT est une très grosse société d'exploitation gérant et cultivant près de 10.000 ha répartis sur tout le territoire de l'Angleterre), pour ses investisseurs : "Investir dans les meilleures terres de culture, gérées et cultivées par des professionnels bien organisés, est un placement de confiance, même dans la pire situation de prix et de production, (son hypothèse basse est tout de même de 91 qtx de blé à 100 livres la tonne ; elle est de 75 qtx en orge à 100 livres également, et de 37 qtx en colza à 270 livres la tonne). Les bons agriculteurs continueront à faire des profits convenables et les conditions d'exploitation iront plus vraisemblablement en s'améliorant qu'en se dégradant. Cependant, de nombreuses fermes ayant voulu aller trop vite ne survivront pas, ce qui créera une opportunité pour ceux qui disposent de capitaux, d'arriver sur le marché et d'acquérir des terres de qualité à des prix raisonnables. "Ce qui tend à prouver, comme le disait Oliver WALSTON, exploitant une bonne ferme de 1 200 ha près de Cambridge, mais en même temps, journaliste de la presse écrite et de la chaîne I.T.V., que les prix d'intervention sont si hauts, que loin d'être un plancher, ce sont en fait un plafond ; si ils baissaient, ce ne serait pas catastrophique, le céréalier moyen survivrait".

Ce prix d'intervention étant le même pour tous, s'il est encore une source de revenus très confortables pour les gens du LINCOLNSHIRE, des POLDERS, de la BAVIERE ou du BASSIN PARISIEN, il est pour nous déjà trop bas. Or, le principe d'une production destinée à l'intervention est remis en cause par la Commission. On peut donc s'attendre à une dégradation des cours dans les années qui viennent. Des prix plus bas, c'est la mort assurée de nos exploitations. Faut-il pour autant raisonner une Europe à deux vitesses, une politique d'aide différenciée en fonction des régions ? c'est une question que l'on peut se poser, mais elle suppose une agriculture complètement administrée à laquelle je suis personnellement opposé.

Le décor étant posé, nous devons réfléchir à la manière de nous en sortir nous-mêmes dans le contexte le plus défavorable. On peut ne pas être d'accord avec ces orientations nouvelles de l'Europe agricole, mais ce changement doit nous inciter, nous agriculteurs, à réfléchir à nos faiblesses et aux moyens de les compenser, à notre manière de travailler et aux changements que nous devons accepter.

Car ne survivront que ceux qui auront su comprendre la situation et évoluer suffisamment tôt. Ce n'est évidemment pas réjouissant pour les autres, mais faut-il pour autant mentir aux agriculteurs, comme on le fait volontiers, en leur faisant croire que leur détermination et leur unité éviteront une remise en cause déchirante de la profession ?

B. Le contexte local

Le débat agricole départemental, politisé, se situe à un niveau tellement bas que beaucoup s'en désintéressent.

La population agricole vieillissante, un taux d'installation très insuffisant (en moyenne 3 départs pour 1 installation), ne donne pas beaucoup d'espoir quant à l'amélioration de la vitalité de l'agriculture bourbonnaise. De plus, le monde agricole local est caractérisé par son manque d'ambition et d'imagination. Tout se réduit à une lutte d'influence pour savoir quelle tendance politique aura le contrôle de tel ou tel organisme.

Il n'y a dans l'Allier pratiquement pas d'industries de transformation. Nous subissons donc de plein fouet le choc des décisions européennes : quotas laitiers avec son influence catastrophique sur les cours des bovins à viande, prix bas des céréales et des moutons.

II. LES CHOIX

La C.E.E. a largement dépassé le seuil d'auto-suffisance pour les céréales. Et cette tendance devrait se maintenir malgré les mesures prises : 1,4 % de croissance d'ici à 1990 en production pour une augmentation de la demande de 0,3 %.

Face à cette situation, quels sont les choix possibles pour le chef d'entreprise, que devrait être l'agriculteur ?

- a) Mettre la clé sous la porte et changer de métier. On se demande parfois si ce n'est pas la solution la plus sage. Mais ce n'est pas toujours facile. Aucune structure d'accueil n'est mise en place pour l'agriculteur sortant. On peut dire aussi que l'agriculture est souvent plus qu'un métier : c'est une passion (ce qui explique bien des comportements irrationnels).

b) On peut se sentir agressé, brimé et clamer partout que la baisse des prix est injuste. On peut protester en disant que notre pouvoir d'achat par rapport aux autres catégories "socio-professionnelles" est en baisse et que nous sommes les laissés pour compte de la vie moderne. C'est, je le crains, l'attitude la plus courante.

- . Mais sommes-nous bien objectifs lorsque nous parlons de nos semaines harassantes ?
- . Sommes-nous suffisamment efficaces ?
- . Est-ce une bonne politique que celle de crier "au loup" en permanence ?
- . Quel est notre poids politique face à l'ensemble des contribuables ?
- . Quelle est notre image de marque dans les médias ?
- . Combien d'entre-nous se préoccupent de l'avenir d'une production avant de s'y lancer ?

c) On peut aussi essayer de savoir ou de comprendre comment évolueront les tendances de consommation dans les années à venir. Et partant de là, essayer de se placer sur un créneau porteur.

Ce constat m'a amené à conclure que le stade atteint par mon exploitation était un stade de non retour. C'est donc persuadé de la nécessité d'aller plus loin dans ma démarche commerciale que j'ai postulé à la bourse NUFFIELD, avec comme objectifs :

1. Prendre du recul par rapport à mon exploitation ;
2. Rencontrer des agriculteurs ayant dépassé le stade exclusif de la production pour s'intéresser à l'aspect commercial et valeur ajoutée de leurs produits.

C'est pourquoi, j'ai choisi un sujet qui semblait quelque peu austère à nombre de mes interlocuteurs : "essayer de prévoir ce que serait la consommation de demain, chercher quels seront ses goûts et à partir de là, déterminer le profil de l'agriculteur de demain et ce qu'on lui demandera de produire. Comment transformer une culture et comment donner le maximum de valeur ajoutée à la production ?".

Devant ce sujet un peu ambitieux, on m'avait conseillé de choisir un second thème, que, malgré son intérêt, je qualifierai de thème de secours : "l'utilisation de l'informatique à la ferme". Je ne l'ai pas traité malgré des contacts que j'ai eu l'occasion d'avoir avec différentes sociétés d'informatique agricole, ainsi qu'avec l'équipe de l'Université de Reading travaillant sur ce thème.

Je ne l'ai pas traité car quatre mois et demi, c'est un peu court pour étudier deux thèmes, et le premier choisi m'a demandé beaucoup de temps. J'ai eu en effet quelques difficultés à trouver les bons interlocuteurs, car j'avais du mal à présenter mes attentes de manière suffisamment précise et simple. C'est un thème qui manque de pragmatisme pour les anglais. De plus, c'est un sujet délicat si on reste figé sur une idée fixe : la mienne était la transformation de mes céréales. Je ne l'ai pas abandonné, mais au travers

des visites et des discussions, mon champ d'investigation s'est élargi progressivement vers les légumes, les fleurs, les activités de loisirs, le commerce... en bref, vers le service que je dois être capable au travers de mon activité agricole de créer et de vendre.

III. L'EXPERIENCE ANGLAISE

Un des gros avantages de la bourse NUFFIELD, c'est de nous mettre en rapport dans des conditions exceptionnelles de facilité, avec nombre de personnes différentes.

J'ai eu la chance de rencontrer au tout début de mon périple John GREEN. C'est un agriculteur du LINCOLNSHIRE, ancien boursier NUFFIELD. Ayant mené une étude sur le lait pendant sa bourse, il a ensuite cultivé des céréales et est maintenant avec son frère Andrew, après une longue évolution, un des premiers producteurs transformateurs de légumes frais en Angleterre. La devise des Frères GREEN : "Service to customer second to none", le service du consommateur avant tout.

Et John, intervenant comme expert, appelé à nous conseiller et à nous aider dans les contacts, m'incita à ne pas rester bloqué sur les céréales. Son raisonnement était le suivant : "Il y a des tas d'occasions à saisir, à condition de faire table rase de ses certitudes !". C'est ce qui explique mon itinéraire de visites quelque peu éclectiques et fait en tous cas sans a priori, sauf celui d'avoir en face de moi un interlocuteur compétent qui ne demandait qu'à m'aider.

A. La qualité

1. Patrick GIBSON

Rencontré lors de mes trois jours de repos chez mes hôtes Rex et Thelma LANE, un agriculteur du SUSSEX m'a donné ma première leçon de "marketing". Patrick GIBSON, contrairement à la majorité des agriculteurs que j'ai eu l'occasion de visiter, exploite une petite surface : 60 ha, un troupeau de 60 laitières à moitié avec son beau-frère, un élevage de 100 truies en maternité et un atelier d'engraissement d'environ 3 000 porcs/an. Avec une moyenne de 6 400 kg de lait par vache et 23 porcelets sevrés, Patrick est sûrement un bon éleveur. Mais ce qui m'a le plus intéressé chez lui, outre sa passion pour la chasse au faucon, c'est l'activité fraise : 5 ha de fraises de plein champ, ramassées par de la main-d'oeuvre temporaire.

Pat m'explique être intansigeant sur la qualité : "Mes clients savent qu'il n'y a pas de mauvaises surprises chez moi. Je présente mes fraises la pointe en l'air. Ainsi, le consommateur n'a jamais de fruits rouges dessus et verts en dessous. En plus, je ne prends un nouveau ramasseur que s'il est parrainé par un parent ou un ami ayant déjà travaillé chez moi, ce qui me garantit la qualité de la cueillette".

Chaque cueilleur connaît le calibre à ramasser. "je suis, me dit encore Pat GIBSON, plus sévère que les gens qui ramassent eux-mêmes".

Payés 2 livres/heure plus une prime de rendement, les cueilleurs travaillent de 6 h du matin à 11 h 30. Les fraises sont conditionnées en cagettes que les acheteurs (des commerçants) viennent enlever l'après-midi. Ils paient un prix moyen de 1,80 livre le kg, ce qui est un peu plus que le prix du marché (1,50 livre) et il n'y a jamais assez de fraises. "C'est la qualité de mon produit qui en assure l'écoulement, car je ne fais pas de publicité. Dans les magasins, le consommateur veut mes fraises, ce qui pousse le commerçant à se servir chez moi !

Pour un rendement moyen de 9 T/ha (compte tenu des jeunes plants qui ne sont pas en pleine production et des calibres trop petits abandonnés dans le champ), il assure donc un produit brut de l'ordre de 162 000 F./ha.

Ayant un fils qui se destine à l'agriculture, ses deux axes de développement sont les fraises et les cochons. "Les deux productions, m'assure-t-il, ont un avenir excellent dans les créneaux de qualité où nous nous situons".

2. UNION GRAIN STORAGE LTD - John KENNEDY

Dans le domaine des céréales, l'expérience de cette coopérative du LINCOLNSHIRE et d'ECOSSE (2 stockages) m'a paru intéressante bien que difficilement applicable en France (Les normes de qualité du blé n'étant pas définies de la même manière).

UNION GRAIN LTD est une société commerciale commune à deux coopératives : UNION STORAGE LINCOLNSHIRE LTD et UNION STORAGE ABERDEEN LTD. Elle commercialise environ 80.000 tonnes de céréales, stockées, triées et mélangées pour obtenir les qualités suivies et garanties par contrat.

7 personnes y travaillent en permanence plus quelques stagiaires en période de récolte.

John KENNEDY, le Directeur, est entièrement responsable de la commercialisation. Il estime que la politique draconienne de qualité mise en place avec les adhérents lui permet de fidéliser une clientèle dont il sait qu'elle sera très sollicitée lorsque les standards de mise à l'intervention seront modifiés (ce qui est fait aujourd'hui).

Le grain est trié à la réception, remorque par remorque (et non pas variété par variété) en fonction de 3 critères :

- . P.S. élevé ;
- . " + bon indice de HALBERG (200 et +) ;
(mesure de l'activité enzymatique du grain) ;
- . " + " + taux de protéines sèches
élevé (+ de 12 %).

Les adhérents ont une rémunération différente selon la catégorie. La structure coopérative est ici le prolongement direct de l'exploitation. Chaque adhérent achète la part de stockage qui lui est nécessaire (et ne peut livrer plus). Il la revend d'ailleurs lorsqu'il cesse d'exploiter.

Il faut noter que John KENNEDY considère les adhérents comme des gens adultes et responsables. Le prix de vente du blé leur est versé intégralement (l'an dernier 1440 F./tonne en moyenne), et ils reçoivent 3 factures par an pour couvrir les frais réels de la coopérative. (Oct., déc., et avril). La structure est fermée et chaque nouvel adhérent doit être coopté par tous les membres et payer un droit d'entrée (ils partent du principe que les créateurs de la coopérative ont pris des risques et que cela se paye).

Il n'est pas évident, m'explique John, qu'à court terme, l'adhérent soit gagnant. Le prix d'intervention est élevé pour celui qui est équipé pour livrer du blé aux normes. Mais la démarche commerciale, le suivi des clients et la régularité dans l'approvisionnement permettront de créer un débouché stable et rémunérateur dans les années qui viennent.

Le produit de UNION GRAIN LTD est singularisé par rapport à la masse du tout venant.

Là encore, la politique de qualité assure la commercialisation.

B. Le loisir

1. SNETTISHAM WATER MILL - M. NOTT

L'expérience du moulin de SNETTISHAM n'est pas agricole proprement dite, mais montre combien de nombreux citadins ont besoin de retrouver leurs racines paysannes.

M. NOTT n'est pas agriculteur mais ingénieur chimiste. Il a acheté ce moulin en 1981. Il en est tombé amoureux et a décidé de le retaper et de lui redonner l'aspect qu'il avait à sa cessation d'activité en 1938.

M. NOTT a décidé d'ouvrir son moulin au public pour faire partager sa passion et aussi pour en tirer les ressources nécessaires à la restauration complète. Dès la première année en 1984, il a reçu 2 150 visiteurs. Quand nous y sommes allés en mai 1985, il avait dépassé ce chiffre et nous a dit s'attendre à recevoir entre 5 et 7 000 visiteurs.

Il a développé en parallèle une aire de détente au bord de la réserve d'eau, avec des loisirs on ne peut plus simples : on pique-nique au milieu des fleurs et les enfants jouent avec les canards. Il vend en plus de la farine naturelle, provenant d'un autre moulin à pierre, et quelques souvenirs, stylos, carnets, cartes postales, etc...

j'ai été frappé lors de cette visite par l'intérêt que les gens portaient à une démonstration de mouture à l'ancienne, pourtant très sommaire, mais bien commentée. La simplicité de l'accueil et l'ambiance un peu familiale que M. NOTT a su créer font que personne ne regrette les 40 pences d'entrée.

Chaque famille laisse sur le site environ 3 livres, ce qui n'est pas si mal pour une petite activité tout à fait artisanale qui ne fonctionne que le week-end.

2. DAIRYLAND - MM. DAVEY Frères

Je parlais de racines paysannes des citadins dans le chapitre précédent concernant SNETTISHAM WATER MILL.

DAIRYLAND est une affaire basée sur l'exploitation de ces racines. A l'origine, deux frères, REX et Frank DAVEY.

L'un est spécialisé dans la production de lait ; l'autre, plus mécanicien, crée et dirige un atelier de mécanique agricole.

La ferme, 220 hectares, située en Cornouailles, est très polyvalente 170 laitières, 290 boeufs à l'engrais, 250 brebis plus la suite et environ 36 ha consacrés aux céréales, à des pommes de terre et des brocolis.

En 1975, l'un des frères DAVEY qui avait pour hobby la collection des vieilles machines agricoles, décide d'ouvrir un musée et d'aménager à cet effet une partie des bâtiments d'exploitation. De là, naît l'idée de permettre au public d'assister à la traite, d'où l'aménagement d'une passerelle entre le musée, doublé depuis d'une aire de jeux pour les enfants, et la salle de traite circulaire.

Cette salle de traite a été conçue pour les visites.

Le visiteur arrivant à DAIRY LAND commence par suivre un itinéraire fléché qui lui permet de voir la fabrique d'aliments. De grands panneaux ainsi que des photos lui expliquent l'organisation de la ferme. Il arrive ensuite au-dessus de la salle de traite. Tout en assistant à la traite, il peut identifier les vaches ayant un caractère particulier (ex. le plus mauvais caractère, etc...) grâce aux photos qui sont sur les murs. Il sort de la salle de traite par la passerelle, passant au-dessus de l'aire de repos des vaches, et arrive dans l'aire de jeux et au musée. Et il termine généralement la visite à la boutique-souvenir, ou au bar (dernier investissement en date) où sont servies des boissons à base de lait, des glaces à la crème, des yaourts, des petits gâteaux faits sur place, etc...

Tout est pensé dans le détail, jusqu'aux rampes d'accès pour les handicapés ("Important, me dit Frank DAVEY, pour satisfaire les visites du 3ème âge").

De 1.000 visiteurs la première année, ils sont passés maintenant, grâce à une émission de télévision consacrée à DAIRY LAND, et aussi grâce à leur sens de l'accueil, à 50.000 aujourd'hui.

La partie publique est devenu la première source de revenus de l'exploitation (1 million de Livres sterling de chiffre d'affaires).

Le succès de cette entreprise est basé sur deux principes :

- Il faut attirer les enfants pour avoir une clientèle de parents : d'où un effort important pour recevoir les visites scolaires et le parc de jeux. Les écoles de la région sont contactées et les classes intéressées invitées. On remet à chaque enfant un questionnaire découverte qui aiguise sa curiosité.

- Il faut cultiver les racines paysannes de gens. D'où cette nouvelle idée de construire des remorques de 14 à 15 places et d'emmenner les visiteurs dans les champs.

On pourrait parler dans le même genre d'organisation, de WHOLEPOLE FARM dans le Cambridgshire. Mais c'est une vieille ferme gérée par le National Trust (Association qui sauve et essaie de rentabiliser les monuments historiques), également ouverte au public. Son activité est basée sur l'élevage de races en voie de disparition. On peut également y visiter un musée et y pique-niquer sur des tables installées à cet effet.

3. CRICKET ST THOMAS FARMS dans le SOMMERSET

Expérience différente puisque d'une taille importante, ce parc de loisirs de 130 ha (100 ha de bois) fait partie d'une propriété d'environ 500 ha appartenant à la famille TAYLOR. 370 ha sont consacrés à un élevage laitier de 500 têtes, élèves comprises.

J'ai été très impressionné là encore par l'intégration de l'activité laitière dans un environnement commercial extrêmement dynamique, entièrement créé par des exploitants.

Les TAYLOR vendent pratiquement tout leur lait au détail, transformé ou non. Ils ont en effet 16 tournées journalières de vente au détail, support de vente d'autres produits fermiers et près de 10.000 clients quotidiens (dont une bonne partie est fidélisée par une entrée gratuite à l'année pour toute la famille dans le parc de loisirs. Une seule condition : prendre tout son lait à CRICKET ST THOMAS FARMS).

(Voir annexes.)

Ils ont démarré en 1981 une fabrique d'ice cream pour le parc de loisirs. Cette activité est maintenant étendue à 150 boutiques du Sud-Ouest de l'Angleterre, livrées chaque semaine par deux camions frigorifiques.

Le parc de loisirs (WILD LIFE PARK) a été créé en 1967, dans le but de trouver un revenu supplémentaire pour financer un jardinier ! Il reçoit maintenant 250.000 visiteurs chaque année et est ouvert tous les jours, y compris celui de Noël. Le revenu principal est généré par les entrées et aussi par les autres ventes : souvenirs, articles de jardin, ice cream, etc...

La philosophie du parc est basée sur le profil du consommateur-type : papa, maman, deux enfants et la grand-mère. "Il faut procurer quelque chose à chacun".

Un restaurant est maintenant en service, ainsi que différentes petites boutiques disposées très intelligemment dans le parc (où que l'on aille, on passe devant ou dans une boutique). Tout est fait pour maintenir le visiteur le plus longtemps possible dans le parc : "Plus les visiteurs restent, plus ils consomment !".

Enfin, activité supplémentaire et attractive, sans supplément de prix l'élevage de chevaux lourds et des démonstrations de ces chevaux au travail (on peut même louer un attelage complet à l'occasion d'un mariage, d'une fête. Cela coûte 50 Livres/jour + les frais de déplacement).

La famille TAYLOR vient de s'associer avec deux autres agriculteurs pour vendre leurs différents produits sous une marque commune : CRICKETER FARM FOODS.

Très pointilleux dans la gestion de leur ferme, les TAYLOR veulent désormais aller plus loin pour satisfaire le consommateur (pour, disent-ils, le retenir ici plus longtemps).

En bref, ils veulent faire de l'accès à la nature pour les gens des villes un bonus et non une charge.

Une ferme laitière visitée au début de mon séjour m'a aussi beaucoup impressionné par son efficacité commerciale. Il s'agit de HOLLAND FARM, à MILTON ARBOT. Pas de parc de loisirs, mais là encore une ferme laitière de 150 ha à très haute production (380 vaches à 6.800 litres), trois traites par jour, plus de 200 porcs pour utiliser le petit lait.

Toute la production est vendue par 5 tournées journalières. Richard HOLLAND m'a confié que l'expérience industrielle de son père (qui vendait des simulateurs de vol) lui avait beaucoup servi. Pas d'investissement luxueux dans la partie production : c'est fonctionnel, sans plus, mais par contre gros investissement dans la partie commerciale. Il a racheté les tournées de ses concurrents. Cela coûte cher, dit-il, mais moins cher que de s'imposer sur un marché en cassant les prix.

C. La libre cueillette

1. PICK ET PARK - IAN ROSS

Jusqu'en 1977, Ian ROSS était un éleveur laitier à NOTTINGHAM. Ecoeuré par la production laitière après un gros problème sanitaire sur son cheptel (vaches intoxiquées par les égouts de la ville voisine), Ian décide de se reconverter. C'est le début de l'aventure de PICK et PARK, une libre cueillette de 45 ha, située sur une route assez passagère à IPPLEPEN aux portes de la CORNOUAILLE.

Ayant acheté PARK HILL FARM, Ian voulait créer une activité proche du consommateur. Il était près d'une ville, sur un axe fréquenté, il a décidé de tout mettre en fruits et légumes de plein champ, ramassés par les clients eux-mêmes.

Si l'aspect des cultures ne m'a pas fait une impression excellente (il avait fait des essais de plasticulture et des résidus de plastique donnaient un mauvais coup d'oeil), par contre sa démarche "marketing" m'a beaucoup intéressé.

Le secret de la réussite de PICK et PARK est simple :

- attirer le client ;
- s'adapter à ses goûts.

ATTIRER LE CLIENT : l'année d'ouverture, Ian ne manquait pas une occasion de faire parler de sa ferme dans le journal local. Il m'a raconté en riant que sa meilleure publicité avait été des actes de vandalisme sur le site, car cela lui avait permis d'avoir une page entière dans les journaux locaux.

Il envoyait régulièrement de petits reportages permettant à la population de la ville voisine d'être au courant de l'avancement des travaux : création d'un lac collinaire, plantations, projets.

Des prospectus, donnant au futur consommateur le calendrier de ramassage de ses différentes productions, furent distribués par le laitier la semaine précédant l'ouverture. Enfin, un ballon captif fut installé au-dessus du site pendant tout l'été avec la publicité suivante diffusée partout : "Quand vous pouvez voir le ballon, vous avez trouvé PICK et PARK" (Voir annexes).

Un répondeur téléphonique diffuse un message enregistré mis à jour trois fois par semaine pour donner à ceux qui téléphonent la liste de ce qui est intéressant à cueillir.

Du côté animation, il reçoit régulièrement des rallyes caravanes, dont les Anglais sont assez friands. Une centaine de caravanes pendant trois jours, cela fait du monde. Et "le monde attire le monde !".

S'ADAPTER AU GOUT DE LA CLIENTELE : démarré avec une grosse surface de fraises et de framboises (produits d'appel), PICK et PARK offre aujourd'hui plus de 29 produits différents allant de la fraise au raisin en passant par les cassis et les groseilles à maquereau ; des tomates au melon en passant par les asperges et les oignons. Il fait même de la vigne.

Constatant que la clientèle ramassait plutôt moins au bout de quelques années, Ian a monté une boutique à la ferme qui est maintenant un véritable supermarché. On y trouve tous les fruits et légumes produits sur le site (et ramassés à cet effet par des étudiants), mais aussi des plantes en pots, des jus de fruits fabriqués par un agriculteur voisin, et même des tartes fabriquées toute la journée par une charmante vieille dame très folklorique (tartes à consommer sur place, ou congelées et revendues ensuite).

Les gens deviennent paresseux, me dit-il, il faut qu'ils trouvent tout ce qu'ils cherchent sans trop faire d'effort, mais en profitant tout de même de la sortie à la campagne.

S'il reconnaît avoir pris de gros risques au démarrage, Ian ROSS, très doué pour la communication est maintenant confiant dans l'avenir et avoue très bien gagner sa vie (tout en restant discret sur le chiffre). Mais il reconnaît qu'il est devenu plus commerçant que producteur.

2. PRIORY FARM - John SHINNER

Autre libre cueillette très importante, PRIORY FARM se situe dans le SURREY, dans la banlieue de Londres.

Impeccablement tenue, cette ferme de 45 ha également, a trois activités : une porcherie maternité produisant des reproducteurs Large White, 35 ha de libre cueillette et 2 étangs consacrés à la pêche.

Là encore, une publicité très bien faite : fait original (mais cela se fait aussi en France dans la ceinture parisienne), les libres-cueilletes de la région ont mis en commun une grosse partie de leurs dépenses de publicité pour faire ensemble une publicité télévisée.

Ils louent aussi un avion qui survole les environs de LONDRES, traînant une banderole publicitaire pour annoncer l'ouverture des libres-cueilletes. Après cet effort commun, la concurrence redevient acharnée et chacun fait le maximum pour être meilleur que le voisin.

John SHINNER développe maintenant tout doucement une activité pépinière. Avec un chiffre d'affaires annuel dépassant les 5 millions de F pour l'ensemble de ses activités, il ne se plaint pas. Il trouve simplement que la publicité lui coûte cher.

L'activité pêche qu'il a développée en parallèle à la libre-cueillette lui donne entière satisfaction: "It's a profitable business !" dit-il en souriant, "Je vends les cartes de pêche cinq livres la journée et les pêcheurs remettent les poissons à l'eau".

Ces exploitations sont en liaison directe avec le consommateur auquel elles amènent loisirs et produits. L'agriculteur doit travailler la partie commerciale et les relations publiques de son exploitation, sous peine d'échec. Ian ROSS, aussi bien que John SHINNER, ont embauché un chef de culture qui prend en charge les problèmes de production. Mener de front les cultures de plus de 30 variétés de fruits et légumes n'est pas une synécure. Le chef d'exploitation doit avoir la disponibilité nécessaire pour vendre et gérer. La concurrence très vive dans ce secteur en Angleterre pousse les exploitants à rechercher le détail, ce plus qui fera le succès de leur site.

D. La transformation

C'est peut-être la partie la plus décevante pour moi. Je fondais en effet beaucoup d'espoir sur ce séjour pour trouver un moyen de transformation.

J'ai en fait trouvé un certain nombre de portes fermées et me suis rendu compte que la transformation d'une céréale, c'est plus qu'une simple recette de cuisine. C'est souvent des années de recherche, de très grosses dépenses de publicité et un secteur où la concurrence est sévère. Pourtant, le marché français des céréales de consommation humaine est un marché porteur d'initiatives : la consommation française annuelle est en effet de 180 grammes par habitant contre 300 grammes en Allemagne et 4,5 kg en Grande-Bretagne.

J'ai essayé pendant ce stage de visiter les géants du secteur que sont KELLOG'S, QUACKER OATS, WHEETABIX, et quelques autres plus petits comme BANANIA et HEUDEBERT en France. Sauf WHEETABIX, tous ont refusé en m'expliquant avoir beaucoup investi dans la recherche d'un "Know-How", et ne vouloir prendre aucun risque. Le Directeur de production de WHEETABIX, M. SIMMANCE a eu l'amabilité de me recevoir et de me faire visiter l'usine (1.400 personnes) de BURTON LATIMER, petite localité située au nord de NORTHAMPTON. Y sont fabriqués ces petits pains de son typiquement anglais que l'on trempe dans son lait du matin. Il m'apprend que pour une transformation de toute petite taille, l'investissement minimum est de 3 à 4 millions de livres.

Eux en sont à 50 millions et dépensent près de 14 % de leur chiffre d'affaires en publicité de lancement de nouveaux produits. Il faut comprendre, me dit M. SIMMANCE, que pour son succès, l'image d'un produit est aussi importante que le produit lui-même. Point de vue confirmé dans un article paru dans la revue Stratégie : C'est la créativité exemplaire de la communication de BANANIA qui lui a permis de se faire une part de marché. Car cette société, si elle ne propose pas de produits nouveaux, a très bien ciblé sa publicité sur les enfants.

J'ai vite compris que je faisais fausse route et ai essayé de rencontrer par la suite des transformateurs plus modestes. C'est ainsi que je fus amené à rencontrer BARRY WOOKEY, RICHARD ET MARTIN TAPP, et WILLIAM JORDAN.

1. BARRY WOOKEY

Rencontre-choc que celle de ce petit homme sûr de lui et persuadé d'avoir raison. M. WOOKEY exploite une ferme de 1.200 ha à SOUTH PETHERTON dans le DEVON qu'il conduit de façon complètement biologique. Il est passé en quinze ans d'un système traditionnel intensif au système actuel. A l'origine de cette transformation radicale, l'affaire de la THALIDOMIDE. Ce médicament, utilisé il y a quelques années sur les femmes enceintes devait provoquer, on s'en souvient, des graves malformations sur les nouveaux-nés.

Quel lien entre la THALIDOMIDE et l'agriculture, devez-vous penser ?

BARRY WOOKEY affirme que nous avons une tendance malsaine à jouer les apprentis sorciers. "Vous êtes des chimistes, me dit-il, mais plus des agriculteurs, c'est-à-dire des gens qui savent utiliser les ressources du sol pour en tirer la quintessence tout en le respectant". D'après lui, et c'est un point de vue qui semble partagé par les consommateurs, l'agriculture intensive

est un non-sens. Et c'est parce que de puissants lobbies industriels pèsent sur les décisions politiques que l'agriculture biologique reste marginale. On peut contester son expérience, comme ne manque pas de le faire le conseiller local de l'A.D.A.S. (Agricultural Development and Advisory Service, l'équivalent approximatif de nos S.U.A.D.), en affirmant : cette ferme ne vit que sur les acquis du passé (les années de culture intensive) et il est facile de se permettre des fantaisies lorsque l'on en a les moyens".

Je ne suis pas persuadé que ce technicien soit dans le vrai. Car ce raisonnement que l'on retrouve également en France bloque toute piste de recherche nouvelle. De plus, cette ferme très bien tenue montre qu'il y a un réel effort pour trouver des solutions aux problèmes posés par la suppression des produits chimiques. J'ai visité cette ferme au mois d'avril, et n'ai pas pu, pour des raisons de santé, y retourner au mois de juin comme j'avais prévu de le faire. Je manque donc de données précises pour en tirer l'enseignement que j'aurais pu en tirer, et le regrette beaucoup.

J'ai cependant été sensible à la logique de l'argumentation, à savoir qu'il ne coûterait pas plus cher de payer des produits de qualité à leur prix plutôt que de subventionner une production de masse invendable.

M. WOOKEY cherche à développer un outil de transformation qu'il juge indispensable. Il a pour ce faire monté un moulin et embauché un ancien meunier qui teste les farines produites. Ces farines sont ensuite vendues par correspondance, ce qui est pour le moins original. Je n'ai pas de chiffres précis pour analyser cette partie commerciale, mais M. WOOKEY semblait satisfait de la progression des ventes par correspondance. Sa technique est simple : il fait passer un encart publicitaire dans les grands journaux nationaux en insistant sur la qualité biologique de sa farine complète. Il propose l'expédition de sacs de 1 à 25 kg contre-remboursement. Le fichier clients ainsi constitué est enregistré sur un micro-ordinateur et chacun est relancé une fois par an par courrier.

Rien de spectaculaire, mais une idée simple facile à mettre en pratique par quelqu'un de convaincu.

2. St NICHOLAS FARM - RICHARD ET MARTIN TAPP

A l'inverse de Barry WOOKEY, ces exploitants d'une ferme d'un millier d'hectares, pas très loin de DOUVRES, sont partisans de l'intensification. Ils sont suivis en technique par un consultant du groupe VELCOURT. Ils cultivent du blé, près de 500 ha et des légumes de plein champ qu'ils conditionnent pour les supermarchés.

Je suis allé les voir parce que, comme M. WOOKEY, ils ont monté un moulin et transforment une grosse partie de leur production en farine. Pour ce faire, ils cultivent des variétés comme MOULIN ou BRIMSTONE, de même qu'un blé allemand appelé REKTOR à haute teneur en protéine.

Sur chaque remorque de blé est prélevé un échantillon passé à l'infra-liseur. Ainsi, ils stockent des lots de blé d'une teneur en protéine homogène et font ensuite des mélanges pour obtenir une qualité constante de farine, satisfaisant les besoins de leurs acheteurs.

Comme à UNION GRAIN Ltd, la qualité de leurs produits, alliée à une démarche commerciale faite par l'un des frères, garantit un écoulement sans problème de leur production sur la région Sud-Est de l'Angleterre (voir annexe).

Pour la partie légumière, ils envisagent de faire des sachets de légumes prémélangés pour faire des soupes, avec le label de leur ferme "St NICHOLAS FARM".

Dans cet exemple-là, on retrouve encore ce souci d'identification du produit. Le producteur essaie d'aller jusqu'au consommateur et de personnaliser sa production.

3. JORDAN'S HILL et le CONSERVATION GRADE

C'est Robert LEE, céréalier près de BEDFORD, exploitant également 10 ha de libre-cueillette qui m'a mis en contact avec William (Bill) JORDAN, le patron de JORDAN'S HILL. JORDAN'S HILL est une minoterie familiale installée à BIGGLESWADE, à peu près à mi-chemin de CAMBRIDGE et de LONDRES. Bill JORDAN, avant de succéder à son père à la tête de la minoterie, a passé deux ans aux Etats-Unis et en est revenu convaincu d'une évolution positive de la demande en produits naturels. Il a donc démarré progressivement dans les années 1980 une fabrication de muesli, de crunchy (mélange de céréales cuites et agglomérées, croquantes sous la dent), et a commencé dans le même temps à intéresser les agriculteurs à la production d'une céréale de qualité, du moins de la qualité dont il avait besoin. Il a établi pour ce faire un cahier des charges, avec l'aide d'un spécialiste, M. David STICKLAND, consultant privé et ingénieur agronome.

C'est l'origine d'une méthode de culture se situant entre l'agriculture biologique et la culture intensive : le "Conservation Grade", dont la définition est la suivante : ce sont les premières lignes de ce cahier des charges : "l'agriculture naturelle est basée sur la gestion à long terme des ressources naturelles (sol, eau, air, plante, animaux et environnement), ce qui permet de promouvoir un environnement varié et sain et de produire dans des conditions viables de substantiels rendements de produits de haute qualité exempts de résidus".

Je me suis beaucoup intéressé à ce Conservation Grade et je pense que c'est une voie à travailler dans une région comme la mienne au potentiel limité. Dans la présentation de ce cahier des charges, le rédacteur insiste sur le fait que l'agriculture devient beaucoup moins dépendante de l'industrie chimique. L'agriculteur gagne en indépendance, et produit de la qualité.

Il donne ensuite les raisons de cette démarche :

a/ fournir une alternative aux agriculteurs qui n'étaient plus satisfaits de l'utilisation massive de produits chimiques, mais qui ne trouvent pas raisonnable de faire de la culture biologique interdisant toute utilisation de ces produits.

b/ respecter la partie biologique. La tendance de l'agriculture conventionnelle est d'utiliser des éléments fertilisants N.P.K., les plus rapidement disponibles sans se préoccuper de ce qui se passe en-dessous du sol.

C'est pourquoi ils préconisent l'utilisation d'engrais ne bouleversant pas l'équilibre naturel plus que besoin est. Ce qui a un effet secondaire, le poste pesticide est en nette diminution, la culture étant en meilleure santé.

c/ développer un système de production qui soit capable de fournir une nourriture naturelle à un prix raisonnable, une nourriture qui justifie une prime de valeur, mais qui ne l'élimine pas de la grande distribution.

d/ promouvoir un système qui ne repose pas sur un coût d'énergie important, tout en procurant des rendements satisfaisants.

e/ promouvoir un système qui repose sur le renouvellement des ressources naturelles et soit le plus indépendant possible des approvisionnement liés au pétrole.

(cf. en annexe la traduction du cahier des charges techniques).

Dans le même temps, Bill, soignant l'image de la maison, travaille ses relations avec la presse, obtient des articles bienveillants dans les rubriques de consommateur (cf. article joint intitulé : "ça peut être payant pour un agriculteur de ne pas utiliser de produits chimiques"), donne une image sportive à ses produits en participant au sponsoring d'une expédition sur l'Everest, et suprême consécration, obtient une visite de la Reine dans son établissement en 1984.

La firme JORDAN'S est aujourd'hui solidement établie sur le marché de la céréale naturelle, avec 9 % du marché anglais du muesli et 5 % de celui des barres de céréales. Les produits sont distribués dans toutes les grandes chaînes d'alimentation (Sainsbury, M. & S, etc...), mais aussi dans les rayons diététiques d'une chaîne de pharmacies comme BOOT'S et enfin dans les boutiques spécialisées en alimentation naturelle.

250 personnes, 24 millions de Livres de chiffre d'affaires en 1984, Bill JORDAN est un patron heureux. Il pense développer une activité "export" si le succès de ses produits se confirme. Dans les deux années qui viennent, il veut créer une gamme d'aliments naturels pour les animaux. En effet, soucieux d'affirmer l'image de qualité de JORDAN'S, il doit progressivement durcir le cahier des charges. Il faut que la partie animale, tête de rotation dans l'assolement, soit entièrement naturelle. Astucieusement, le durcissement du cahier des charges lui ouvre de nouveaux débouchés.

Sa dernière création (j'ai participé à l'Assemblée Générale constitutive), est une association des producteurs de produits naturels. Le but de cette association étant de fournir aux consommateurs une nourriture exempte de résidus chimiques et accessoirement, de développer le nombre des agriculteurs sous contrat travaillant pour JORDAN'S.

Cette association édite pour le producteur un guide l'aidant dans la conduite de leurs cultures. Elle contrôle la bonne exécution du travail et garantit le produit au consommateur.

Manifestement, les quelque 600 agriculteurs présents ce jour-là ont été sensibles au langage tenu, à la présentation de la méthode et à ses possibilités d'avenir.

Je suis, depuis mon retour en France, resté en contact avec Bill JORDAN et suit l'évolution de son affaire. Il a rencontré en 1985 les pires difficultés dues au mauvais temps. La récolte trop humide, d'une qualité très mauvaise, ne convenait pas à ses critères de qualité. Il a malgré tout réussi à assurer sa production en faisant des mélanges avec des céréales biologiques françaises achetées, m'a-t-il dit, à un prix prohibitif (plus de 200 F le quintal). Il n'est pas exclu qu'il ne cherche pas, pour assurer la sécurité, à développer une unité de fabrication sur le continent.

Suivant le conseil de John GREEN, j'ai cherché à voir d'autres secteurs de transformation, en particulier celui des légumes. Ma première visite a bien sûr été pour GREEN'S OF SOHAM, la société dirigée par John.

4. GREEN'S OF SOHAM

GREEN'S OF SOHAM est en fait une société holding qui chapeaute un ensemble assez complexe de structures de production, de transformation et de service.

Quand les frères GREEN, dans les années 70, ont commencé à produire des légumes (principalement les oignons), ils se sont vite rendu compte qu'il leur fallait aller plus loin que la production. Ils ont donc vendu leur foncier à un investisseur institutionnel (en l'occurrence Union des Postiers, ESSO, et une Compagnie d'assurance), l'ont reloué et ont réinvesti le produit de leur vente dans l'outil de transformation. Au début, ils commencent à laver des légumes, puis recherchent à obtenir le standard de qualité imposé par MARK & SPENCER, et enfin embauchent un commercial.

C'est l'arrivée de Peter TYRELL, ce commercial devenu associé, qui provoquera le gros développement de l'affaire. Il a su mettre en route un outil garantissant l'approvisionnement régulier de ses acheteurs, et dans le même temps, imposer aux producteurs mis sous contrat, la rigueur.

Les frères GREEN cultivent près de 3.200 ha de légumes sur 5 fermes différentes. Leur politique est de créer une structure autonome pour chaque secteur. Ainsi, chaque responsable de ferme est associé et a l'entière responsabilité de la bonne marche de l'exploitation. Il est en compétition permanente avec ses 4 collègues. Tous les responsables de GREEN'S sont en même temps porteurs de parts. Ils peuvent utiliser à leur convenance l'échelon administratif du 50, high street à SOHAM, qui n'est pour eux qu'un fournisseur de services. Ce 50, high street, est en fait l'état-major de la société GREEN'S et c'est là que sont prises toutes les grandes décisions après réunion avec les personnes concernées.

Le succès des GREEN tient avant tout à leur capacité à motiver les gens qui travaillent pour eux. Il tient aussi à la qualité du service apporté. On parle beaucoup en France des légumes dits de 4ème gamme, prêts à l'emploi. HASSY Ltd en produit depuis près de dix ans. John m'a expliqué que la ménagère travaille généralement à l'extérieur et qu'elle n'a donc plus le temps de préparer ses légumes : il faut lui faire des légumes nettoyés, conditionnés et empaquetés pour une utilisation facile.

D'autre part, les chaînes de distribution sont très exigeantes sur la qualité ; il faut non seulement leur fournir un produit irréprochable, mais en plus leur apporter le service, c'est-à-dire coller "leurs" étiquettes sur "leurs" emballages avec "leurs" prix. Les camions viennent chercher la marchandise qui va ensuite directement sur les gondoles des grands magasins.

GREEN'S OF SOHAM emploie aujourd'hui près de 300 personnes et achète des légumes frais sur d'autres continents pour garantir l'approvisionnement des distributeurs toute l'année. Mais chaque arrivage de légumes est nettoyé, reconditionné, vérifié pour que la qualité soit parfaite.

On sort d'une telle visite un peu époustoufflé par l'efficacité et la cohésion de l'équipe qui y travaille. Il faut dire que John GREEN est un homme d'une simplicité remarquable, débordant d'enthousiasme et toujours prêt à aider les autres. Je me disais qu'il avait choisi le bon créneau au bon moment et que c'était devenu facile. Les visites faites par la suite m'ont prouvé que rien n'est jamais acquis et que la concurrence dans ce secteur était particulièrement vive.

5. ELGRO(EAST LINCOLN SHIRE GROWERS Ltd)

ELGRO, comme HASSY, est une coopérative de vente et de préparation de légumes, composée de 41 membres agriculteurs, porteurs chacun d'une part de 10 Livres. Elle conditionne, transforme, et vend 2.500 ha d'oignons, de choux, de choux-fleurs, de choux de Bruxelles et de pommes de terre.

Comme John GREEN, Peter TRACEY, le Directeur de cette coopérative, m'explique que l'objectif est de faire le maximum de valeur ajoutée. Pour cela, le suivi de l'évolution des habitudes de consommation, le service et l'emballage sont plus importants que le produit lui-même (ce produit doit malgré tout être d'une qualité sans reproche).

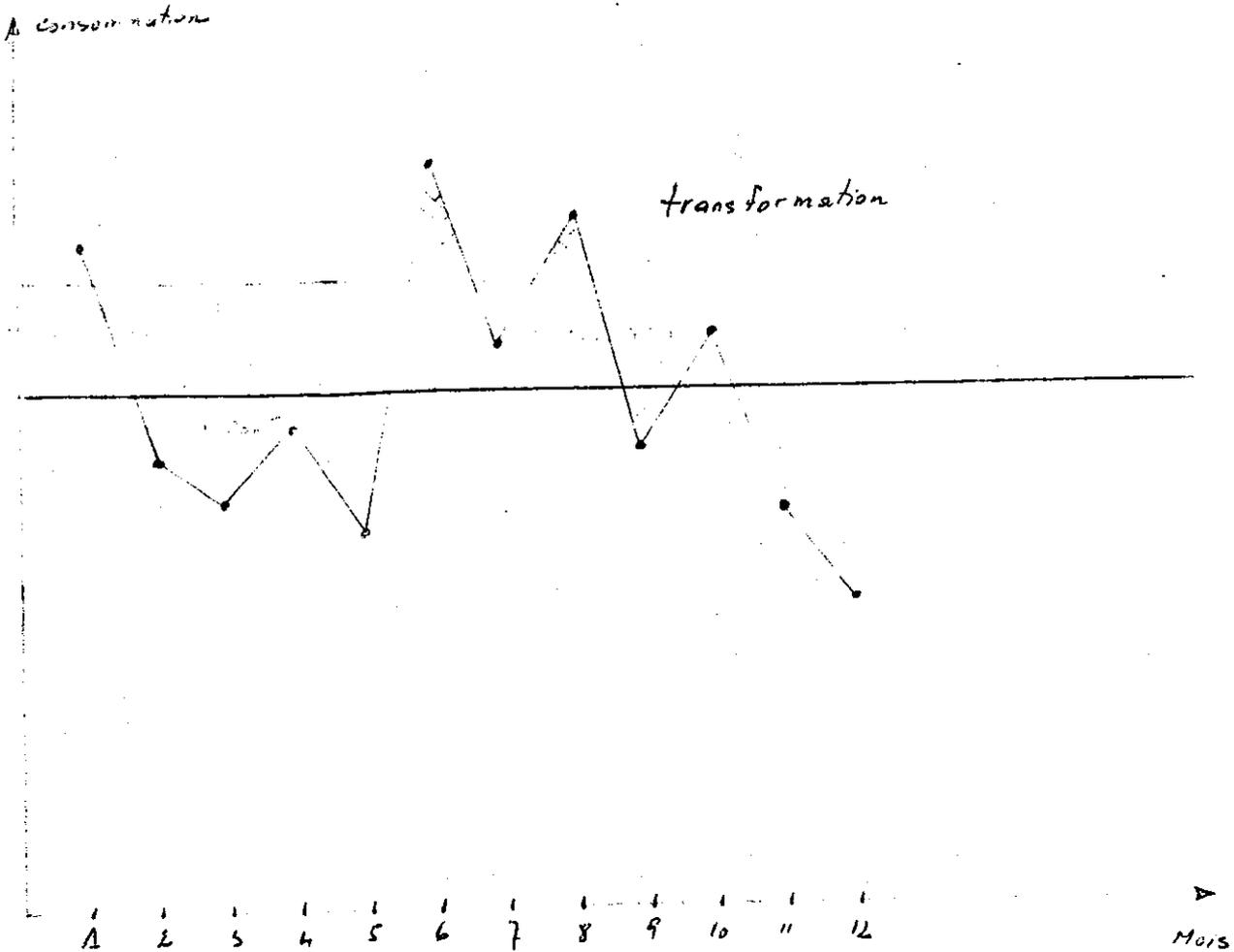
Le programme d'achat des grands magasins est négocié pour douze mois, mais les prix sont revus toutes les semaines. Malgré les plannings de production, il y a des périodes de pointe que la coopérative est obligée d'écrêter : ce sont les promotions. Quand ces promotions ne suffisent pas, les surplus sont envoyés aux fabricants de soupe avec lesquels un tonnage minimum annuel est négocié (cf. graphique page suivante).

Pour monter un atelier d'emballage et de triage ultra-performant, entièrement piloté par ordinateur, ils ont touché 25 % de subvention du FEOGA et 25 % du Gouvernement anglais. Toutes les augmentations de capital nécessaires à la modernisation de l'outil de travail ont été faites par les résultats entièrement affectés à l'entreprise depuis sa création. La première distribution de profits aux 41 porteurs de parts a été faite en 1984.

Autre exemple où le privé et la structure coopérative sont étroitement imbriqués : celui de Tony WORTH.

6. HOLBEACH

Parti d'une ferme de 750 ha et d'un commerce de pommes de terre, Tony WORTH est maintenant à la tête d'un groupe coopératif, prolongement direct de son activité agricole.



ELGRO (Chap. III D 5)

Evolution de la production de la coopérative par rapport aux besoins des magasins.

- Besoin minimum tout au long de l'année.
- - - Besoin maximum atteint après une campagne de promotion
- ▨ La coopérative achète. Elle importe ce qui est nécessaire pour alimenter les magasins 12 mois sur 12.
- ▩ Le surplus part aux industries de transformation.

Je note d'ailleurs en visitant cette affaire que les Anglais considèrent la structure coopérative comme la meilleure possible pour la gestion des taxes et l'obtention de subventions. En dehors de cet aspect purement matériel, je n'ai pas le sentiment qu'il y ait, comme en France, la religion de la coopération.

La ferme, conduite par un directeur, un contremaître et 17 chauffeurs de tracteurs, a différentes spéculations : des céréales, blé, orge ; des plantes sarclées, betteraves ; des légumes, betteraves rouges, pommes de terre, pois, haricots, navets, carottes, choux de Bruxelles et pois mange-tout.

Cette ferme est partie prenante de trois coopératives spécialisées chacune dans le négoce et le conditionnement d'une partie des produits.

HOLBEACH commercialise les légumes, à l'exception des choux de Bruxelles ; LINGRAIN ne s'occupe que du grain et BEDFORDSHIRE GROWERS des choux de Bruxelles.

La première de ces coopératives a été créée en 1969 à partir d'un noyau de 8 agriculteurs réunis autour de M. WORTH. Ils sont aujourd'hui 32 et n'ont aucun problème de recrutement tant l'efficacité de la structure commerciale est reconnue. Tony WORTH est porteur de parts et directeur appointé. Comme ses concurrents GREEN et ELGRO, HOLBEACH travaille beaucoup les problèmes de qualité et approvisionne également les supermarchés. Ils ont créé il y a trois ans une unité de congélation dénommée FROQUAL qui fabrique des plats cuisinés et sert surtout à l'écrêtement des pointes de production. Tony semble particulièrement satisfait du développement rapide de cette dernière activité qu'ils ont complétée par une distribution à domicile de produits congelés.

Dans un autre secteur et pas très loin de HOLBEACH, le hasard m'a amené à visiter LINGARDEN et à rencontrer son directeur, M. Bob OUT.

7. LINGARDEN

Installée à SPALDING, LINGARDEN est une coopérative créée en 1964 qui occupe maintenant une des toutes premières places au monde dans le commerce et le conditionnement des bulbes floraux. Son directeur général, M. OUT, a été embauché en 1967 après avoir travaillé dans une firme hollandaise. Le chiffre d'affaires annuel représente plus de 10 millions de Livres sterling, dont 35 % sont réalisés sur le marché intérieur anglais au travers des chaînes de supermarchés et de garden-centers.

L'augmentation impressionnante des ventes export est l'un des aspects les plus spectaculaires du succès de cette Compagnie. Les ventes "export" de bulbes de jonquilles représentent plus de 2.500 tonnes par an.

Là encore, l'accent a été mis sur la qualité et le service. L'emballage est réalisé pour le compte du client. Peu importe que le nom de LINGARDEN apparaisse ou non. Ce qui importe, c'est que le client soit satisfait et que les bulbes soient vendus. LINGARDEN a réussi à pénétrer le marché américain malgré une réglementation sanitaire très stricte (l'isolation complète des lots destinés au marché américain est une condition sine qua non de l'obtention d'une licence d'exportation).

C'est au contact de M. OUT, et après avoir discuté de l'aspect technique des différentes productions de LINGARDEN, visité des producteurs travaillant pour cette coopérative, que je me suis aperçu que la production de bulbes d'anémones pouvait présenter un intérêt pour une région comme l'Allier.

En effet, la nature des sols et les contraintes de production (sols sableux, sans cailloux, absence de pruniers, PH) semblent convenir à la mise en place de cette production dont LINGARDEN a besoin. Nous avons depuis mis en place un essai.

Si nous sommes capables de fournir la qualité requise, c'est une spéculation d'un rapport sans commune mesure avec celles que nous avons l'habitude de faire, puisque le produit brut attendu est de l'ordre de 165.000 F/ha.

E. Le consommateur

1. M. HOLROYD - MARK & SPENCER

M. HOLROYD est responsable dans le groupe M & S des relations avec les agriculteurs. J'ai passé une soirée avec lui à Londres pendant laquelle il m'a expliqué comment M & S établissait des rapports solides basés sur la confiance avec ses fournisseurs agriculteurs ou plutôt agriculteurs transformateurs. Ceci dans l'intérêt des fournisseurs et des consommateurs.

a/ Il n'y a aucun contrat écrit. Mais les relations de confiance établies font qu'il n'y a pratiquement jamais de problèmes. Les fournisseurs sont triés en fonction de leur capacité à fournir une marchandise de la qualité requise.

b/ M & S est intransigeant sur la qualité. Et le consommateur sait qu'en achetant à M & S, il en a pour son argent.

c/ Un lot défectueux doit être identifié très rapidement. Il faut donc un système qui permette d'en connaître l'origine et de remédier dans les plus brefs délais aux problèmes posés.

d/ Il préfère travailler avec de nombreux fournisseurs de petite taille qui sont motivés et surtout capables de s'adapter très rapidement à l'évolution de la demande.

e/ Il recherche en permanence de nouvelles techniques, de nouveaux produits qui sont testés sur un panel de consommateurs.

f/ Il existe à M & S une petite équipe prospective dont le rôle est de deviner ce qui va évoluer dans les années à venir. C'est top secret puisque le travail de cette équipe touche directement la stratégie du groupe. Il me conseille amicalement de m'intéresser de très près aux statistiques et aux comportements nouveaux. C'est la meilleure approche pour anticiper les besoins.

Passionnante soirée pour un agriculteur comme moi, mais très perturbante, car comment savoir quelles sont nos limites ? Jusqu'où faut-il aller dans la démarche commerciale sans remettre en cause notre outil de production ?

2. LES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

WHICH ? Consumers association. C'est le nom de l'organisation de consommateurs que j'ai contactée à Londres. Quand j'ai expliqué ce que je recherchais, on m'a tout de suite envoyé à un groupe plus spécialisé dans l'agriculture et les problèmes européens : CEGC (Consumers in the European Community Group), groupe qui essaie d'harmoniser le point de vue de 27 organisations de consommateurs anglais sur la politique agricole commune.

Résolument contre la politique de soutien des prix agricoles, cette association publie un petit livre destiné au grand public intitulé "Trop, c'est trop". On y explique le fonctionnement et les incohérences de la politique agricole commune. On y explique aussi que l'entrée de l'Angleterre dans le Marché Commun coûte très cher aux consommateurs puisque non seulement la concurrence ne joue plus, mais qu'en plus ils paient des impôts pour soutenir les prix de produits invendables.

Le CEGC pense que la seule manière de réduire le gaspillage est de diminuer de façon draconienne les prix garantis, ce qui à leur avis aura un effet rapide sur la masse de production. Il leur semble nécessaire de mettre en place un certain nombre de réformes dont les éléments sont les suivants :

- prix plus bas pour tous les produits en surproduction ;
- gel des prix de certains produits pendant quelques années pour les rendre compétitifs sur le marché mondial ;
- aides directes pour les agriculteurs des régions les plus pauvres ;
- remplacer les quotas, les seuils et autres tentatives de réduction de production par des réductions de prix ;
- réduire les limitations d'importation à l'intérieur de la CEE ;
- abolir les mesures réduisant artificiellement la consommation de produits concurrents à ceux de la CEE ;
- faire bénéficier les consommateurs dans le besoin des surplus, tant qu'il y en a de disponibles ;
- impliquer les Ministres autres que ceux qui sont directement concernés par l'agriculture dans les décisions touchant à l'Europe (ils considèrent en effet que les Ministres de l'Agriculture ont un intérêt direct à ne défendre que le point de vue des agriculteurs), particulièrement le Ministre des Finances et tous les Ministres ayant une quelconque responsabilité vis-à-vis des consommateurs.

Le langage de ces associations, s'il ne m'a pas surpris outre mesure, ne fait que confirmer les prises de position citées dans mon introduction, à savoir que le budget européen n'étant pas extensible à l'infini, la PAC risque de glisser inexorablement dans la voie de la réalité économique, condamnant de ce fait tous ceux qui ne se seront pas adaptés au marché et posant le problème de toutes les régions de production marginales.

Comment, dans ces conditions, anticiper ?

Appliquons le conseil de M. HOLROYD et essayons de voir et de comprendre les comportements nouveaux. La manière de s'alimenter change et changera encore. Le repas traditionnel s'effondre pour différentes raisons dont les plus importantes sont la réduction du temps de travail, le nombre croissant de femmes travaillant hors de chez elles, les temps de transport et enfin les moindres besoins en calories. Le grignotage se développe, générant de nouveaux besoins, et appelant à la création de nouveaux produits.

La part du budget familial consacrée à la nourriture diminue en valeur absolue, la restauration collective se développe et le fast food est déjà un phénomène de société. Ces nouvelles formes d'alimentation ont des impératifs sanitaires, des normes de cuisson et de présentation différentes de celles communément admises comme étant indispensables à la qualité d'un bon repas familial ou festif. Nous devons en tenir compte, d'autant plus que la prise du pouvoir par le consommateur générera un besoin croissant de qualité (et la notion de qualité peut être bien différente de celle que nous avons. Ex. le Charolais traditionnel que nous considérons comme le nec plus ultra de la viande rouge ne sera pas forcément adapté à ce que le consommateur recherchera demain. Mes enfants aujourd'hui, malgré leur environnement familial, préfèrent un steack haché qu'un beefsteack de charolais sous label. Et on aura beau produire de magnifiques animaux, promouvoir la race, c'est l'acheteur qui fera la sanction !).

La puissance et l'impact des médias est un phénomène qu'il ne faut pas négliger. Prenons un exemple bien français tiré du livre de Joël de ROSNAY "La Malbouffe" : "Un mode de vie différent et surtout un régime alimentaire différent sont une forme de vote permanent. La moindre consommation de viande de boeuf ou de porc est un moyen combiné permettant indirectement de faire évoluer la société".

Autrement dit, le consommateur, en modifiant ses habitudes, peut et doit faire évoluer le mode de production.

On peut penser que des productions marginales aujourd'hui, comme les productions dites biologiques connaîtront un essor rapide et intéressant. A une condition : que les producteurs se donnent une image un peu plus professionnelle, et qu'ils restent réalistes. L'agriculture biologique ne doit pas être une religion, mais une manière de produire pour un marché demandeur. Un rapport établi par FOOD FROM BRITAIN (organisme de promotion de l'industrie agro-alimentaire anglaise) estime que la demande en légumes biologiques pourrait passer de 1 million de Livres sterling par an aujourd'hui à plus de 34 millions dans les années à venir. Et ce même rapport affirme que le consommateur moyen est prêt à payer ses légumes naturels 35 % plus chers (point de vue que ne partage pas la revue "Economist" qui montre que si 60 % des consommateurs veulent bien payer plus cher, seulement 1 sur 50 est prêts à payer un supplément de prix supérieur à 15 %).

La production de légumes de 4ème gamme semble être également promise à un développement rapide.

Mais le marché demain, ce sera aussi la nature, les loisirs, et la lutte contre le stress. Le contribuable participant par le biais de ses impôts au maintien de l'agriculture dans des régions dites défavorisées, considérera la nature comme un droit. Il y aura alors opposition entre le droit de produire et le droit à la nature. C'est moins perceptible en France qu'en Angleterre

où les sentiers de promenade traversent les exploitations et les parcelles cultivées. Mais nous n'y échapperons pas et il semble souhaitable de s'y adapter plutôt que de s'y opposer.

Janet GRAHAM, Présidente du CEGC, ne dit pas autre chose lorsqu'elle affirme : "Si nous devons payer pour que les agriculteurs ne cultivent plus les terres les moins rentables, il doit y avoir un meilleur accès à la nature pour le public. Nous ne devons pas passer d'une situation absurde où les consommateurs paient des agriculteurs pour détruire l'environnement dans le but de produire de la nourriture que les consommateurs ne veulent pas, à une situation toute aussi absurde où les consommateurs paieraient les agriculteurs pour ne pas produire et se feraient sortir des terres sur lesquelles ils se promènent".

Je ne suis évidemment pas d'accord avec cette approche très radicale de l'évolution des droits des uns et des autres. Mais il n'empêche que si l'image de marque des agriculteurs continue à se dégrader parce qu'ils ne font pas l'effort d'apprendre à "se vendre", alors je crains que la lutte ne soit bien inégale.

La NFU l'a bien compris, qui est en train de donner un nouveau look à ses agriculteurs : campagnes de publicité, centres d'information, journées portes ouvertes, émissions de radio et de télévision... Les relations publiques deviennent une partie importante du travail du chef d'exploitation qui ne peut assurer la bonne marche de sa ferme dans un environnement hostile et mal informé.

IV. CONCLUSION

A la lecture de ce rapport, chacun aura compris que je n'ai pas cherché à creuser les chiffres. J'ai simplement essayé d'enregistrer le maximum d'idées et de me faire une opinion sur l'évolution prévisible des comportements. J'ai le sentiment, malgré la richesse de ce séjour, d'être resté trop superficiel au cours de mon étude. Mais je me rends compte aujourd'hui combien ce séjour a modifié ma façon de voir l'agriculture. Je ne sais pas si la crise aura ou non raison de mon enthousiasme et de ma passion pour ce métier de la terre. Mais j'ai mesuré tout le chemin qu'il me restait à parcourir et les possibilités que nous avons. L'agriculteur de demain ne pourra plus se contenter d'être un chauffeur de tracteur, s'il ne veut pas devenir un simple jardinier de la nature subventionné par la collectivité.

La mise en place de productions nouvelles, l'adaptation continuelle et nécessaire à l'évolution de la demande, le tri de la masse d'informations mise à sa disposition par les moyens modernes de communication, la gestion quotidienne qui devra être affinée de plus en plus en feront un chef d'entreprise à plein temps.

Il y a place dans nos régions défavorisées pour un nombre probablement limité d'exploitations viables et compétitives, parce que techniquement avancées et parce que capables d'innover. Elles nécessitent des techniques adaptées et des agriculteurs particulièrement compétents (d'où l'importance de la formation permanente). Mais il y a place aussi pour des exploitations à l'ancienne autour desquelles il faudra créer une animation et une structure commerciale.

Le citadin n'aime pas l'agriculture moderne. Il aime la campagne de son enfance ou de ses rêves. Il aime les recettes campagnardes et les produits de la ferme. Sachons nous y adapter !

Les visites faites pendant ce voyage, les contacts pris et maintenus n'ont fait que renforcer mon désir d'aller plus loin. Mais il y a une phase préparatoire indispensable, celle où l'on doit, tout en recherchant une solution adaptée, stabiliser la structure de base, c'est-à-dire la structure de production.

C'est une période d'incertitude, de doute, de décisions importantes qui est difficile à vivre, et que tous ceux que j'ai rencontrés ont vécu. Cependant, le travail d'étude entrepris depuis mon retour (poursuite des contacts avec JORDAN, mise en place des essais pour LINGARDEN, dialogue engagé avec les meuniers, dialogue suivi avec un fabricant de produits naturels, démarche auprès d'un transformateur conditionneur de légumes, étude d'aménagement d'un plan d'eau avec développement de nos sites de libre-cueillette, étude d'une fabrication à domicile de produits de la ferme selon un cahier des charges préétabli, permettant aux femmes d'exploitants d'obtenir un revenu complémentaire sans quitter l'exploitation) me laisse espérer un résultat à moins de cinq ans.

Ne plus céder au catastrophisme ambiant, avoir envie de créer, savoir que le dynamisme est le meilleur moyen de surmonter les handicaps naturels. Tels sont les enseignements de ce séjour qui, j'en suis sûr, modifiera profondément l'évolution de ma vie professionnelle.

CONSERVATION GRADE :

Peut-être pourrait-on traduire cette appellation par AGRICULTURE ALTERNATIVE

La production de grain sous le standard d'agriculture alternative est basée sur deux obligations simples :

1. Produire une nourriture destinée au public ne contenant pas de résidus chimiques qui pourraient être à terme une menace pour la santé.

2. Mettre en place un système de production permettant d'obtenir un grain de bonne qualité avec des rendements intéressants, tout en protégeant et améliorant la terre cultivée.

METHODE :

Le labour est obligatoire, mais les façons culturales normales sont utilisées.

Tout apport destiné à corriger le PH ou les carences du sol peut être fait avant les façons culturales.

Si la paille est incorporée, on doit assurer l'équilibre du rapport C/N par un apport d'engrais organique (environ 100 kg N 26 par tonne de paille incorporée).

Le précédent colza n'est pas autorisé.

Le glyphosate peut être appliqué sur un sol non cultivé.

L'Asulam est autorisé sur oseille et fougère.

Semis

- N'utiliser que de la semence non traitée.
- Augmenter la dose de semis de 10 à 20 % s'il y a des risques de dégâts d'oiseaux.

Engrais

- Azote : Nitrate de chaux, Cyanamide, Nitrate du Chili sont autorisés
- Phosphate : le super-phosphate simple et triple
le phosphate naturel
- Potasse : Sulfate de potasse et potasse naturelle d'Ecosse
le Chlorure de potasse est interdit
- Magnésie : Dolomie, compost d'algues marines.

Herbicides :

Sont autorisés : le MCPA, MCPB, MCPP et l'Assulam: le Loundup est autorisé sur les chaumes.

Les additifs à base d'algues marines, permettant de réduire les doses, sont conseillés.

L'utilisation d'une machine à dents très fines, passée à grande vitesse au début du tallage, permet l'arrachage de nombreuses plantules.

Fongicides : uniquement le soufre.

Insecticides :

Les pyrethoïdes, uniquement s'il y a de gros problèmes de pucerons.

ROTATIONS

Les rotations sont raisonnées pour éviter le maximum de maladies, pour améliorer le contrôle des herbes, et pour éviter les problèmes liés à la monoculture (par exemple, l'orge ne doit pas suivre le blé, car leurs maladies du pied sont les mêmes).

Il est préférable d'avoir une rotation avec de la prairie, mais on peut concevoir une rotation uniquement céréalière (ex. pois, blé, avoine, blé, avoine, pois).



Cricket St. Thomas Farms
Chard · Somerset · Tel: Winsham 469

Dear Customer,

I have pleasure in enclosing an "Annual Access Card" for your family so that you can visit the Wild Life Park at any time throughout the year FREE OF CHARGE.

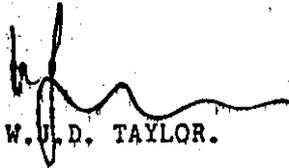
Please check that the names and photographs of all members of your household over 10 years of age are included on your Pass. If under 10 years old the names and ages of the Children should be written on the Pass.

The Card remains valid as long as you are one of our regular full-time Milk Customers.

I would like to thank you for your support and custom on the Milk Rounds, which are still steadily growing.

I hope that you can encourage your friends and neighbours to support us. If each of our present customers persuaded two friends to buy our milk then the business will continue to succeed and provide a valuable competitive alternative service to the big monopoly companies and give you, the customer, freedom of choice.

Yours sincerely,



W. J. D. TAYLOR.



**ADMISSION
PASS**

To gain admission the name of all entrants must appear on this card together with a photograph of entrants over the age of 10.

ID No. Issue Date

Name

Address

This card is only valid whilst registered as a milk customer of Cricket St. Thomas Farms.

DON'T DELAY POST TODAY

Can we supply your daily milk requirements?

- * We deliver seven days a week
- * Extra fresh farm-bottled pastuerised milk
- * Price per pint
- * No delivery charges
- * Full range of other dairy products available on request.

PLUS
free family entry
to Wildlife Park

Name

Address

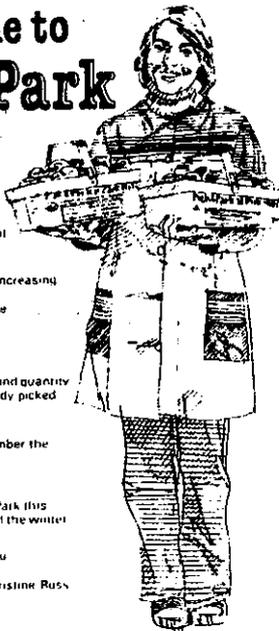
Tel.

Please start delivering on

Pints per day

Cricket St.Thomas Farms
Chard·Somerset·Tel·Winsham 469

Welcome to Pick & Park



Welcome to the new season at Pick & Park

Our aim is to supply an ever increasing variety of crops grown on the farm to eat fresh and preserve in many ways either by freezing, pickling, jam making, storing etc

You can pick the size, quality and quantity you require or purchase already picked from the Farm Shop

Beat the winter prices, remember the shortages, strikes and snow. Be independent

An enjoyable visit to Pick & Park this summer can be appreciated all the winter!

Looking forward to seeing you

Ian & Christine Russ

Pick & Park, your specialised

Pick Your Own Centre & Farm Shop

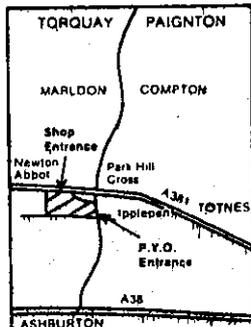
Pick & Park

When you can see the 'SKYBALLOON' you've found

Pick & Park

PARK HILL FARM, IPPLEPEN, NEWTON ABBOT
Tel: 01261 812613
OPEN DAILY 10am JUNE - OCTOBER

FRESH TO EAT
FRESH TO FREEZE



Pick & Park

PICK YOUR OWN
FRESH TO EAT...
FRESH TO FREEZE



MONTHLY Picking Guide

Soft Fruit & Vegetables

PARK HILL FARM, IPPLEPEN, NEWTON ABBOT

Pick & Park MONTHLY Picking Guide

for Soft Fruit and Vegetable Crops

JUNE (mid onwards)

STRAWBERRIES
GOOSEBERRIES
RHUBARB
PEAS
BROAD BEANS

JULY

STRAWBERRIES
GOOSEBERRIES
BLACKCURRANTS
RED CURRANTS
WHITE CURRANTS
RASPBERRIES
LOGANBERRIES
RHUBARB
PEAS
BROAD BEANS
CAULIFLOWERS
POTATOES
ONIONS
LETTUCE
CARROTS
BEETROOT

AUGUST

STRAWBERRIES
RASPBERRIES
LOGANBERRIES
BLACKBERRIES
RHUBARB
PEAS
BROAD BEANS
RUNNER BEANS
FRENCH BEANS
BEETROOT
CAULIFLOWER
CABBAGE
CARROTS
CALABRESE
COURGETTES
LETTUCE
ONIONS
POTATOES
TOMATOES

SEPTEMBER

STRAWBERRIES (Late Varieties)
APPLES
PLUMS
RHUBARB
RUNNER BEANS
BEETROOT
CAULIFLOWER
CARROTS
CALABRESE
CABBAGE
COURGETTES
MARRROWS
LETTUCE
ONIONS
POTATOES
TOMATOES
BRUSSELS
WALLFLOWERS (for out in your garden planting)

OCTOBER

STRAWBERRIES (Late Varieties)
RASPBERRIES
APPLES
PLUMS
RHUBARB
RUNNER BEANS
BEETROOT
CAULIFLOWER
CARROTS
CALABRESE
CABBAGE
COURGETTES
MARRROWS
LETTUCE
ONIONS
POTATOES
TOMATOES
SWEETCORN
BRUSSELS
WALLFLOWERS (for planning out in your garden)

ALL THE ABOVE CROPS CAN BE PURCHASED READY PICKED FROM OUR FARM SHOP

or 'PICK YOUR OWN' for greater saving. Crops subject to availability depending on demand and weather. WE STRONGLY RECOMMEND YOU TO TELEPHONE OUR RECORDED CROP INFORMATION SERVICE ON IPPLEPEN (01261) 812613. OPEN 10am DAILY

PLEASE KEEP THIS SEASON'S GUIDE FOR EASY REFERENCE

PICK YOUR OWN
FRESH TO EAT...
FRESH TO FREEZE





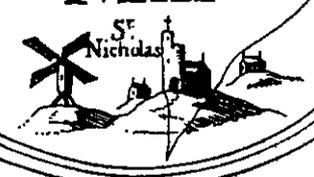
Flour with Flavour & Fibre



- ✘ Fine English Flour is excellent value
- ✘ Fine English Flour is very much tastier
- ✘ Fine English Flour is stoneground for health
- ✘ Fine English Flour is purely wholewheat

St Nicholas Flour contains on average 12½% protein, 13% moisture and full grain FIBRE. It is available in practical 25 kilo bags and in counts of 10 or 16 1.5 kilos.

Regular delivery to Southern regions.



St. Nicholas Mill

FINE ENGLISH PLAIN FLOUR

100% Wholewheat

100% Stoneground

St. Nicholas Mill

St. Nicholas-at-Wade, Thanet, Kent CT7 0PT
Telephone: Thanet 81444

Proprietors: St. Nicholas Court Farms Ltd.

St. Nicholas Mill Flour with Flavour and Fibre

During the last few years the beneficial effect on health of the inclusion of fibres in a properly balanced diet has been increasingly recognised and accepted.

The popular "F-Plan" is now endorsed by the leading medical authorities, both as an aid to slimming and to help protect us from major scourges such as cancer and coronaries which scarcely exist in high fibre-eating communities.

In wholewheat flour, unlike the ordinary white variety, a proportion (known as the "extraction rate") of the outer husk (bran) and the wheatgerm (embryo) is retained after milling: hence the colour and high fibre content. "100% wholewheat" flour contains all the fibre and germ of the whole grain. If the flour is stoneground instead of being "rolled", it has the added advantage of not being subjected to high temperature which destroy the natural oils and vitamins in the wheat.

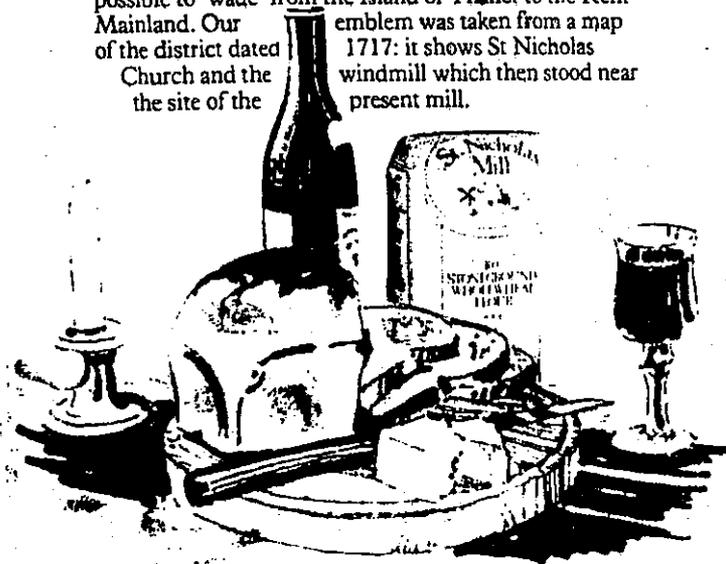
There's an additional bonus. Wholewheat products are tasty, nuttier and richer than those made with ordinary flour: this means that more people are using wholewheat flour for home-baking cakes, scones, pastries and pizzas as well as for bread.

See photograph inside
32 minutes before this bread came out of the oven, the wind used to to flour was blowing in the nearby field, an extraordinary feat achieved for the first time a standard by the Guinness Book of Records

In 1980 brothers Richard and Martin Tapp, appreciating this trend towards high-fibre diets and health foods, decided to start producing flour from their own wheatland at St. Nicholas-at-Wade. They located four millstones which had been used for many years in the West of England and had these incorporated by local engineers into a simple but efficient cleaning and milling plant.

Since then St Nicholas Mill has produced a fine 100% stoneground wholewheat flour, and the St Nicholas emblem has become a familiar sight in health food shops and bakeries throughout the United Kingdom.

The village of St Nicholas-at-Wade is thought to take its name from the days when, centuries ago, it first became possible to 'wade' from the Island of Thanet to the Kent Mainland. Our emblem was taken from a map of the district dated 1717: it shows St Nicholas Church and the windmill which then stood near the site of the present mill.



JORDANS



Family millers since 1855

The trusted name in wholefoods

W. JORDANS & SON LTD.

La maison W. JORDANS & SON LTD. se trouve dans le Bedfordshire, au coeur de la campagne anglaise, à 70 km de Londres. Elle appartient et est gérée par la famille du même nom.

En 1855, le fondateur de l'entreprise s'établit comme meunier. Les dernières années ont vu une extension rapide qui coïncide avec le lancement de nouveaux produits naturels.

En offre pour l'exportation :

ORIGINAL CRUNCHY - mélange de céréales grillées avec du miel, des amandes et des raisins secs.

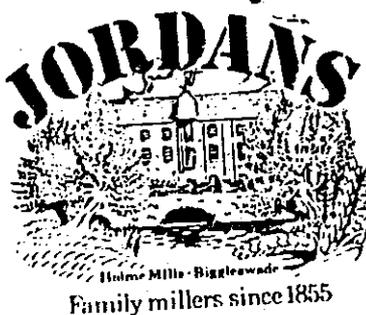
ORIGINAL CRUNCHY - mélange de céréales grillées avec du son et des pommes.

COUNTRY MUESLI - céréales naturelles avec des noix entières et des fruits secs.

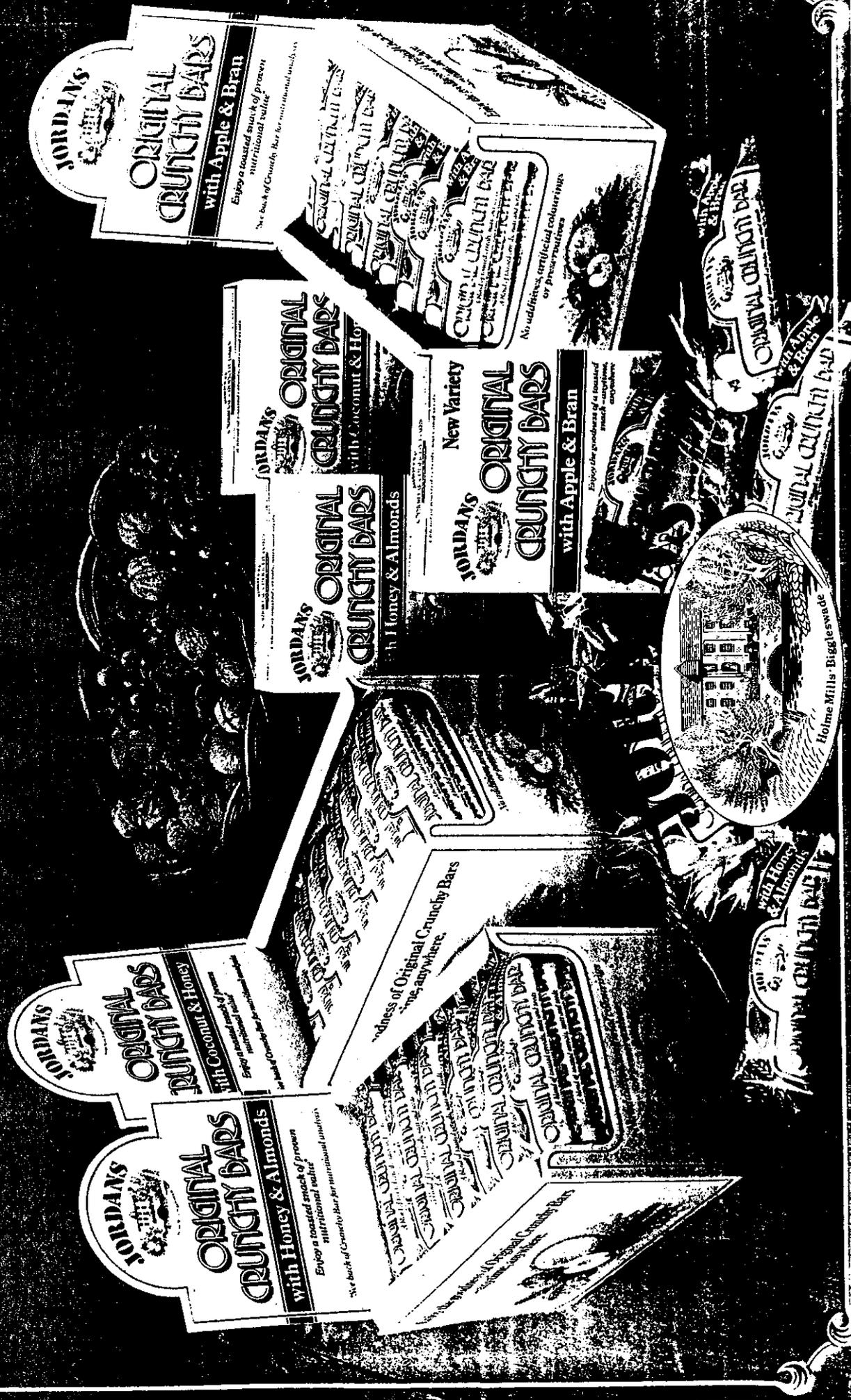
ORIGINAL CRUNCHY BARS - genre de biscuit fait de céréales, de noix, de noixettes, de graines, le tout grillé avec du sucre roux et du miel.

Tous ces produits ne contiennent que des ingrédients naturels, sans colorants ni aromates artificiels.

Le nom JORDANS est reconnu par ceux qui insistent pour des produits naturels et de toute première qualité.



ORIGINAL CRUNCHY BARS



JORDAN'S
ORIGINAL CRUNCHY BARS

ORIGINAL CRUNCHY BARS
with Apple & Bran

Enjoy a toasted snack of proven nutritional value!
No artificial colours, flavours or preservatives.

See back of Crunchy Bar for nutritional analysis.

JORDAN'S
ORIGINAL CRUNCHY BARS
with Coconut & Honey

JORDAN'S
ORIGINAL CRUNCHY BARS
with Honey & Almonds

New Variety

JORDAN'S
ORIGINAL CRUNCHY BARS
with Apple & Bran

Enjoy the goodness of a natural product.



JORDAN'S
ORIGINAL CRUNCHY BARS
with Honey & Almonds

Cereals



The trusted name in wholefoods

Original Crunchy Cereal

* Available in 3 varieties: Natural
Honey, Almond & Raisin
Bran & Apple

* A balanced blend of natural cereals, nuts & seeds
lightly toasted with raw sugar & honey.

* A natural product with no colourings,
preservatives or flavourings.

* Contains a balance of vitamins and minerals and is
toasted with polyunsaturated oils giving a nutritious
product with high fibre.

Country Muesli

* A combination of natural cereals mixed with
selected dried fruits, wholenuts and seeds. Made to
Jordans own recipe.

* High in cereal fibre, low in sugar, to give a carefully
balanced mixture of vitamins and minerals for a well
balanced diet.

* Nutritional Analysis is stated on every pack.

* To ensure peak freshness, all products are coded
with a "best by" date, both on the individual pack
and outer. Shelf life is 20 weeks.

For supply of any Jordans
products, contact your local
distributor or contact us direct
at W. Jordan (Cereals) Ltd.,
Holme Mills, Biggleswade,
Beds. SG18 9JX and we will
put you in touch with a local
distributor.

Variety	Size	Order Quantity	Price	R.S.P.
Original Crunchy Cereal: Natural	18 x 1lb			
	6 x 3lb			
	18 x 1lb			
Honey, Almond & Raisin	6 x 3lb			
	18 x 12oz			
Bran & Apple	6 x 2lb			
	18 x 1lb			
	6 x 3lb			
Country Muesli	18 x 1lb			
	6 x 3lb			

Name: _____

Address: _____

Tel: _____



Family affairs since 1955

Local distributor: _____

The trusted name in wholefoods

The trusted range in wholefoods



Home Mills - Biggleswade
Family millers since 1855

Wholefood products with a natural difference

Today many consumers are aware of the need to eat naturally healthy, nutritious products and Jordans are in the forefront of pioneering the development of natural wholefoods. Each product in the Jordans range is made from only natural ingredients satisfying the discerning consumer who buys not only for the natural taste and flavour, but who is also concerned with the nutritional value of a healthy balanced diet.



100% Wholewheat

Jordans Wholewheat Flour is what its name implies – 100% of the wheat with nothing added and nothing taken away – therefore high in fibre too.



Country Cookbook – Self-Raising

An outstanding flour with a nutty wheat meal flavour. An ideal flour for cakes and puddings.



Country Cookbook – Plain

A good flour, perfect for delicious pastry and general home baking.



Strong White

A high quality flour perfect for bread baking and other yeast cooking.



Dried Yeast

A full strength dried yeast – perfect for home baking.



Natural Wheatgerm

The most nutritional part of the wheatgrain high in Vitamin E. Best eaten on breakfast cereals, in soups and stews.



Country Bran

Ideal for supplying the necessary cereal fibre or "roughage" to our modern diets. Sprinkle on cereal or add to soups and stews.



Original Crunchy Cereal Natural (1lb and 3lb)

Made from natural ingredients lightly toasted this makes a tasty and nutritious breakfast cereal.

NUTRITIONAL CONTENT PER 100g			
Fat	16.2g	Thiamine	0.35mg
Protein	11g	Calcium	11mg
Dietary Fibre	5.2g	Calories	424



Original Crunchy Cereal with Honey Almonds & Raisins (1lb and 3lb)

For those who prefer the added richness of honey, nuts and fruit.

NUTRITIONAL CONTENT PER 100g			
Fat	16g	Thiamine	0.35mg
Protein	11g	Calcium	17mg
Dietary Fibre	4.75g	Calories	421



Original Crunchy Cereal with Bran & Apple (12oz and 2lb)

A high fibre cereal with a delicious apple flavour.

NUTRITIONAL CONTENT PER 100g			
Fat	13g	Thiamine	0.76mg
Protein	11g	Calcium	80mg
Dietary Fibre	10.21g	Calories	410



Country Muesli (1lb and 3lb)

Prepared to Jordans own recipe this delicious cereal combines a variety of selected cereals, dried fruit and nuts for a perfectly balanced meal.

NUTRITIONAL CONTENT PER 100g			
Fat	8.5g	Thiamine	0.36mg
Protein	10.57g	Calcium	192mg
Dietary Fibre	5.8g	Calories	362

Muesli Tubs

A highly nutritious snack in a tub, just add milk for a delicious break. High in fruit and nuts, no added sugar.

Three varieties: Dates & Cashews, Banana & Brazils, Coconut & Sultanas.



Dates & Cashews,

NUTRITIONAL CONTENT PER 100g			
Fat	8.9g	Thiamine	0.35mg
Protein	11.9g	Calcium	280mg
Dietary Fibre	5.1g	Calories	371



Banana & Brazils,

NUTRITIONAL CONTENT PER 100g			
Fat	18g	Thiamine	0.40mg
Protein	11.2g	Calcium	120mg
Dietary Fibre	5.1g	Calories	430



Coconut & Sultanas.

NUTRITIONAL CONTENT PER 100g			
Fat	7g	Thiamine	0.30mg
Protein	9.8g	Calcium	150mg
Dietary Fibre	5.1g	Calories	366



Original Crunchy Bar Honey & Almonds

A toasted cereal snack bar with a good balance of nuts and seeds sweetened with honey and raw sugar to give a wholesome nutritious snack.

NUTRITIONAL CONTENT PER 100g			
Fat	22g	Thiamine	0.35mg
Protein	8.74g	Calcium	75mg
Dietary Fibre	5.4g	Calories	464



Original Crunchy Bar Coconut & Honey

A delicious variety of our snack bar, high in fibre and low in cholesterol.

NUTRITIONAL CONTENT PER 100g			
Fat	16g	Thiamine	0.24mg
Protein	8g	Calcium	140mg
Dietary Fibre	4.77g	Calories	449



Family millers since 1855

W. Jordan (Cereals) Limited, Holme Mills, Biggleswade, Beds. Tel: (0767) 317200

All Jordans products are prepared from the finest natural ingredients and contain no artificial colourings or flavourings.