



Syndicat des Producteurs de Miel de France. SPMF

Chambre d'Agriculture du Gers

Route de Mirande – BP.70161 - 32003 AUCH CEDEX

Emails : secretariat@spmf.fr ou contact@spmf.fr

<https://www.spmf.fr/> ou www.apiservices.biz/fr/spmf

Président : Joël Schiro – Email : jschiro@miel-de-france.com

Tarbes le mercredi 31 janvier 2024

Info SPMF 2024 N° 5

La crise économique du miel de l'automne 2023 : Les propositions structurelles et de long terme du SPMF

En prolongement du dossier info SPMF 2024 N° 4, sur l'analyse du marché mondial, européen et français, il convient de faire des propositions.

1. Court terme : les propositions élaborées hors du SPMF.

Sur le plan conjoncturel, de nombreuses structures (Confédération Paysanne/UNAF/SNA/ADA FRANCE/FNSEA etc.) ont rédigé des propositions qui vont de l'annulation des cotisations MSA, à l'établissement d'un prix minimum à l'importation en passant par des prêts à taux zéro (garantis par l'Etat ou pas), une campagne de réclame générique sur le miel, l'aide au stockage, etc....

Le SPMF soutiendra toutes les mesures momentanées qui seront mises en place avec le soutien de l'Etat afin d'éviter que les exploitations ne se retrouvent en cessation de paiement, et qu'elles puissent passer ce cap difficile.

2. Radiation de la Chine : la proposition de fond majeure.

Comme il ressort du dossier « info SPMF 2024 N° 4, Diagnostic et analyse du marché mondial », il n'y aura jamais de solution efficace et durable sans la mise en place d'outils et/ou d'actions contre l'adultération du miel. En effet cette technique de fraude massive conduit à augmenter artificiellement de manière considérable le volume disponible sur le marché international.

C'est un obstacle insurmontable à la fixation des prix en fonction des règles normales de l'offre et de la demande. A notre connaissance, à ce niveau de dérèglement, c'est un cas unique.

La définition du miel (CODEX et directive) est parfaite. Ce sont les techniques de contrôle qui sont défailtantes.

En marge de l'harmonisation et de l'amélioration de la fiabilité des analyses, la principale mesure à prendre le plus rapidement possible, c'est la radiation de la Chine des pays autorisés à exporter dans l'Union Européenne.

Ce sujet fait l'objet d'un bref argumentaire séparé, Info SPMF 2024 N°6

3. Les idées dans l'air.

Il faut distinguer entre le rêve et la réalité. Commençons par l'idéal, ou, en tout cas, les hypothèses d'actions dont l'avenir proche nous dira s'il s'agit d'utopie ou pas.

- a) **Mesures légales** : il serait tentant de mobiliser les mesures légales de l'UE pour assainir le marché.

Trois types de mesure existent au sein de l'Union en cas de graves perturbations sur les marchés agricoles :

1 **L'intervention publique** : les gouvernements ou agences des pays de l'UE achètent des produits et les stockent avant de les revendre sur le marché à une date ultérieure. L'intervention publique vise à empêcher que les prix ne tombent à des niveaux excessivement bas. Mais le miel n'est pas éligible à ce mécanisme réservé à 5 produits (froment, riz, viande bovine, beurre, et lait écrémé en poudre)

2 **Le stockage des produits par le secteur privé** : l'UE peut également aider les opérateurs du secteur privé à payer le coût du stockage de leurs produits pendant une période déterminée. Mais encore une fois seuls 7 produits sont éligibles à cette mesure, le miel n'en faisant pas partie ;

3 **Le troisième outil consiste à prendre des mesures dites exceptionnelles**, possibles lorsqu'une crise ou un risque de crise apparaît et qu'une action spécifique est nécessaire pour éviter une baisse soudaine des prix et/ou en atténuer les conséquences. Ce système permet à la Commission européenne de prendre rapidement des mesures proportionnées en cas de périodes de déséquilibres graves sur les marchés.

L'intervention avait été présentée à l'automne 2023 par la Confédération Paysanne comme une action à privilégier. Il s'avère que le miel n'est éligible ni à l'intervention publique ni au stockage privé. Pour envisager de mobiliser « les mesures exceptionnelles » il faudrait d'une part s'associer à d'autres états membres, victimes eux aussi de la crise et bénéficier d'une forte mobilisation des élus et des pouvoirs publics.

A ce jour ces conditions ne semblent pas être réunies.

- b) **La proposition de la Sté MICHAUD** : mettre en place un programme permettant de booster les ventes des miels de France

La société MICHAUD a décrit dans un courrier en date du mois de décembre 2023 les actions qu'elle a déjà engagée et qui seront confortées en 2024 pour relancer les ventes de miel français :

- Opérations promotionnelles à ses marques sur les miels de France ;
- Augmentation de la part des miels français dans les assortiments ;
- Augmentation du tonnage de miel français au sein des MDD ;
- Développement des contrats filière avec les enseignes qui en disposent ;
- Promotion de ses marques de miel français dans les autres débouchés (restauration IAA et industrie du cosmétique)

Même s'il convient de la saluer, il s'agit d'une initiative personnelle de la seule entreprise Michaud qui, en l'état ne sera jamais suffisante pour venir à bout de la crise globale.

Un effet de synergie pourrait être obtenu si les deux leaders du conditionnement (MICHAUD et NATURALIM) dans la mesure où ils représentent plus des deux tiers des tonnages de miels en fûts achetés aux producteurs français, voulaient bien s'engager dans un partenariat ponctuel.

Ce serait en tout état de cause une décision souveraine entre deux entreprises, qui, pour aussi volontariste qu'elle soit, ne saurait être suffisante pour sortir de l'ornière.

La généralisation éventuelle d'un tel programme d'actions nécessiterait l'adhésion des autres acteurs clés du conditionnement regroupés au sein du SFM et de l'ACMF. Plus globalement il faudrait mettre en place un comité de crise qui pourrait être encouragé par le ministère de l'Agriculture. Le volet opérationnel passe par un « dialogue filière » entre la FCD, la FCA et le réseau des conditionneurs. Compte tenu du désastre d'INTERAPI, qui est davantage une coquille vide ou un canard sans tête plutôt qu'une véritable interprofession ouverte au dialogue, transparente et préoccupée par la recherche d'efficacité, ce genre d'initiative ne pourrait pas se construire en son sein. Si les principaux acteurs le décidaient librement entre eux, il faudrait donc une organisation informelle adjacente, dédiée à cet effet qui, au demeurant pourrait fonctionner ponctuellement sans encadrement lourd.

Le SPMF est une structure 100% filière et 100% technique. C'est un syndicat professionnel sans personnel salarié qui fonctionne uniquement avec des bénévoles. Il ne produit que du fond, sans aucun intérêt adjacent, (médiatique, commercial, politique, idéologique ou autre). Il n'est en concurrence avec personne. S'il le fallait, en toute transparence et sous le contrôle éventuel du ministère de l'agriculture, nous pourrions assurer le relationnel et les discussions entre toutes les parties.

c) La solution circuits courts : dynamiser les ventes en circuits courts parait impossible.

Rappelons qu'elles représentent près de 60% des ventes des apiculteurs et que, de plus en plus, il ne s'agit pas d'un choix mais d'une quasi-obligation. En effet, la plupart des « petits miels » (Erica, pissenlit, houx, merisier, romarin, maquis, garrigue, ainsi que les dizaines de mono floraux et régionaux spécifiques,) sont invendables aux conditionneurs. Compte tenu de la pression exercée par la grande distribution, les volumes de ces productions sont insuffisants (souvent moins de 50 ou 100 tonnes pour tout le pays), certaines années abondantes, d'autres fois inexistantes. Il est donc impossible aux conditionneurs de les faire référencer. En effet, il faut savoir que la grande distribution veut le même produit d'une année à l'autre et en volume suffisant pour alimenter tous les linéaires dédiés.

La vente en circuit court est saturée et il est illusoire de tenter de la dynamiser. C'est donc dans le circuit long qu'il faut travailler.

4. Dans ce décor, quelles sont les propositions structurelles et de long terme du SPMF ?

- a) Un des principaux obstacles que rencontrent les conditionneurs pour leurs approvisionnements en miels français, **c'est l'émiettement de l'offre.**

Pour acheter 300 tonnes à l'international, il suffit de quelques mails et d'un contrat. Pour 300 tonnes de miels français, il faut plusieurs semaines de travail afin de collecter, tonne après tonne, parfois même fût par fût.

Les 2 leaders en miels français au sein du circuit long ne sont pas là par hasard.

- C'est grâce à son adossement à la coopérative « Les Compagnons du Miel », que NATURALIM parvient à sécuriser ses approvisionnements en miels français.
- C'est grâce à une organisation ancienne, budgétairement très lourde (2 ou 3 salariés à temps plein, un service de collecte par transporteur hyper organisé) que la société MICHAUD réussit à collecter 2 ou 3 000 tonnes de miels français. Il serait intéressant de connaître le coût additionnel au kg de ce travail par rapport aux achats à l'importation.
- C'est entre autres, parce qu'ils ne disposent pas de cette logistique que les concurrents (Besacier, Apiculteurs associés-Vacher, etc...) sont incapables de proposer des volumes conséquents de miels français aux mêmes tarifs que les deux leaders.

La seule solution, c'est le regroupement de l'offre afin que le plus possible de structures apicoles intermédiaires puissent proposer des camions complets de chaque variété.

L'idéal serait de créer autant de coopératives, GIE, SARL, qu'il est nécessaire afin de couvrir tout le territoire. Hélas, en ayant pour seule fonction de regrouper 50, 100 ou 200 tonnes par an, c'est administrativement beaucoup trop lourd.

Le plus judicieux serait que l'Etat étudie, en déléguant éventuellement le contrôle juridique et fiscal à des centres de comptabilité agréés, la possibilité de ce genre de micro-outil.

Dans ce domaine, si nous savons techniquement ce qu'il faut faire, administrativement, nous sommes bien incapables d'expliquer comment.

- b) **Les analyses** : le deuxième obstacle aux approvisionnements des conditionneurs, c'est le contrôle de la qualité et les analyses.

A l'importation, afin de se garantir de la présence de résidus (glyphosates, pesticides agricoles ou vétérinaires, antibiotiques, etc.), la quasi-totalité des lots sont homogénéisés. C'est d'ailleurs cette pratique désastreuse, devenue quasi indispensable, qui génère une montée d'HMF tellement pénalisante pour les conditionneurs qu'ils tentent, par toutes les arguties possibles, de contourner la réglementation des 40mg/kg.

Heureusement, les miels français sont encore tous des miels d'origine qui dépassent rarement 5mg d'HMF. L'inconvénient, c'est de réussir à faire des analyses dans un délai raisonnable, et à un cout acceptable. Pour 20 tonnes de miels d'assemblage, une seule analyse suffit. Pour 20 tonnes de miels français, il faudra au moins 5, ou 10 analyses, et, dans le pire des cas, jusqu'à plus de 60 (une par fût pour de petits producteurs).

Il y a plusieurs années, en catimini, avec le soutien d'un seul apiculteur, Mr Gerster avait fait supprimer l'aide FranceAgriMer aux analyses. Heureusement, cela a été rétabli mais c'est peu dire que la situation est embrouillée. Outre les complications administratives de FranceAgriMer qui ne comprend toujours pas l'utilité de cette mesure, sans parler du coût non négligeable malgré l'aide, il faut au moins un mois pour obtenir les résultats.

Il faut donc parvenir à mettre en place, pour les apiculteurs et toutes les formes de regroupement, une aide financière conséquente aux analyses et faire en sorte que les résultats soient obtenus en moins de 8 ou 10 jours. **Quitte à prendre sur les autres postes, il faudrait pouvoir doubler l'aide.**

- c) **Négociations grande distribution** : comme il a été expliqué dans le dossier diagnostic (Info SPMF 2024 N°4), la période de négociation avec la grande distribution (de décembre à février) n'est pas adaptée au calendrier apicole. Il faut obtenir un déplacement ou un 2ème round, en septembre/octobre.

- d) **Marque « miel de France »** : créer une marque « miel de France » comme un signe de qualité avec toutes ses lourdeurs est l'archétype de la fausse bonne idée. Afin d'éviter les polémiques inutiles, il n'y aura aucune opposition du SPMF. Nous exigerons toutefois qu'un outil d'évaluation soit mis en place. Même gribouille ne s'engagerait pas dans une démarche aussi inutile sans en mesurer les effets. En revanche s'il s'agit d'un cadre technique hyper léger (par exemple, au moins pour le circuit long, obligation de fournir une analyse d'origine basique annexe à la facture) ce serait parfaitement envisageable.

- e) **C'est quoi le miel ?** le miel est un produit particulier qui devrait faire l'objet d'un classement spécifique. Le fait qu'il soit le seul produit agricole primaire qui fasse l'objet d'une directive verticale est bien. Veillons à ce que cette directive ne soit pas vidée de son sens. Cependant, c'est insuffisant. Classé dans les productions végétales à la DGCCRF, il est vu comme une production animale par le ministère de l'agriculture. Or, c'est à la fois l'un et l'autre. En plus de la réglementation unique pour un produit agricole primaire, il faut lui réserver un statut particulier, **à la fois production végétale et animale.**

- f) **AOP, IGP** : pour pouvoir en assurer la promotion, il faut que le plus possible de miels différents fassent l'objet d'AOP, d'IGP, et/ou de tous les signes de qualité disponibles.

Le seul qui tient la route aujourd'hui, c'est l'IGP Provence. Il faudrait demander au gestionnaire (SYMPAS), quels sont ses besoins afin de pouvoir le développer en toute sécurité.

Soyons clair :

- Le seul moyen de valoriser les miels c'est de conforter son identification et son authenticité. Le consommateur veut du miel « de quelque chose » et « de quelque part ».
- En l'état de la réglementation, idéalement, les signes de qualité en général, et les AOP/IGP en particulier, sont les outils les mieux adaptés.

- Sauf cas particulier, c'est le circuit long qui en a besoin, pas la vente directe.
- Or, compte tenu de l'irrégularité et des faiblesses des tonnages produits, sauf peut-être pour les gros volumes d'IGP Provence (encore faut-il s'en assurer sur la durée), par irrégularité de production et manque de quantité, toutes ces petites IGP vont droit à l'échec commercial. En l'état actuel, ils n'auront jamais leur place dans la grande distribution.
- C'est la raison pour laquelle, dans le cadre de ce statut particulier qu'il faudra bien un jour accorder au miel, il faut parvenir à convaincre l'INAO que nous avons besoin d'une mutualisation des signes de qualité. Bien sûr il ne s'agit pas de mélanger ou d'assembler des miels de régions ou d'origine différentes. Il faut juste que les dispositions réglementaires tiennent compte des spécificités techniques de cette production.

Sur ce point comme cela devrait être pour tous les autres, l'incompétence technique n'arrivera jamais à rien. C'est un sujet en soi, prodigieusement technique. Il n'est pas possible de le traiter ici. Ce sont les experts scientifiques et/ou techniques qui doivent débattre en toute sérénité dans un cadre transparent et apaisé.

- g) **La publicité** : dans la liste des fausses bonnes idées, il y a l'argent dilapidé en pure perte par l'interprofession pour toutes les réclames génériques possibles telles, « api Week », « miel de la chandeleur », etc....

Le SPMF a publié un argumentaire tellement imparable sur le sujet

[2022_03_12_Info_N°_2022_4_La_reclame_peut_elle_casser_des_briques.pdf \(spmfr\)](https://www.spmf.fr/2022_03_12_Info_N°_2022_4_La_reclame_peut_elle_casser_des_briques.pdf)

Que les initiateurs de ce gaspillage scandaleux se sont bien gardés d'argumenter. Plus que jamais, il faut parler du miel aux consommateurs. Simplement, au lieu de gaspiller des sommes considérables en pure perte, il faut confier cette mission aux techniciens rigoureux qui n'ont comme seule préoccupation que l'optimisation de la vente des miels. Dès lors qu'il y a des arrière-pensées malsaines, on aboutit à des résultats désastreux comme « miel de la chandeleur » et autres démarches inutiles ou nuisibles d'INTERAPI.

- h) **La DGCCRF doit remplir son rôle** : avant de gaspiller des budgets considérables dans la réclame générique, il faut veiller à la bonne image du produit.

On ne peut qu'être dubitatif sur la manière qu'a eu le JRC, de communiquer sur son enquête « From the Hive » de mars 2023. Le premier document sur l'adultération sorti en 1998 par le SPMF, avait eu un retentissement mondial. Nous sommes bien entendu très heureux que la commission européenne prenne ce dossier à bras le corps. Encore faut-il qu'elle se fasse bien comprendre.

La seule chose qu'ont retenu les médias et une partie des apiculteurs, c'est que 46% des miels d'importation étaient adultérés (ou suspects, ce qui, à ce stade, revient au même).

Or c'est totalement faux et, en l'état, nous ne pouvons pas le démontrer ni rétablir la vérité....

En effet, il y a une véritable carence et une impuissance des autorités de contrôle.

La DGCCRF publie tous les deux ans une enquête censée établir un état des lieux de la qualité des miels proposés aux consommateurs. C'est un peu toujours la même chose :

Sur 300 contrôles,

- 40% d'anomalies,
- 83 « avertissements »,
- 16 « injonctions de mise en conformité »,
- Et 2 misérables procès-verbaux (dont au moins un, suite à une dénonciation d'apiculteur)

Ce qui n'est pas dit, c'est que la DGCCRF ne fait pas d'analyses d'authenticité (RMN, C13, Oligosaccharides).

D'ailleurs, pour autant que l'on sache, aucune autorité régaliennne d'aucun pays de l'union européenne (même pas l'Allemagne) ne pratique ces analyses sur le miel. Elles sont toutes réalisées par des laboratoires privés : Intertek, Eurofins, QSI, AB labo etc...

Dans ces conditions, comment lutter contre la désinformation des médias qui affirment que 46% des miels vendus en supermarché ne sont pas conformes à la réglementation. C'est d'ailleurs la raison principale de la baisse des ventes en circuit long et du très bon maintien des ventes directes.

Restaurer l'image du miel est un préalable indispensable si l'on veut parvenir à écouler les fûts en stock chez les apiculteurs.

Nous avons besoin d'une vaste enquête officielle réalisée en toute indépendance et transparence par la DGCCRF. Dans le but de réaliser si possible des analyses complètes, mais au moins les 3 contrôles authenticité, il faut qu'elle soit missionnée pour prélever plusieurs centaines de miels de manière aléatoire, au moins en supermarchés. Même si c'est probablement inutile, pour éviter les soupçons malveillants, on imagine qu'il faut aussi aller chercher dans la vente directe puisque des esprits suspicieux affirment que, dans ce secteur aussi, il y aurait de faux miels. Après tout, lorsque nous aurons les résultats nous en aurons le cœur net. Si nous devions avoir de mauvaises surprises, au moins saurons-nous vers quoi il faut agir.

Ce n'est que par une action déterminée de l'administration des fraudes que nous pourrons rétablir la confiance des consommateurs, aujourd'hui fortement entamée. C'est indispensable pour contribuer à liquider les stocks de miels en fûts que la vente directe ne pourra pas absorber. Il n'y a que dans le circuit long qu'ils pourront se vendre.

- i) **Dans les enquêtes de la DGCCRF, systématiquement, les allégations nutritionnelles ou de santé sont pointées du doigt.** C'est vrai que dans la vente directe, sur ces sujets, la pente est glissante. Personne ne peut justifier de tromper le consommateur en lui faisant miroiter des guérisons miraculeuses. Toutefois, il n'en reste pas moins que les miels doivent obligatoirement avoir les « vertus » des plantes dont ils sont issus. Plutôt que faire de la réclame générique inutile, il vaudrait mieux utiliser l'argent à des recherches fondamentales sur les vertus des miels qui pourraient ensuite servir de base à une communication efficace.

Rappelons d'ailleurs qu'une bonne communication ne s'improvise pas. Il faut d'abord savoir quelles sont les attentes du public. La dernière étude approfondie sur le consommateur date de 2015 : elle avait été réalisée par le cabinet OPSIO dans le cadre d'une étude plus vaste conduite par PROTEIS pour FranceAgriMer. Il faut l'actualiser et la développer.

Comme on le voit, le SPMF n'a pas de baguette magique. La plupart des propositions listées ci-dessus sont des solutions de long terme. En outre, elles font appel à l'expertise technique de professionnels de la filière : apiculteurs, techniciens, conditionneurs, laboratoires, scientifiques spécialisés etc....

Si l'on veut aboutir à trouver des solutions, il est nécessaire de bannir l'idée que l'incompétence technique peut être un gage de pertinence économique, politique ou syndicale.

Dans ce registre, il faut relever les propos d'Elodie Colombo (Ada France) interrogée récemment par Agra Presse sur l'inefficacité de l'interprofession : « *Pour l'instant, on n'a pas de plan de bataille, on n'en est qu'au constat. On est en train de réaliser qu'en fait, dans d'autres pays à côté de chez nous, -en Italie et en Espagne- ils ont le même problème depuis plusieurs années, et maintenant ça nous tombe dessus* ».

A sa décharge, il faut dire que, depuis plusieurs années, ADA FRANCE boycotte avec constance toutes les réunions SPMF et qu'elle s'abstient méticuleusement de diffuser et/ou de débattre de nos informations économiques, techniques, scientifiques ou sanitaires. Pourtant, personne ne conteste que le SPMF est certainement la structure la plus productive en documents écrits sur tous les sujets. Ils sont d'ailleurs accessibles sur Internet.

Au risque de décevoir les impatients, aujourd'hui il n'y a aucune solution de court terme ni d'idée miracle qui permettront de sortir de la crise majeure que nous traversons.

Seules les solutions de fond permettront d'avancer. C'est d'ailleurs parce que, jusqu'à présent, l'interprofession dans l'indifférence du ministère de l'agriculture, n'a fait que de la communication, de la démagogie, du populisme et du replâtrage, sans aucune architecture réfléchie en toute transparence entre tous les acteurs concernés que nous sommes parvenus au désastre actuel. On voit le résultat. Moins de 5% des volumes représentés dans le collège commercialisation. Quant au collège production empêtré dans des discussions surréalistes coupées du réel, entre les démissions, et la mise à l'écart du SPMF empêché de siéger, de voter, et dont les productions écrites ne sont même pas débattues, il n'a plus aucune crédibilité.

Il est d'ailleurs stupéfiant de constater que, depuis plusieurs mois, entre « groupe des apiculteurs en colère » sur WhatsApp, manifestations, interventions dans les supermarchés, convocations des conditionneurs par le ministère, tout s'est fait en dehors de l'interprofession.

Il demeure que plusieurs exploitations ne passeront pas l'année. Il est de la responsabilité de l'Etat, et du ministère de l'agriculture, afin d'assurer la transition, d'organiser les mesures de court terme qui permettront de prendre le temps pour passer aux choses sérieuses : **les actions structurelles et de long terme.**

Pour les journées ouvertes de Bordeaux des 14 et 15 février 2024
Le SPMF