



## Traitement de choc contre la marée noire



- BP a annoncé le succès du colmatage des puits. Le pétrole s'est dispersé grâce à des produits diluants, dont certains experts craignent la toxicité.
- Depuis le 20 avril, 780 millions de litres se sont répandus dans le golfe du Mexique. L'évaluation des conséquences écologiques commence. **Page 4**

La flottille mobilisée par BP pour l'opération « Static Kill », qui a mis fin à la fuite de pétrole. GERALD HERBERT/AP



### « Le Monde des livres »

- **Reines du polar** Margery Allingham et Mo Hayder
- **Au cœur du Kremlin** Rencontre avec Simon Sebag Montefiore

### La bonne santé des banques françaises et britanniques

**Finance** Très supérieurs aux attentes des analystes, les résultats de BNP Paribas, Société générale et HSBC montrent que la page de la crise du crédit est tournée. La prudence, pourtant, s'impose encore. **Pages 10 et 12**

### Contre-enquête Jusqu'où ira l'affaire WikiLeaks ?



DPA/MAXPPP/AFP/AP

- **Que valent les documents sur la guerre en Afghanistan dévoilés par le site Internet ?**
- **Quel est l'impact sur l'opinion ?** **Pages 6-7**

## Grippe A : l'amer bilan du gouvernement

C'était il y a un an, à l'été 2009. Le gouvernement était sur le pied de guerre et la mobilisation générale contre l'invasion annoncée du virus de la grippe A(H1N1). Les chiffres les plus alarmants étaient martelés par les médias : vingt millions de Français risquaient d'être infectés par cette nouvelle pandémie. Les mesures les plus spectaculaires étaient mises en œuvre : le ministère de la santé commandait 94 millions de doses de vaccin, encore en phase de mise au point dans les grands laboratoires pharmaceutiques. Dans les hôpitaux, les écoles, les entreprises, les plans de bataille étaient préparés fébrilement.

Un an plus tard, le bilan est connu : 312 décès en France, 18 000 dans le monde ; 5,3 millions de Français vaccinés, soit 8 %

de la population ; la moitié des commandes de vaccins annulées, avec dédommagements à la clé pour les laboratoires ; un coût total de la campagne chiffré à 500 millions d'euros par le gouvernement et 700 millions par la Cour des comptes.

Le gouvernement en a-t-il « trop fait » ? Sur la base des prévisions alarmistes de l'Organisation mondiale de la santé (OMS), a-t-il surestimé le risque, excessivement dramatisé la menace, mal

rités nationales, sous l'influence de l'industrie pharmaceutique. Le 29 juin, l'Office parlementaire d'évaluation des choix scientifiques déplorait le caractère « de moins en moins compréhensible des choix de l'OMS ». Le 13 juillet, la commission d'enquête de l'Assemblée nationale concluait sans ménagement que la campagne française de vaccination avait été « un échec de santé publique », au regard des moyens engagés.

La commission d'enquête du Sénat vient à son tour de rendre son rapport. Celui-ci complète et renforce les critiques précédentes, en particulier sur la nature des contrats signés par les pouvoirs publics, à l'été 2009, avec les fabricants de vaccins. Ces contrats, concluent les sénateurs, se caractérisent par « leur remarquable déséquilibre » au bénéfice des laboratoires et au détriment de l'Etat et

« par la légalité douteuse de certaines de leurs clauses ». « Il n'est pas admissible, ajoutent-ils, que les autorités chargées d'assurer une mission de service public d'une importance vitale soient à la merci des fournisseurs de vaccins », et se retrouvent « empêtrées » dans des contrats trop rigides ne leur laissant « pas beaucoup de choix ».

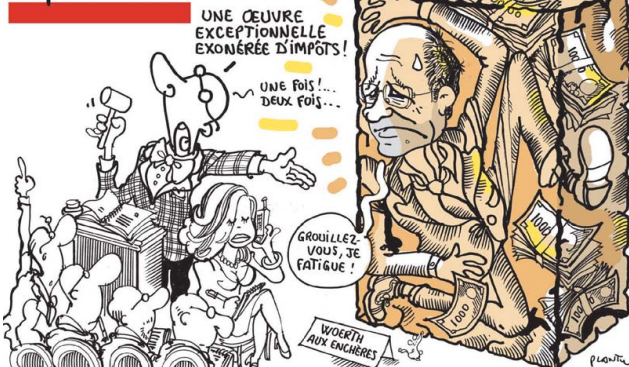
Le gouvernement n'a cessé, durant toute la crise et depuis, de plaider qu'il valait mieux prendre trop de précautions que pas assez. Il n'empêche : tous les rapports récents soulignent la disproportion de sa réaction par rapport à la réalité, son manque de capacité d'adaptation à la situation et à l'évolution du risque, la rigidité, l'inefficacité et le coût excessif du dispositif persistant des liens avec les laboratoires. Si ce n'est un réquisitoire, c'est un sévère désaveu. ■

### Editorial

géré cette crise ? Depuis quelques semaines, les rapports d'évaluation se succèdent. Le 24 juin, l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe fustigeait « le grand manque de transparence » des décisions de l'OMS et des auto-

## Le regard de Plantu

Compression de César



## Page trois

### Le porte-colère des vergers

Il a été consultant dans l'import-export, PDG, avant de planter environ 13 hectares d'arbres fruitiers dans les Bouches-du-Rhône et de devenir agriculteur. Aujourd'hui, Pierre Priolet est devenu la voix et le visage des producteurs de fruits, dénonçant le système d'intermédiaires qui fait que les agriculteurs « travaillent à perte alors que les consommateurs n'ont pas les moyens d'acheter leurs produits ».

Cet été, Pierre Priolet a trouvé un allié inattendu : la chaîne de restaurants Buffalo Grill, qui a mis 330 parkings à la disposition des agriculteurs pour qu'ils puissent vendre directement leurs récoltes aux clients. ■



UK price £1.50

M.00147 - 806 - F. - 1,40 €

Pierre Priolet est devenu le porte-voix des producteurs de fruits et légumes qui n'arrivent plus à vivre de leurs récoltes. Cet été, il fait campagne sur les parkings

# Les révoltés du cageot

Avignon  
Envoyée spéciale

Il est le premier à le dire, sa place n'est pas sur un parking. Surtout au mois d'août, au moment de la récolte. Mais il n'a pas pu dire non : comment refuser la main tendue ? Pierre Priolet vend donc ses poires et les pêches d'une amie devant le Buffalo Grill de la ZAC de la Courtine, à Avignon. Il n'y gagne rien, « ce n'est que de la com ». Le 11<sup>ème</sup> jalon d'une aventure dans laquelle il s'est retrouvé propulsé malgré lui, à la suite d'un simple coup de fil.

C'était un matin de décembre 2009. Sur France Inter, l'invité était Bruno Le Maire. Le ministre de l'Agriculture expliquait que le gouvernement allait aider les agriculteurs. « Ça me chauffe », se souvient Pierre Priolet. Deux jours plus tôt, il avait dîné avec ses beaux-frères. De gros travailleurs,

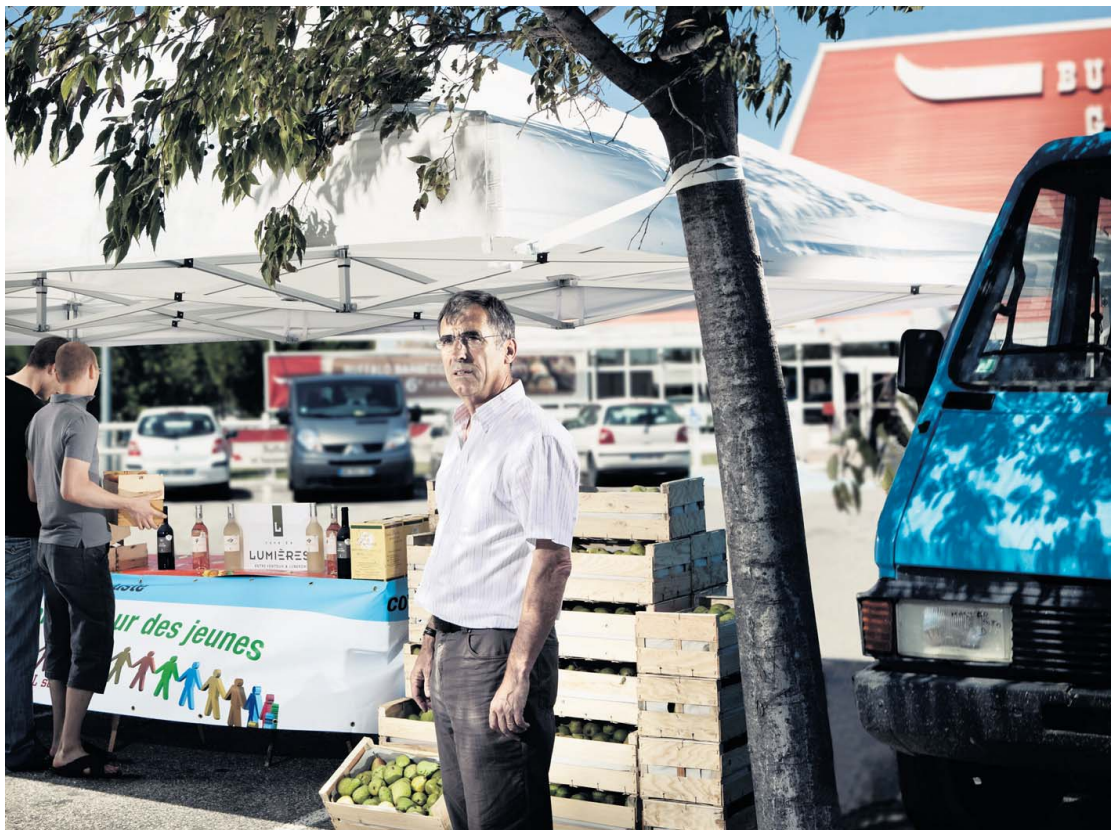
Si la prochaine saison est aussi mauvaise, il arrachera les vergers pour se consacrer exclusivement à son combat

producteurs de cerises. Ils lui avaient raconté qu'ils venaient de faire un emprunt. « Pas pour investir, pour manger. »

Il a appelé la radio, sans savoir ce qu'il allait dire. « On n'est pas des mendiants », a-t-il commencé, avant de craquer en direct, d'une voix étranglée : « Encore une année comme ça, et j'arrache tout. » Les auditeurs ont entendu ses larmes quand il a continué : « On ne veut pas de nous, on nous méprise, il vaut mieux qu'on arrête. » La machine était lancée.

Jean-Pierre Elkabbach, Guillaume Durand, Thierry Ardisson, l'inventent dans leurs émissions. Il émeut la France avec ses larmes de rage. Sans être dupé : « On m'appelle le "bon client". » Peu importe, « ce qui compte, c'est le message ». En substance : « La raison d'être des agriculteurs, ce n'est pas le marché, mais de nourrir la population et d'entretenir le territoire. Ils travaillent à perte, alors que les consommateurs n'ont pas les moyens d'acheter leurs produits. Il faut donc rapprocher producteurs et clients. »

Pierre Priolet, 58 ans, a les mots pour raconter les vergers à l'abandon ; les pesticides autorisés en Espagne, mais interdits en France ; la main-d'œuvre à 3 euros de l'heure de l'autre côté des Pyrénées et à 12,60 euros ici ; sa récolte portée à



Pierre Priolet vend ses poires et les pêches d'une amie sur le parking du Buffalo Grill de la ZAC de la Courtine, à Avignon. OLIVIER METZGER POUR « LE MONDE »

une organisation de producteurs en août et payée en mai de l'année suivante, à un prix qui ne lui permet pas de rémunérer la main-d'œuvre.

A chaque fois qu'il passe à la radio ou à la télévision, c'est une avalanche de courriers et d'appels. « Ça a été de la folie, dit-il, il y a quelque chose qui se passe. » Une dame de Clermont-Ferrand a proposé de lui donner un grand magasin où les producteurs pourraient vendre au prix « juste ». Un jeune informaticien strasbourgeois a créé pour lui, gracieusement, un site Internet (www.consommer-juste.fr).

On le croit malheureux, lui se dit « hyperprivilegié ». « Dans les médias, ce n'est pas de moi que je parle, comment pourrais-je me plaindre alors que je vis au paradis ? », affirme-t-il sur le pas de sa

porte, au milieu de la garrigue, sur une colline face au mont Ventoux. C'est que Pierre Priolet n'est pas un agriculteur comme les autres. La cause agricole, cet homme élevé chez les jésuites l'a épousée en même temps que Claire, assistante sociale, dont la famille produit des cerises et a de la vigne.

Mais avant de planter ses 11 hectares de poiriers et ses 2,5 hectares de pommiers, il y a vingt ans, il a beaucoup bourlingué. Il a été consultant dans l'import-export de fruits et légumes au Moyen-Orient, commercial dans des groupements agricoles, puis, tout en produisant des pommes et des poires, PDG d'une entreprise de champignons sauvages installée en Bulgarie, d'où il allait les chercher jusqu'en Sibérie et en Carélie.

Dans les années 1990, Pierre Priolet a passé des années à se battre contre le tracé du TGV. Puis il a été adjoint au maire de son village, Caumont-sur-Durance, dans la Vaucluse. Une fois par mois, il passe une journée au tribunal pour enfants d'Avignon comme assesseur. Mais ce qui lui a le plus appris, dit-il, c'est sa faillite, en 2005.

Devenu simple agriculteur, l'entrepreneur se pose des questions quand il passe ses journées à tailler ses arbres, à Mollèges, dans les Bouches-du-Rhône. Comment expliquer qu'il vend son kilo de pommes 17 centimes, alors que le consommateur l'achète entre 1,70 euro et 3 euros ?

Comment faire prendre conscience au consommateur qu'un achat est un acte politique ? Pourquoi les commerçants n'affi-

chent-ils pas le prix payé au producteur sur leurs étiquettes ?

Sur la banquette arrière de sa Mercedes – un reliquat de sa période de PDG – traîne le dernier livre de Joseph Stiglitz, *Le Triomphe de la cupidité* (éd. Les Liens qui libèrent). Quand Pierre Priolet achète une chemise, il demande à la vendeuse où elle a été fabriquée. « Pas par franchoillardise, mais parce que la globalisation, c'est la destruction du monde ouvrier et agricole. » D'autant que, pour le monde agricole, le temps et l'espace ne sont pas ceux de l'économie d'aujourd'hui : « Les terres, elles, ne peuvent

pas être délocalisées, et quand on plante un arbre, il faut cinq ans pour obtenir des pommes. Or on est dans une société de l'instant. »

En 2009, une fois ses fruits vendus, il lui manquait 15 000 euros pour rémunérer ceux qui les avaient ramassés. Si la prochaine saison est aussi mauvaise, il arrachera les vergers pour se consacrer exclusivement à son combat : faire en sorte que les producteurs soient payés au juste prix et que les consommateurs puissent acheter leurs produits. ■

Marie-Pierre Subtil

## Buffalo Grill, un allié inattendu pour les agriculteurs

JEAN-FRANÇOIS SAUTEREAU est président du directeur de Buffalo Grill. Un soir de juin, il est devant son téléviseur quand Canal+ rediffuse une des émissions de Thierry Ardisson, « Salut les terriens ». Celle où Pierre Priolet, producteur de poires et de pommes, dit de sa profession, les larmes aux yeux : « On n'est pas des jouisseurs. On a face à nous une société de jouisseurs, où tout est permis. »

Le patron de la chaîne de restauration, fils et petit-fils d'éleveurs-bouchers à Vendôme, n'en dort pas de la nuit. Dès le lendemain, il appelle le responsable de son insomnie et lui fait une proposition : Buffalo Grill pourrait mettre les 330 parkings de ses restaurants

à la disposition des producteurs pendant deux mois.

Au bout du fil, à sa grande surprise, l'accueil est plutôt froid. C'est que Pierre Priolet voit immédiatement l'impact publicitaire que pourrait en tirer une chaîne considérée comme ennemie des éleveurs français.

### « Utopiste »

Pierre Priolet rechigne, Jean-François Sautereau insiste et fait des concessions : jusqu'à présent, Buffalo Grill achète sa viande de 25% en France, 25% ailleurs en Europe et 50% en Amérique du Sud ; il s'engage à acheter français, à 100% pour les steaks hachés, à 50% pour le res-

te de la viande bovine et à 100% pour le lait.

En faisant affaire, les deux hommes ont accéléré un mouvement engagé au sein de la chaîne de restauration : persuadé que la crise est l'occasion de « grands tournants », M. Sautereau avait entrepris un rapprochement avec les filières agricoles françaises, dans un intérêt bien compris – « il faut aider les gens autour de nous, qui sont aussi nos clients ». Et puis, il a « aimé le bonhomme ». « J'aime beaucoup les utopistes », dit-il.

Buffalo Grill a investi 400 000 euros dans l'opération : le coût des chapiteaux mis à disposition des producteurs exposants, et des repas qui leur sont offerts.

L'« utopiste » a eu cinq semaines pour trouver des agriculteurs prêts à participer. Une mission compliquée en période de récolte. Seuls vingt et un restaurants sont pour l'instant impliqués.

Pierre Priolet a l'intention de rattraper le temps perdu en septembre, en montant une opération « pommes-poires » : il envisage de louer, avec des amis, des dizaines de camions, pour aller vendre sur les parkings des Buffalo Grill de la région parisienne et, pourquoi pas, dans les cités. « Mon idée, dit-il, c'est qu'il faut nourrir les pauvres. Notre rôle, c'est de nourrir la population, pas de faire de la spéculation. » ■

M.-P. S.

## Caracas brûle-t-elle ?

Un reportage de Maurice Lemoine



AOÛT 2010

Chez votre marchand de journaux. – 4,90 €