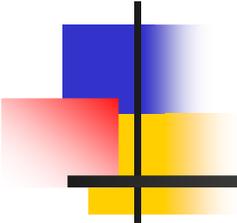


Agroalimentaire Paysan, Circuits courts et coopération territoriale



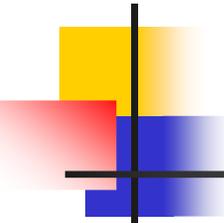
Pays MIDI-QUERCY

B.MONDY

A. TERRIEUX

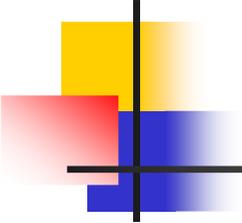
28 mai 2013

ENFA- UMR Dynamiques rurales



PLAN

- Introduction: des produits fermiers aux circuits courts
- Dynamiques des circuits courts: l'exemple de midi-Pyrénées
- La question alimentaire: coopération territoriale et Systèmes Alimentaires Territorialisés (SALT)
- Les circuits courts à l'international
- Conclusion:
 - phénomène passager ou durable?



Contexte

- Années 90.....Plusieurs **Crises sanitaires**
- **Défiance croissante** des consommateurs pour les produits alimentaires industriels
- **Baisse continue** de la part alimentaire dans le budget des ménages
- Agriculture soumise aux règles de **l'économie mondialisée**, effets de la PAC

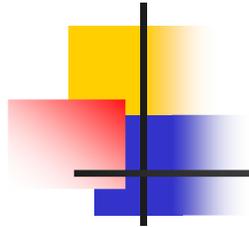


- Traditionnellement la vente directe fait partie de l'activité agricole
- 1960: les petits commerces indépendants représentent 81% de l'approvisionnement alimentaire
- 1963: premier hypermarché
- Aujourd'hui
 - plus de 9000 hypermarchés
 - 89% de la population à moins de 30mn d'un hypermarché

Evolution des pratiques alimentaires

- Depuis 1960, la part du budget alimentation a été divisée par deux (25% en 1960; 13% en 2011)
- Les Causes:
 - modernisation de l'agriculture (hausse des rendements et chute des prix agricoles)
 - Industrialisation du secteur agroalimentaire
 - Essor des grandes surfaces (distribution de masse)
 - Un effet générationnel défavorable aux dépenses alimentaires

(La génération « robots alimentaires (60 ans et plus) dépense 20%. La génération « plateau repas » (20 ans) y consacre 13%)



Partie 1

Des produits fermiers aux circuits courts

Qu'est-ce qu'un produit fermier (1)



- **Définition courante:** production traditionnelle
- **Définition légale:** il n'y aucune disposition générale législative et réglementaire, tant sur le plan national que communautaire sur les conditions d'utilisation des termes « de ferme » ou « fermier ».
- Le terme « fermier » ou « produit de la ferme » constitue une mention valorisante. La définition globale prévue par la LOA de 1999 n'a pas été établie, car le projet de décret fermier a été abandonné en 2005. **Il n'existe donc aucune définition officielle des produits fermiers.**
- **Définition de l'ANPF:** « produit maîtrisés par le producteur de la production à la consommation en passant par la transformation »

Qu'est-ce qu'un produit fermier(2)



- Le **processus fermier** repose sur la maîtrise de la chaîne par l'agriculteur et sur un « rapport direct » avec le consommateur
- Mais faute d'un **cadre législatif précis**, les produits fermiers connaissent de nombreuses dérives tant du fait de l'inadaptation du contexte agroalimentaire que de l'inconséquence des consommateurs

Qu'est-ce qu'un circuit court?



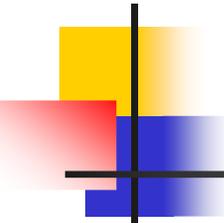
- La réponse en langage commun : « ça vient d'à côté »
- La réponse en langage économique : circuit à 1 intermédiaire maximum
- Notre réponse: ces formes de désignation sont désormais obsolètes, l'opposition circuit long circuit court n'est plus de mise

Mieux vaut parler aujourd'hui de
circuits de Proximité

Des circuits de proximité aux SALT



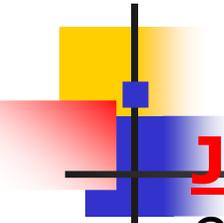
- Les circuits courts ou de **proximité** sont de plus en plus un enjeu de développement durable: on peut alors parler de **Systemes Alimentaires Territorialisés** (SALT)
- Les SALT traitent du développement des circuits courts alimentaires organisés à l'échelle des territoires
- Des initiatives de plus en plus nombreuses dans différents pays (E.U. Californie, Japon,...)



Les circuits courts en France

- Selon le **recensement agricole** de 2010, un agriculteur sur cinq vend au moins une partie de sa production en circuit court. En volaille (œufs compris), cette part représente 9 % des exploitations françaises
- Le circuit court, s'est véritablement développé à partir des années 2000, à la suite de crises sanitaires et économiques. Il prend aujourd'hui un nouvel essor sous de nouvelles formes pour s'adapter à l'évolution des **attentes du consommateur de produits « fermiers »**.
- Le **contexte politique** encourage également le développement des circuits de proximité, définis par la vente au sein de la région de production.

Les circuits courts au Japon



Japon la demande de produits sains pour les enfants (lait) a conduit à la création de circuits alternatifs de commercialisation des produits alimentaires qui se sont développés de manière importante depuis quelques décennies.

- Les grossistes, distribuaient 82% des fruits et légumes frais en 1990, ils n'en distribuent plus que 65% en 2005.
- Les marchés de producteurs agricoles (points de vente directe) sont devenus un circuit de distribution alimentaire essentiel.
- D'après le recensement agricole effectué par les pouvoirs publics en 2005, il en existe 13 538 dans tout le Japon.

提携

TeiKei



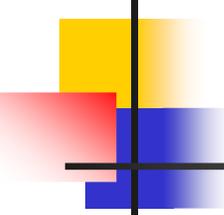
distribution



marché de plein vent



Stand de bord de route, PVC financé par le ministère de l'agriculture

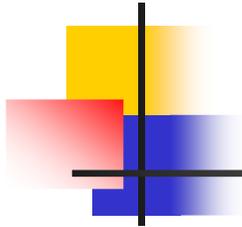


Les circuits courts aux USA

- **Etats-Unis**

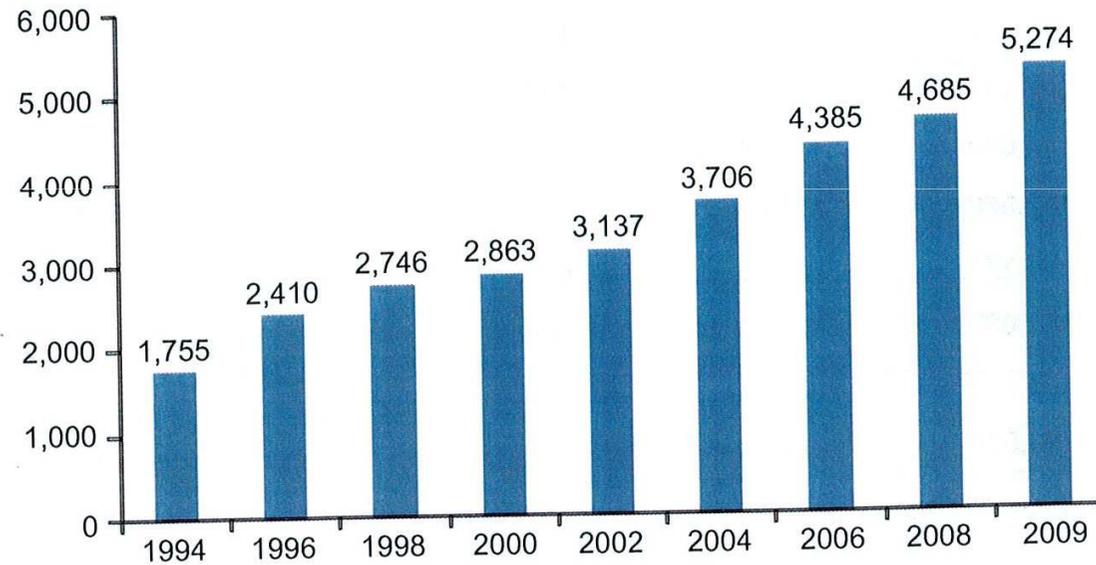
Aux États-Unis, le nombre de **marchés de producteurs** est passé de 1785 en 1994 à 5274 en 2009 et les ventes rapportent plus d'1 milliard de dollars par an.

- En 2007, selon Alliance PEC, près de 1700 exploitations et 500 000 consommateurs étaient concernées par ces formes de commercialisation aux États-Unis.



Evolution du nombre de marchés de producteurs

Figure 1
U.S. farmers' market growth, 1994-2009



Source: USDA, Agricultural Marketing Service, Farmers' Market Survey.

valeur des ventes en vente directe – 1992

rappel historique

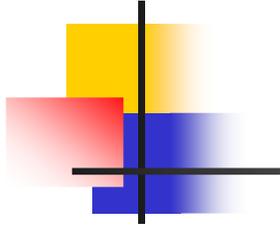
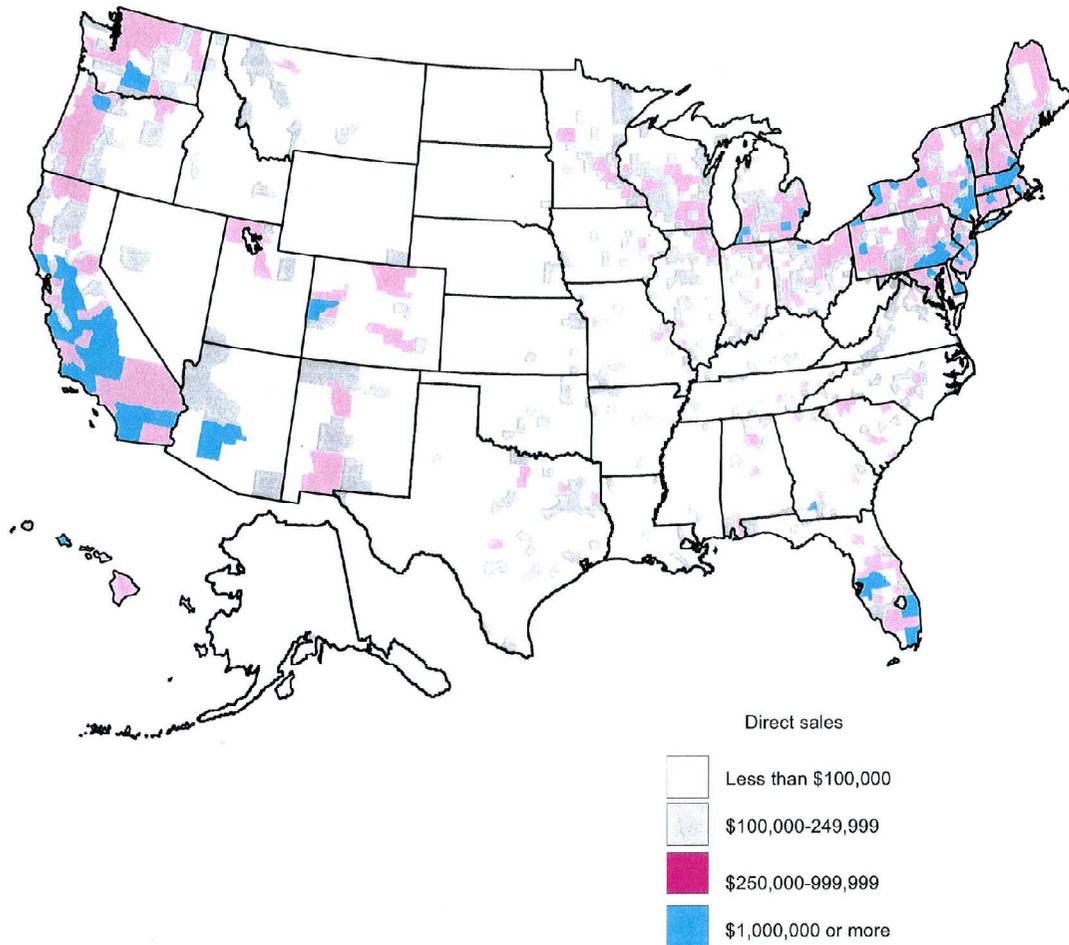
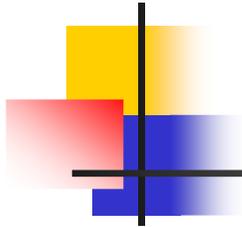


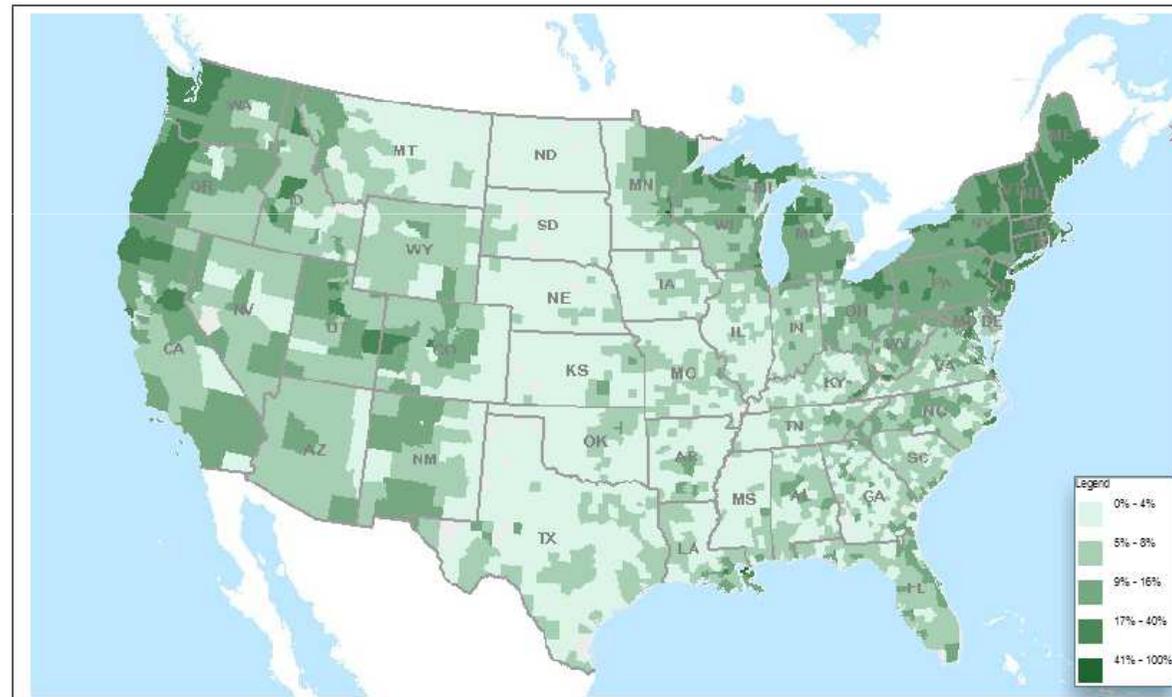
Figure 1
Direct sales from farms to consumers, 1992
Direct sales are concentrated in the Northeast, Great Lakes region, West Coast, and Florida



Source: 1992 Census of Agriculture.



% des ventes en vente directe - 2007



Evolution du nombre des programmes « de la ferme à l'école »

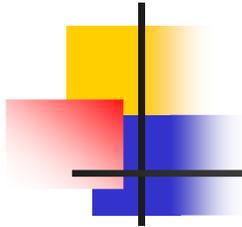
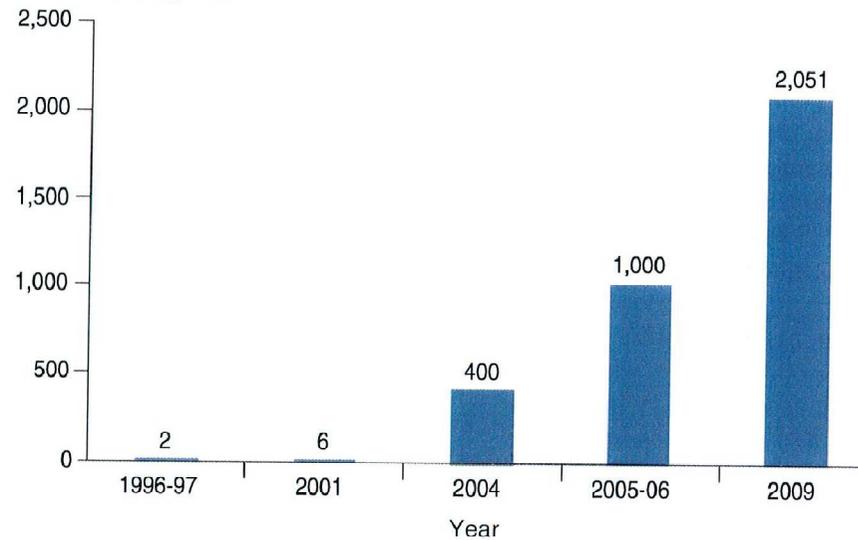


Figure 4
Growth in farm to school programs

Number of programs

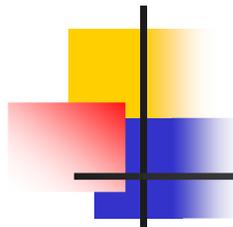


Source: National Farm to School Network.

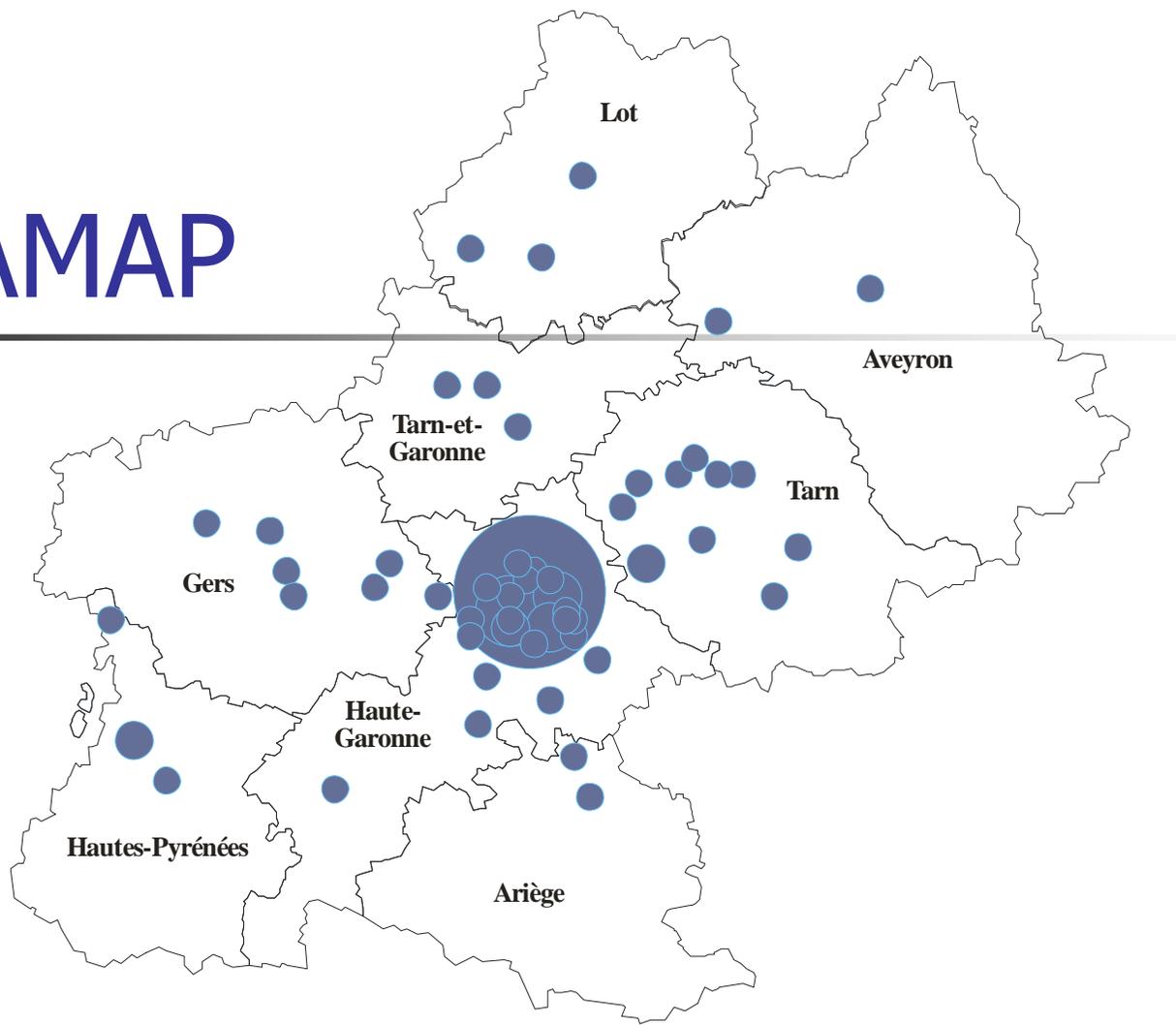


Qui produit et qui consomme où?

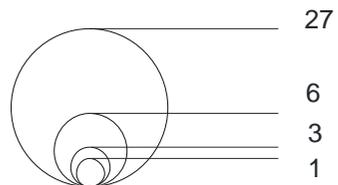
- Les **AMAP** (ASS. Pour le maintien de l'agriculture Paysanne)
- Les **PVC** (points de vente collectifs)
- Les **BCP** (Boutiques collectives de producteurs)
- Les **MP** (Marchés Paysans et de Producteurs de pays)
- Les **MPP** (magasins de produits de producteurs)



AMAP



● Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP)



sources : inventaire en 2007 à partir du site internet d'Alliance Midi-Pyrénées (amapreseau-mp.org) + consultation de personnes-ressources, recherches sur internet et enquête téléphonique, dans le cadre de l'étude "AMAP-PVC".



TYPE 1: Les AMAP

■ Caractéristiques

Coop de consommateurs- contrat avec les producteurs

■ QUI ?

■ UN réseau: Alliance

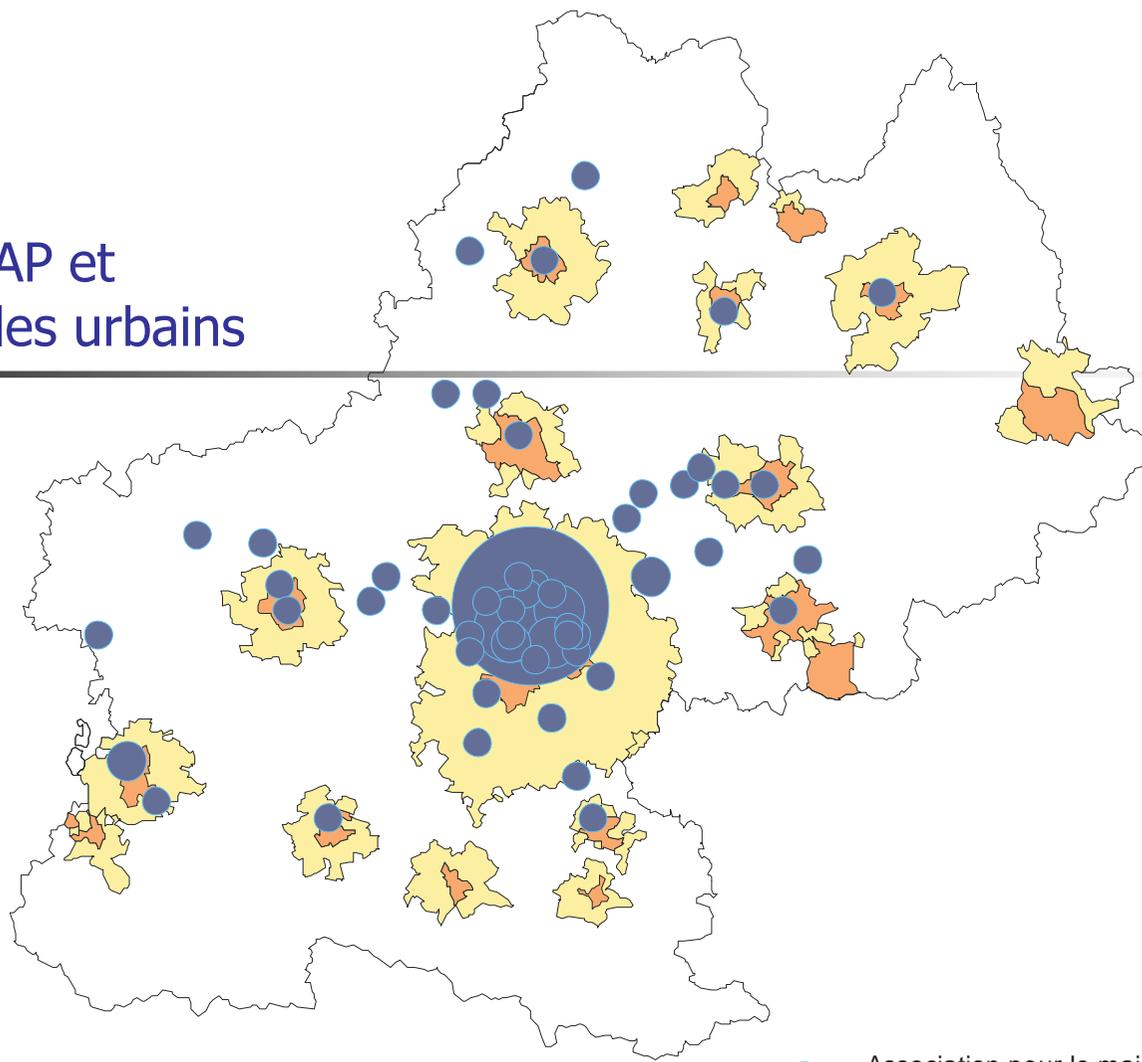
■ 120 AMAP

■ Mais des formes indépendantes (40ass. De cons.)

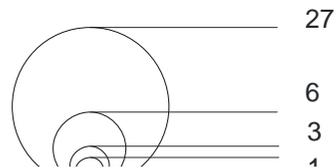
AMAP de Fontenilles(31)

- Date de création:
- Evolution: en croissance
- Panier moyen: 24€
- Les prix: = prix du marché
- Lieux et fréquence de la distribution: points de rassemblement
- Gamme: fruits et légumes +AMAP viande
- Système qui repose sur la confiance et la bonne entente
- ...

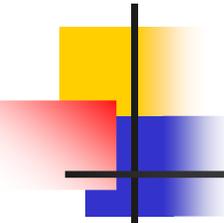
AMAP et Pôles urbains



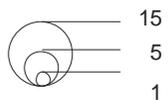
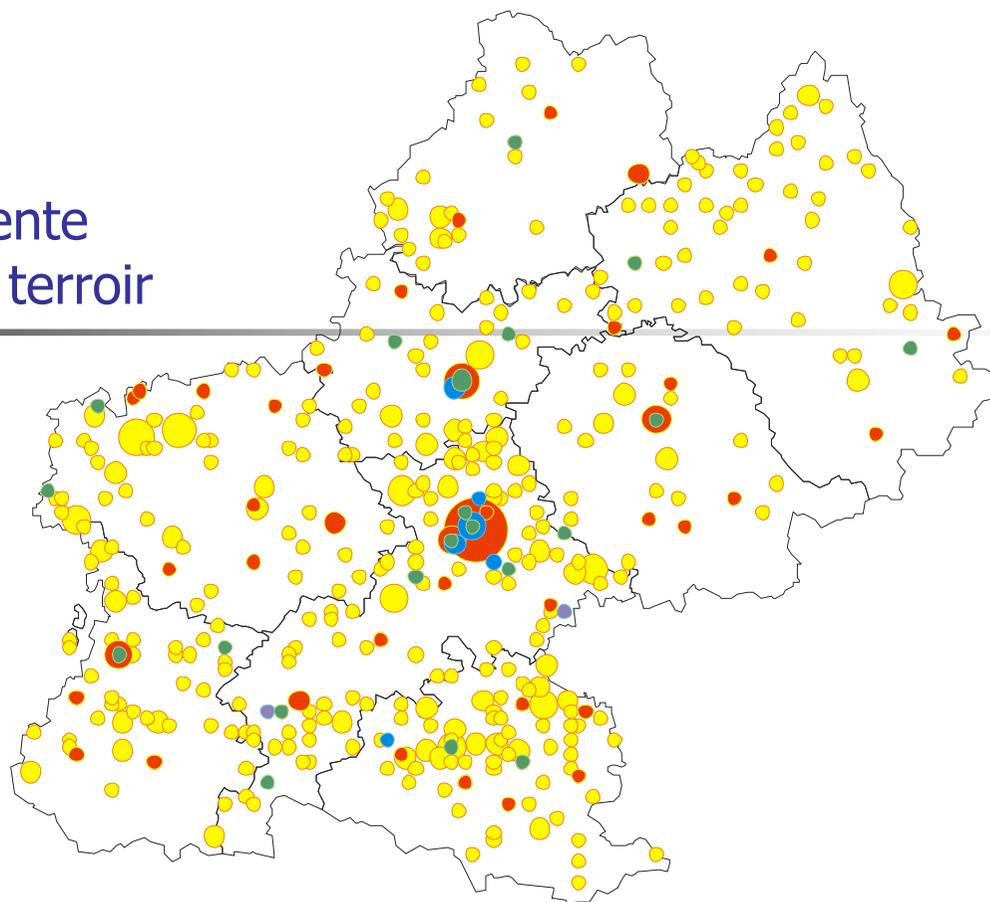
- Association pour le maintien d'une agriculture paysanne (AMAP)
- Pôle urbain
- Couronne péri-urbaine



sources : inventaire en 2007 à partir du site internet d'Alliance
Midi-Pyrénées (amapreseau-mp.org) + consultation
de personnes-ressources, recherches sur internet



Points de vente produits du terroir



- Point de vente d'un collectif d'agriculteurs
- Point de vente d'un agriculteur du réseau "Bienvenue à la ferme"
- Epicerie fine
- Point de vente "Saveurs des Pyrénées"
- Point de vente "Maison de la Haute-Garonne"

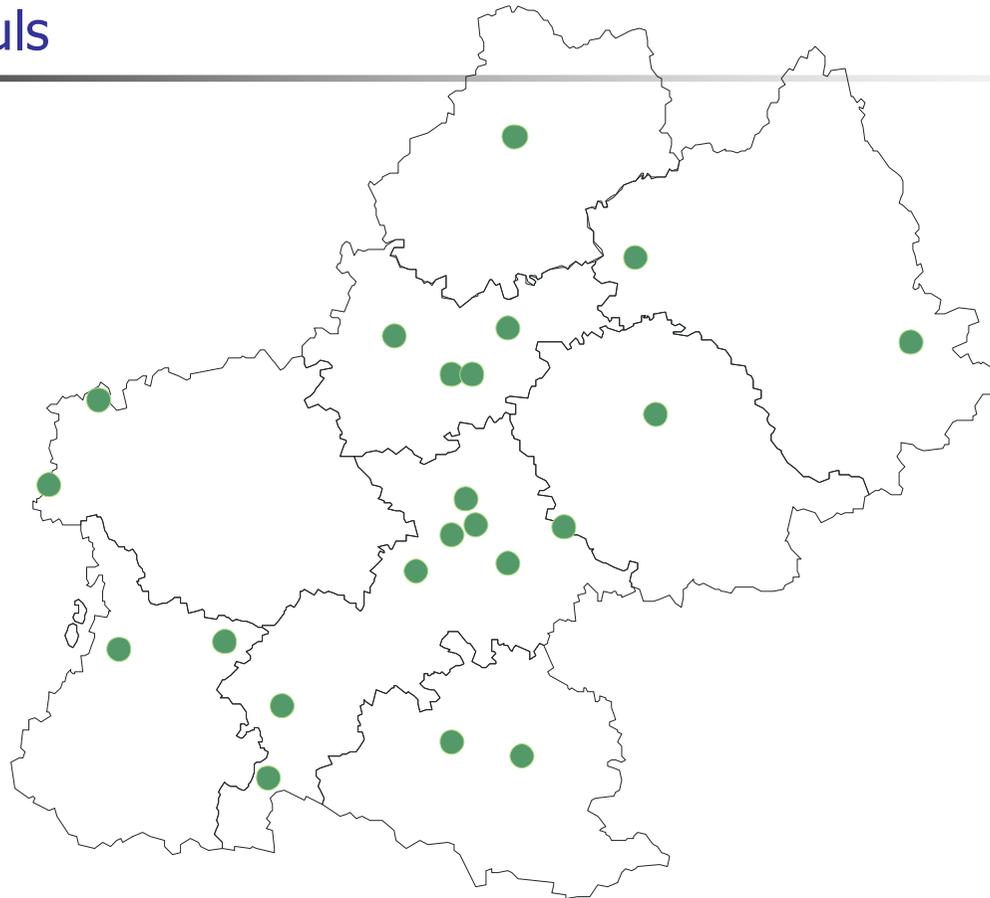
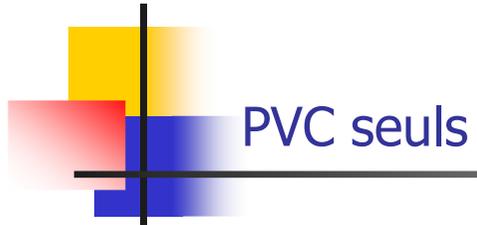
sources : inventaire en 2007 à partir de w3.saveurs.net,
w3.pagesjaunes.fr, w3.bienvenue-a-la-ferme.com,
w3.tourisme-haute-garonne.com et enquête dans
le cadre de l'étude "AMAP-PVC".



Points de vente produits du terroir

- Une importance économique affirmée
- Une très grande variété de formes de vente situations dérivées de la vente directe et de la politique qualité de la région
- Une répartition parfaite, un maillage qui touche pôles urbains et ruraux mais qui n'exclue pas le rural profond

Les points de vente collectifs développés par des agriculteurs en Midi-Pyrénées :



● Point de vente d'un collectif d'agriculteurs

sources : inventaire en 2007 par consultation de personnes-ressources (conseillers de chambres d'agriculture et chargés de mission CIVAM), recherches sur internet et enquête téléphonique, dans le cadre de l'étude "AMAP-PVC".



Type 2: les PVC

Liste des PVC

Cuma des producteurs fermiers
de vendinelle(31)

Ferme des Pibouls (82)

Le Recantou (31)

Ciboulette (82)

Ô saveurs paysannes (81)

Ferme attitude (31)

.....

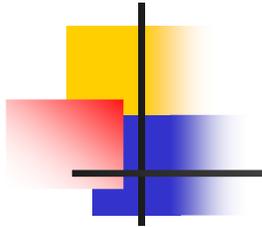
Caractéristiques

- Produits de producteurs
- permanence occasionnelle des producteurs au magasin
- Vente effectuée par des salariés possible
- Structuration collective: GIE, ou ass.
- Règlement intérieur
- Pourcentage (20% environ)
- ...



Les Pibouls (82)

- Des producteurs du T et G
- Situation: périurbain
- Date de création:
- Structure juridique: GIE
- Nombre de producteurs: 5 au départ, plus de 50 aujourd'hui
- Type de produits: légumes, vins, fruits et conserves, viande, volaille, fromages
- Les prix= ceux de la ferme
- Gamme :150 produits référencés
- Investissement:Magasin construit sur une exploitation
- Organisation:
1 salarié, les adhérents participent aux actions de promotion
- Analyse commerciale: excellente gamme de produits
- Approvisionnements: chaque producteur est responsable des approvisionnements
- Actions de Promotion
- Horaires d'ouverture du magasin 9h-19H30
- Taux de marge 20%
- **Un système qui repose sur la confiance et la bonne entente**
- **Une localisation astucieuse, périurbain mais ...dans une ferme**



Type 3: les boutiques collectives de producteurs

Caractéristiques

Initiative d'un producteur

Produit viande de bœuf
gascon

Lieu: les cabannes et Ax
les thermes

2 concepts de magasin
différents associés à un
dispositif de vente par
correspondance

La ferme du QUIE (09)

Multi produits

**Produits de la ferme Lacube et
produits de la chaîne
pyrénéenne**

9 emplois créés



Type 4: les marchés Paysans et de producteurs de pays

Caractéristiques

- Origine:Chambres d'agriculture
- Les premiers marchés ont vus le jour en AVEYRON en 1989. En 2002, a été crée la Fédération des *marchés de Producteurs de Pays* avec 9 départements.
- Charte de qualité
- Aujourd'hui il existe 150 marchés de producteurs

Le marché de producteur de Rodez

- Nombre de producteurs 47
- Date de création les premiers marchés ont vus le jour en AVEYRON en 1989.
- **charte des bonnes pratiques** ils sont ouverts **exclusivement à des producteurs** (?)
-



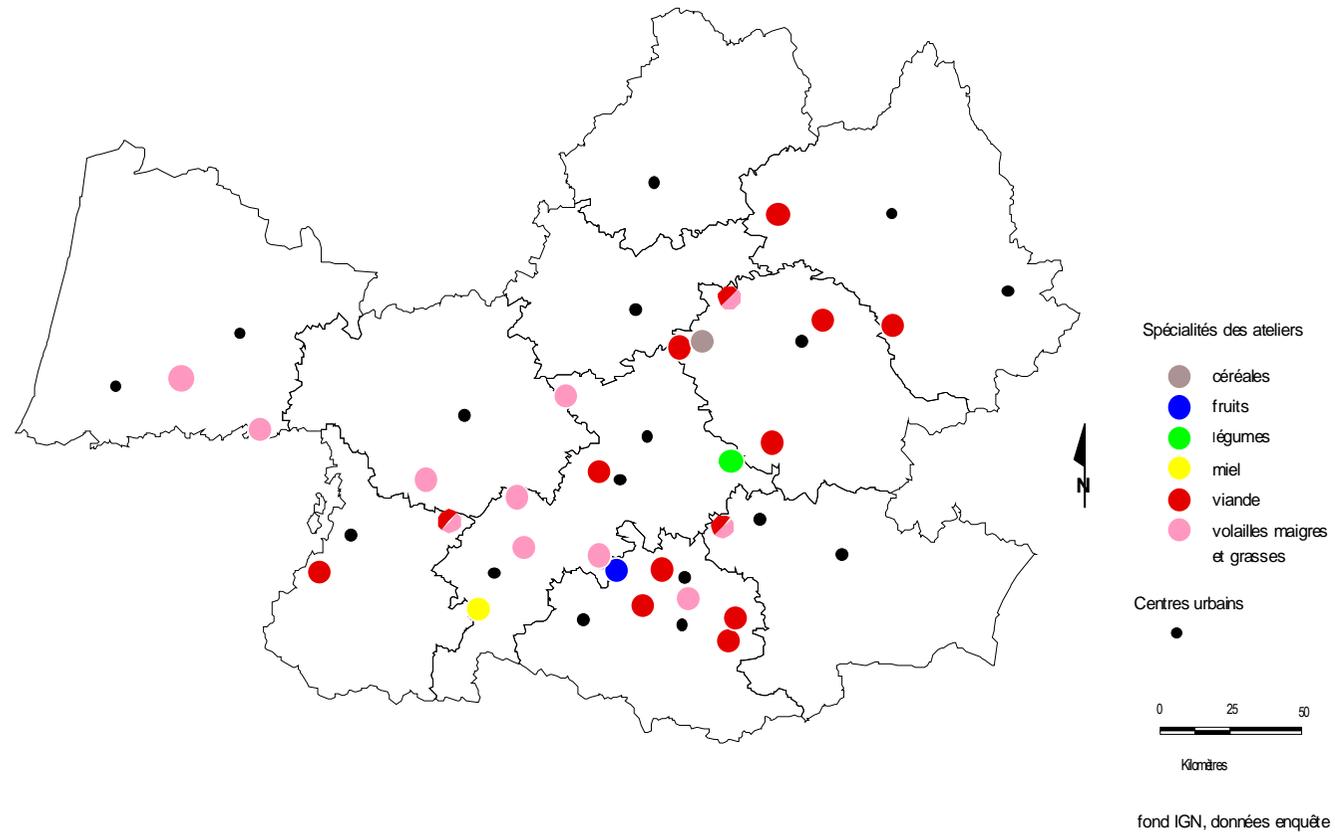
Type 5: les magasins de produits de producteurs

- Caractéristiques
- Émanation des COOP. d'approvisionnement
- Une initiative de la SICASELI (46)
- Gamm vert, Point vert
- Une marque sens du terroir
- **Les gamm verts de l'Ariège**
- **Origine: coopami**
- **Création : 2001**
- **CA 350 000€**
- **Multi-produit fonctionne comme un supermarché de produits de terroirs**
- **Gestion par des salariés**
- **Marge 25%**
-

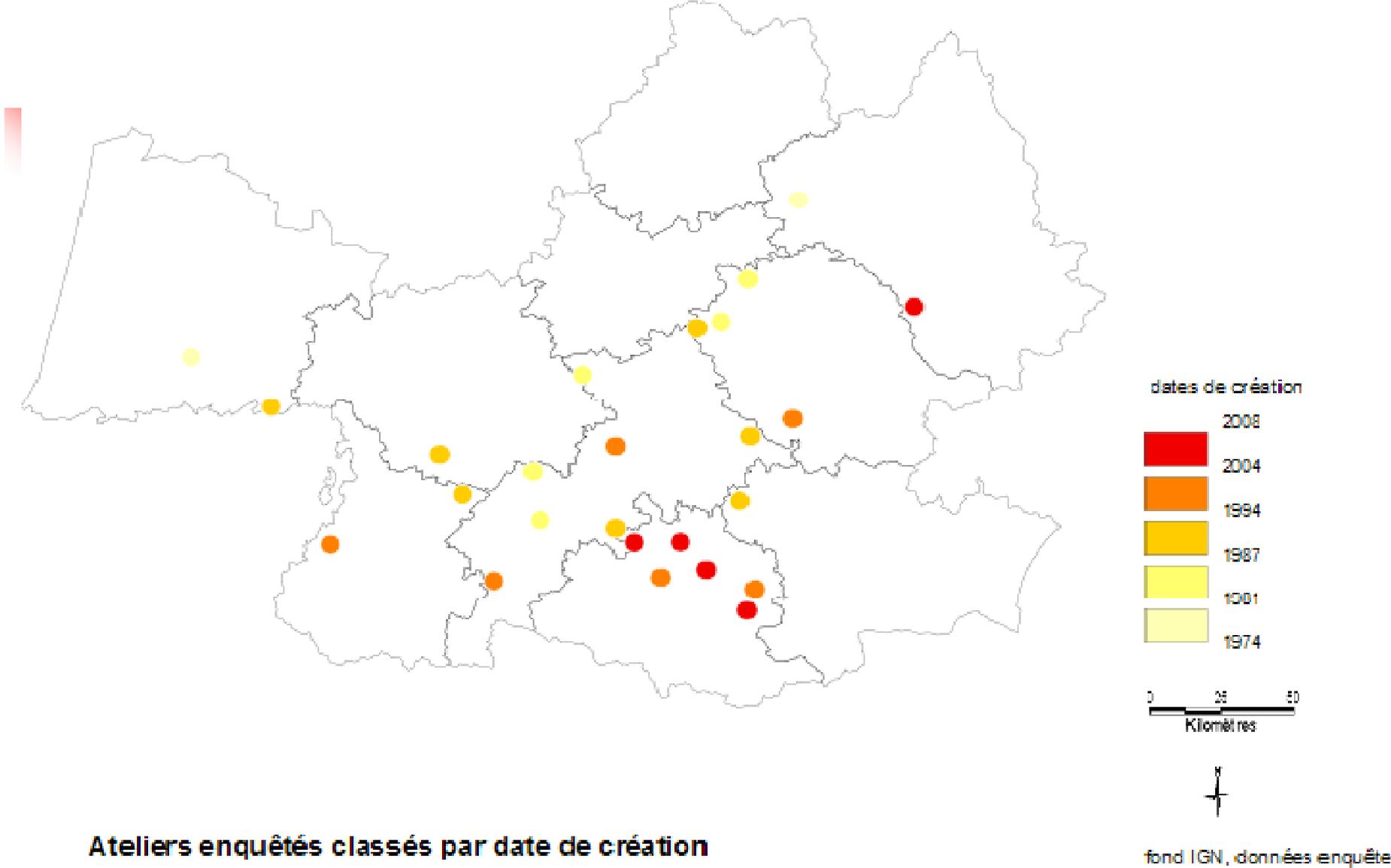
Les ateliers de transformation agroalimentaires en Midi-Pyrénées



Localisation des ateliers par types de produits et proximité des villes

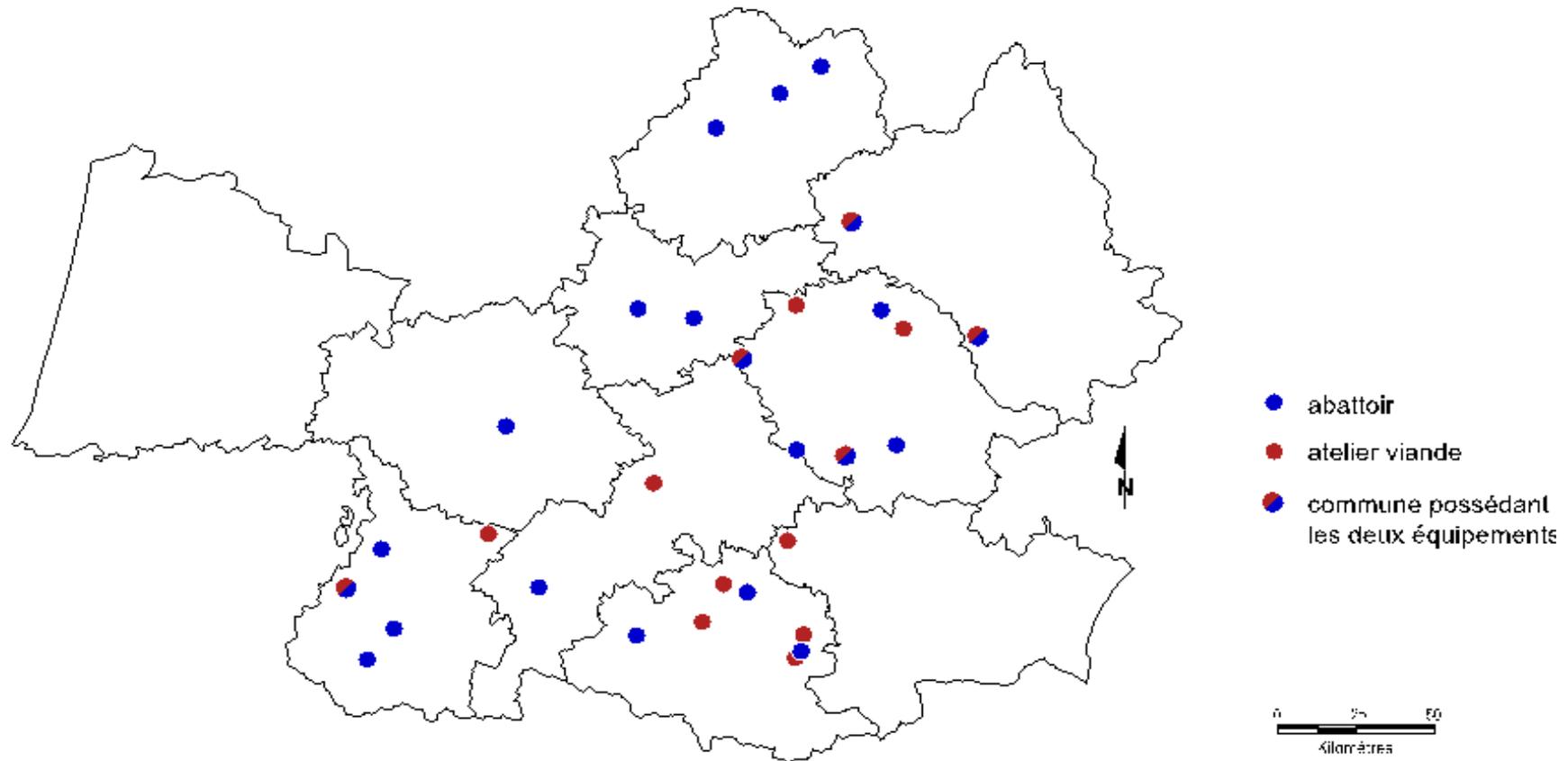


Ateliers classés par date de création



Ateliers enquêtés classés par date de création

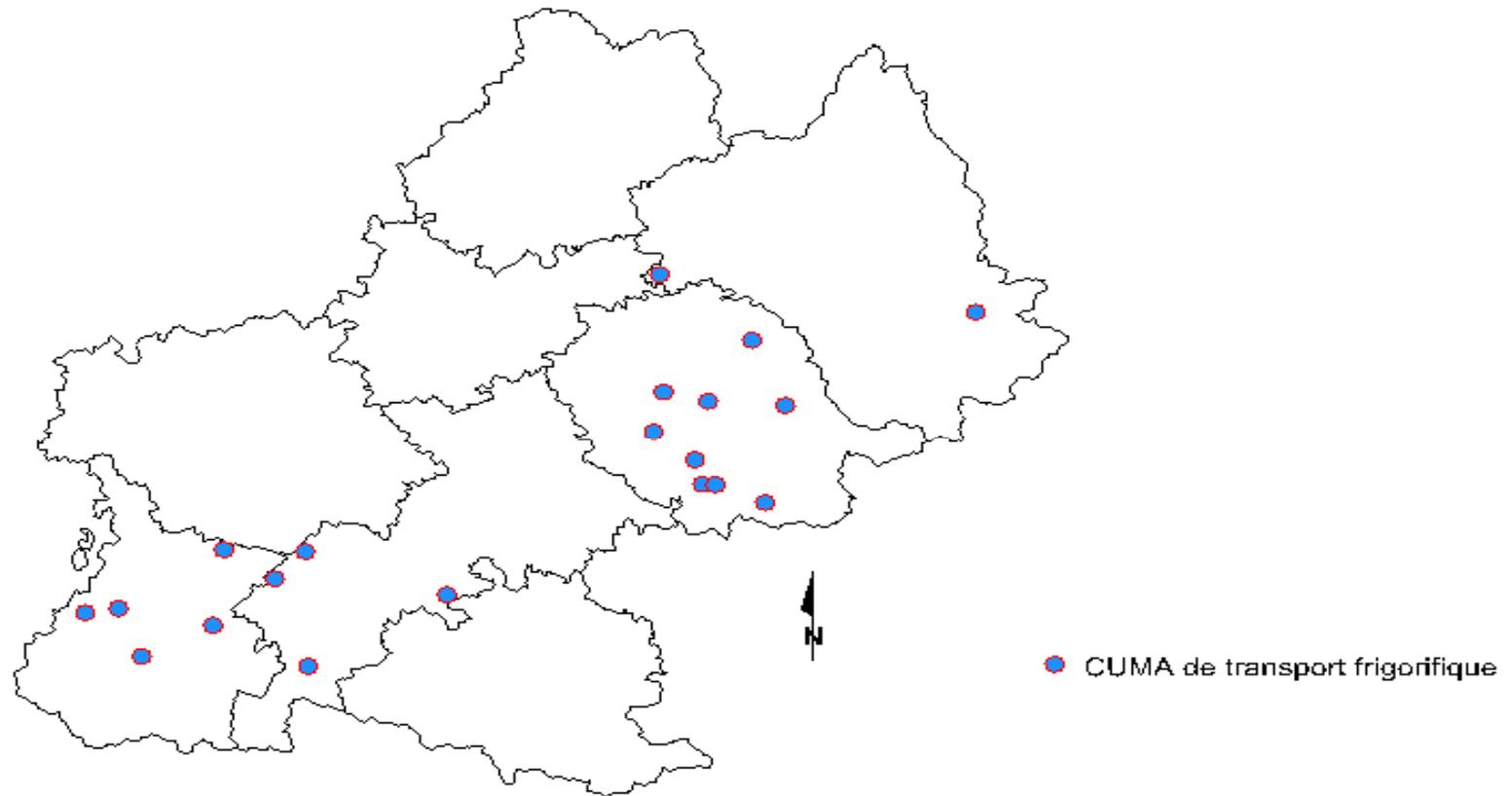
Abattoirs publics et ateliers-viande



fond IGN, données enquête

Localisation des abattoirs publics et des ateliers de diversification viande

Les CUMA de transport frigorifique



Midi-Pyrénées : CUMA de transport frigorifique

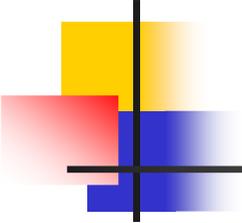
0 25 50
Kilomètres

fond IGN, données enquête

Consommateurs: qui sont-ils?

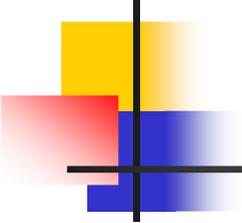


- On peut déterminer 4 types de consommateurs, qui ont chacun besoin d'un circuit local spécifique à leurs contraintes et leurs motivations:



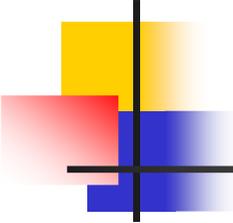
Le consommateur « passif »

- Il regarde le **prix** et l'**accessibilité pratique** à l'acte d'achat (qualité service)
- Il peut ponctuellement être intéressé par un produit local de qualité
- Relation producteur/consommateur basée sur le service (le service est l'apanage des GMS, mais... sans garantie d'engagement social tant vis à vis des fournisseurs que des employés)



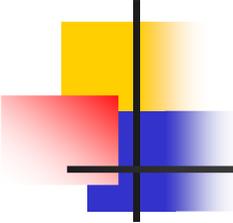
Le consommateur sensible

- Le couple de parents actifs, les personnes âgées...
- Oui à une consommation ponctuellement responsable, mais avec un minimum de contraintes:
- Relation producteur/consommateur basée sur **Livraison à domicile, sur le lieu de travail, épiceries locales,...**



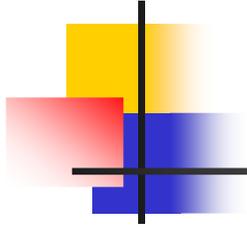
Le consommateur averti

- Il est prêt à faire un effort pour **consommer localement un produit qui a du sens**, d'un point de vue social et environnemental, en achetant **Région, saison, raison**
- Boutiques de producteurs, PVC, livraison de paniers...
- Relation producteur/consommateur basée sur la Qualité éthique (produits éthicables et équitables)



Le consomm'acteur ou militant

- Il va se reconnaître dans le mouvement des **AMAP les PVC ou les BCP** où le lien avec le producteur est très étroit, mais où ses engagements sont très forts
- Relation Producteur/consommateur basée sur la confiance et la fidélité



Producteurs, Economie territoriale et stratégies d'entreprise



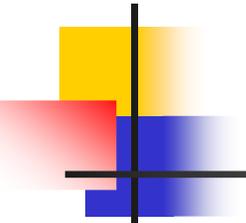
Les Producteurs: qui sont-ils?

- Une évolution très nette vers une plus grande professionnalisation (**évolution du métier**)
- Un secteur créateur **d'emplois**
- Un choix de distribution de produits alimentaires mais...une **éthique de production**



De nouvelles Stratégies d'entreprise

- Les producteurs qui réussissent le mieux vendent souvent sur plusieurs circuits de distribution (GMS, PVC, marchés de plein vent, VPC,...)
- Les créations d'emplois sont une résultante importante de la démarche
- Le retour en terme de réinvestissement de ce type d'entreprise dans l'économie territoriale est significatif



La production fermière: un système propice à l'installation

- Favorise l'installation sur des **systemes plus autonomes et plus économes** en un mot plus durables
- Favorise l'installation sur des **systemes de production à forte valeur ajoutée**
- Favorise **l'installation sur des structures d'exploitation économes en foncier**
- Favorise l'installation des JONA
- Favorise le développement de **systemes d'exploitation mieux ancrés dans les territoires**

Conclusion



- Les principaux types de circuit court:
- Marchés
- Vente à la ferme
- GMS ou magasins de produits locaux, fermiers, typiques...
- Vente par correspondance Paniers, colis,...
- Vente à la restauration collective

Pour l'instant un système marginal, mais très médiatisé et en progression constante



Les difficultés rencontrées

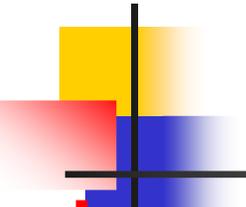
- L'offre est insuffisante, alors que la demande explose
- Le consommateur est habitué à une régularité des d'approvisionnement et un grand choix de produits
- Les producteurs estiment ne pas disposer de formations ou d'informations sur les métiers de vente ou sur la réglementation sanitaire.
- Ils ne sont pas toujours en mesure de pouvoir répondre aux appels d'offre, notamment en restauration collective
- La transformation et la vente induisent des charges de travail et des coûts supplémentaires
- Il n'y a pas de terre disponible en particulier dans les zones péri urbaines.



Circuits courts et systèmes alimentaires durables

- La relocalisation des activités de production alimentaires est devenu un enjeu
- Les **SALT (Systèmes ALimentaires Territoriaux)** vise à comprendre comment des circuits courts peuvent faire système à l'échelle d'un territoire
- Les **SALT** repose sur une approche systémique : mettant en évidence les interactions entre les acteurs des circuits courts au niveau d'un territoire, dans le but d'élaborer une stratégie locale de développement de ces modes de commercialisation des produits alimentaires. .

Le rôle des collectivités locales

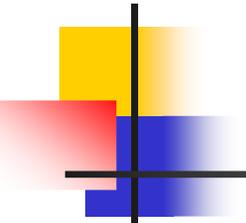


Les collectivités locales peuvent intervenir dans plusieurs domaines :

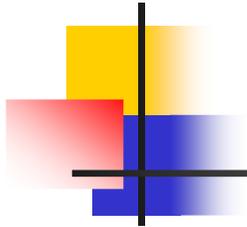
- Sensibiliser les consommateurs aux impacts de leurs choix alimentaires.
- Soutenir l'installation des porteurs de projet.
- Favoriser le maintien ou la création d'équipements collectifs (abattoirs, ateliers de transformation, lieux de vente...).
- Utiliser la commande publique de produits locaux pour approvisionner la restauration collective (écoles, administrations...)

Toutes les initiatives des collectivités doivent être intégrées dans un projet d'agglomération et respecter le cadre légal des marchés publics

Il faut repenser la place et le rôle des agriculteurs dans la société



- Il faut pour comprendre la démarche des « coordinations fermières » et la mise en œuvre de « circuits de proximité » reconsidérer la place et la fonction de l'alimentation et du paysan dans la société
- Définir une stratégie de territoire pragmatique basée sur la « capacité des acteurs qui la partagent à se coordonner »
- Les circuits courts plus qu'une mode sont une véritable vague de fond



FIN

- Merci de votre attention