



PROJET DE DÉVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS BIOLOGIQUES EN PAYS MIDI QUERCY

RAPPORT DE LA PHASE 1 : ÉTAT DES LIEUX ET STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

- COMITÉ DE PILOTAGE -

- LUNDI 28 JANVIER 2008 -

- MAIRIE DE NÈGREPELISSE -



Bio Tarn et Garonne
L'association des agriculteurs biologiques du 82

Cette étude est cofinancée par la Communauté Européenne dans le cadre du programme Leader+ Midi Quercy.

Sommaire

INTRODUCTION	5
1. CONTEXTE	6
2. QUELQUES DÉFINITIONS	7
2.1 L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE	7
2.2 LES CIRCUITS COURTS	7
2.3 L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE	8
2.3.1 SES ORIGINES	8
2.3.2 PRINCIPES	9
2.3.3 RÉGLEMENTATION / CERTIFICATION	9
2.3.4 LES PRODUITS BIOLOGIQUES	11
2.3.5 ENCADREMENT DE LA FILIÈRE	11
2.3.6 QUELQUES REPÈRES CHIFFRÉS	12
3. PROBLÉMATIQUE	18
3.1 LE DÉVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS : LA RÉPONSE À DES ENJEUX MAJEURS	18
3.2 L'AGRICULTURE DURABLE PRIVILÉGIÉE ICI : L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE	18
3.3 LA PERTINENCE DE L'ÉCHELLE DU PAYS	19
4. CADRE	20
4.1 OBJECTIFS DU PROJET	20
4.2 OBJECTIFS DE CETTE ÉTUDE	20
4.3 OBJECTIFS DU PAYS	20
4.4 DEMANDE INITIALE	21
5. MÉTHODOLOGIE	22
5.1 ÉVALUATION DES BESOINS DE CONSOMMATION	22
5.1.1 PUBLICS VISÉS	22
5.1.2 TECHNIQUES D'ENQUÊTE	22
5.1.3 CONTENU DU QUESTIONNAIRE	23

5.1.4	DÉROULEMENT DE L'ENQUÊTE	23
5.2	ÉTAT DES LIEUX DE LA FILIÈRE BIOLOGIQUE LOCALE	23
6.	RESTITUTION DES DONNÉES	25
6.1	LA CONSOMMATION	25
6.1.1	LE PROFIL DES CONSOMMATEURS « GRAND PUBLIC »	25
6.1.2	LES HABITUDES DE CONSOMMATION	27
6.1.3	LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES	28
6.1.4	LES PRODUITS BIOLOGIQUES CONSOMMÉS	31
6.1.5	ZOOM SUR...	32
6.1.6	LES SOUHAITS DE CONSOMMATION	33
6.1.7	LES CONSOMMATEURS « COLLECTIFS »	36
6.2	LES ACTEURS LOCAUX DE LA FILIÈRE BIOLOGIQUE	39
6.2.1	LES PRODUCTEURS	39
6.2.2	LES TRANSFORMATEURS	43
6.2.3	LES DISTRIBUTEURS	44
7.	STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS BIOLOGIQUES EN PAYS MIDI QUERCY	46
7.1	LES PRIORITÉS	46
7.1.1	L'OBJET INITIAL	46
7.1.2	RAPPEL DES CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE	46
7.1.3	MODALITÉS DE L'APPEL À PROJETS DU CONSEIL RÉGIONAL POUR L'ANNÉE D'EXPÉRIMENTATION	47
7.2	STRATÉGIE PROPOSÉE	48
7.2.1	LE PROJET DE TYPE « BINÉE PAYSANNE »	48
7.2.2	UNE TRANSPOSITION EN MIDI QUERCY	50
7.2.3	MÉTHODOLOGIE ET PLANNING D' ACTIONS	51
7.2.4	L' ACTION SUR L' AMONT	52
CONCLUSION		54
- ANNEXES -		55

Introduction

Face à l'évolution globale d'une économie mondialisée et à l'émergence du concept de développement durable, de plus en plus de territoires français cherchent à s'adapter aux nouveaux enjeux et à évoluer de manière cohérente en s'inscrivant dans une logique d'économie sociale et solidaire. C'est ainsi qu'à l'est du Tarn-et-Garonne, le territoire du Pays Midi Quercy, regroupant 48 communes, s'est interrogé sur les apports potentiels et les conditions d'un développement de circuits courts de commercialisation des productions agricoles locales, et plus particulièrement issues du mode de production biologique.

Les objectifs initiaux de cette étude sont de dresser un état des lieux de la filière biologique sur le territoire puis d'évaluer les potentiels de consommation locale. Ces éléments permettront d'évaluer les potentiels de la filière biologique et la nature du bassin de consommation « Midi Quercy », tout ceci dans le but de servir de diagnostic de base au lancement d'une activité de commercialisation en circuits courts sur le territoire du Pays et de conforter un engagement du Pays dans le développement d'une agriculture durable.

La première partie de ce document rappellera le contexte dans lequel cette étude est menée. Puis, nous définirons les notions importantes d'économie solidaire, de circuits courts et d'agriculture biologique. Cette dernière fera l'objet d'une présentation spécifique (contexte de développement).

La troisième partie présentera la problématique amenant au développement de circuits courts biologiques afin d'éclairer les acteurs du projet sur le rôle possible d'une structure comme le Syndicat mixte du Pays Midi Quercy dans le développement de l'agriculture biologique.

La quatrième partie s'attachera aux objectifs du projet et à la demande initiale formulée dans le dossier de candidature validé par le Conseil régional. Une rapide présentation de la méthodologie utilisée pour conduire les différentes enquêtes sera réalisée en cinquième partie.

Dans la partie suivante, seront détaillées les données recueillies lors de la phase d'enquête : volet « consommation » et volet « filière ». Cela débouchera sur une dernière partie ayant pour but de proposer une stratégie de développement des circuits courts biologiques sur le territoire du Pays Midi Quercy.

1. Contexte

Le Syndicat mixte du Pays Midi Quercy a répondu à l'appel à projets 2007 du Conseil régional de Midi-Pyrénées « *Économie solidaire aux Pays et aux Parcs Naturels Régionaux* » sur l'une des quatre orientations proposées : développement des circuits courts « du producteur au consommateur ».

La définition de cette orientation est décrite comme suit dans l'appel à projets :

« Identification des potentiels et offres à valoriser, élaboration de circuits courts inscrits dans une démarche de développement durable. »

Le Syndicat Mixte du Pays Midi Quercy a confié la maîtrise d'œuvre de ce projet au groupement départemental des agriculteurs biologiques du Tarn-et-Garonne, l'Association *Bio Tarn & Garonne*, membre du réseau FNAB, représentant les agriculteurs biologiques depuis 1998 dans le département.

L'objet de ce projet est une « étude-action » sur la faisabilité de développement des circuits courts visant à valoriser les produits issus de l'agriculture biologique locale.

La durée de ce projet est de douze mois, décomposés en deux phases :

- Un état des lieux de la filière biologique, c'est à dire de la production à la distribution sans oublier les intermédiaires de transformation et une évaluation des besoins de consommation, et ce, sur l'ensemble du territoire du Pays ;
- L'élaboration d'un projet de commercialisation des produits biologiques locaux.

2. Quelques définitions

2.1 *L'économie sociale et solidaire*

L'économie sociale et solidaire est née d'un double mouvement :

✘ Celui de l'économie sociale, né à la fin du XIX^{ème} siècle en réponse au développement de l'industrialisation et aux injustices qui en découlaient, avec la création de structures alternatives telles que les coopératives, les mutuelles, les associations et les syndicats.

Le but de l'économie sociale est de redistribuer les richesses et de concilier efficacité et justice, de relier économique et social.

Ses principes fondateurs sont la libre adhésion des personnes, la démocratie appliquée dans l'entreprise avec le concept « un homme = une voix », le caractère inaliénable et collectif du capital et la non appropriation individuelle des bénéfices éventuels.

✘ Celui de l'économie solidaire, né bien plus tard, vers la fin des années 1970, en réponse aux vagues d'exclusion successives. Elle se base sur les principes fondamentaux de l'économie sociale cités ci-dessus en développant de nouvelles pratiques économiques et sociales basées sur l'intérêt collectif, l'insertion sociale et professionnelle et le bénévolat.

Les structures de l'économie solidaire se caractérisent par le public qu'elles visent, leur objet (services porteurs de lien social, protection de l'environnement, etc.), leur forme juridique (associations, coopératives, etc.) et le lien avec le territoire sur lequel elles sont implantées.

L'économie sociale et solidaire est une économie qui consiste à remettre du sens dans nos pratiques de consommation, de production, et de redistribution des richesses. Elle est une économie de proximité soucieuse de ses coûts sociaux et environnementaux. Elle fait partie intégrante du marché mais la recherche du profit ne constitue pas un but en soi.

2.2 *Les circuits courts*

« Les circuits courts de distribution des produits alimentaires se caractérisent par la proximité entre producteurs et consommateurs. Pour les premiers, elle peut répondre au souci de récupérer une partie de la valeur ajoutée largement concédée aux industries de la transformation et de la distribution. Les seconds y voient, eux, le moyen de retrouver un contact direct avec le producteur, de disposer de produits de meilleure qualité et de soutenir des formes d'agriculture alternatives. Cette re-localisation de l'économie répond enfin à la

préoccupation écologique de diminuer les dépenses énergétiques et au souci de maintenir des emplois en milieu rural. »¹

On distingue plusieurs types de circuits courts² :

- La vente directe : à la ferme, dans des points de vente collective, sur les marchés, par le biais de tournées, etc., et,
- La vente indirecte : à la restauration (collective, restaurants), aux commerçants (bouchers, boulangers, etc.), en dépôt-vente.

2.3 L'agriculture biologique

2.3.1 Ses origines

L'agriculture biologique est née de plusieurs courants issus de différents pays européens, au début du XX^{ème} siècle.

En Autriche, Rudolph Steiner remet en cause, dans les années 20, les principes de l'agriculture moderne, accompagné de producteurs et de scientifiques opposés à la fertilisation artificielle des plantes. Il crée alors l'agriculture biodynamique, une forme d'agriculture biologique basée initialement sur le compostage et la fertilisation qui prend en compte les forces telluriques et cosmiques dans les pratiques agricoles, notamment l'influence de la lune.

Elle est aujourd'hui reconnue et certifiée en France sous le label « Déméter ». Les produits issus de l'agriculture biodynamique peuvent également recevoir le logo AB. C'est en Alsace, où l'influence de Rudolf Steiner est encore importante, que l'on trouve le plus grand nombre d'exploitations conduites en biodynamie.

Dans le même temps, en Suisse, les docteurs Hans Muller et Hans Peter Rusch incitent à l'autonomie des producteurs, au respect de la terre et des filières les plus courtes possibles. En Angleterre, dans les années 40, l'agronome Albert Howard, préconise la fertilisation des sols par l'humus et l'emploi de fertilisants obtenus à partir de substances renouvelables et compostées.

En France, l'agriculture biologique apparaît après la Seconde Guerre mondiale, de plusieurs mouvements parallèles initiés par des producteurs, qui, face à l'agriculture intensive, ressentent le besoin d'un retour à des méthodes plus traditionnelles en conformité avec la nature. De leur côté, des médecins et des consommateurs se regroupent en association, comme « Nature et Progrès », qui existe encore aujourd'hui, afin de défendre une alimentation issue d'une autre agriculture, d'une autre éthique et répondant à leurs attentes.

¹ Source : Dossier Longue vie aux circuits courts - Revue Transrural initiatives - Juillet 2006

² Voir Tableau Annexe 1

2.3.2 Principes

L'agriculture biologique s'appuie sur les grands principes suivants définis au niveau mondial par IFOAM³. Ils sont au nombre de quatre :

- × Santé,
- × Écologie,
- × Équité,
- × Précaution.

Ces principes s'appliquent d'une manière globale et prennent en compte la planète dans son ensemble. Ainsi, le principe de santé s'attache à la santé des sols, des plantes, des animaux et des hommes : « *un sol sain produit une culture saine qui donnera la santé aux animaux et aux personnes* »⁴.

Le principe d'écologie réside dans le fait que les producteurs biologiques utilisent de manière optimale les processus écologiques. La conception d'un système d'agriculture biologique se calque sur les interactions existant dans tout écosystème.

Le principe d'équité s'applique à tous et à tous niveaux, du producteur au consommateur, en passant par le transformateur et le distributeur. « *L'agriculture biologique devrait fournir une bonne qualité de vie à chaque personne engagée et contribuer à la souveraineté alimentaire et à la réduction de la pauvreté* »⁵.

Le principe de précaution instaure la prudence et la responsabilité dans les choix de gestion, de développement et de technologie en agriculture biologique. La science est nécessaire à la pratique du mode de production biologique tout autant que l'expérience et les solutions traditionnelles éprouvées depuis des siècles de pratiques. Ce principe rejette clairement l'emploi du génie génétique, jugé comme une « *technologie imprévisible* ».

2.3.3 Réglementation / Certification

L'ensemble des acteurs de la filière biologique est certifié par des organismes indépendants privés et agréés par l'État. Ils sont au nombre de six en France : Ecocert, Agrocert, Qualité France, Ulase, SGS ICS et Aclave.

Ce contrôle, à toutes les étapes, de la production à la distribution, est la garantie pour le consommateur du respect des cahiers des charges de l'agriculture biologique.

Ces cahiers des charges sont au nombre de deux en Europe, complétés par un troisième plus strict en France pour les productions animales.

³ International Federation of Organic Agriculture Movements - La Fédération Internationale des Mouvements de l'Agriculture Biologique

⁴ Les principes de l'agriculture biologique - publication IFOAM, 2005

⁵ Les principes de l'agriculture biologique - publication IFOAM, 2005

La réglementation européenne en matière d'agriculture biologique est en grande partie contenue dans le règlement CE 2092/91. Ce texte publié en 1991 impose la limitation de l'emploi des intrants mais il ne concerne à l'origine que les productions végétales. Il a donc été complété en 1999 par la rédaction du REPAB, le Règlement Européen sur les Productions Animales Biologiques, pour les productions animales. On y retrouve par exemple des règles sur le bien être animal, la définition de l'alimentation animale et des limitations sur les traitements vétérinaires. Comme tous les règlements, celui-ci s'applique de manière supranationale. Cependant, la France s'est dotée d'un cahier des charges plus strict pour les productions animales : le CC REPAB F, reprenant la réglementation européenne tout en la précisant sur certains points, notamment sur la notion de lien au sol.

« L'élevage dans le cadre de l'agriculture biologique est une production liée au sol. Hormis les exceptions autorisées par la présente annexe, les animaux d'élevage doivent avoir accès à des espaces en plein air et le nombre d'animaux par unité de surface doit être limité de façon à assurer une gestion intégrée des productions animales et végétales dans l'unité de production, réduisant ainsi au maximum toute forme de pollution en particulier s'agissant du sol ainsi que des eaux de surface et des nappes phréatiques. L'importance du cheptel doit être étroitement fonction des superficies disponibles afin d'éviter les problèmes de surpâturage et d'érosion et de permettre l'épandage des effluents d'élevage en sorte d'éviter tout impact négatif pour l'environnement. »⁶

Pour la production, au minimum un contrôle annuel est effectué par l'organisme sur l'exploitation. Tous les deux ans, une visite inopinée est réalisée.

Les agriculteurs s'engageant en production biologique sont obligés de s'inscrire auprès d'un des six organismes précédemment cités pour recevoir la certification : une licence attestant l'engagement unique de l'opérateur à respecter les règles de production, les mentions AB et « *produits issus de l'agriculture biologique* » sur l'étiquetage et les certificats.

L'inscription est payante et se calcule en fonction de la taille de l'exploitation, du type de production et du nombre d'animaux.

Tous les opérateurs de la filière doivent déclarer leur activité chaque année à l'Agence Bio⁷, groupement d'intérêt public national chargé du développement et de la promotion de l'agriculture biologique, qui dépend du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche.

⁶ Extrait du CC REPAB F - Chapitre 4. Mesures complémentaires aux dispositions de l'annexe I partie B et conditions d'application des dérogations aux dispositions de l'annexe I parties B et C.

⁷ www.agencebio.org

2.3.4 Les produits biologiques

On reconnaît les produits biologiques grâce à plusieurs signes sur l'emballage.

Doit obligatoirement figurer une des trois mentions suivantes :

« *Agriculture biologique* »

« *Produit de l'agriculture biologique* »

« *Produit issu de l'agriculture biologique* »

ET le nom et/ou le numéro d'agrément de l'organisme certificateur.

Pour une meilleure reconnaissance visuelle, on trouve généralement aussi deux logos sur les produits :



Figures 1 & 2 : Logo français et européen de l'agriculture biologique

Les produits biologiques sont composés d'au moins 95 % de matières premières issues de l'agriculture biologique. Les 5 % restants concernent souvent le sel, non considéré comme un produit agricole. Cette part doit être signalée comme non bio.

Le terme biologique fait référence non seulement à la production mais également à toutes les étapes suivantes : transformation, conservation, elles aussi contrôlées et agréées.

2.3.5 Encadrement de la filière

La filière biologique est encadrée de l'échelle internationale au plus petit échelon local par un certain nombre de structures.

Au niveau mondial, il existe IFOAM, la Fédération Internationale des Mouvements en Agriculture Biologique. Elle représente 750 organisations réparties dans 108 pays et fédère l'ensemble des mouvements nationaux de l'agriculture biologique. Elle est une plate-forme mondiale d'information et de ressources sur le concept d'agriculture biologique. Elle œuvre pour la pérennité de l'agriculture biologique comme un moyen de développement durable, tant aux niveaux économique et social qu'environnemental.

Sur le plan national, il existe l'Agence Bio, groupement d'intérêt public dépendant du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, garant de la communication et de la promotion de l'agriculture biologique grâce notamment à l'organisation du Printemps Bio.

Il existe également la Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique des Régions de France (FNAB), organisme professionnel à vocation syndicale créé en 1978. Elle fédère l'ensemble des groupements régionaux et départementaux d'agriculture biologique. Elle défend les intérêts des agriculteurs biologiques auprès des instances nationales et européennes par le biais de sa présence dans le mouvement IFOAM Europe, elle aide le développement de la restauration collective bio, la structuration des différentes filières, etc.

En Midi-Pyrénées, la Fédération Régionale de l'Agriculture Biologique, la FRAB Midi-Pyrénées, s'est créée en 2006 à l'initiative du Réseau des GAB⁸ présent sur le territoire régional depuis 1985.

Dans le département, l'association *Bio Tarn & Garonne*, groupement départemental d'agriculture biologique, représente les agriculteurs biologiques depuis 1998.

2.3.6 Quelques repères chiffrés

2.3.6.1 Monde

En six ans, la superficie mondiale a triplé, passant de 10,56 millions d'hectares en 1999 à 30,5 millions en 2005.

123 pays disposaient de surfaces certifiées biologiques en 2005 et le marché mondial des produits biologiques a été estimé à 25,5 milliards d'euros par IFOAM pour la même année.

⁸ Groupement départemental d'agriculture biologique

Répartition des surfaces en mode de production biologique dans le monde en 2005 (en millions d'hectares)

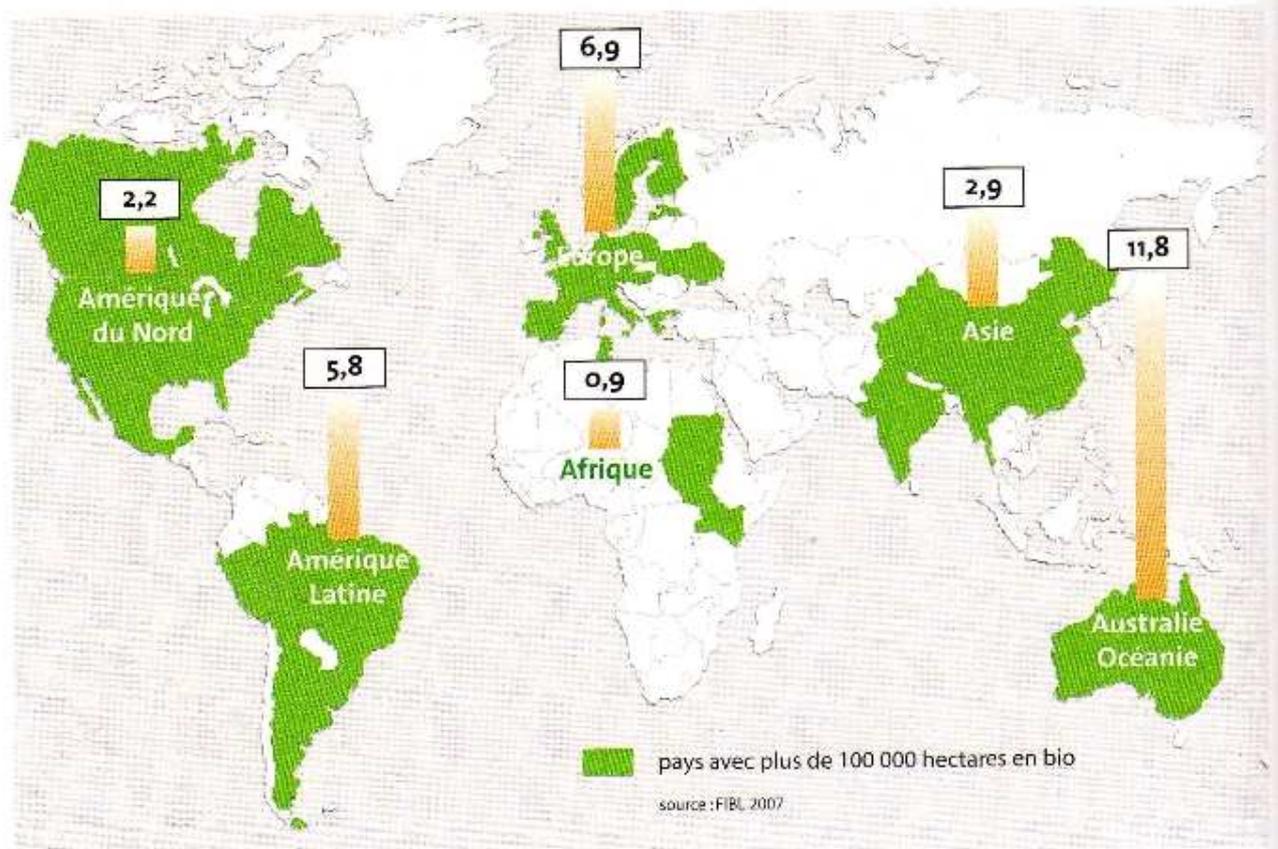


Figure 3 : Carte mondiale des surfaces en agriculture biologique

2.3.6.2 Europe

Dans les 25 pays de l'Union européenne, on recensait, fin 2005, 6,2 millions d'hectares cultivés selon le mode de production biologique. Plus des deux tiers de cette superficie se concentrent dans six États membres, dans l'ordre : l'Italie, l'Espagne, l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France et l'Autriche. On dénombre 161 003 exploitations certifiées.

Les nouveaux entrants, Roumanie et Bulgarie, représentent 3 271 exploitations certifiées pour 102 236 ha.

La part de la production biologique dans l'ensemble des Surfaces Agricoles Utiles (SAU) avoisine 3,4 %. L'Autriche a la plus grande part de cultures biologiques avec 14 % de sa SAU totale. La part la plus faible revient à Malte avec 0,13 %.

Le marché européen des produits biologiques est le premier marché mondial. Il représente 51 % des ventes mondiales, soit 13 milliards d'euros mais seulement 2 % des produits alimentaires européens.



Figure 4 : Carte européenne des surfaces en agriculture biologique

2.3.6.3 France

Alors que la France est le premier pays agricole européen et le deuxième exportateur mondial, elle n'occupe que la cinquième place en termes de surfaces cultivées selon le mode de production biologique, avec 552 824 hectares⁹.

Sa part de terres biologiques dans l'ensemble de la Surface Agricole Utile nationale n'atteint que 2 %, ce qui la place seulement au 20^{ème} rang européen.

⁹ L'agriculture biologique française, Chiffres 2006 - Agence Bio

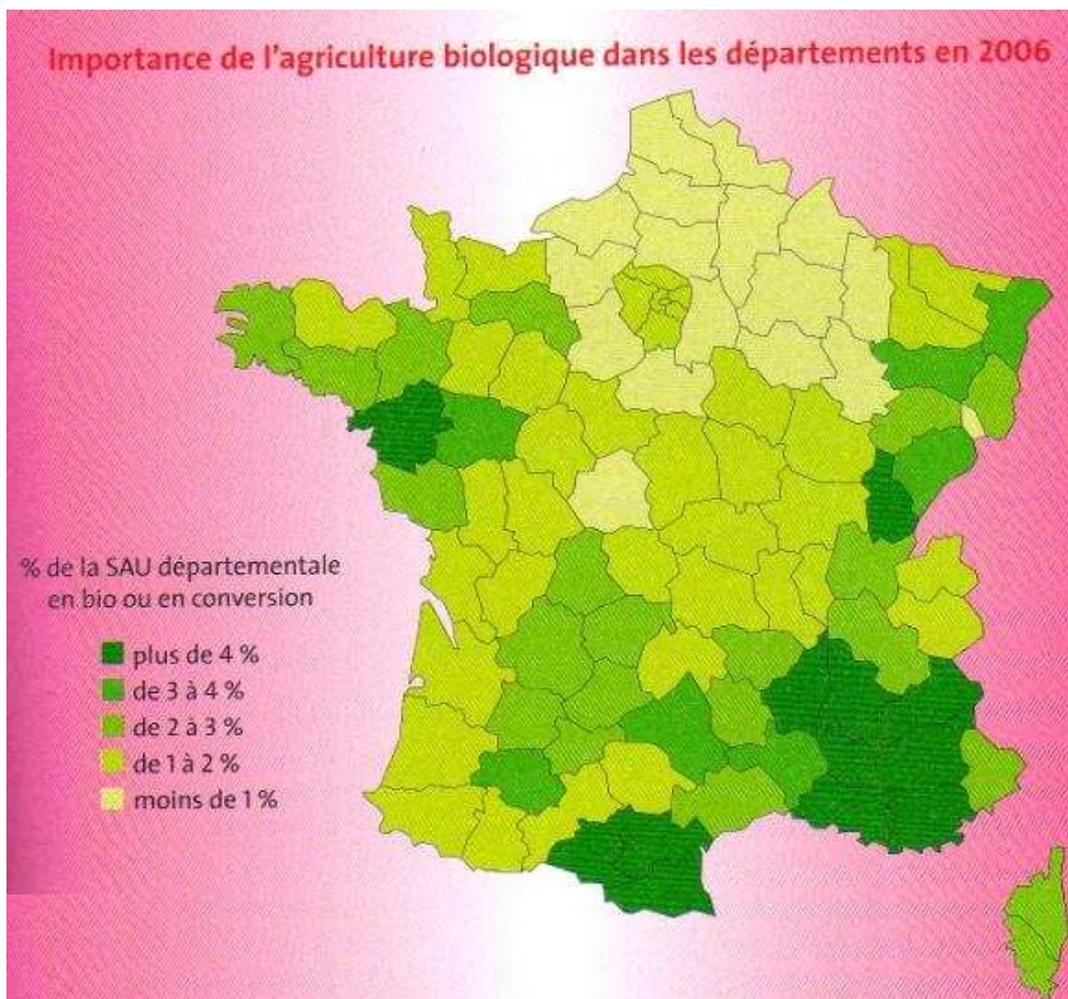


Figure 5 : Carte de France - Part de la SAU bio dans les départements

La production a connu un fort développement de 1996 à 2002, le nombre d'exploitations biologiques passant de 4 000 à plus de 11 000 et les surfaces de 150 000 à plus de 500 000 ha. Depuis, la tendance est plutôt à la baisse voire à la régression certaines années, en 2004 par exemple.

La surface moyenne des exploitations biologiques françaises est de 48,8 ha.

Les productions les plus représentées sont les céréales, cultivées dans 44 % des exploitations. Plus des 2/3 des exploitations « bio » disposent de surfaces toujours en herbe ou de cultures fourragères, destinées le plus souvent aux animaux d'élevage. Ce dernier se pratique dans 40 % des exploitations en France. Il concerne pour plus d'un quart les vaches, laitières ou allaitantes. Enfin, il est à noter que plus de 40 % des exploitations biologiques cultivent des fruits et légumes et 14 % de la vigne.

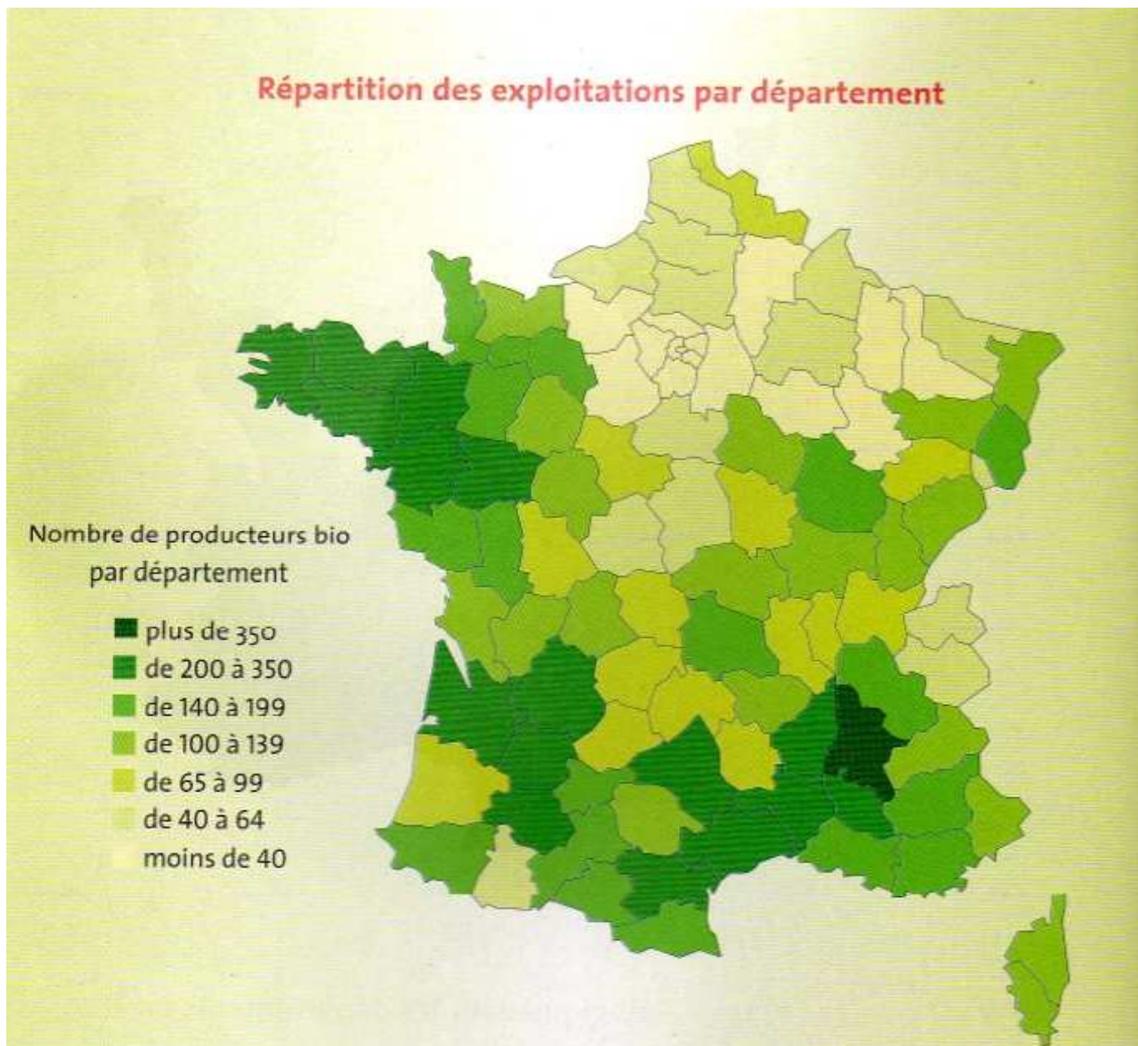


Figure 6 : Carte de France - Nombre de producteurs par département

Le marché national des produits biologiques a encore du mal à se structurer. Malgré la demande de consommation croissante de la population, la France importe encore de 50 à 70 % des produits bio qu'elle consomme¹⁰, alors qu'elle dispose d'une capacité de production certaine aujourd'hui et d'un potentiel prometteur pour faire face à cette demande.

Le manque d'opérateurs dits « intermédiaires », liés à la transformation des productions, est, entre autres, à l'origine de ce manque d'organisation des filières biologiques. De même, l'absence de systèmes d'aides financières réguliers à la filière biologique a un impact certain sur son développement.

2.3.6.4 Midi-Pyrénées

Midi-Pyrénées est la première région de France en terme de superficie cultivée selon le mode biologique avec 65 954 ha (2,8 % de la SAU régionale) et la seconde en nombre de producteurs avec 1 214 exploitations certifiées après Rhône Alpes.

¹⁰ www.intelligenceverte.org - Philippe Desbrosses

La surface moyenne des exploitations régionales est de 54,33 ha, chiffre supérieur à la moyenne nationale.

Plus de la moitié des surfaces sont occupées par des fourrages, soit 37 296 ha dont 22 762 ha toujours enherbés.

Viennent ensuite les grandes cultures, soit céréales, oléagineux et protéagineux sur 18 563 ha. 8 167 ha concernent d'autres productions végétales que sont les jachères, les parcours pour les animaux et des productions telles que le chanvre. On trouve ensuite des légumes sur 1 287 ha cultivés dans 342 exploitations, des fruits sur 328 ha dans 172 exploitations et des PPAM sur 29 ha dans 105 exploitations.

Concernant les productions animales, la production dominante est la production bovine, allaitante et laitière sur 298 exploitations. Viennent ensuite les brebis, viande et lait, dans 154 exploitations, les volailles de chair dans 59 exploitations, les poules pondeuses pour 45 d'entre elles. 37 exploitations produisent du porc et 33 des chèvres.

2.3.6.5 Zoom sur le Tarn & Garonne

En Tarn-et-Garonne, on dénombre près de 160 exploitations certifiées biologiques sur une surface totale de 5 648 ha, soit 2,6 % de la SAU départementale, établie à 222 355 ha au total (chiffres 2006).

La surface moyenne des exploitations biologiques du département est de 36,68 ha.

Près de 37 % de la surface est occupée par des fourrages, produits par 96 exploitations. Viennent ensuite les grandes cultures (céréales, oléagineux, protéagineux) sur un peu plus de 2 000 ha sur 110 exploitations. La production de légumes occupe 138 ha et 65 producteurs, la production de fruits 133 pour 55 producteurs. On compte ensuite 63 ha de vigne répartis sur 33 exploitations et 7 ha de plantes à parfum, aromatiques et médicinales produits par 8 agriculteurs.

En ce qui concerne les productions animales, comme en Midi-Pyrénées, c'est la production bovine qui domine avec 20 exploitations dont 5 en vaches laitières, le reste en vaches allaitantes. Vient ensuite l'élevage de brebis avec 9 exploitations et près de 600 bêtes (lait et viande), puis l'élevage de volailles avec 8 exploitations, l'élevage de chèvres sur 4 exploitations, les porcs sur 3 exploitations et d'autres productions animales sur une exploitation.

2.3.6.6 Le Pays Midi Quercy

En Midi Quercy, on dénombre 54 exploitations certifiées biologiques¹¹. 25 sont en seule production végétale, 29 en polyculture élevage. Toutes les productions sont plus ou moins représentées excepté la production porcine et celle d'ovins lait.

Des résultats plus détaillés sont disponibles à la section 6.2.1 du présent document, dans l'état des lieux de la filière biologique locale.

¹¹ CF. Carte des producteurs biologiques en Midi Quercy en Annexe 2

3. Problématique

3.1 *Le développement des circuits courts : la réponse à des enjeux majeurs*

Il existe deux types de circuits de commercialisation des productions, les circuits longs et les circuits courts.

Les circuits dits « longs » se caractérisent par un nombre important d'intermédiaires entre la production et la consommation, surtout lorsqu'il s'agit d'une production destinée à la transformation ou de matières premières non valorisables directement auprès du consommateur. Parmi ces intermédiaires, peuvent se trouver des exportateurs et des importateurs, qui expédient la production hors de nos frontières.

Les circuits dits « courts » se caractérisent, dans notre cas présent, par deux aspects. D'une part, il s'agit de circuits limitant le nombre d'intermédiaires entre la production et les consommateurs. Il existe des circuits courts avec un seul intermédiaire, le grossiste, où les productions se retrouvent sur les étals des marchés à Paris. D'autre part, et dans notre cas présent, nous avons souhaité impliquer la notion de proximité dans notre définition des circuits courts : une production locale qui répond aux besoins de la population locale.

La limitation des intermédiaires permet au producteur de mieux valoriser sa production et de récupérer au maximum la valeur ajoutée de son produit. Le consommateur peut avoir directement à faire au producteur, il a ainsi la garantie d'origine des denrées qu'il achète.

De plus, en privilégiant la proximité de l'approvisionnement, on limite les déplacements et donc la pollution liée aux transports des différentes productions. Les circuits courts contribuent ainsi à la réduction des émissions des gaz à effet de serre et agissent donc positivement sur le réchauffement climatique.

3.2 *L'agriculture durable privilégiée ici : l'agriculture biologique*

Le Syndicat mixte du Pays Midi Quercy a souhaité se tourner vers le développement de la vente en circuits courts de produits issus de l'agriculture biologique parmi toutes les formes d'agriculture qui existent - l'agriculture biologique étant l'un des seuls modes d'agriculture durable qui soit certifié et contrôlé dans un souci de garantie de la qualité.

Depuis toujours, le Pays Midi Quercy est activement engagé dans les problématiques de développement durable. Premier témoignage s'il en est, la charte du Pays est une « Charte de développement durable du Pays Midi Quercy » sur laquelle les instances du Pays : comité

syndical, conseil de développement et équipe technique, ont conjointement décidé de travailler.

De plus, ce projet s'inscrivant dans le mouvement de l'« économie solidaire » initié par le Conseil régional, il a paru judicieux de privilégier un modèle d'agriculture qui étend ses principes au-delà du simple mode de production et qui entend les appliquer à toute la chaîne, de la production à la consommation.

De fait, le positionnement du Pays Midi Quercy dans le développement d'une filière de circuits courts bio est un signe fort dans son engagement pour l'économie solidaire en cohérence totale avec sa stratégie d'amélioration de sa compétitivité environnementale.

3.3 *La pertinence de l'échelle du Pays*

Le Pays Midi Quercy est un des Pays les plus actifs et les plus structurés de la région Midi-Pyrénées. La démarche de constitution du Pays a été engagée en 2000. Depuis, le Syndicat mixte du Pays Midi Quercy s'est positionné sur nombres de projets relatifs, entre autres, à l'emploi et à l'insertion avec les EREF, les Espaces Ruraux Emploi Formation et la mise en place d'un PLIE, un Plan Local Insertion Emploi, mais il s'est également engagé sur la protection de l'environnement et du paysage, sur la problématique énergétique, sur des politiques culturelle et touristique fortes, etc.

Le territoire « Pays » étant un territoire dédié aux projets, il n'est pas étonnant de constater que le Pays Midi Quercy fédère un réseau dense d'acteurs et de partenaires engagés autour d'une démarche commune.

Voilà également pourquoi ce territoire est un échelon propice à l'expérimentation. Il regroupe quatre communautés de communes et une commune non regroupée. Il se trouve à la juste mesure en terme de distance et de bassin de consommation avec ses 39 241 habitants. Il affiche une cohérence territoriale avec d'un côté les Gorges de l'Aveyron et de l'autre l'axe RN 20. Il n'en reste pas moins un territoire ouvert sur les départements voisins et l'agglomération voisine de Montauban.

4. Cadre

4.1 *Objectifs du projet*

Le projet consiste en une étude / action visant à évaluer la faisabilité du développement de circuits courts bio sur le territoire du Pays.

La présente étude représente l'aboutissement de la première phase du projet. La seconde consiste à monter un ou plusieurs projets de vente en circuits courts des produits biologiques du Pays Midi Quercy en fonction des conclusions de la phase d'étude.

L'objectif est double. D'une part, il s'agit de proposer aux habitants une gamme de produits locaux, sains et de qualité, et promouvoir l'agriculture biologique auprès d'eux.

D'autre part, ce projet va contribuer à aider les producteurs à se structurer collectivement afin de planifier et de développer les différentes productions et de sécuriser les débouchés.

Ainsi, le projet va développer l'agriculture biologique sur le territoire et favoriser les installations d'agriculteurs souhaitant produire selon le mode biologique, aider les agriculteurs déjà installés et soucieux de respecter leur environnement à évoluer progressivement vers les pratiques de l'agriculture biologique, grâce au travail déjà engagé avec l'ADASEA.

4.2 *Objectifs de cette étude*

Cette étude a pour but de poser les bases du projet en cours : le contexte dans lequel il se met en place, le cadre institutionnel et les enjeux de l'économie solidaire.

Elle est également le reflet de la phase d'enquête qui a occupé les six premiers mois d'existence du projet : enquête auprès des consommateurs du Pays, grand public et professionnels, et état des lieux de la filière biologique locale (production, transformation, distribution).

Cette étude restitue les résultats de la phase d'enquête et pose les bases d'un futur mode de commercialisation à mettre en place sur le territoire du Pays.

4.3 *Objectifs du Pays*

Les objectifs du Pays sont multiples. L'objectif principal étant, comme indiqué dans la charte de développement durable¹², de promouvoir un développement économique durable, qui passe, entre autres, par le développement d'une agriculture durable.

Le Pays souhaite également, par le biais de ce projet, renforcer son action dans le domaine de l'économie sociale et solidaire, qu'il pratique déjà à travers le PLIE (Plan Local Insertion Emploi), notamment, et faire connaître ce concept et ses valeurs sur son territoire.

¹² Axe 3

4.4 *Demande initiale*

¹³Le Pays Midi Quercy en collaboration avec l'Association Bio Tarn & Garonne souhaite réaliser une étude-action sur la faisabilité d'un développement des circuits courts visant à valoriser des produits issus de l'agriculture biologique ou à forte qualité environnementale. Cette étude comprendra les étapes suivantes :

- ✘ Une enquête auprès des consommateurs potentiels (résidents, touristes, collectivités territoriales, prestataires touristiques ...) afin de connaître leurs besoins et leur adhésion à cette démarche du Pays MQ ;
- ✘ Une enquête auprès des agriculteurs du Pays dans l'objectif de recenser les modes de commercialisation existants, les volumes de produits agricoles biologiques, leur mode de valorisation actuel, les souhaits des producteurs ;
- ✘ Un recensement des outils de transformation existants (ex : projet d'un centre de découpe à Nègrepelisse compatible avec les productions Bio) et l'identification d'outils à développer ;
- ✘ La définition d'une stratégie de développement de circuits courts bio s'inscrivant dans les principes de l'économie solidaire (création d'emploi de qualité ; création de structures utilisant les formes juridiques de l'économie solidaire ; plan de financement des nouvelles activités créées intégrant les financements solidaires, etc.)

¹³ Extrait du dossier de candidature à l'appel à projet validé par le Conseil régional de Midi Pyrénées.

5. Méthodologie

5.1 *Évaluation des besoins de consommation*

5.1.1 Publics visés

Plusieurs enquêtes ont été menées en parallèle, à destination de différents publics.

Un questionnaire a été diffusé largement à travers le Pays pour le grand public, les particuliers, qu'ils soient résidents ou visiteurs du territoire.

Parmi le public appelé ici « collectif » regroupant différents types de structures, ont été ciblés les communes, les chambres d'hôtes, les campings, les centres de loisirs, les établissements de santé et les établissements scolaires par le biais de questionnaires adaptés à chaque type d'établissement.

Les distributeurs ont été interrogés au titre des besoins de consommation mais également en tant qu'acteurs de la filière biologique, distributeurs de produits biologiques.

5.1.2 Techniques d'enquête

Pour le grand public, des questionnaires d'enquête ont été diffusés dans 44 sites du Pays, pour la plupart des mairies, des offices de tourisme et chez des partenaires du Pays comme les communautés de communes ou la Maison du Patrimoine à Caylus, entre autres. Dix huit communes ont été concernées par cette distribution.

En totalité, ce sont 660 questionnaires qui ont été déposés sur ces différents sites.

Une deuxième vague dite « électronique » de distribution des questionnaires a été effectuée par l'intermédiaire du Syndicat mixte du Pays Midi Quercy qui a envoyé le questionnaire par email à l'ensemble de ses partenaires.

Enfin, le questionnaire a été distribué à l'occasion de manifestations comme l'exposition « Mangeons dehors » à Nègrepelisse, la réunion publique « Mangeons local, mangeons bio en Midi Quercy » le 9 novembre dernier à Caussade ainsi que lors de la journée d'évaluation du contrat de Pays à Nègrepelisse.

Pour le public collectif, le questionnaire a été envoyé par voie postale aux établissements concernés. Aucune relance n'a été effectuée. Seules les personnes intéressées ont répondu à l'enquête.

5.1.3 Contenu du questionnaire

Vous trouverez en Annexe 3 un exemplaire du questionnaire « grand public » qui comprend dix grandes questions balayant rapidement l'identité du répondant (les questionnaires étaient cependant anonymes), ses habitudes de consommation et ses souhaits vis-à-vis des produits biologiques.

Les questionnaires destinés aux établissements accueillant du public (exemple questionnaire collectif résident en Annexe 4) avaient également pour but d'identifier les structures et le public accueilli en leur sein, leur mode d'approvisionnement en denrées alimentaires et leurs besoins/souhaits par rapport aux produits biologiques.

5.1.4 Déroulement de l'enquête

L'enquête a débuté en juillet 2007. Elle devait initialement se poursuivre jusqu'à la mi-septembre. Deux reports ont été nécessaires, notamment pour les questionnaires « grand public » pour arriver à un nombre acceptable de réponses à traiter. Les questionnaires ont été acceptés jusqu'à la fin novembre et traités début décembre.

Pour le public des collectifs, l'envoi postal des questionnaires a été fait dans le courant de l'été. Aucune relance n'a été effectuée. La première vague de réponses a été jugée satisfaisante, le cœur de cible étant davantage le grand public.

5.2 *État des lieux de la filière biologique locale*

Trois types de public ont été interrogés dans cet état des lieux :

★ Les agriculteurs biologiques

Ils ont été sollicités par courrier, avec l'envoi d'un questionnaire détaillé concernant leur structure d'exploitation, leurs différentes productions, leur pratique de la transformation et le mode de commercialisation de leurs productions. La deuxième partie du questionnaire était consacrée à la présentation du projet de développement des circuits courts et les interrogeait sur leur volonté de participer à un tel projet. Plusieurs relances téléphoniques ont été nécessaires pour récupérer un nombre acceptable de réponses.

★ Les opérateurs de transformation

N'étant pas nombreux sur le territoire (six opérateurs), ils ont été sollicités par téléphone pour un entretien de quelques minutes. L'objet de l'appel était de déterminer leur mode de fonctionnement, de savoir s'ils travaillaient déjà avec des producteurs biologiques locaux, dans quelle mesure et pour quelles prestations. La fin de l'entretien consistait à savoir s'ils étaient

intéressés par une participation dans le projet de développement des circuits courts bio en Midi Quercy.

★ Les distributeurs

Les distributeurs ont été interrogés à double titre, d'une part en tant que consommateurs de produits biologiques et d'autre part en tant que fournisseurs de produits biologiques au grand public.

Des courriers ont été envoyés puis des contacts téléphoniques pris. Certains ont accepté des rendez-vous physiques.

Le but était de connaître leur gamme de produits biologiques, de savoir s'ils travaillaient déjà avec les producteurs locaux ainsi que d'identifier leurs éventuels besoins quant à des produits biologiques locaux.

6. Restitution des données

6.1 La consommation

- Résumé -

* 660 questionnaires « papier » déposés, associés à une large diffusion par voie électronique du questionnaire parmi les partenaires du Pays Midi Quercy.

* 187 questionnaires récupérés au terme de l'enquête, fin novembre.

* 17 questionnaires incomplets donc inexploitable.

- Base de l'enquête : 167 questionnaires -

6.1.1 Le profil des consommateurs « grand public »

Sur 167 répondants, 126 sont des femmes et 41 des hommes. 110 habitent une commune rurale et 56 une aire urbaine.

Le critère retenu pour différencier la commune rurale de l'aire urbaine est le seuil communément admis de 2 000 habitants. Ainsi les habitants d'Albias, Caussade, Nègrepelisse et Saint-Etienne-de-Tulmont habitent une aire urbaine, d'après le dernier recensement.

Par ailleurs, 141 répondants sont des résidents et 26 des visiteurs.

Les réponses des visiteurs, trop peu nombreux pour être représentatifs, ne seront pas étudiées en détail dans ce document.

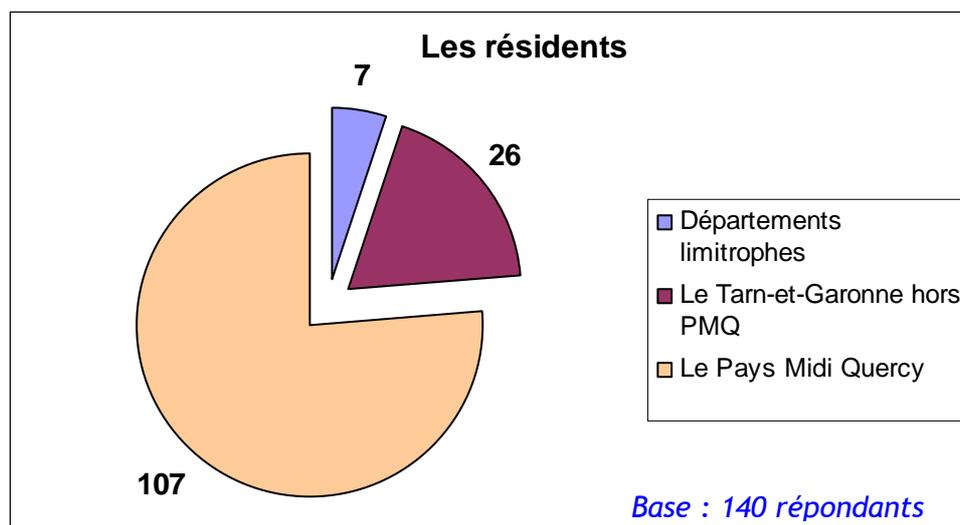


Figure 7 : Origine des résidents interrogés

Les habitants des départements limitrophes ayant répondu à l'enquête habitent pour la majorité dans le Tarn. Les habitants du Tarn-et-Garonne hors Pays, au nombre de 26, habitent pour la

plupart à Montauban (15 d'entre eux), les autres se trouvent dans les cantons de Grisolles (3), Lafrançaise (2) et Castelsarrasin (2).

Concernant les habitants du Pays Midi Quercy, vous trouverez ci-dessous en détail le nombre de répondants par commune. Sachant que le questionnaire n'a été distribué que dans 18 communes sur les 48 que compte le Pays, il est à noter que les répondants sont répartis dans 32 communes du Pays. Le questionnaire a donc bien été diffusé à travers le territoire.

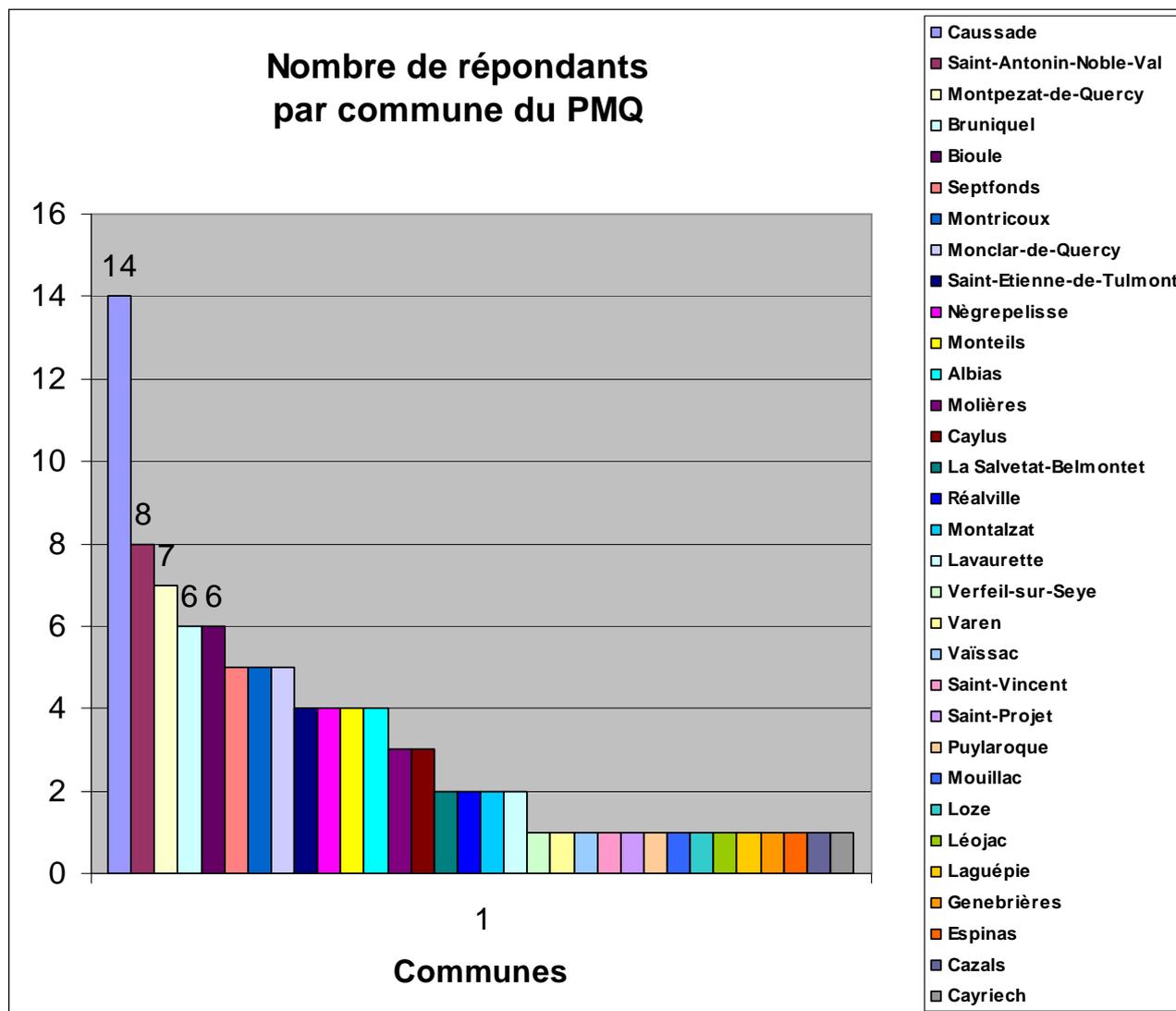


Figure 8 : Origine des résidents interrogés du Midi Quercy par commune

Les résidents représentent un potentiel de consommateurs d'environ 400, étant donné que, sur les 141 répondants au questionnaire, 121 achètent pour un groupe de personnes ou leur famille et que 20 achètent pour eux seuls.

D'après la composition des familles décrite ci-dessous, le nombre total de consommateurs concernés avoisine les 400.

Composition des familles	
Moins de 3 personnes	50
De 3 à 4 personnes	23
De 4 à 5 personnes	31
5 personnes et plus	17

6.1.2 Les habitudes de consommation

★ Les modes de consommation

La question concernant les modes de consommation était à choix multiples, voilà pourquoi, sur une base de 141 répondants, nous comptons 366 réponses à cette question qui figurent dans le diagramme ci-dessous.

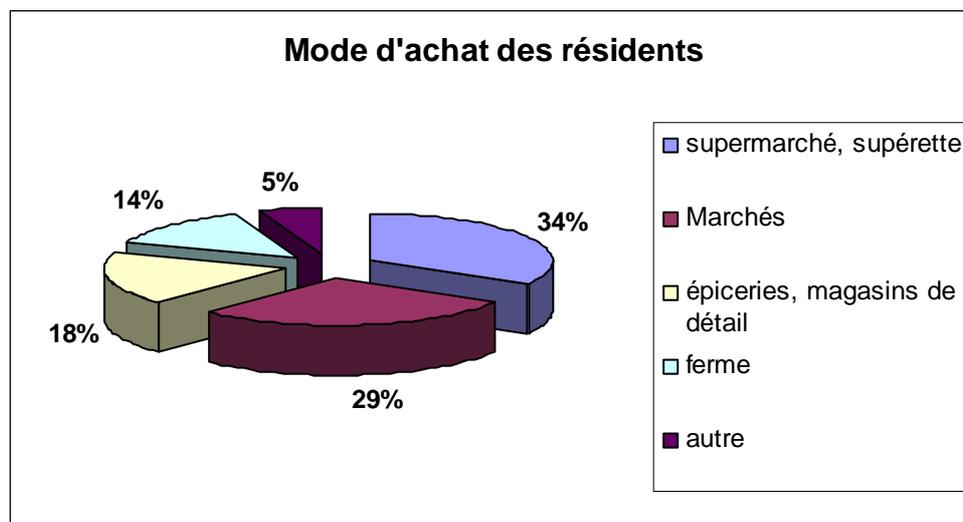


Figure 9 : Mode d'achat des résidents

121 résidents interrogés déclarent se rendre dans un supermarché ou une supérette pour faire leurs courses, 105 vont sur les marchés. 67 déclarent s'approvisionner dans les épiceries ou les magasins de détail (boucher, charcutiers, primeur, etc.). 51 se rendent directement à la ferme pour trouver les produits et 20 s'approvisionnent selon un autre mode.

Parmi les modes cités par ces 20 personnes, 12 font leurs courses dans un magasin spécialisé en produits biologiques, 3 par le biais du Réseau « *Cocagne* » (Jardins des Gorges de l'Aveyron), les autres déclarant s'approvisionner par le biais de la vente par correspondance (2), directement chez eux (2), grâce à une AMAP¹⁴ ou un groupement d'acheteurs (2).

★ Les lieux de consommation

53 % des répondants déclarent faire leurs courses sur le territoire du Pays Midi Quercy, soit 100 répondants, 34 % (64 répondants) se rendent sur l'agglomération montalbanaise. Les 13 %

¹⁴ AMAP : Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne

restants (24 répondants) vont dans les départements limitrophes : l'Aveyron, le Tarn, le Lot et également dans d'autres zones du Tarn-et-Garonne hors Midi Quercy et Montauban.

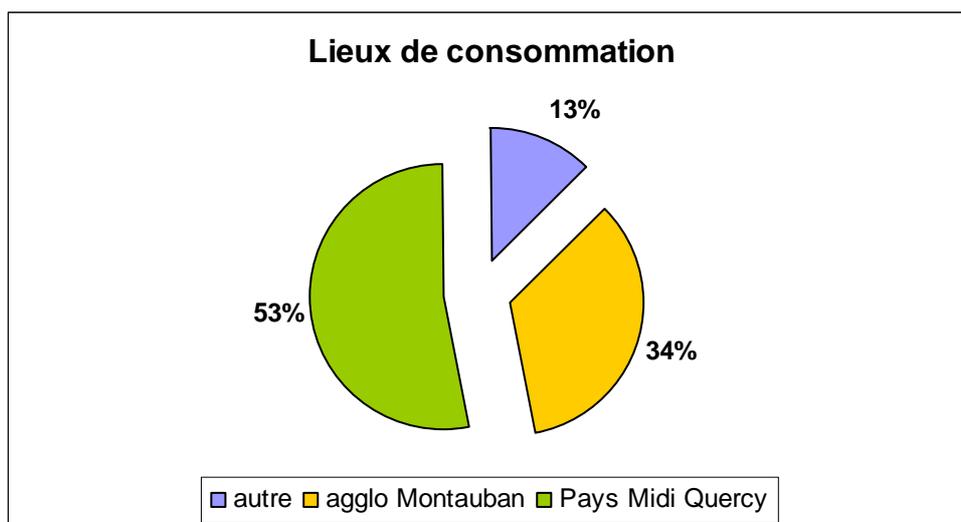


Figure 10 : Lieux de consommation des répondants

6.1.3 La consommation de produits biologiques

Sur 167 répondants, 155 déclarent consommer des produits biologiques et 12 déclarent ne pas en consommer.

Sur ces 155, une différence est à marquer suivant la fréquence de consommation de chacun détaillée dans le graphique ci-dessous.

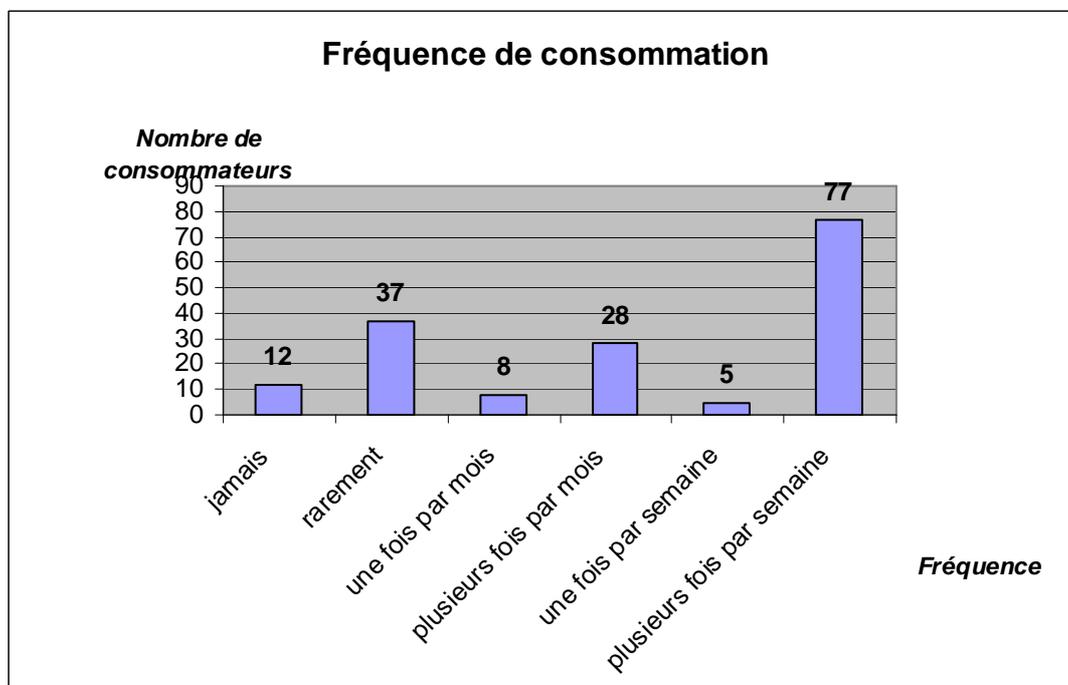


Figure 11 : Fréquence de consommation des répondants

On peut considérer que les répondants ayant déclaré consommer des produits biologiques plusieurs fois par mois, au moins une fois par mois et plusieurs fois par semaine, sont des consommateurs réguliers.

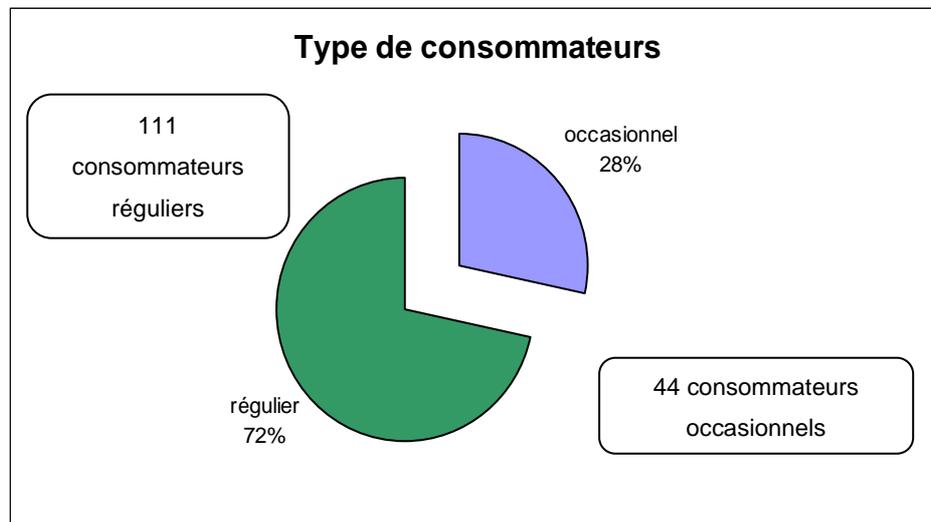


Figure 12 : Part des consommateurs occasionnels et réguliers

★ Les raisons de non consommation

Les douze personnes (15 réponses données) déclarant ne jamais consommer de produits biologiques ont évoqué les raisons suivantes pour expliquer leur choix :

- ✘ Le prix pour sept d'entre eux,
- ✘ Le manque de sensibilisation à l'agriculture biologique pour quatre d'entre eux,
- ✘ Le peu d'intérêt pour l'agriculture biologique pour trois d'entre eux,
- ✘ Le manque d'informations pour trouver des produits bio pour le dernier.

★ Les consommateurs occasionnels

La question a également été posée aux consommateurs occasionnels. Voici leurs réponses, sur la base de 42 répondants ayant donné 67 réponses :

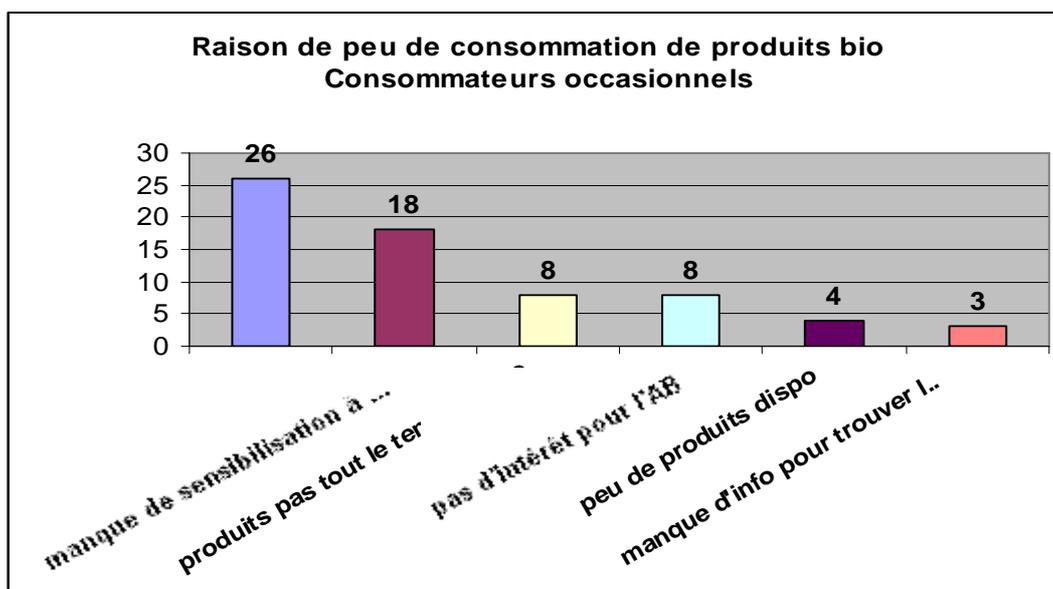


Figure 13 : Freins à la consommation de produits biologiques - consommateurs occasionnels

Le plupart, soit 26 personnes, évoquent le prix comme frein à la consommation de produits biologiques. Vient ensuite le manque de sensibilisation à l'agriculture biologique pour 18 des personnes interrogées. Le manque de disponibilité des produits tout au long de l'année, le peu d'intérêt pour l'agriculture biologique sont cités chacun 8 fois. Enfin, sont cités 4 et 3 fois le peu de produits disponibles et le manque d'information pour trouver ces produits.

★ Les consommateurs réguliers

La question posée ainsi « *Si vous en consommez jamais ou rarement, pour quelles raisons ?* » était adressée aux non consommateurs de produits biologiques et aux consommateurs occasionnels. Pourtant, certains consommateurs réguliers ont souhaité répondre à la question, afin d'exprimer quels étaient les freins qui les empêchaient de consommer davantage de produits biologiques, voire de passer à une alimentation 100 % biologique.

D'après le tableau ci-dessous, le prix reste un frein pour les consommateurs réguliers. En revanche, le fait que les consommateurs ne trouvent pas de produits biologiques lorsqu'ils le souhaitent arrive en deuxième position, devant le fait de n'avoir que peu de choix dans les produits disponibles. Vient ensuite, et c'est une curiosité, deux consommateurs se déclarant « régulier » qui ne trouvent pas d'intérêt dans l'agriculture biologique. Peut-être achètent-ils des produits en fonction d'autres critères comme le goût, indépendamment du fait que le produit en question soit biologique. Enfin, deux personnes éprouvent des difficultés d'accès aux produits biologiques, dues à un manque d'information.

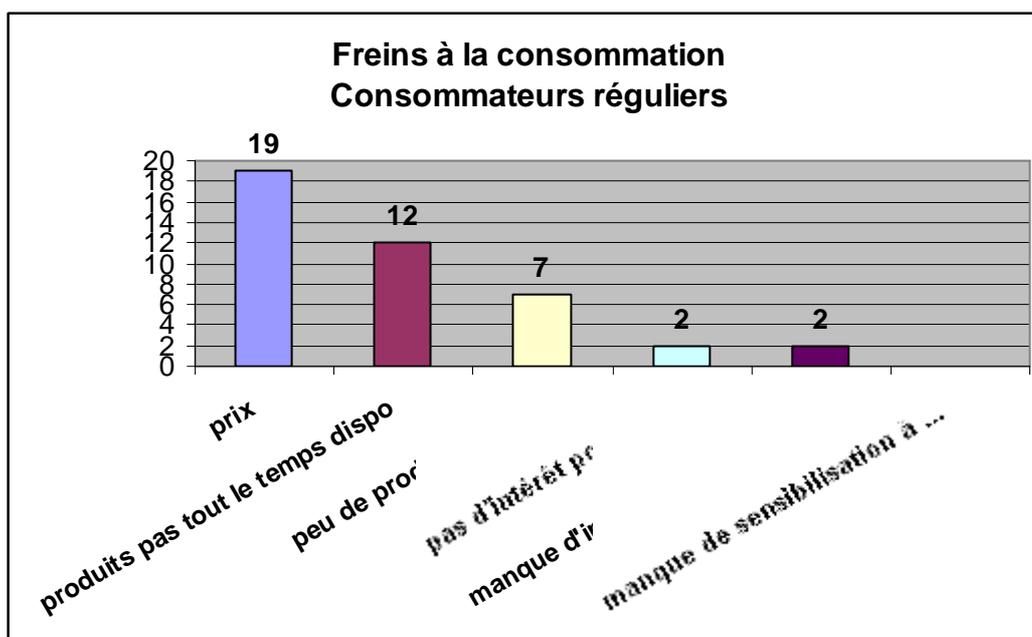


Figure 14 : Freins à la consommation de produits biologiques - consommateurs réguliers

6.1.4 Les produits biologiques consommés

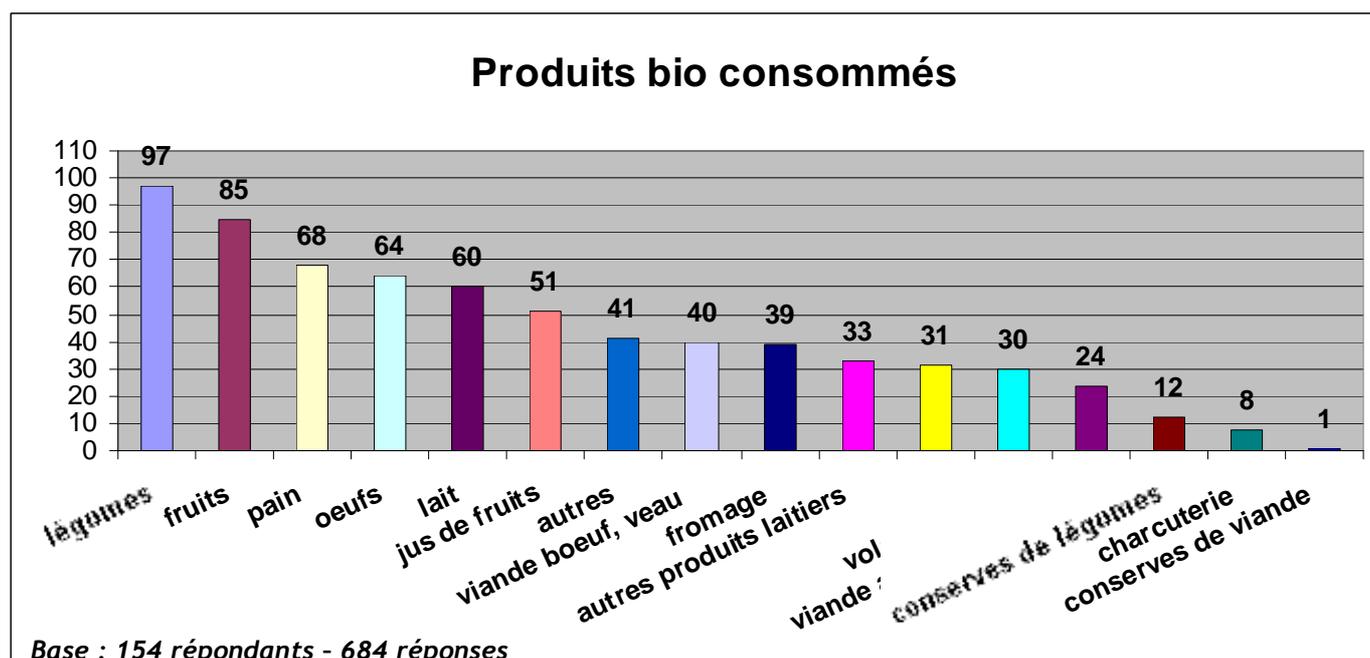


Figure 15 : Catégorie de produits biologiques consommés

D'après le tableau ci-dessus, ce sont les légumes et les fruits qui ont été majoritairement cités, respectivement 97 et 85 fois. Viennent ensuite le pain, les œufs et le lait (68, 64 et 60 fois).

Les produits « autres » cités sont principalement des produits d'épicerie, cités 24 fois. Les céréales et les farines sont citées 13 fois. Enfin, les produits cosmétiques et d'entretien sont cités respectivement 6 et 4 fois.

Les répondants ont donné en moyenne au moins 4 réponses à cette question à choix multiples.

6.1.5 Zoom sur...

...les consommateurs résidents du Pays Midi Quercy déclarant consommer et acheter régulièrement des produits biologiques sur le territoire du Pays Midi Quercy.

Ils sont 63 répondants, représentant 176 personnes (fonction de la composition des familles).

On peut les considérer comme un éventuel « cœur de cible » pour un futur projet de commercialisation des produits biologiques locaux.

Les cinq premiers produits cités sont les mêmes que l'ensemble, à ceci près qu'il n'existe pas une grande différence entre ces cinq produits, cités entre 45 et 35 fois chacun.

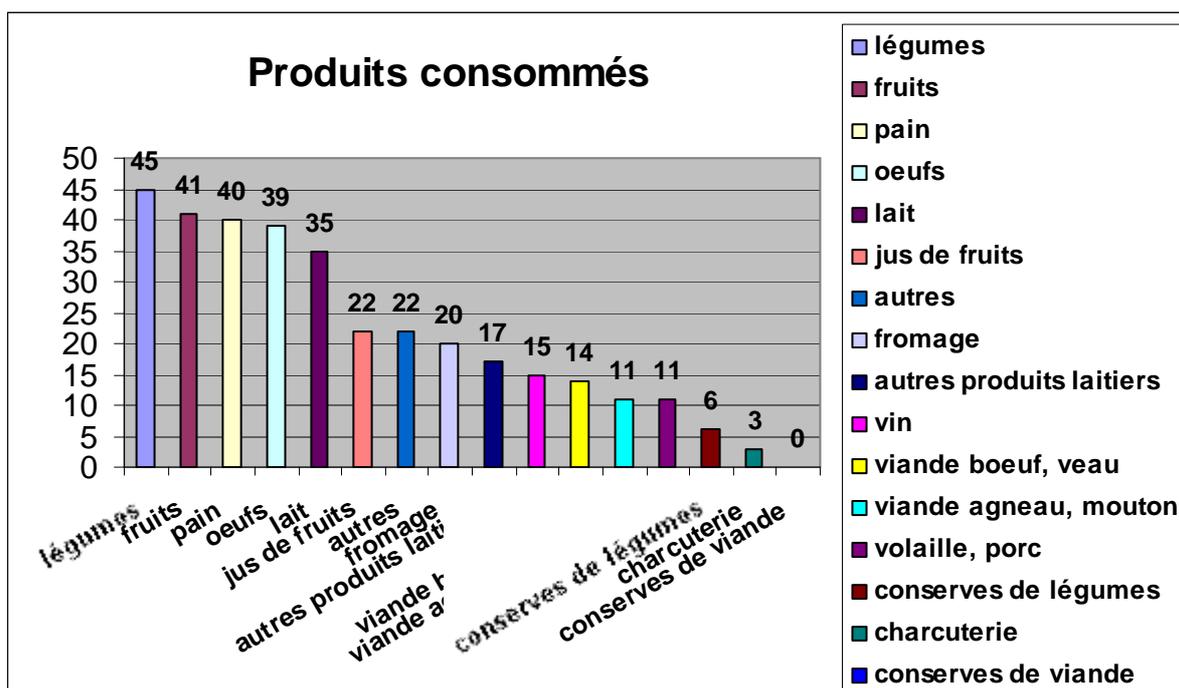


Figure 16 : Catégorie de produits consommés par les résidents du Midi Quercy déclarant consommer et acheter régulièrement des produits biologiques sur le territoire du Pays

6.1.6 Les souhaits de consommation

Sur les 167 personnes interrogées, 95 % soit 158 d'entre elles, déclarent vouloir consommer davantage de produits biologiques ; qu'elles en consomment déjà ou non.

Les personnes interrogées déclarent souhaiter consommer davantage de produits biologiques selon des conditions bien précises, détaillées ci-dessous.

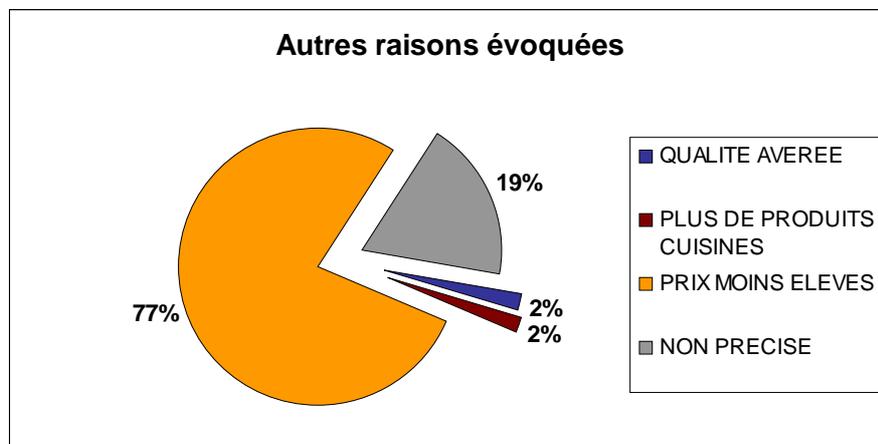
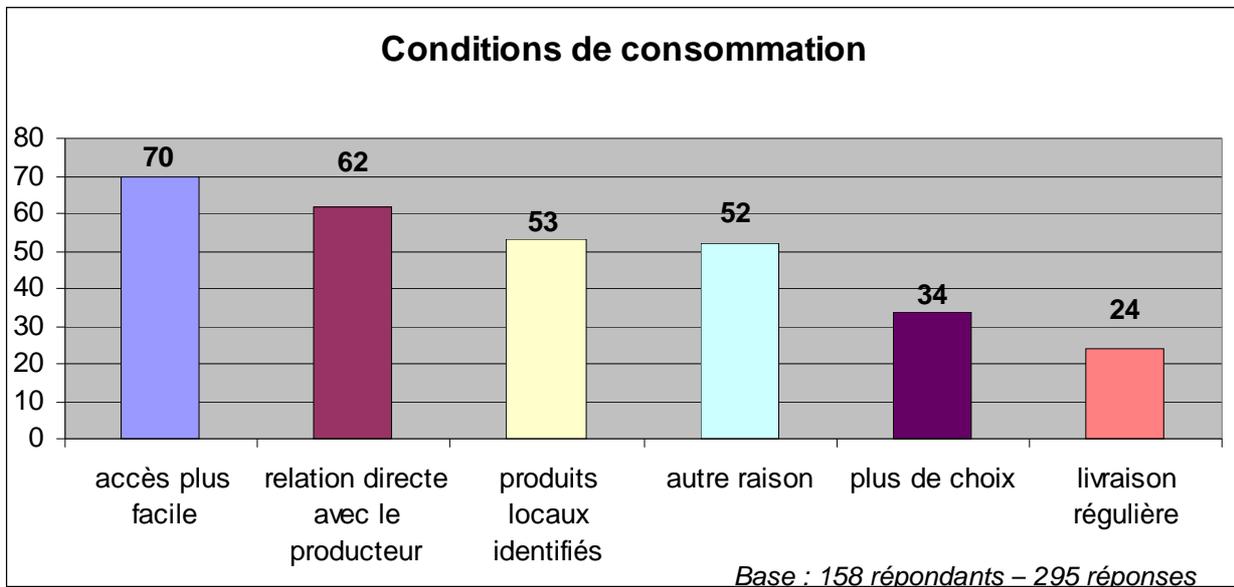


Figure 17 & 18 : Conditions selon lesquelles les répondants souhaitent consommer davantage de produits biologiques

Les réponses sont très variées et aucune ne récolte plus de la moitié du nombre total de réponses. Les quatre premières réponses, toutes au coude à coude, ont chacune une importance certaine. 70 répondants souhaitent avoir accès plus facilement aux produits biologiques, 62 souhaitent avoir une relation directe avec le producteur. 53 répondants souhaitent trouver des produits locaux identifiés. 52 évoquent d'autres raisons, dont pour la plupart des prix moins élevés à l'achat.

★ Les modes de consommation souhaités

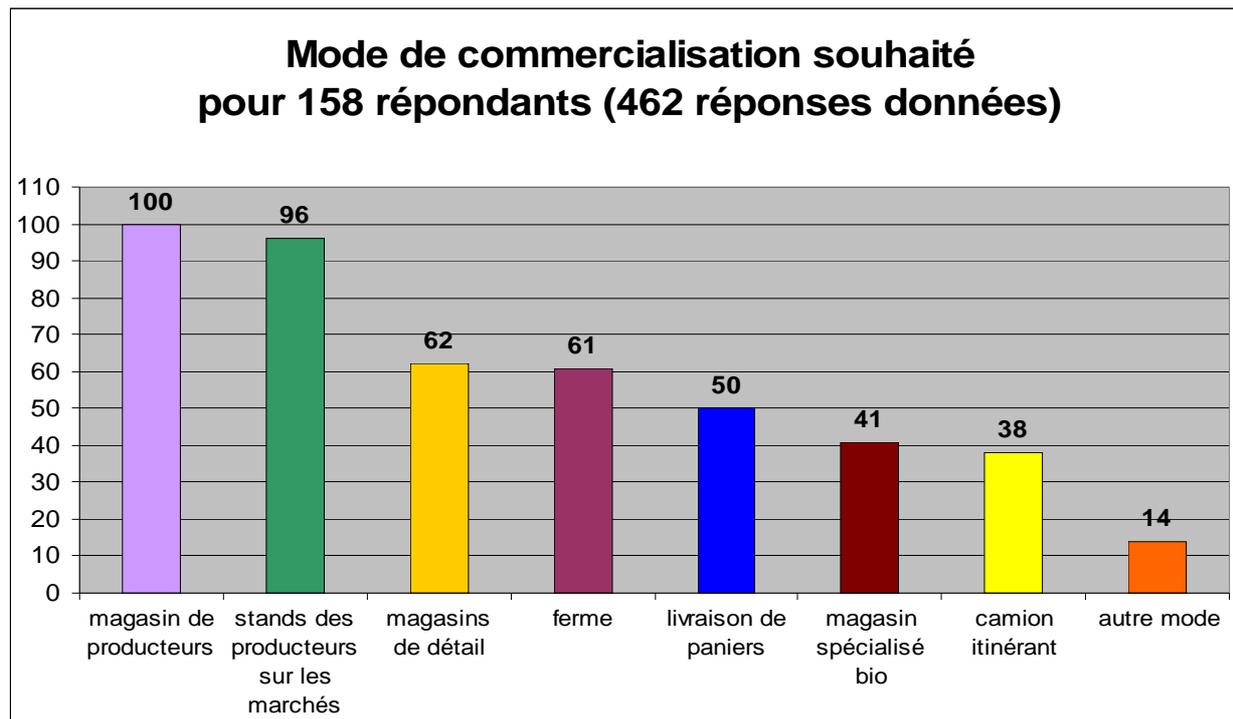


Figure 19 : Mode d'achat souhaité par les répondants

Le magasin de producteurs récolte le plus de suffrages ainsi que les stands des producteurs sur les marchés, ce qui renforce la condition « relation directe avec le producteur » voulue par 62 des consommateurs interrogés à la dernière question.

Loin derrière, cités respectivement 62 et 61 fois, les magasins de détail et la vente à la ferme, puis la livraison de paniers (50), le magasin spécialisé en produits biologiques (41), le camion itinérant (38) et d'autres modes (14) dont 8 qui s'orientent vers des rayons « bio » dans les supermarchés et supérettes du Pays.

★ Les produits souhaités

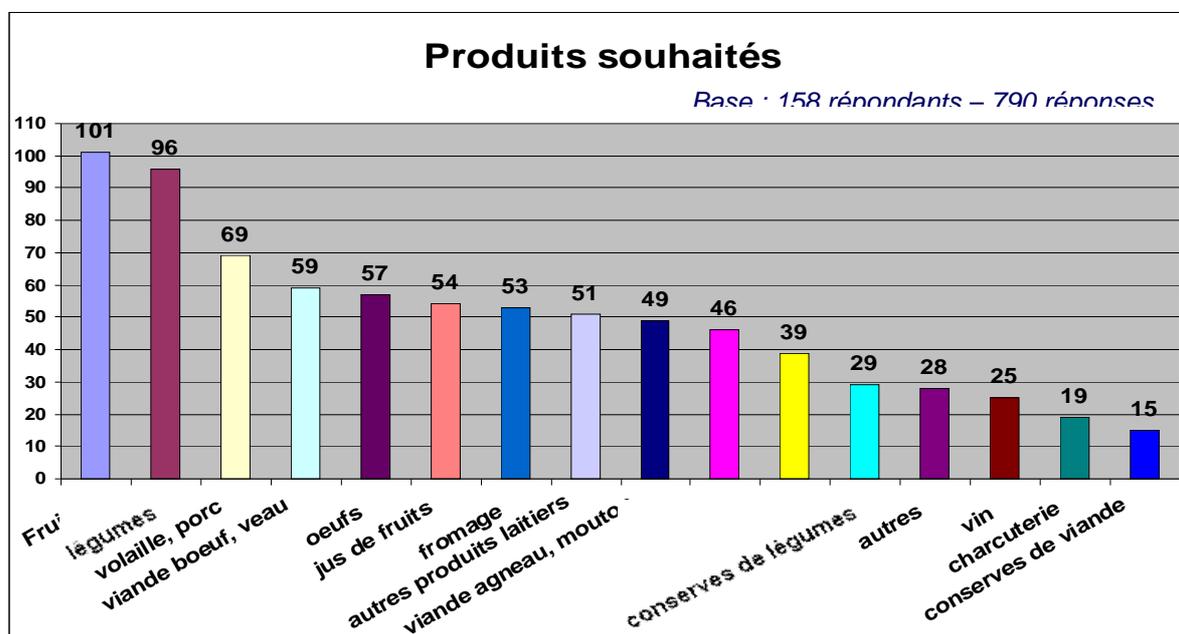


Figure 20 : Catégorie de produits souhaités par les répondants

Les 158 répondants ont donné en moyenne 5 réponses à cette question.

Les fruits sont en tête avec 101 citations, talonnés par les légumes cités 96 fois. La volaille et le porc arrivent en troisième position avec 69 citations, puis la viande de bœuf et de veau citées 59 fois. Les œufs, en cinquième position, sont cités 57 fois.

Les produits « autres » cités sont pour la plupart non précisés. Il est à noter que les produits non alimentaires (ménagers, cosmétiques, vêtements) sont cités 10 fois.

Si l'on fait un parallèle entre les produits consommés et les produits souhaités, comme dans le tableau ci-dessous, on voit une nette différence, avec l'arrivée de la viande dans le quinté de tête au détriment du pain et du lait.

Produits consommés		Produits souhaités	
Légumes	97	Fruits	101
Fruits	85	Légumes	96
Pain	68	Volaille, porc	69
Œufs	64	Bœuf, veau	59
Lait	60	Œufs	57

En conclusion, on peut donc affirmer qu'il existe une réelle volonté des consommateurs de trouver davantage de produits biologiques, tout au long de l'année, principalement des fruits et des légumes et d'entretenir une relation directe avec le producteur, par le biais d'un magasin de producteurs ou sur les stands des agriculteurs sur les marchés de plein vent.

Pour faire écho à cette enquête, l'ensemble de ces données peut être mis en relation avec le Baromètre CSA/Agence Bio de perception des produits biologiques en France réalisé tous les ans depuis 2003 dont vous trouverez des extraits en Annexe 5.

Dans l'ensemble, les données se retrouvent au niveau national, notamment concernant les catégories de produits consommés (les fruits et légumes arrivent en tête), les raisons de non consommation de produits biologiques : le prix et le manque de sensibilisation. Les souhaits de consommation sont également les mêmes. Au niveau national, 98 % des personnes interrogées pensent maintenir ou augmenter leur consommation de produits biologiques, en Midi Quercy, cette part est de 95 %.

On peut tout de même noter certaines différences liées au contexte local, notamment en ce qui concerne les consommateurs occasionnels et réguliers. En Midi Quercy, près de 72 % des personnes interrogées sont des consommateurs réguliers contre 42 % sur le plan national. Ce qui prouve que les personnes ayant répondu à l'enquête étaient déjà sensibilisées à l'agriculture biologique.

6.1.7 Les consommateurs « collectifs »

Les consommateurs dits « collectifs » qui ont été interrogés sont :

- ✖ les chambres d'hôtes,
- ✖ les campings,
- ✖ les établissements de santé,
- ✖ les centres de loisirs,
- ✖ les distributeurs,
- ✖ les cas particulier des communes et des établissements scolaires.

6.1.7.1 Les chambres d'hôtes

Sous le terme « chambre d'hôtes » sont aussi compris les prestataires qui disposent de gîtes, de tables d'hôtes ou de restaurants, associés à une ou plusieurs chambres d'hôte. Ils ont été interrogés sur les services de restauration - petits déjeuners, tables d'hôtes - qu'ils offrent à leur clientèle.

59 chambres d'hôtes ont été recensées sur le territoire du Pays Midi Quercy. Elles ont donc reçu le questionnaire d'enquête pour évaluer leur consommation de produits biologiques.

13 ont retourné ce questionnaire dont 9 qui souhaitent proposer davantage de produits biologiques à leurs clients, pour les petits déjeuners, l'activité « table d'hôte » et restauration. Ces établissements sont déjà consommateurs de produits biologiques, soit dans des épiceries biologiques à Caussade, Montauban, Cahors ou Villefranche de Rouergue, soit directement auprès de certains producteurs sur le territoire du Pays.

Les produits plébiscités sont les fruits, cités huit fois sur neuf, le vin et les légumes, cités 7 fois sur neuf. Viennent ensuite la viande d'agneau, de mouton, la volaille, le porc, les œufs, le pain et les jus de fruits cités 5 fois.

6.1.7.2 Les campings

Bien que soumis au questionnaire d'enquête, les campings ne sont pas des lieux propices pour la vente de produits biologiques, car ils disposent plutôt de snack et pizzeria et n'ont pas forcément de lieu de stockage pour des produits frais à la vente.

Voilà pourquoi seulement deux campings ont répondu sur vingt sollicités. Il apparaît tout de même une possibilité de vitrine de produits locaux au camping municipal de Molières ainsi qu'une possibilité d'animations et de marchés aux campings de Laguépie et de Nègrepelisse.

6.1.7.3 Les établissements de santé

Trois établissements ont répondu sur les sept sollicités. On peut relever une possibilité de réaliser des animations ponctuelles autour de l'alimentation de qualité et la santé au Domaine de Pousignès à Saint-Etienne-de-Tulmont.

6.1.7.4 Les centres de loisirs avec hébergement

Un seul établissement a répondu sur les six sollicités, il s'agit du Moulin de Roumégous à Saint-Antonin-Noble-Val, dont les gérants sont également intéressés par des animations sur l'alimentation de qualité avec repas biologique pris par les convives.

Les centres aérés et centres de loisirs sans hébergement (CLSH) ont été sollicités via les municipalités.

6.1.7.5 Les distributeurs

Un distributeur sur les six interrogés souhaite travailler avec les producteurs locaux pour son rayon « bio » avec la possibilité de réaliser également des animations en magasin. Il s'agit du magasin Intermarché de Caussade centre.

6.1.7.6 Les communes et les établissements scolaires

Les communes et les établissements scolaires du Pays ont eux aussi reçu un questionnaire d'enquête mais parallèlement, s'est mise en place, à l'initiative du Syndicat mixte du Pays Midi Quercy, une expérimentation de restauration collective biologique à laquelle des établissements volontaires ont pu participer.

Un appel à candidature a été lancé début septembre. Une dizaine d'établissements y a répondu favorablement, dont vous trouverez la liste ci-dessous.

Lycée Claude Nougaro	Caussade
Lycée privé Claire Foyer	Caussade
Collège Fragonard	Nègrepelisse
Service de restauration scolaire École publique et privée	Nègrepelisse
Service de restauration scolaire École publique et privée	Monclar-de-Quercy
École communale	Montricoux
École communale	Genebrières
École maternelle	Verlhac-Tescou
Maison de retraite	Saint-Antonin-Noble-Val

Vous trouverez en Annexe 6 une fiche synthétique de présentation de l'expérimentation de restauration collective biologique.

- RÉCAPITULATIF ENQUÊTE CONSOMMATION -

- Consommateurs particuliers -

- * 167 répondants : 126 femmes, 41 hommes - 141 résidents, 26 visiteurs.
- * 155 consommateurs de produits biologiques.
- * Les légumes et les fruits sont les deux produits les plus consommés, viennent ensuite le pain, les œufs et le lait.
- * 158 répondants souhaitent consommer davantage de produits biologiques.
- * La relation avec le producteur est une des conditions fortes vers plus de consommation des produits biologiques locaux, comme l'accès plus facile aux produits.
- * Les fruits et les légumes sont plébiscités, puis la volaille, le porc, le bœuf et le veau, les œufs enfin.
- * Le magasin de producteurs arrive en tête des structures de vente souhaitées.

- A RETENIR : Fruits & légumes + relation directe avec les producteurs -

- Consommateurs collectifs -

- * 13 chambres d'hôtes dont 9 intéressées pour proposer davantage de produits biologiques à leurs clients, pour leurs petits déjeuners, les tables d'hôtes et la restauration.
- * Un établissement de santé et un centre de loisirs intéressés par des animations ponctuelles avec repas bio sur l'alimentation de qualité.
- * Un distributeur intéressé pour travailler avec des producteurs biologiques locaux.
- * Les établissements scolaires font l'objet d'une opération spécifique d'expérimentation d'introduction d'ingrédients biologiques dans les repas des convives.

- A RETENIR : Possibilité de fournir différents types de publics professionnels -

6.2 Les acteurs locaux de la filière biologique

6.2.1 Les producteurs

Les producteurs conduisant leur exploitation selon le mode biologique sont au nombre de 54 sur le territoire du Pays. On ne parle ici que des agriculteurs contrôlés par un organisme certificateur.

Sur ces 54 agriculteurs, 22 ont répondu à l'enquête qui leur a été envoyée dans le courant de l'été. Nous avons également pu récupérer des informations concernant dix autres producteurs suite à une étude qui avait été menée en 2005 sur le même type de questions.

Le taux de réponses à cette enquête est donc de 59,3 %.

★ La typologie des exploitations

Il existe de grandes disparités sur le Pays entre des exploitations de moins d'un hectare et d'autres de 200 ha. La taille moyenne de ces 32 exploitations est de 49,37 ha, légèrement supérieure à la moyenne nationale de 48,8 ha.

Ces exploitations sont toutes certifiées « AB » et donc répertoriées auprès de l'Agence Bio. Une seule exploitation bénéficie d'une double certification agriculture biologique et agriculture biodynamique (logo Déméter).

Elles emploient 55 personnes en tout. 15 exploitations sont unipersonnelles, 12 comptent deux travailleurs, 3 emploient trois personnes et seulement deux emploient 4 personnes.

★ Les productions

Sur 32 répondants, tous ont un atelier de productions végétales. 28 produisent des céréales, des oléagineux et/ou des protéagineux. Dix cultivent des légumes, six des fruits, trois sont viticulteurs.

On dénombre douze agriculteurs en seules productions végétales. Ils ne sont que trois céréaliers purs sur le territoire du Pays Midi Quercy. Les autres producteurs combinent les grandes cultures (céréales, oléagineux, protéagineux) avec l'élevage ou avec d'autres productions végétales.

On ne dénombre également que quatre producteurs exclusifs de fruits et légumes dont un producteur de plants de légumes.

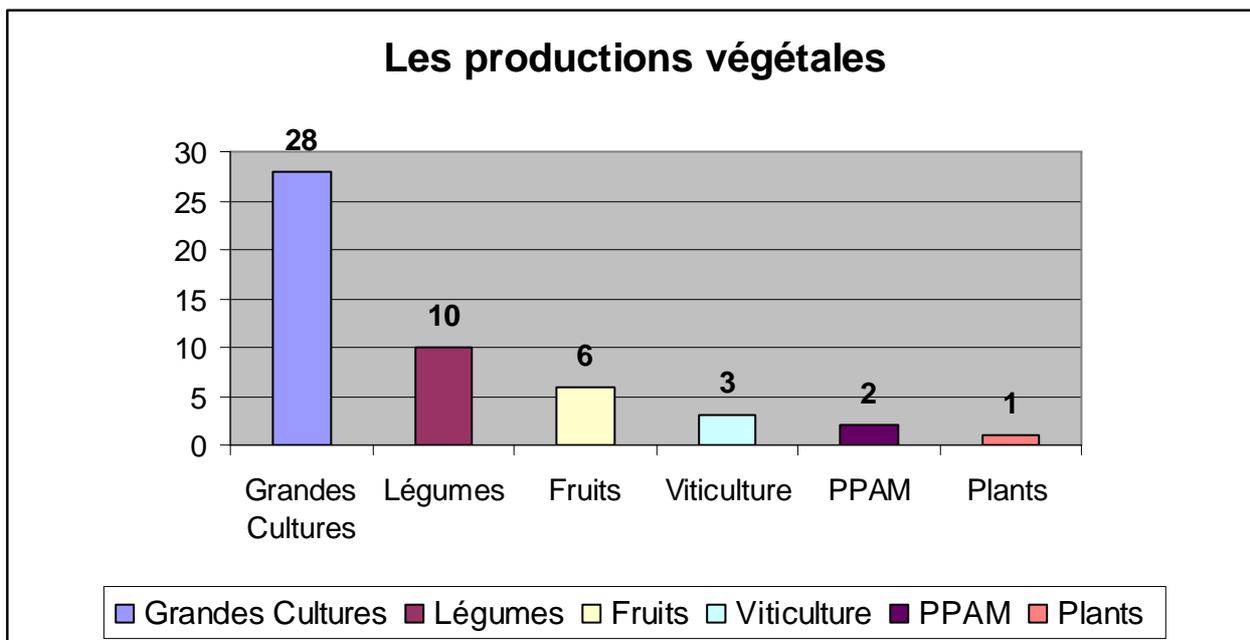


Figure 21 : Les productions végétales biologiques en Midi Quercy

Pour ce qui concerne les productions animales, ce sont les élevages de bovins viande qui sont les plus nombreux, au nombre de onze. Viennent ensuite à égalité les bovins lait et les ovins viande avec respectivement quatre producteurs. On dénombre deux ateliers « volaille » dont un éleveur d'autruches et un de poules pondeuses. Il existe ensuite un atelier en caprins lait et un en apiculture. Aucune production de porcs ni de brebis n'a été répertoriée sur le territoire du Pays.

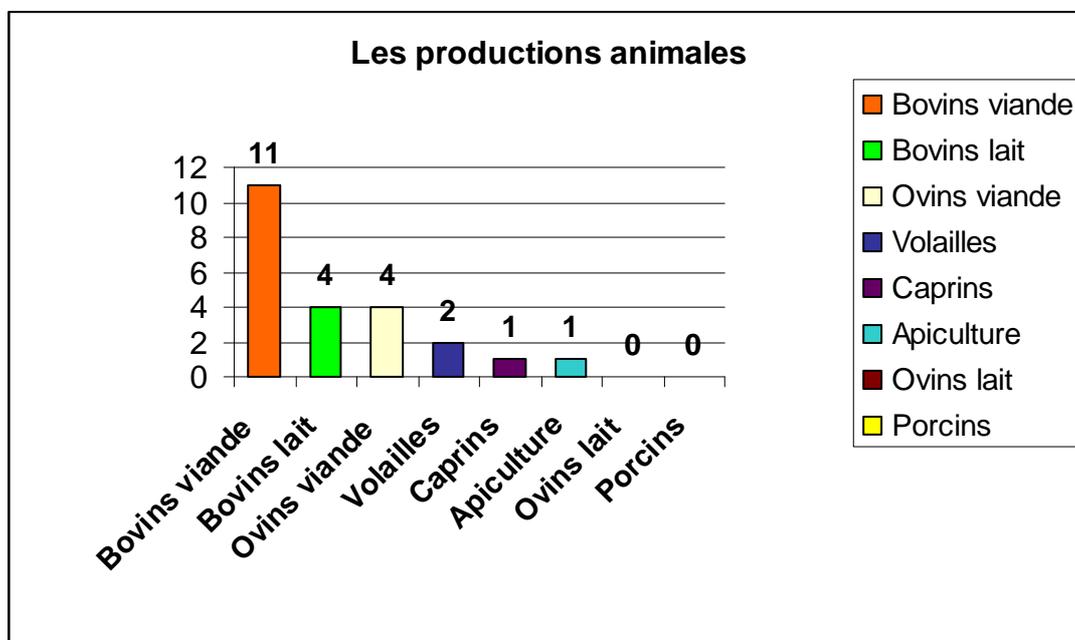


Figure 22 : Les production animales biologiques en Midi Quercy

Seules deux exploitations combinent plusieurs productions animales. Dix producteurs ne pratiquent que l'élevage, la production de céréales étant réservée à l'alimentation du troupeau. Onze producteurs sont en « polyculture élevage », c'est-à-dire qu'ils disposent d'un élevage

couplé à d'autres productions végétales. Treize exploitations sont spécialisées en production végétale.

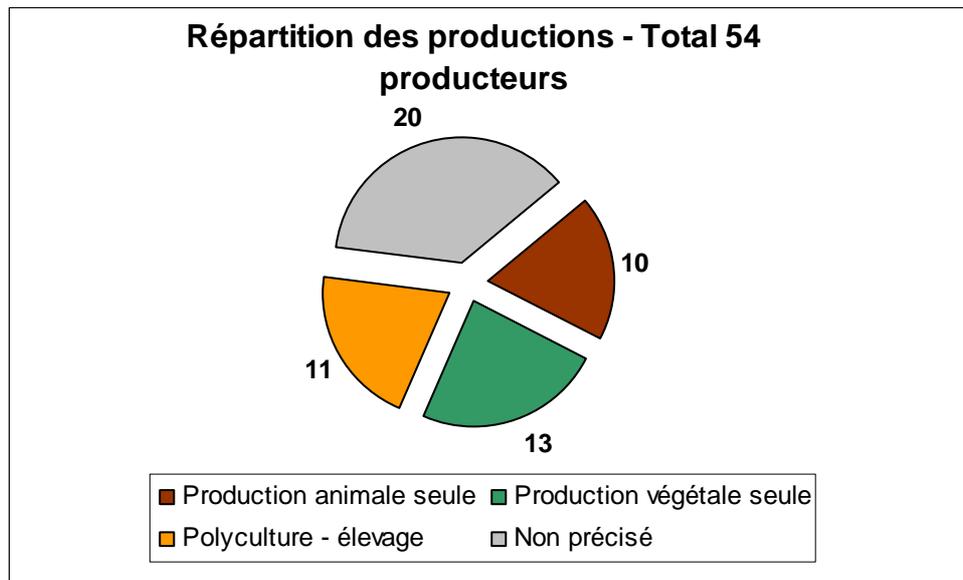


Figure 23 : Répartition globale par type de productions sur l'ensemble du Midi Quercy

★ La transformation

18 des 32 exploitations interrogées transforment leurs productions, dont huit d'entre elles à la ferme : produits laitiers, fromages, huiles, vins, farines, pains, entre autres. Les dix autres producteurs passent par une structure extérieure, principalement pour l'abattage et la découpe des animaux. Aucun agriculteur ne dispose d'une salle d'abattage à la ferme. Les structures d'abattage et de découpe sont pratiquement toutes hors Pays Midi Quercy et hors département. Ont été cités l'abattoir de Montauban couplé avec la salle de découpe de Beauvais-sur-Tescou dans le Tarn, l'abattoir et la salle de découpe de Puylaurens dans le Tarn, Sadevia à Villefranche-de-Rouergue et Tio dans le Gers, salle de découpe 100 % bio. On compte également un producteur qui fait transformer ses jus de fruits au Domaine de Laffitte à Mirabel.

★ La commercialisation

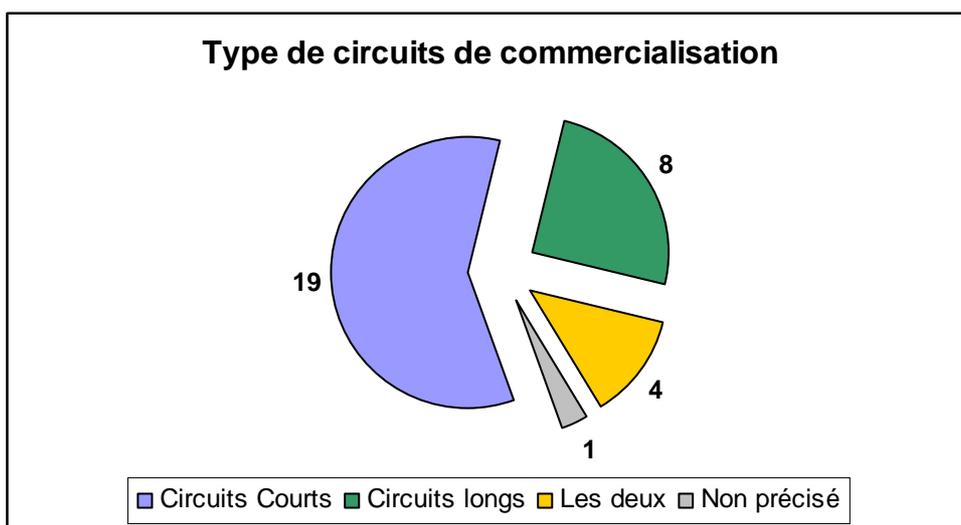


Figure 24 : Part des circuits longs et courts pour la commercialisation des productions du Midi Quercy

19 des 32 répondants commercialisent déjà leurs productions en circuits courts, principalement sur les marchés, cités 13 fois, puis en vente à la ferme, citée 12 fois et dans les magasins de détail (magasins spécialisés pour la plupart) cités 11 fois. Six vendent leurs productions par le biais de paniers ou de caissettes (pour la viande), huit selon d'autres modes : vente indirecte à des restaurateurs, des magasins de producteurs, les Jardins des Gorges de l'Aveyron, à d'autres agriculteurs (huile, foin).

Huit écoulent leurs productions exclusivement en circuits longs, via des coopératives ou des grossistes. Les autres structures citées sont une huilerie, une meunerie ainsi que la vente à l'export.

Enfin, quatre producteurs vendent leurs productions par le biais des deux types de circuits.

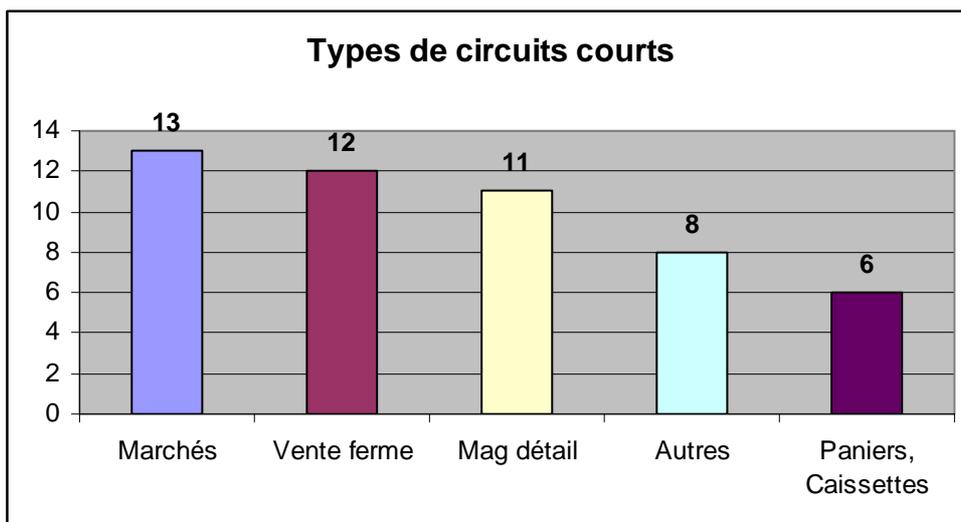


Figure 25 : Type de circuits courts

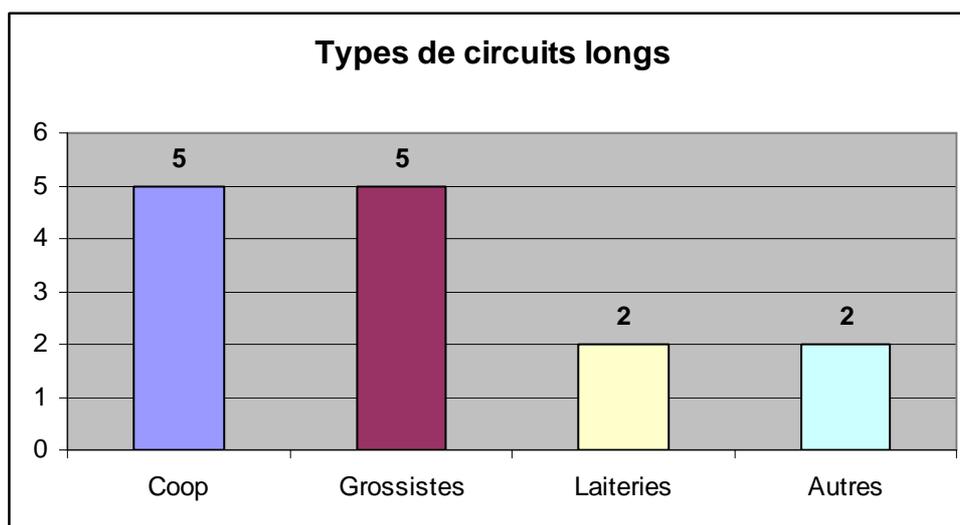


Figure 26 : Type de circuits longs

★ La valorisation en « bio »

Concernant la valorisation des productions, il est à noter que sur les 22 agriculteurs ayant répondu à l'enquête 2007, 13 seulement valorisent l'ensemble de leurs productions avec le label « AB ». Sept ne valorisent que partiellement leurs productions selon le mode biologique. Il s'agit souvent des bêtes dites « de réforme », c'est-à-dire les poules en fin de ponte et les vaches en fin de traite. Certaines filières, comme celle de la viande bovine, souffrent du manque d'opérateurs de transformation et d'un réseau de distribution structuré localement, voilà pourquoi les animaux partent souvent dans le circuit conventionnel, même s'ils ont été élevés selon le mode biologique.

Les deux derniers producteurs interrogés ne valorisent pas du tout leurs productions sous le label « AB », c'est-à-dire que l'exploitation est certifiée mais pas le produit final.

6.2.2 Les transformateurs

Ils sont au nombre de six sur le territoire du Pays Midi Quercy :

- ✘ Essenciagua à Laguëpie, distillerie d'huiles essentielles, atelier 100 % biologique,
- ✘ Ets Faucher à Montricoux, meunerie, atelier mixte,
- ✘ La Butinerie à Varen, confiserie 100 % biologique,
- ✘ Domaine de Laffitte à Mirabel, presse à jus, atelier mixte,
- ✘ Le Pain Rustique à Monclar-de-Quercy, boulangerie 100 % bio,
- ✘ Ets Cournille à Caussade, boulangerie mixte.

La moitié correspond à des ateliers exclusivement biologiques mais ce sont des productions qui ne concernent pas des produits recherchés en premier lieu par les consommateurs, puisqu'il s'agit de bonbons et de produits à base d'huiles essentielles ; la troisième entité étant une boulangerie biologique basée à Monclar-de-Quercy.

Les autres transformateurs ont une activité dite « mixte », c'est-à-dire biologique et non biologique. On compte une meunerie, une boulangerie et un atelier de transformation des productions fruitières en jus.

La plupart des opérateurs contactés sont intéressés par le développement de la production biologique et par un projet collectif. Trois, notamment, sont tout à fait prêts à travailler avec les producteurs locaux dans le cadre d'un projet collectif de vente, afin d'associer leurs produits à ceux proposés par les agriculteurs. Ils proposent également d'aider les agriculteurs, par le biais de ce projet collectif, en partageant leur expérience en matière de stratégie commerciale et de gestion.

La boulangerie de Monclar-de-Quercy se tourne vers la restauration collective. Elle fournit déjà les écoles de Monclar-de-Quercy en pain biologique une fois par semaine. Elle travaille d'ailleurs en partenariat avec Bio 82 et la SCIC Resto Bio Midi Pyrénées pour l'expérimentation de restauration collective en cours sur le Pays Midi Quercy.

Pour ce qui est de l'abattage des animaux, les producteurs ont fait état d'un manque d'opérateurs sur le territoire. En effet, les opérateurs les plus proches se trouvent dans le Tarn (Beauvais/Tescou et Puylaurens) ou l'Aveyron (Villefranche-de-Rouergue), ce qui occasionne des déplacements nombreux et longs pour l'abattage et la découpe des viandes.

6.2.3 Les distributeurs

Seuls les opérateurs « GMS » ont été interrogés, c'est-à-dire les grandes et moyennes surfaces du Pays, au nombre de six. Trois sont des magasins indépendants, c'est-à-dire qu'ils choisissent librement leurs fournisseurs. Les trois autres sont affiliés à une chaîne de magasins qui fournit directement tous les produits par le biais d'une centrale.

Sur l'ensemble des gérants de magasins interrogés, seul un se déclare prêt et intéressé pour travailler avec des producteurs locaux, ce qu'il fait déjà pour des productions non biologiques. Il est prêt à travailler avec les producteurs locaux afin de les aider à commercialiser leurs productions et envisage même des animations ponctuelles sur l'agriculture biologique en magasin.

Dans l'ensemble, les grandes et moyennes surfaces ne travaillent que très peu directement avec les producteurs locaux, étant donné les contraintes d'approvisionnement (certains ont des pénalités s'ils ne passent pas par la centrale d'achat) et les difficultés dans la régularité des approvisionnements auprès de producteurs locaux.

Il existe un distributeur spécialisé en produits biologiques sur le territoire du Pays : Atout Bio à Caussade. Il travaille pour certains produits avec les producteurs locaux. Pour les produits frais

notamment, il passe aujourd'hui par le biais d'un grossiste. Si une centralisation de l'offre se met en place, il ne se dit pas opposé à travailler de nouveau avec les producteurs locaux en priorité.

- RÉCAPITULATIF « FILIÈRE BIO » -

- Production -

- * 54 producteurs biologiques sur le territoire du Pays Midi Quercy
- * 25 en production végétale exclusive (grandes cultures, légumes, fruits, viticulture)
- * 12 éleveurs exclusivement (bovins viande, bovins lait, ovins viande, volailles, caprins, apiculture)
- * 17 en polyculture élevage
- * 18 des 32 répondants transforment leurs productions dont 8 à la ferme
- * 19 vendent déjà leurs productions en circuits courts
- * 8 vendent en circuits longs
- * 4 par le biais des deux types de circuits

- Opérateurs de transformation -

- * 6 opérateurs de transformation sur le territoire du Pays Midi Quercy
- * 3 établissements 100 % bio dont deux ateliers « atypiques »
- * Transformateurs intéressés par l'agriculture et les produits biologiques locaux, par l'émergence d'un projet collectif, certains prêts à y participer

- Distribution -

- * 6 GMS qui travaillent très peu avec les producteurs locaux en direct
- * 1 opérateur intéressé pour travailler en partenariat avec les producteurs locaux
- * 1 distributeur spécialisé en produits biologiques qui travaille peu avec les producteurs locaux

7. Stratégie de développement des circuits courts biologiques en Pays Midi Quercy

7.1 *Les priorités*

7.1.1 L'objet initial

Le projet tel que défini initialement consiste en la réalisation d'un état des lieux de la filière biologique locale et des besoins de consommation locale visant à monter un projet de vente des productions biologiques locales en circuits courts, aux particuliers comme aux clients professionnels.

Il ne faut donc pas perdre de vue cet objectif de proposer une offre regroupée de produits biologiques locaux à deux types de clientèle distincts : les particuliers et les professionnels.

7.1.2 Rappel des conclusions de l'étude

L'étude des besoins de consommation et de la filière biologique locale oriente la stratégie de développement vers des points bien définis.

L'étude « consommation » montre que les personnes interrogées plébiscitent les fruits et les légumes. De l'avis même de certains producteurs, ces deux gammes de produits représentent des produits d'appel dans un regroupement d'offre. Et ce sont des produits qui amènent une fidélisation plus importante étant donné qu'ils constituent une base dans l'alimentation quotidienne.

Les consommateurs souhaitent également trouver davantage de produits carnés, leur choix s'orienterait davantage vers les volailles et le porc, justement deux productions peu représentées sur le territoire du Midi Quercy.

Concernant les modes d'achat, une grande majorité sollicite l'achat dans un magasin tenu par des producteurs ainsi que l'achat sur les stands des producteurs sur les marchés de plein vent.

De plus, si 95 % des personnes interrogées déclarent vouloir consommer davantage de produits biologiques, ce n'est qu'aux conditions d'un meilleur accès aux productions biologiques locales et de relations directes avec les producteurs.

L'étude de la filière biologique locale montre, elle, des leviers d'action mais également quelques freins.

En premier lieu, il semble que les volumes de production soient assez bien écoulés à l'heure actuelle, que ce soit en circuits courts ou en circuits longs. Par conséquent, une meilleure prise en compte de la demande locale entraînera, d'une part la nécessité d'une planification de la

production et d'autre part une nécessité de développement, notamment concernant les fruits et les légumes, si la demande s'accroît et se structure dans la durée. Par ailleurs, il s'agira d'encourager les installations et/ou les conversions d'agriculteurs conventionnels pour des productions manquantes ou peu représentées sur le territoire du Pays comme la production d'œufs, de porcs, de volaille et de fruits, entre autres.

Le temps de conversion étant de deux à trois ans selon les cultures, une solution intermédiaire pourra être trouvée le temps que les productions soient effectivement « biologiques ».

Deuxièmement, il semblerait que le manque d'opérateurs de transformation soit un frein pour une meilleure valorisation des productions locales. En effet, les producteurs ressentent de manière forte le manque d'un atelier de découpe des viandes ainsi que d'un atelier de transformation des fruits et légumes. A l'heure actuelle, ils sont obligés de se déplacer hors du département pour l'abattage et la découpe de leurs bêtes, ce qui occasionne des frais de transport importants, sans parler des conséquences en terme de pollution.

Troisièmement, en ce qui concerne la distribution, chaque producteur en vente directe dispose de ses propres circuits et de son propre cercle de clients sur les marchés, en vente à la ferme, ou par le biais de caissettes pour la viande. Les distributeurs du Pays ne travaillent que très peu avec les producteurs locaux, y compris le magasin spécialisé à Caussade.

Suite à ces conclusions, il apparaît essentiel de proposer une offre regroupée aux consommateurs locaux, composée en priorité de fruits et légumes mais suffisamment diversifiée pour fidéliser de futurs clients. Il apparaît également important d'organiser la commercialisation afin que les consommateurs trouvent plus facilement des produits biologiques locaux et de structurer la production afin qu'ils puissent trouver le plus de produits locaux et de saison possibles.

7.1.3 Modalités de l'appel à projets du Conseil régional pour l'année d'expérimentation

Le projet de développement des circuits courts biologiques en Pays Midi Quercy est actuellement dans sa phase d'ingénierie, telle que définie dans l'appel à projets, qui correspond à l'année 1 du projet.

Pour accéder à l'année 2 dudit projet, intitulée phase d'expérimentation, il sera nécessaire de déposer un dossier de candidature auprès des services du Conseil régional, détaillant le projet de développement proposé.

L'année 1 est financée à 70 % par le Conseil régional, pour un plafond de 23 000 €. L'année 2 sera financée à 50 %, pour un plafond de 23 000 € également.

D'autres cofinancements publics ainsi que des financements solidaires seront envisageables.

Un seul projet pouvant contenir des « sous projets », comme des manifestations, des actions de communication, etc., sera validé et financé par le Conseil régional, sous réserve qu'il respecte les critères de l'économie solidaire.

Les dépôts de candidature sont possibles aux dates suivantes : 1^{er} avril 2008, 16 juin 2008 et 1^{er} octobre 2008 avec un délai d'instruction et donc un avis donné par la commission responsable deux mois après la date de dépôt.

L'aide financière apportée par le Conseil régional et les autres co-financeurs permettra de lancer l'activité de vente en circuits courts.

7.2 Stratégie proposée

7.2.1 Le projet de type « Binée Paysanne »

En Bretagne, il existe une association loi 1901 sous le nom de « La Binée Paysanne ». Il s'agit d'une association de producteurs biologiques qui se sont regroupés pour vendre ensemble leurs productions. L'association compte aujourd'hui 17 producteurs, un seul par type de production.

Ils vendent leurs produits par le biais d'un site Internet : www.labineepaysanne.com.

Les clients, munis d'un identifiant et d'un mot de passe qu'ils ont préalablement demandé, effectuent leurs commandes jusqu'au mercredi midi, pour une commande disponible le vendredi soir. Ils font leurs courses, comme dans un magasin, ils choisissent ce qu'ils veulent acheter, ils choisissent même le lieu où ils veulent être livrés. Les lieux de dépôt de leurs commandes sont cinq ou six des 17 fermes associées dans La Binée Paysanne.

Le retrait de la commande se fait le vendredi soir, dans l'un des cinq lieux de dépôt, de 17h 30 à 19h30. Les clients paient à la commande. Aucune garantie de paiement ne leur est demandée avant l'enlèvement de la commande. Ils paient l'association. Celle-ci reverse aux producteurs, tous les mois, les recettes qui correspondent à la vente de leurs produits moins 10 % réservés au fonctionnement de l'association.

Pour la confection des commandes, tous les producteurs se retrouvent le vendredi matin. Ils ont été informés du volume qu'ils devaient fournir pour la semaine par le salarié de l'association. Lorsque les commandes sont prêtes, les cinq producteurs dont les fermes sont lieux de dépôt, repartent avec les commandes correspondantes.

Concernant l'organisation interne, l'association dispose d'un salarié à temps partiel. Les producteurs se retrouvent toutes les semaines pour confectionner les commandes et se retrouvent une fois par mois en conseil d'administration. Le siège de l'association se trouve dans une des fermes.

★ Les avantages de ce système

Pour les consommateurs, d'une part, il s'agit d'un système souple et non contraignant contrairement à d'autres nouveaux systèmes telles les AMAP, les Associations de Maintien d'une Agriculture Paysanne, où le contenu des paniers est imposé et où le type de produits est restreint. La plupart des AMAP ne fournit que des fruits et légumes.

Dans le cas présent, les consommateurs choisissent le type de produits qu'ils souhaitent et la quantité.

Il ne leur est demandé aucune garantie de paiement, aucun numéro de carte bancaire avant le retrait de leur commande au lieu de dépôt. Cela se passe comme dans un magasin, ils paient lorsqu'ils arrivent « à la caisse ». Cela engage une relation de confiance entre consommateurs et producteurs.

Pour un public de travailleurs, qui n'a pas forcément le temps de faire ses courses ni l'envie, ce système de commande en ligne est un véritable gain de temps. De plus, le lieu de dépôt étant laissé au libre choix du client, si celui-ci veut, pour un souci de temps, être livré à tel endroit plutôt qu'à tel autre un vendredi précis, il le signale sur son bon de commande.

Enfin, aucune durée d'engagement, aucune cotisation ni aucun abonnement n'est demandé au client. Il est par exemple libre de commander une seule fois un kilo de carottes.

Pour les producteurs, d'autre part, ce système est beaucoup plus avantageux qu'un magasin de producteurs « réel », c'est-à-dire dans un local, en un point fixe du territoire. Ce dispositif est beaucoup plus léger car il n'impose pas de lourds investissements en matériel de stockage, de rayonnage, en location ou achat d'un local. De plus, la présence d'un salarié et/ou des producteurs de 9h à 19h tous les jours n'est pas nécessaire.

A terme, lorsque le système a une certaine ancienneté, la part de la production qui est vendue par ce biais peut équivaloir à la part de production vendue sur un marché, ce qui permet au producteur, s'il le souhaite, d'arrêter un marché pour se consacrer davantage à sa production et à son développement, étant donné qu'il ne perd pas une demi-journée voire une journée, à aller sur un marché de plein vent.

Enfin, ce système permet aux producteurs d'un même territoire de travailler collectivement, de se voir et d'échanger toutes les semaines. Il s'agit d'un véritable pari sur l'avenir qui est fait en commun par un groupe de producteurs d'un même territoire.

★ Les précautions à prendre pour un bon fonctionnement

Qui dit projet collectif dit travail en équipe et concessions nécessaires. Il s'agit de bien cadrer l'activité par l'implication active des producteurs : ils ne doivent pas se reposer sur l'association mais la faire vivre. Voilà pourquoi en Bretagne, en plus de la confection des commandes toutes les semaines, un conseil d'administration est organisé tous les mois pour pallier d'éventuels

problèmes, désaccords et assurer un suivi de l'activité, tant au niveau logistique que comptable et financier.

La présence d'un salarié est fortement souhaitable, ne serait-ce que pour la gestion des commandes, de la prospection vers de nouveaux clients, de la communication, de la gestion financière, etc.

Enfin, dans un souci de transparence et de qualité vis-à-vis des consommateurs, il est évidemment indispensable de garantir l'origine, la traçabilité et la qualité des produits proposés. Il faut donc disposer de tous les certificats attestant que les produits proposés sont bien issus du mode de production biologique. Il faut, en interne, assurer un contrôle de qualité et de fraîcheur des produits proposés chaque semaine.

7.2.2 Une transposition en Midi Quercy

Après avoir présenté « La Binée Paysanne » aux producteurs biologiques du Pays Midi Quercy présents lors de la réunion de restitution des résultats de l'enquête « consommation » le 20 décembre dernier à Montricoux, un groupe de producteurs ayant trouvé cette idée originale et innovante, a décidé de se lancer dans un même projet à adapter aux caractéristiques du territoire et de la production du Midi Quercy.

Le projet décrit ici a été présenté lors du prochain comité de pilotage du projet « Développement des circuits courts biologiques en Pays Midi Quercy » le 28 janvier dernier à Nègrepelisse.

★ Identification

Il s'agit de créer une structure de commercialisation regroupant différents producteurs du Pays Midi Quercy afin de proposer, par le biais d'un site Internet, les mêmes services que ceux d'un magasin de producteurs.

★ Motifs

Ce projet s'appuie d'une part sur les conclusions de l'étude des besoins de consommation et d'autre part sur les motivations personnelles de chaque agriculteur. Nous ne détaillerons pas ici les besoins des consommateurs puisqu'ils sont déjà évoqués à plusieurs reprises plus haut dans ce document.

Les motivations des producteurs sont de plusieurs ordres. Ils souhaitent dans un premier temps se saisir des résultats de l'enquête et répondre de manière organisée et collective à la demande locale dans un souci de développement local, afin de pallier la disparition des services d'alimentation de proximité et des petits commerces dans les villages.

Ils sont également intéressés par la dynamique collective et le fait de pouvoir partager et échanger toutes les semaines entre producteurs. De plus, ils sont très attachés à leur territoire et sont prêts à participer à son développement afin de re-créeer du lien social entre population agricole et grand public ainsi qu'avec les clients professionnels.

★ Objectifs

Outre de répondre à la demande identifiée par l'étude des besoins de consommation, les producteurs ont une volonté de développer leurs productions mais également de développer plus globalement la production biologique sur le territoire du Pays et d'amener les agriculteurs du pays vers des pratiques plus durables.

Ils sont très attachés à la notion de proximité afin d'une part de re-localiser leurs ventes et d'éviter les transports inutiles et d'autre part, d'offrir à la population locale des produits locaux.

★ Clientèle visée

Les consommateurs particuliers du Pays Midi Quercy sont le cœur de cible de la future activité de vente. Cependant, un site Internet n'ayant pas de frontières, si des consommateurs de Montauban se manifestent et souhaitent venir chercher leur commande dans l'un des lieux de dépôt proposés, rien n'empêchera de satisfaire leur demande.

Une entrée sera également réservée aux clients dits « professionnels » avec un système adapté pour la planification des commandes et une offre de prix de gros.

★ Ressources nécessaires

Le magasin de producteurs en ligne ne nécessite que très peu de ressources matérielles. La structure aura besoin d'un siège, donc d'un local, se trouvant en un point central par rapport à l'ensemble des producteurs et de leur localisation sur le Pays. Le point central semble être la commune de Septfonds.

Du matériel bureautique sera également nécessaire ainsi que du matériel de stockage : réfrigérateurs ou glacières, des contenants pour les commandes (paniers, poches papier, cagettes, etc.).

Enfin, il faudra créer un site Internet de vente de type « La Binée Paysanne ». L'architecture de ce site est disponible auprès du bureau d'études qui a créé le site pour l'association de producteurs en Bretagne.

7.2.3 Méthodologie et planning d'actions

Il a été décidé par le groupe de producteurs de présenter le dossier de candidature au Conseil régional à la date du 16 juin 2008 afin d'avoir une réponse pour l'année d'expérimentation début août et de pouvoir ainsi démarrer l'activité de vente au début de l'automne.

D'ici au 16 juin, il incombera donc au groupe de producteurs ainsi qu'à la chargée de mission de :

- ✘ Établir un plan de financement prévisionnel faisant état des dépenses prévues (investissement et fonctionnement) et des financements apportés, dont les cofinancements publics et les financements solidaires sur trois ans.
- ✘ Étudier l'ensemble des points réglementaires relatifs à l'activité de vente par Internet : aspects juridiques, fiscaux, sociaux (emplois créés), etc.
- ✘ Étudier l'ensemble des points réglementaires relatifs à la confection et au transport des commandes : aspects juridiques et fiscaux (transfert de propriété des produits, éléments de comptabilité, etc.) et aspects sanitaires, notamment concernant la chaîne du froid (à voir avec la direction départementale des services vétérinaires).
- ✘ Définir un socle commun, un « règlement intérieur » à la structure listant l'ensemble des engagements de chaque producteur en matière de production (qualité, certification biologique, contractualisation sur des volumes, etc.) et portant également sur l'ensemble de la logistique et de l'organisation interne à la structure.
- ✘ Créer une structure juridique porteuse de l'activité de vente : orientation dans un premier temps vers une association pouvant par la suite évoluer vers le passage au statut de SCIC : Société Coopérative d'Intérêt Collectif afin de pouvoir intégrer d'autres « associés » que les seuls producteurs : transformateurs, collectivités, etc.
- ✘ Élaborer un guide d'évaluation de l'année d'expérimentation de l'activité au regard de l'économie solidaire : impacts de l'activité sur le développement local, en terme d'utilité sociale et d'économie solidaire.
- ✘ Élaborer un plan de communication et de sensibilisation (visites de fermes, manifestations, etc.) pour le lancement de l'activité de vente ainsi qu'une stratégie de développement commercial sur l'année d'expérimentation : évaluation du chiffre d'affaires prévisionnel par producteur en fin d'année d'expérimentation.

Le planning d'actions est en cours de réflexion au sein du groupe de producteurs.

7.2.4 L'action sur l'amont

Parallèlement à la création de cette activité de vente des productions biologiques locales, il semble important à l'ensemble des partenaires d'agir également sur la structuration de l'amont de la filière biologique, c'est à dire le développement de la production sur le territoire.

D'une part, la présence d'un nombre croissant et diversifié de producteurs et de productions biologiques permettra à l'activité de vente de répondre à la demande qu'il sera difficile aux

onze producteurs initiaux de satisfaire pleinement, si, comme nous l'espérons, elle se développe et se pérennise. D'autre part, le Pays Midi Quercy a inscrit comme objectif dans sa charte de développement durable de promouvoir des pratiques agricoles durables sur son territoire.

Un travail a déjà été engagé en ce sens entre Bio 82 et l'ADASEA sur l'année d'ingénierie afin de recenser, sur le territoire du Midi Quercy, d'une part parmi les agriculteurs déjà installés, et d'autre part, parmi les porteurs de projet à l'installation, des personnes intéressées par la vente en circuits courts, par le mode de production biologique et par le projet de développement en cours.

Une réunion d'information a déjà eu lieu, présentant dans un premier temps le projet de développement des circuits courts biologiques sur le Pays Midi Quercy, les aspects techniques relatifs à la production biologique puis les différentes aides à disposition des agriculteurs pour faciliter la conversion ou l'installation en agriculture biologique.

Cette réunion devait réunir une quinzaine de porteurs de projet ou d'agriculteurs, mais la date coïncidant avec plusieurs autres événements, seuls sept ont pu se déplacer. L'ADASEA et Bio 82 renouvelleront cette expérience pour les agriculteurs n'ayant pas pu se déplacer ce jour-là le 19 février prochain à Caussade.

Par ailleurs, l'association « Terre de Liens » nouvellement créée sur Midi-Pyrénées mais ayant déjà des délégations dans d'autres régions, a décidé de faire une étude sur plusieurs territoires de la région, dont le Pays Midi Quercy fait partie, concernant les aspects liés à l'accès au foncier dans le cadre d'installations agricoles.

Le but de cette association est d'engager, à la suite de cette étude, une action de réserve de foncier sur un ou plusieurs des territoires étudiés afin de faciliter l'accès au foncier pour des porteurs de projet en recherche de terres.

Terre de liens dispose d'un outil financier appelé « La Foncière ». Il s'agit d'« *un outil permettant de collecter de l'investissement solidaire auprès du grand public pour financer l'acquisition de lieux en soutien à des projets locaux. Inspirée des structures foncières locales (GFA et SCI mutuels), elle vise à donner une ampleur nationale à ces initiatives en organisant la solidarité entre les projets et les territoires*¹⁵. »

L'ensemble de ces éléments tend à engager une large réflexion sur l'installation agricole sur le territoire du Pays Midi Quercy.

¹⁵ Source : <http://www.terredeliens.org/spip.php?rubrique108>

Conclusion

Bien que non exhaustive, cette étude a permis au Syndicat Mixte du Pays Midi Quercy, en dressant un état des lieux de la filière biologique locale, de pouvoir évaluer l'impact des activités liées à l'agriculture biologique sur son territoire et d'apprécier ses potentiels et freins de développement.

Rappelant dans un premier temps le cadre d'évolution du projet proposé ainsi que la problématique liée à l'émergence d'une économie solidaire, au développement des circuits courts et à l'évolution nécessaire des pratiques agricoles, cette étude a contribué à définir les bases d'un potentiel projet de développement des circuits courts biologiques en Pays Midi Quercy.

S'appuyant sur un travail collectif amorcé entre producteurs du territoire, le projet proposé s'attachera à véhiculer les valeurs de l'économie solidaire, de l'agriculture biologique et du Pays Midi Quercy à travers son activité économique.

Les producteurs ici engagés souhaitent valoriser les ressources naturelles et humaines de ce territoire, en proposant des produits locaux de qualité et en renouant ce lien entre actifs agricoles et population locale, afin de sensibiliser aux enjeux actuels et futurs relatifs à la protection de l'environnement, à la nécessité de retrouver une alimentation de qualité et de renforcer les liens qui existent sur un même territoire.

Ce projet peut entraîner une véritable dynamique de l'activité agricole sur le territoire du Pays, en lien avec l'ensemble des partenaires concernés, avec les collectivités constituant le Pays et avec les consommateurs locaux, avec lesquels il est important de re-crée un lien fort et durable.

Vous pouvez retrouver l'ensemble de ces informations sur le site Internet du pays www.midi-quercy.fr à la rubrique « Agriculture Durable ».

- ANNEXES -

<u>ANNEXE 1 : LES DIFFÉRENTS TYPES DE CIRCUITS COURTS.....</u>	<u>56</u>
<u>ANNEXE 2 : CARTE DES AGRICULTEURS ENGAGÉS EN AGRICULTURE BIOLOGIQUE SUR LE PAYS MIDI QUERCY</u>	<u>56</u>
<u>ANNEXE 2 : CARTE DES AGRICULTEURS ENGAGÉS EN AGRICULTURE BIOLOGIQUE SUR LE PAYS MIDI QUERCY</u>	<u>57</u>
<u>ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRE CONSOMMATION « GRAND PUBLIC »</u>	<u>58</u>
<u>ANNEXE 4 : QUESTIONNAIRE CONSOMMATION « COLLECTIFS RÉSIDENTS »</u>	<u>61</u>
<u>ANNEXE 5 : EXTRAITS DU BAROMÈTRE CSA / AGENCE BIO 2007 RELATIF À LA PERCEPTION ET À LA CONSOMMATION DES PRODUITS BIOLOGIQUES</u>	<u>64</u>
<u>ANNEXE 6 : FICHE DE PRÉSENTATION DE L'EXPÉRIMENTATION « RESTAURATION COLLECTIVE BIOLOGIQUE ».....</u>	<u>71</u>

Annexe 1 : les différents types de circuits courts

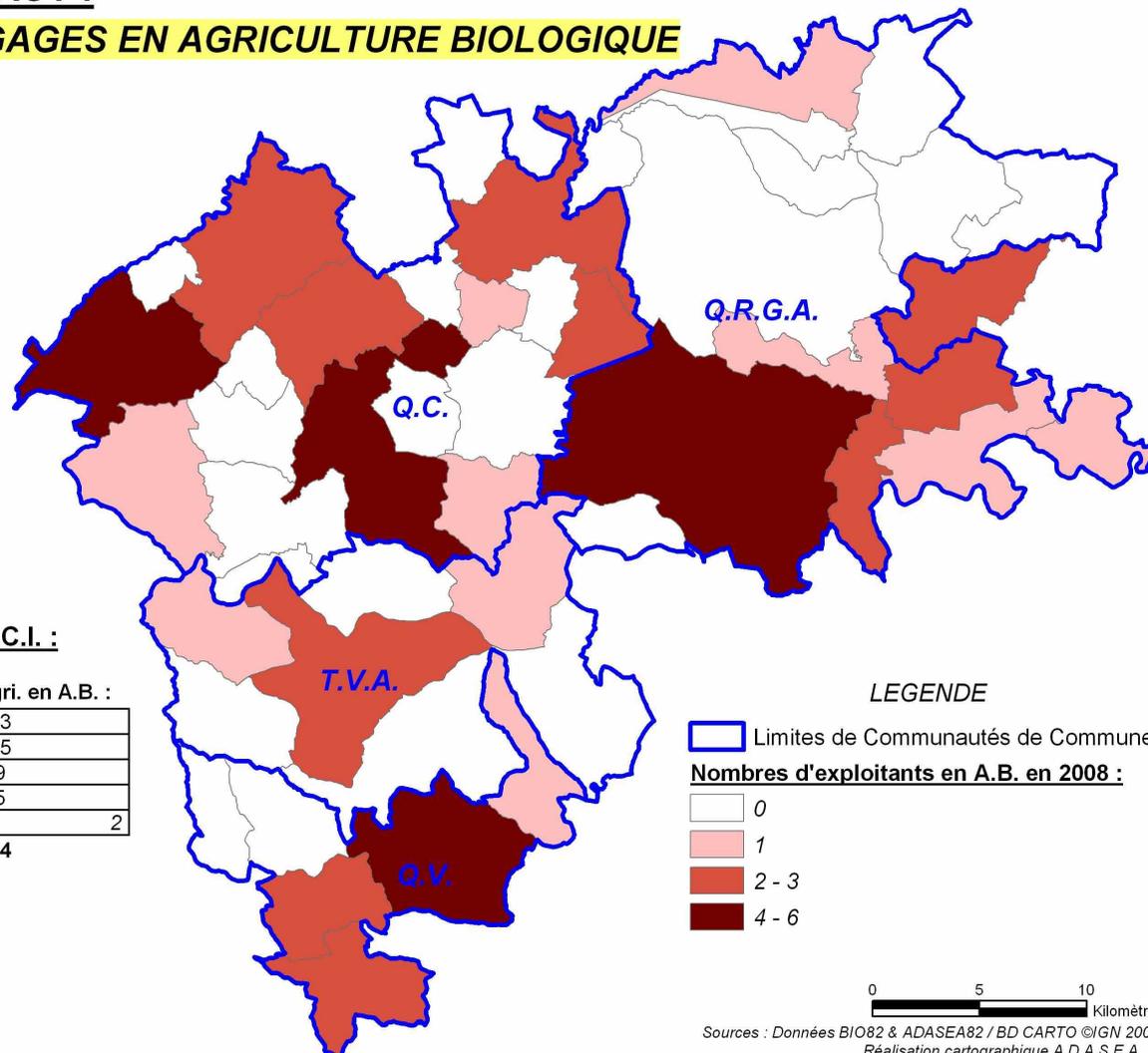
Les différents types de circuits courts

Type de vente		Définition	
VENTE DIRECTE ¹	Vente à la ferme	Vente par un exploitant ou un groupement d'exploitants indépendants (type GAEC) des produits de l'exploitation, bruts ou transformés, aux particuliers, sur le lieu même de la ferme. Cette forme de vente est souvent complétée par une présence sur les marchés polyvalents. On rencontre parfois la vente par cueillette, les consommateurs assurent eux-mêmes la cueillette.	
	Vente collective	Point de vente collectif	Quelques producteurs qui souhaitent faire de la vente directe en commun créent une structure collective pour commercialiser leurs produits. Ils restent propriétaires de leurs produits jusqu'à la vente au consommateur final (selon le statut choisi) et chacun engage sa propre responsabilité. Le magasin est tenu par les producteurs eux-mêmes avec un système de roulement lors des permanences.
		Panier collectif	Vente de produits de plusieurs producteurs dans un seul panier préparé à l'avance, panier type ou sur commande.
	Marchés	Marché polyvalent	Ces marchés sont organisés par les municipalités. Tous types de marchands non sédentaires (dont des agriculteurs) ont la possibilité d'y participer à condition d'avoir sollicité une place auprès des organisateurs.
		Marché de producteurs	Marché ayant lieu principalement sur un lieu public. Il est régulier ou saisonnier, est composé exclusivement de producteurs fermiers et exclut tout type de revente.
		Marché à la ferme	Vente par des exploitants des produits de leurs exploitations, bruts ou transformés, aux particuliers sur le lieu même d'une ferme, lors d'une journée ou d'un week-end, avec en général des animations (en général une à deux fois par an).
	Vente en tournées	Vente en tournée	Vente par déplacement du producteur vers le consommateur, par un circuit à proximité des habitations et/ou des points fixes à dates fixes.
		Point relais de livraison	Vente par déplacement du producteur vers le consommateur, avec livraison d'une commande prise à l'avance, dans un point fixe de livraison, à date fixe.
	Vente à domicile	Il y a vente à domicile lorsque le contrat d'achat d'un produit a été signé au domicile du consommateur, dans un hôtel, une salle des fêtes... ou tout lieu où le client a été invité à s'y rendre par courrier, fax, téléphone...	
	Vente à distance	par correspondance	Vente avec livraison différée à domicile, par commandes de produits à partir d'un catalogue personnel à l'agriculteur ou un catalogue général multiproduits géré éventuellement par un organisme. Cette forme de vente se développe également via Internet
Vente dans les foires et salons		Vente ponctuelle lors d'une manifestation organisée par un organisme public ou privé, dont la durée est connue à l'avance. Cette manifestation peut regrouper toutes sortes de stands, ou uniquement des producteurs fermiers.	
VENTE INDIRECTE	À la restauration	Restauration traditionnelle	Forme de vente en circuit court où l'intermédiaire restaurateur achète les produits à l'agriculteur qui assure la livraison en quantités variables.
		Restauration collective	Forme de vente en circuit court où l'intermédiaire collectivité achète des produits fermiers à l'agriculteur qui assure la livraison en quantités importantes.
		Ferme auberge	Dans le cadre de son activité de restauration, une ferme auberge peut vendre ses produits mais aussi ceux des fermes voisines. Elle devient alors l'intermédiaire entre le producteur et les clients de l'auberge.
	à un commerçant		Vente à un commerçant indépendant (boucher par exemple), à des établissements ou à leur centrale d'achat.
	à un non commerçant	Dépôt vente	Vente en dépôt-vente dans la ferme ou le point de vente d'un autre producteur fermier.

Annexe 2 : Carte des agriculteurs engagés en agriculture biologique sur le Pays Midi Quercy

PAYS MIDI-QUERCY :

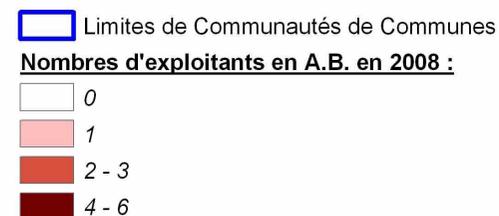
AGRICULTEURS ENGAGES EN AGRICULTURE BIOLOGIQUE



Synthèse chiffrée par E.P.C.I. :

Cté. de Communes :	Effectifs Agri. en A.B. :
Q.C.	23
Q.R.G.A.	15
Q.V.	9
T.V.A.	5
Hors E.P.C.I.	2
TOTAL :	54

LEGENDE



Date : 20/01/2008



Sources : Données BIO82 & ADA5EA82 / BD CARTO ©IGN 2001.
Réalisation cartographique A.D.A.S.E.A. 82

Annexe 3 : Questionnaire consommation « grand public »

Enquête sur la consommation de produits biologiques en Pays Midi Quercy

1. Vous êtes...

- Une femme / un homme
- Résident du Pays Midi Quercy : vous habitez _____
- Résident d'une autre zone du Tarn-et-Garonne : vous habitez _____
- Visiteur en séjour dans le Pays Midi Quercy : basé à _____
- Visiteur de passage : vous logez à _____. Vous venez de _____
- Autre : _____

Votre résidence principale se trouve dans : une commune rurale / une aire urbaine

2. Vous êtes visiteur, vous faites vos courses le plus souvent :

- Sur les marchés
- Dans un supermarché, une supérette
- Dans les épiceries, les magasins de détail : bouchers, charcutiers, primeur, etc.
- A la ferme pour les produits du terroir : fromages, légumes, etc.
- Autre mode : _____
- Pour vous seul ? Pour un groupe ou votre famille de ____ personnes ?
- Dans la zone du Pays Midi Quercy (Villes de Caylus, Caussade, Nègrepelisse, St Antonin, etc.)
- Autre : _____

3. Vous êtes résident, vous faites vos courses généralement :

- Sur les marchés
- Dans un supermarché, une supérette
- Dans les épiceries, les magasins de détail : bouchers, charcutiers, primeur, etc.

- A la ferme pour les produits du terroir : fromages, légumes, etc.
- Autre mode : _____

- Pour vous seul ?
- Pour un groupe ou votre famille de ____ personnes ?

- Dans la zone du Pays Midi Quercy (Villes de Caylus, Caussade, Nègrepelisse, St Antonin, etc.)
- Sur la zone de l'agglomération Montalbanaise
- Autre : _____

4. Consommez-vous des produits biologiques ?

- Plusieurs fois par semaine
- Une fois par semaine
- Plusieurs fois par mois
- Une fois par mois
- Rarement (moins d'une fois par mois)
- Jamais

5. Si vous en consommez rarement ou jamais, pour quelles raisons ?

- Le prix est trop élevé.
- Vous n'êtes pas assez sensibilisé à l'agriculture biologique.
- Il y a trop peu de produits disponibles.
- Vous ne trouvez pas tout le temps des produits « bio ».
- Vous ne savez pas où ni comment les trouver.
- Vous ne voyez pas trop d'intérêt à consommer des produits biologiques.

6. Quel type de produits biologiques achetez-vous le plus souvent ?

- Des fruits
- Des légumes
- De la viande de bœuf, de veau,
- De la viande d'agneau, de mouton
- De la volaille, du porc
- Du lait
- Du fromage
- D'autres produits laitiers (yaourts, crèmes, etc.)
- Des jus de fruits
- Des conserves de légumes
- Des conserves de viande
- De la charcuterie
- Des œufs
- Du pain
- Du vin
- Autres : _____

7. Seriez-vous prêt à consommer davantage de produits biologiques ?

- OUI NON

8. Dans quelles conditions ?

- Si vous aviez plus de choix,
- Si vous les trouviez plus facilement,
- Si vous aviez à faire directement au producteur,
- Si on vous les livrait régulièrement dans un point de dépôt défini,
- S'il s'agissait de produits locaux identifiés,
- Autre raison :

9. Achèteriez-vous davantage de produits biologiques si vous les trouviez...

- Sur les stands des producteurs dans les marchés OUI / NON
- Par le biais d'un camion itinérant qui passe dans les villages..... OUI / NON
- Dans un magasin spécialisé en produits biologiques OUI / NON
- Dans un magasin tenu par des producteurs biologiques locaux OUI / NON
- Dans des magasins de détail : bouchers, charcutiers, primeur, etc. OUI / NON
- À la ferme OUI / NON
- Par le biais d'une livraison de paniers de produits OUI / NON
- Autre mode : _____ OUI / NON

10. Quel type de produits biologiques souhaiteriez-vous avoir davantage à votre disposition ?

- Des fruits
- Des jus de fruits
- Des légumes
- Des conserves de légumes
- De la viande de bœuf, de veau,
- Des conserves de viande
- De la viande d'agneau, de mouton
- De la charcuterie
- De la volaille, du porc
- Des œufs
- Du lait
- Du pain
- Du fromage
- Du vin
- D'autres produits laitiers (yaourts, crèmes, etc.)
- Autres : _____

Merci de votre participation

Merci de bien vouloir déposer ce questionnaire rempli où on vous l'a remis (mairies, campings, auprès de producteurs, etc.) ou l'envoyer à Cécile Cardeillac - Projet Bio Midi Quercy - Mairie de Montricoux - Place du Souvenir - 82800 MONTRICOUX.

Annexe 4 : Questionnaire consommation « collectifs résidents »

Enquête sur la consommation de produits biologiques en Pays Midi Quercy

1. Vous êtes...

- Une maison de retraite
- Un centre de vacances / de loisirs
- Un établissement scolaire
- Une garderie / un centre aéré
- Un site d'accueil de groupes
- Autre prestataire : _____

- Contact** (personne responsable, adresse, numéro de téléphone, etc.) :

2. Vous accueillez...

- ____ personnes toute l'année
- ____ personnes par an
- en majorité des enfants
- en majorité des familles
- en majorité des adultes
- en majorité des personnes âgées
- en majorité des touristes
- autres catégories de personnes : _____

Quelles sont les périodes d'accueil les plus favorables ?

- Toute l'année
- La saison estivale : précisez les mois _____
- Les vacances scolaires
- Autres périodes : _____

3. Votre mode d'approvisionnement en produits alimentaires

- Auprès d'une centrale d'achat
- Auprès d'une plate-forme d'approvisionnement
- Auprès de fournisseurs en gros, grossistes

- Auprès d'épiceries, de magasins de détail locaux
- Auprès de producteurs locaux directement
- Dans les supermarchés
- Autre : _____

4. Vous et les produits biologiques

- Vous en avez déjà proposé au public que vous accueillez
 - ☞ A quelle occasion ? _____
 - ☞ Quels étaient vos fournisseurs ? _____
- Vous n'en avez jamais proposé à votre clientèle
 - Vous n'en avez jamais eu l'occasion.
 - Cela ne vous intéresse pas.
 - Vous trouvez la démarche intéressante mais trop compliquée à mettre en œuvre.
 - Vous proposez déjà des produits de qualité / de terroir / fermiers et ne souhaitez pas changer.
 - Autre raison _____

5. Seriez-vous intéressé par l'offre de produits biologiques locaux au public que vous accueillez ?

OUI NON

6. Dans quelles conditions ?

- Pour des repas réguliers : précisez la fréquence ☞ _____
- Pour des occasions ponctuelles : précisez _____
- Dans le cadre d'une animation autour de l'alimentation de qualité (repas + animation)
- Pour une certaine catégorie de produits : précisez _____
- Autre : _____

7. Par quel type de produits seriez-vous le plus intéressé ?

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Des fruits | <input type="radio"/> Des jus de fruits |
| <input type="radio"/> Des légumes | <input type="radio"/> Des conserves de légumes |
| <input type="radio"/> De la viande de bœuf, de veau, | <input type="radio"/> Des conserves de viande |
| <input type="radio"/> De la viande d'agneau, de mouton | <input type="radio"/> De la charcuterie |

- De la volaille, du porc
- Du lait
- Du fromage
- D'autres produits laitiers (yaourts, crèmes, etc.)
- Des œufs
- Du pain
- Du vin
- Autres : _____

Merci pour votre participation

Merci de bien vouloir remplir et renvoyer ce questionnaire à :
Cécile Cardeillac – Projet bio Midi Quercy – Mairie de Montricoux – Place du
Souvenir – 82800 MONTRICOUX

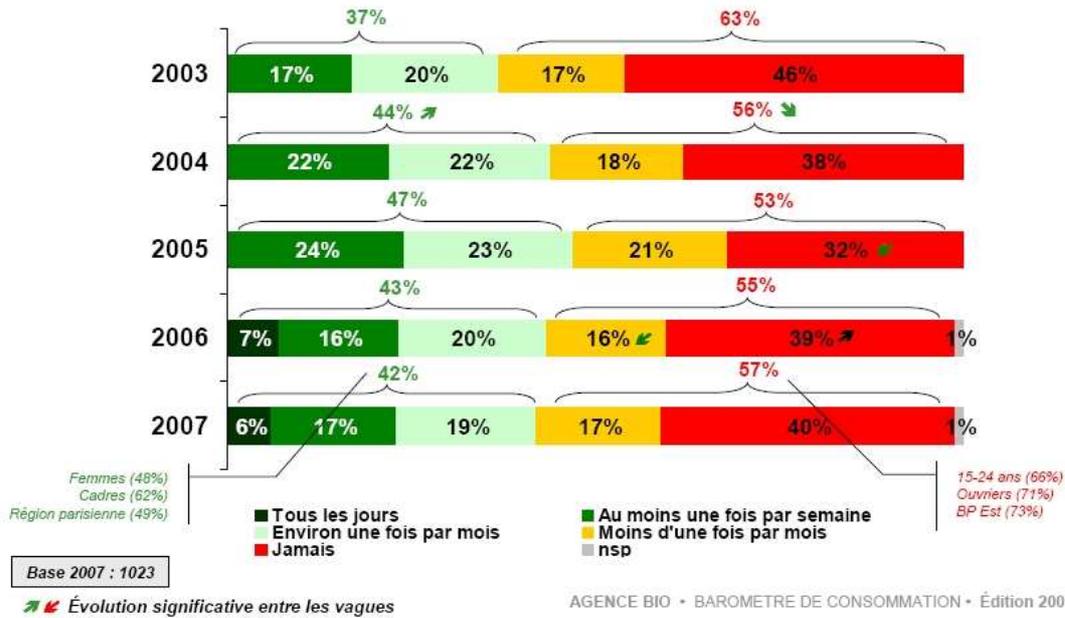
**Ou merci de bien vouloir contacter Cécile Cardeillac au
05.63.61.26.60 si vous souhaitez parler plus précisément de vos
souhais et/ou de vos besoins et convenir d'un rendez-vous.**

Annexe 5 : Extraits du Baromètre CSA / Agence Bio 2007 relatif à la perception et à la consommation des produits biologiques



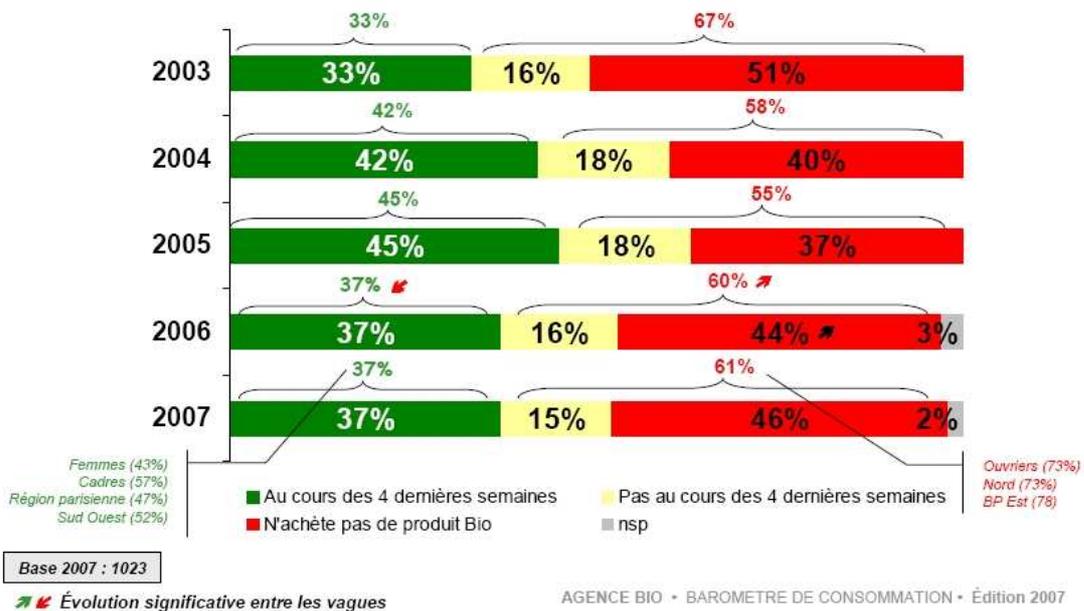
Consommation de produits biologiques

Consommez-vous des produits biologiques ?



Achat de produits biologiques

Avez-vous, vous ou quelqu'un de votre foyer, acheté un ou plusieurs produits biologiques au cours des 4 dernières semaines ?



Raisons de non-achat de produits biologiques

Je vais vous citer un certain nombre de propositions. Pour chacune d'entre elles, pouvez-vous me dire si, oui ou non, c'est une raison pour laquelle vous n'avez pas acheté récemment ou que vous n'achetez jamais de produit biologiques ?

		2006	2005	2004
prix des produits biologiques trop élevé	78% 25-34 ans (87%)	78%	77%	74%
pas le réflexe d'en acheter	69% 15-24 ans (81%)	65%	62%	59%
manque d'information sur les spécificités	34% Est (53%)	41%	30%	35%
pas intéressé par l'agriculture	23% 15-24 ans (36%)	22%	17%	/
pas confiance dans les produits biologiques du commerce	21% retraités (32%)	28%	32%	26%
pas intéressé par l'alimentation en général	18% 15-24 ans (37%)	23%	11%	/
qualité pas satisfaisante	14%	19%	24%	20%
magasin habituel n'en vend pas	13%	19%	21%	18%

Évolution significative entre les vagues

Base : « n'a pas acheté de produits biologiques ces 4 dernières semaines ou n'en achète jamais » = 604

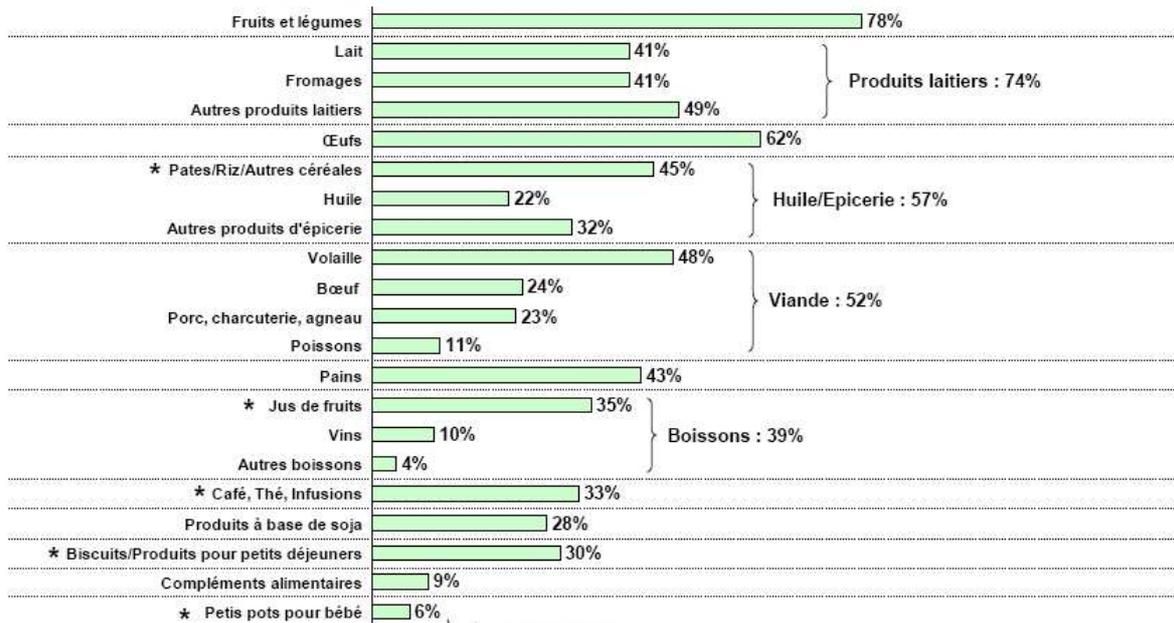
AGENCE BIO • BAROMETRE DE CONSOMMATION • Édition 2007 14

En résumé... consommation et achat de produits biologiques

- ✓ Le taux de consommation de produits biologiques en France est le même qu'en 2006, avec plus de 4 français sur 10 (42%) qui en consomment au moins une fois par mois.
- ✓ L'achat de produits biologiques se situe également au même niveau qu'en 2006, avec toujours 37% d'acheteurs au cours des 4 dernières semaines.
- ✓ Les consommateurs / acheteurs sont davantage représentés par les femmes, les cadres, ainsi que les habitants d'Île de France et du Sud Ouest (auprès des acheteurs uniquement pour le Sud Ouest).
- ✓ Pour les personnes qui n'ont pas acheté de produits biologiques au cours des 4 dernières semaines précédant l'enquête, les prix trop élevés et le manque de « réflexe » sont toujours les principales raisons de non achat (à 78% et 69% respectivement). En 2006, si le manque d'information était une raison en hausse, celle-ci est en baisse cette année, passant de 41% à 34%. Autres points satisfaisants à relever : le manque de confiance est de moins en moins évoqué, ainsi que la qualité qui semble de plus en plus satisfaisante, et les produits biologiques semblent plus faciles à trouver en magasin.

AGENCE BIO • BAROMETRE DE CONSOMMATION • Édition 2007 15

Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?



Base « consommateur et acheteur bio » : 338

25-34 ans (22%)

* Nouvelles catégories intégrées en 2007

58

Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

	2004	2005	2006	2007
BASES				
Consommateur et Acheteur Bio	395	442	349	338
Fruits et légumes	71%	73%	74%	78%
Œufs	61%	61%	44% ↘	62% ↗
Lait	29%	31%	37%	41%
Fromages	42%	32% ↘	36%	41%
Autres produits laitiers (beurre, yaourts...)	53%	49%	46%	49%
Pain	56%	41%	43%	43%
Autres céréales		26%	27%	-
Café, thé, infusions			-	33%
Biscuits / produits pour petit déjeuner			-	30%
Pâtes / riz / autres céréales			-	45%
Huile			16%	22% ↗
Autres produits d'épicerie (chocolat, miel, sucre, condiments, plats préparés...)			33%	32%
Volaille	44%	40%	40%	48% ↗
Bœuf	28%	25%	30%	24%
Porc, charcuterie, agneau	21%	19%	21%	23%
Poissons	13%	11%	8%	11%
Vins			6%	10%
Jus de fruits	14%	16%	-	35%
Autres boissons			10%	4%
Produits à base de soja	-	-	27%	28%
Compléments alimentaires	-	-	7%	9%
Petits pots pour bébés	-	-	-	6%

↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

AGENCE BIO • BAROMETRE DE CONSOMMATION • Édition 2007 59

- ✓ Les produits biologiques les plus consommés sont toujours :
 - les fruits et légumes (par 78% des acheteurs / consommateurs),
 - les produits laitiers (74%),
 - les œufs (62%), score qui revient à son niveau de 2004 et 2005 après sa baisse exceptionnelle de consommation en 2006,
 - les produits d'épicerie (huile, pâtes, riz....) (57%),
 - la viande (52%) avec une hausse de consommation de volaille biologique (48% vs 40% en 2006),
 - le pain (43%).
- ✓ Les consommateurs de produits biologiques ont une ancienneté moyenne de 10 ans, plus de la moitié des consommateurs d'un produit le sont depuis plus de 5 ans. De fidèles consommateurs donc.
- ✓ 25% disent en consommer depuis 3 ans et moins.
- ✓ Pour l'ensemble des produits, il y a assez peu de nouveaux consommateurs de moins d'un an, en dehors des pâtes/riz/céréales avec 13% de nouveaux consommateurs, et des petits pots pour bébés avec 26% de nouveaux consommateurs.
- ✓ Quatre produits se distinguent par leur forte part de consommation biologique : pour la moitié (voire plus) de leurs consommateurs, les compléments alimentaires, les produits à base de soja, le lait et les œufs sont en totalité consommés en « bio ».

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

CITÉ AU MOINS UNE FOIS :		2006	2005	2004
		Base : 349	Base : 442	Base : 395
Grandes et moyennes surfaces	70%	75%	72% ↗	65%
Marché	47% ↗	37%	43% ↘	50%
Magasins spécialisés	31%	30%	29%	28%
Ferme	22%	23%	22%	/
Artisans (boulangier, boucher...)	19%	22%	22% ↘	28%
Jardin	6%	4%	/	/
Autres	3%	4%	1%	16%

↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Base « consommateur et acheteur bio » : 338

Tableau récapitulatif des lieux d'achats de produits biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

	Bases	GMS	Marché	Magasins spécialisés	Ferme	Artisans	Jardin
fruits et légumes	263	21%	49% ↗	14%	10%	-	4%
lait	140	67%	5%	18%	9%	-	-
fromages	140	33%	37%	20%	6%	3%	-
autres produits laitiers	167	65%	12%	18%	2%	-	-
œufs	211	42%	26%	9%	18%	2%	2%
pâtes, riz, autres céréales	152	55%	1%	41%	-	-	-
huile	74	53%	-	43%	2%	-	-
autres produits d'épicerie	108	54%	5%	36%	-	2%	-
volaille	161	32%	24% ↗	9%	23%	11%	-
bœuf	82	38%	8%	10%	26% ↗	17% ↘	-
porc, charcuterie, agneau	76	40%	12%	12%	20%	15%	-
poissons	38	30%	33%	13%	2%	16%	-
pain	144	31%	12%	23%	4%	27%	-
jus de fruits	119	52%	6%	38%	-	1%	3%
vin	33	31%	7%	28%	11%	2%	-
autres boissons	15	53%	-	42%	-	5%	-
café, thé, infusions	111	54%	2%	41%	-	1%	-
produits à base de soja	93	59%	-	39%	-	-	-
biscuits, produits pour petit déjeuner	102	54%	3%	40%	1%	-	-
compléments alimentaires	30	29%	-	67%	-	-	-
petits pots pour bébés	22	72%	-	18%	-	-	-

↗ ↘ Évolution significative depuis 2006

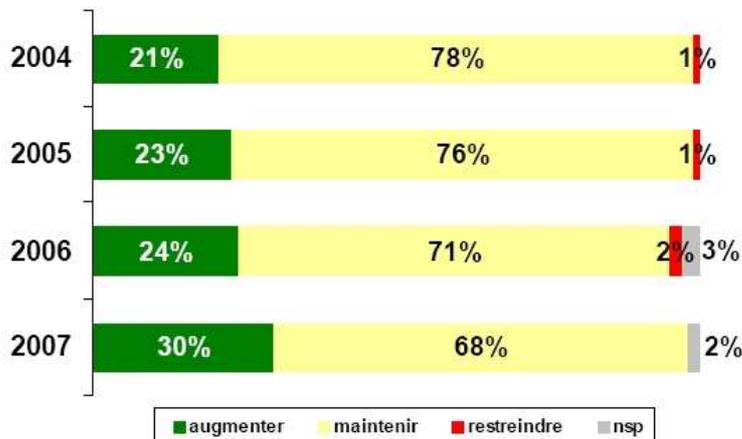
■ indique les produits biologiques les plus achetés par lieu

Bases « consommateurs du produit bio »

AGENCE BIO • BAROMETRE DE CONSOMMATION • Édition 2007 92

Consommation future

Avez-vous l'intention dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits biologiques ?



↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

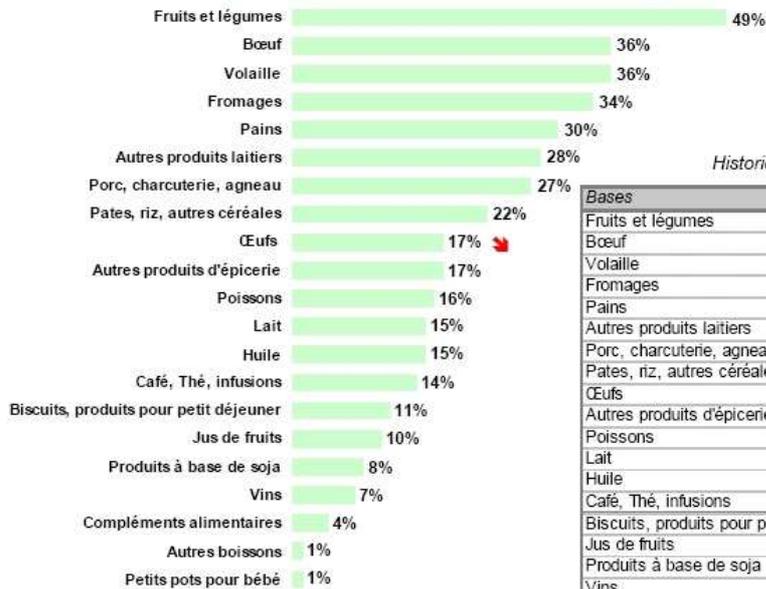
Base « consommateur et acheteur bio » : 338

95



Prévision d'augmentation de consommation : sur quels produits

Sur quels produits biologiques en particulier avez-vous l'intention d'augmenter votre consommation de produits biologiques ?



↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Base « pense augmenter sa consommation » : 110

Historique :

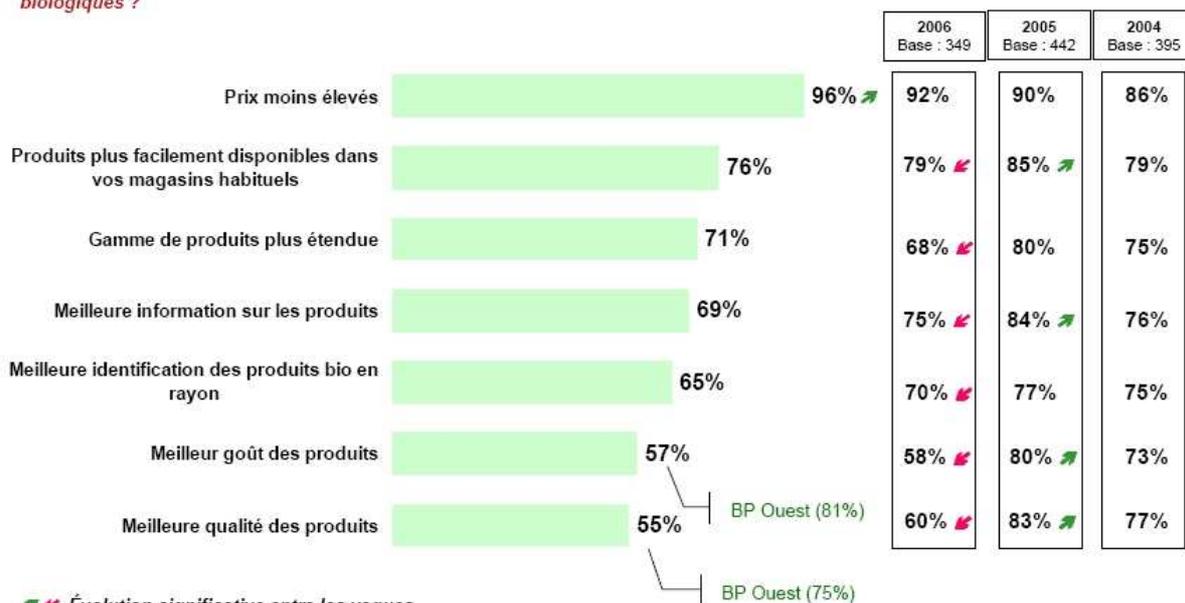
	2004	2005	2006	2007
Bases	87	101	81	110
Fruits et légumes	37%	43%	44%	49%
Bœuf	31%	38%	46%	36%
Volaille	35%	37%	50%	36%
Fromages	34%	16%	40%	34%
Pains	-	35%	23%	30%
Autres produits laitiers	28%	19%	29%	28%
Porc, charcuterie, agneau	26%	37%	38%	27%
Pates, riz, autres céréales	-	-	-	22%
Œufs	23%	24%	32%	17%
Autres produits d'épicerie	-	-	-	17%
Poissons	20%	13%	20%	16%
Lait	21%	19%	23%	15%
Huile	-	-	11%	15%
Café, Thé, infusions	-	-	-	14%
Biscuits, produits pour petit déjeuner	-	-	-	11%
Jus de fruits	-	-	-	10%
Produits à base de soja	-	-	7%	8%
Vins	-	-	7%	7%
Compléments alimentaires	-	-	5%	4%
Autres boissons	-	-	10%	1%
Petits pots pour bébé	-	-	-	1%

96



Éléments incitatifs pour augmenter sa consommation

Voici un certain nombre d'éléments qui peuvent donner envie de consommer une part plus importante de produits biologiques. Pour chacun d'eux, pouvez-vous me dire, si oui ou non, cela vous inciterait personnellement à consommer plus de produits biologiques ?



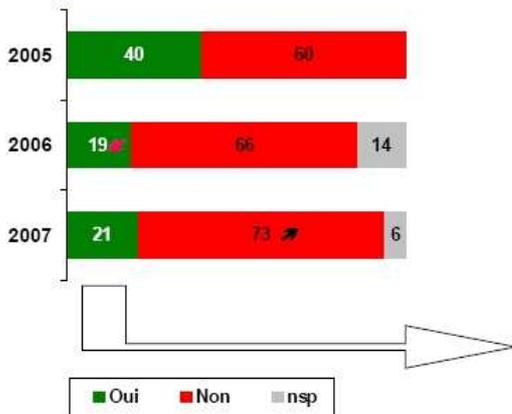
↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Base « consommateur et acheteur bio » : 338

AGENCE BIO • BAROMETRE DE CONSOMMATION • Édition 2007 97

Pensez-vous qu'aujourd'hui, certaines catégories de produits Bio que vous souhaiteriez consommer sont difficilement « trouvables » sur le marché ou inexistantes ?

Lesquelles ?



↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

	2005	2006	2007
Basiques	41	68	71
Viandes et poissons	45%	45%	34%
viandes/volailles	26%	36%	27%
poisson	26%	14%	11%
charcuterie	9%	4%	5%
Fruits et légumes	30%	23%	18%
légumes	16%	18%	15%
fruits	23%	16%	9%
Boisson	5%	12%	13%
thé	2%	1%	6%
boissons en général	-	5%	5%
vin	2%	8%	4%
café	2%	2%	2%
Produits laitiers	24%	13%	10%
fromages	11%	5%	7%
yaourts	2%	4%	2%
produits laitiers en général	6%	1%	2%
lait	6%	7%	2%
Sucrieries	11%	6%	9%
biscuits	4%	-	6%
friandises	5%	3%	2%
gâteaux	2%	3%	1%
chocolat	2%	-	1%
Épicerie	12%	9%	8%
pâtes fraîches	2%	-	5%
céréales	2%	5%	4%
épicerie	8%	4%	-
Pain	5%	10%	5%
Produits non alimentaires	-	-	4%
Tous en général	-	6%	1%
nsp	12%	11%	8%

AGENCE BIO • BAROMETRE DE CONSOMMATION • Edition 2007 98

- ✓ Les consommateurs / acheteurs déclarant vouloir augmenter leur consommation de produits biologiques au cours des 6 prochains mois sont de plus en plus nombreux. Ils étaient 21% en 2004, ils sont 30% aujourd'hui. C'est principalement sur les fruits et légumes, la viande, les produits laitiers, et le pain que l'augmentation de leur consommation est envisagée.
- ✓ 68% des consommateurs/acheteurs souhaitent maintenir leur consommation.
- ✓ A nouveau, 1 personne sur 5 déclare qu'il existe certaines catégories de produits difficilement « trouvables » sur le marché, notamment les viandes et volailles.
- ✓ La raison principale qui pourrait donner envie de consommer davantage de produits biologiques reste « des prix moins élevés » (pour 92% d'acheteurs / consommateurs). Viennent ensuite la disponibilité (76%), l'étendue de la gamme de produits (71%) et de meilleures information et identification de produits, points qui devraient être corrélés à une augmentation de consommation de produits biologiques.
- ✓ Un peu moins de la moitié des acheteurs / consommateurs sont intéressés par le développement de plats préparés biologiques.

AGENCE BIO • BAROMETRE DE CONSOMMATION • Edition 2007 100

Annexe 6 : Fiche de présentation de l'expérimentation « restauration collective biologique »

Opération portée par :

Association Bio Tarn & Garonne

Contact : Cécile Cardeillac et Yannick Driano

Contexte :

Dans le cadre du projet de développement des circuits courts biologiques en Pays Midi Quercy, le Syndicat mixte a souhaité expérimenter l'approvisionnement en circuits courts, c'est-à-dire directement du producteur au consommateur, dans les services de restauration collective du Pays.

Objectifs de l'opération :

- Développer un partenariat entre les communes, les établissements scolaires et les producteurs du territoire afin de promouvoir des produits locaux de qualité dans la restauration collective.
- Proposer aux élèves et aux résidents des établissements des ingrédients sains, de qualité et les sensibiliser à la problématique de l'alimentation de qualité et au lien entre leur assiette et la production locale.

Fonctionnement (contenu, publics ciblés, etc.) :

- Introduction de quelques ingrédients du territoire Midi Quercy, issus du mode de production biologique, dans une dizaine de repas étalés sur le premier semestre 2008.
- Accompagnement de ces repas par des animations, des opérations de sensibilisation à destination des convives et des parents (visites de ferme, animations en classe, autour du repas, expositions, réunions d'information, etc.)

Publics ciblés : les élèves des établissements scolaires, les résidents de la maison de retraite.

Les personnels de cuisine, les gestionnaires des établissements

Les élus en charge de la restauration scolaire

Les parents d'élèves, les enseignants et directeurs d'école

Résultats attendus :

Découverte des produits issus de l'agriculture biologique par les convives, les personnels de cuisine et les gestionnaires

Pérennisation pour la rentrée 2008/2009

Calendrier :

Durée de l'action : de septembre 2007 à juin 2008

Septembre - Décembre 2007 :

- Réunions d'information et de sensibilisation auprès des gestionnaires, élus et personnels de cuisine.
- Organisation de l'approvisionnement

1^{er} semestre 2008 : services des repas

- 29 janvier, 8 et 12 février, 28 mars, 1^{er}, 8 et 11 avril, 6 mai, 6 et 10 juin

Évaluation :

Des réunions/bilans auront lieu à la fin de l'opération avec les gestionnaires, les élus et les personnels de cuisine afin de déterminer les points positifs de l'opération, les points à améliorer et les possibilités de pérennisation sur l'année scolaire suivante.

Une évaluation de l'impact environnemental de l'opération pourra également être conduite.