

## Journée du 10 mai 2007 sur les circuits courts

Atelier 1: L'offre.

Les grandes questions et contenus des expériences présentées

Les grandes questions (la problématique):

Comment adapter l'offre de produits agricoles à la demande locale ?

Reconnaissance de la commercialisation en circuit court par la profession et les élus comme étant une vraie opportunité pour les agriculteurs.

Quels type d'organisation, de supports sont nécessaires notamment dans la perspective de vente économiquement significative

Adaptabilité des agriculteurs vers la commercialisation en circuits courts

Comment mettre en valeur le lien entre produits et territoire? (Développement d'une marque ou signe de qualité, traçabilité... ?

Quelles sont les démarches entreprises ou en cours de réflexion entre agglo et Chambre d'Agriculture pour mettre en place un projet de développement des circuits courts ?

Quels sont les problèmes juridiques à surmonter? (Exemple de la contractualisation avec une collectivité publique ( Restauration collective))

Quelles sont les synergies à mettre en place ? (Filières inter-professionnelles, consommateurs...)

Comment créer une dynamique de territoire indispensable et avec quels moyens ?

Les expériences présentées

### Introduction sur les expériences présentées

Comment deux territoires dans un contexte différent répondent ou mettent en place des stratégies pour développer l'offre de produits agricoles en circuits courts.

Christel BUREL , Chargée de l'accompagnement des projets sur les marchés et les nouvelles filières à la CA du Morbihan va nous présenter la démarche de la Chambre d'Agriculture, qui face aux difficultés des filières traditionnelles (le lait...) propose une réorganisation des services afin d'assurer l'accompagnement des projets sur les nouveaux marchés et les nouvelles filières dans lesquels on retrouve largement les circuits courts.

Pascal TOCQUER, Ingénieur à la direction de l'environnement à l'Agglo de CAP l'Orient va nous expliquer comment une agglo perçoit les enjeux de la diversification dans un bassin de production laitier intensif et le rôle de l'intercommunalité dans le développement de circuits courts. Il nous parlera de la valorisation de la production agricole locale dans la restauration collective. (**Christel Burel et Pascal Tocquer : 25 min maximum**)

Gilles BERTRAND chargé d'affaires agriculture et agroalimentaire au pôle d'actions économiques à l'agglo de Perpignan Méditerranée

Dans un contexte de productions (légumes, fruits et fleurs ) plus favorables à la mise en place de circuits courts même si historiquement les exploitations sont tournées essentiellement vers les circuits longs,

Il va nous présenter la démarche qui a conduit à la création d'une association pour la promotion de la marque « Jardin de Perpignan » et d'une SARL pour le regroupement de l'offre et la commercialisation des produits de la marque et les perspectives à venir. (**Gilles Bertrand 15 min max**)

## Détail des interventions

### Intervention de Christel BUREL (Chargée de l'accompagnement des projets sur les marchés et les nouvelles filières - CA du Morbihan)

Présente la démarche professionnelle du Morbihan en faveur de la diversification dans un des départements laitiers français.

Département très organisé sur certaines productions mais problème de filière.

Les OPA ont décidé de renforcer de manière très significative le développement des nouveaux marchés et des nouvelles filières (circuits courts) par l'accompagnement des porteurs de projets.

Cela s'est traduit par la mise en place sur les 6 territoires de techniciens ayant une approche stratégique. 50% de leur temps est consacré à l'accompagnement de porteurs de projets en circuits courts.

L'objectif étant à terme de créer des dynamiques de territoires. Favoriser les liens entre les acteurs.

Cette volonté est liée à la reconnaissance de ces activités comme activités économiques à part entière

Les obstacles principaux : Convaincre les producteurs et rareté du foncier.

Les circuits courts restent assez marginaux au niveau des quantités commercialisées. Par contre, ils permettent l'installation de nombreux agriculteurs.

Les circuits courts étaient cependant déjà présents avant :

3 magasins de producteurs (un 4<sup>ème</sup> en court),

Des marchés de producteurs dont 4 marchés bio en soirée

Laboratoire de découpe (viande bovine + porc) : association de 10 producteurs.

Association des agriculteurs avec les transformateurs et/ou les distributeurs locaux. Les associations inter-professionnelles sont à multiplier car elles obtiennent un réel succès et elles permettent :

De répondre au problème de gestion du temps que se posent les agriculteurs qui commercialisent directement aux consommateurs.

De garantir le débouché et les prix par une contractualisation avec le transformateur, le grossiste ou le distributeur. (Engagement sur la quantité et le prix)

Exemple

Viande de Belle-Ile,

Pain des Ducs : producteur de blé dur en association avec meunier et boulanger

Veau label rouge : 10 agriculteurs regroupés pour livrer veau à un magasin collectif (1 veau par jour quasiment)

Lapin « bien être »

Il existe un guide des filières inter-professionnelles.

La valorisation de la production locale dans la restauration collective développée en collaboration avec CAP l'Orient. Expérience est partie de la restauration collective de la ville de Lorient qui s'est approvisionnée auprès des producteurs : Seul bémol, pas de contractualisation d'où risque pour les producteurs de ne pas écouler leur marchandise selon la mercuriale. Cette expérience s'est développée avec uniquement des produits bio.

Pascal TOCQUER (Ingénieur à la direction de l'environnement à l'Agglo de CAP l'Orient)

Explique comment une agglo perçoit les enjeux de la diversification dans un bassin de production laitier intensif et le rôle de l'intercommunalité dans le développement de circuits courts.

Problème qui se pose :

Comment développer les circuits courts dans une agglo où la diversification n'est pas dans la culture locale et où il n'y a pas un lien fort entre le territoire et ses produits agricoles.

Comment aider à professionnaliser l'organisation des circuits courts pour que ceux-ci correspondent à un réel débouché avec des quantités significatives

Evoque les aides de l'intercommunalité en faveur de la valorisation de la production agricole locale dans la restauration collective (légumes et produits laitiers exclusivement bio) et la démarche entreprise.

Evoque très rapidement une enquête des consommateurs sur leurs attentes en terme de produits locaux

Gilles BERTRAND chargé d'affaires agriculture et agroalimentaire au pôle d'actions économiques à l'agglo de Perpignan Méditerranée.

Présente la création d'une association pour la promotion de la marque « Jardin de Perpignan » et d'une SARL pour le regroupement de l'offre et la commercialisation des produits de la marque. (Fruits, légumes et fleurs)

D'abord : la clé du succès : volonté des agriculteurs.

Objectifs : Mise en place d'une sensibilisation et d'un dialogue entre les agriculteurs, les élus et la société civile qui permet une reconnaissance (sociale) et revalorisation (économique) de l'agriculture au travers des produits et du terroir qu'elle représente

Points faibles:

Contexte historique d'une économie locale spécialisée dans l'exportation des produits frais. La vente directe n'est pas dans la culture locale et n'est pas intégrée dans les pratiques des exploitants.

Concurrence du Marché international de Saint-Charles (1 million de tonnes de produits)  
Petit bassin de consommation locale mais en fort développement. Les PO : 300 000 ha devrait passer à 420 000 ha dans 10 ans) donc potentiel de consommateurs en plus pour les produits locaux)

Points forts :

Organisation commune de l'offre et de sa répartition dans la commercialisation des produits avec l'embauche d'une secrétaire commerciale, d'un agréateur et d'un chauffeur livreur

Contrôle des entrées et des sorties d'agriculteurs dans l'association,

Contrôle de la production par l'agréateur à la réception

Contrôle des exploitations par la Chambre d'Agriculture (Gilles Planas)

développement des productions par la Chambre d'Agriculture (Gilles Planas)

Livraison du colis à la palette (large gamme)

Adhésion au réseau des maraîchers de tradition

Objectifs :

Meilleure répartition de la distribution : GMS, restauration, livraison à domicile, point de vente collectif. (Les GMS représentent la demande la plus importante)

Elargissement de la distribution : Barcelone, Montpellier, Toulouse (du colis à la palette) en se basant sur la complémentarité des produits.

Mieux communiquer sur la traçabilité des produits (de la graine à l'assiette) via un site internet

Mieux cibler les produits adaptés au territoire pour les développer.