

# LE DEVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS

UNE PLUS-VALUE POUR LES  
PRODUCTEURS ET LES TERRITOIRES



29 ET 30 NOVEMBRE 2007  
PARC NATUREL RÉGIONAL DE BRIÈRE



# **DEVELOPPEMENT DES CIRCUITS COURTS : PLUS-VALUE POUR LES PRODUCTEURS ET LES TERRITOIRES**

**Rencontre des 29 et 30 novembre 2007  
Parc naturel régional de Brière**

Contact : Stéphane ADAM,  
Coordinateur du pôle « Patrimoine et développement durable »  
à la Fédération des Parcs naturels régionaux de France

E-mail : [sadam@parcs-naturels-regionaux.tm.fr](mailto:sadam@parcs-naturels-regionaux.tm.fr)

Tél . : 01 44 90 86 20

Diffusion mars 2008

# SOMMAIRE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>RESUME</b>  | <b>4</b>  |
| <b>PLENIERE D'OUVERTURE</b>  | <b>5</b>  |
| <b>I. Introduction</b>   | <b>5</b>  |
| <b>II. Intervention de cadrage d'experts</b>   | <b>6</b>  |
| 1. Les circuits courts : contours et enjeux pour les acteurs et les territoires  |           |
| 2. Enjeux et perspectives stratégiques : amont et aval du développement des filières courtes   |           |
| 3. L'agriculture et l'alimentation face aux défis énergétique et climatique :<br>quelles actions dans les territoires ?                    |           |
| <b>III. Débat avec la salle</b>  | <b>9</b>  |
| <b>IV. Présentation des conclusions de deux missions</b>   | <b>11</b> |
| 1. De l'AMAP au point de vente collectif :<br>diversité d'approches collectives de vente en circuit court dans la région des Pays de Loire |           |
| 2. Les filières courtes dans les Parcs : état des lieux et pistes à approfondir  |           |
| <b>PLENIERE DE CONCLUSION :</b>  | <b>13</b> |
| <b>I. Restitution des conclusions des ateliers</b>   | <b>13</b> |
| 1. Atelier 1 : Vendre en direct, renforcer le lien du producteur au consommateur   |           |
| 2. Atelier 2 : Quand les circuits courts s'ancrent sur les territoires et réunissent les acteurs   |           |
| 3. Atelier 3 : Restauration collective, de nouveaux débouchés pour les produits locaux,<br>bio et équitables ?                             |           |
| <b>II. Table ronde de clôture</b>  | <b>16</b> |
| <b>III. Conclusion par Philippe GIRARDIN</b>   | <b>18</b> |
| <b>ANNEXES</b>   | <b>19</b> |
| <b>Fiches de synthèse des expériences présentées en ateliers</b>   |           |

# RESUME

Cette rencontre s'inscrit dans le cadre d'une démarche engagée depuis 2 ans sur le thème des circuits courts en tant qu'outils de développement durable des territoires.

Ces journées ont été l'occasion de créer un véritable lieu de réflexion et d'échange traduisant l'esprit d'ouverture du projet Leader+ que la Fédération des Parcs a conduit et qui a fourni le cadre dans lequel cette manifestation était organisée. Outre des techniciens et élus de Parc, la rencontre a réuni, un nombre important de partenaires (CIVAM, chambres d'agriculture, Cuma, Pays, GAL Leader, AFIP, TRAME, AMAP...), mais aussi des chercheurs, des experts et des professionnels, proposant ainsi des regards croisés particulièrement riches.

Ces deux jours ont permis de faire la synthèse des travaux engagés et de mettre en exergue des constats et des pistes d'actions à conduire dans le futur.

Dans un premier temps, des experts ont introduit le sujet en précisant les potentialités très importantes de développement des circuits courts. Ils ont également présenté leurs atouts et limites, perçus tant par les producteurs que par les consommateurs. L'ensemble des acteurs s'accordent autour de l'intérêt d'une relation renforcée, d'une adhésion à des valeurs et de la nécessité de garantir la réalité des promesses affichées d'effets toujours vertueux des circuits courts.

Par ailleurs, travailler sur les circuits courts donne la possibilité à un territoire de mieux maîtriser la répartition de la valeur ajoutée, de pérenniser des activités, de développer une politique d'appui à l'installation de nouveaux agriculteurs et, de préserver l'environnement. En effet, une activité agricole rentable permet de faire face à une pression foncière forte et d'éviter l'extension urbaine.

Il existe, d'ores et déjà, une large diversité de démarches de circuits courts, illustrée par la dizaine d'expériences présentées dans les 3 ateliers privilégiant chacun une entrée : « Vendre en direct et renforcer le lien du producteur au consommateur » ; « L'ancrage des circuits courts sur les territoires et la mise en réseau des acteurs » ; « La restauration collective : débouchés pour les produits locaux, bio et équitables ».

Cependant, les participants se sont accordés pour considérer que les ambitions recherchées autour des circuits courts demandent de « changer de braquet » en passant de la niche au segment de marché.

La table ronde de clôture a apporté des éléments de réponse concernant les conditions de développement des circuits courts. Parmi les principaux points, on peut noter qu'il faut :

- sécuriser ces circuits afin de renforcer la confiance entre les producteurs et les consommateurs et de garantir la qualité et les volumes de produits,
- éduquer les consommateurs pour améliorer leur compréhension des circuits courts
- attirer les consommateurs par un rapport qualité/prix favorable aux produits issus de ces circuits,
- adapter aux circuits courts, dans un souci de régulation de la concurrence, le système d'organisation professionnelle solidaire mis en place par les circuits longs,
- convaincre les producteurs issus des circuits longs de prendre part aux circuits courts et ne pas diaboliser les circuits longs, lesquels constituent un soutien utile aux producteurs en circuits courts.
- aider à professionnaliser les démarches commerciales et soutenir financièrement les acteurs engagés en matière d'investissements,
- se doter d'indicateurs permettant de mesurer les impacts des circuits courts sur le territoire dans lequel ils s'ancrent.

Dans ce contexte, les Parcs ont un rôle important à jouer en tant que lieux de coordination et créateurs de passerelles entre filières dans une approche transversale, en stimulant également une réflexion prospective sur de nouveaux modes de consommation.

Enfin, les Parcs doivent aujourd'hui pouvoir jouer un rôle politique au plan national, s'agissant de la reconnaissance officielle et financière des circuits courts. Les effets de réseau doivent également jouer à plein et l'on attend que la Fédération des Parcs pèse de tout son poids dans ce sens.

# Plénière d'ouverture

## I-Introduction

### Contexte et objectif du séminaire

Ce séminaire a conclu un travail engagé depuis deux ans au sein du réseau des Parcs. La première phase a consisté en une réflexion menée sur l'intégration des filières courtes dans des logiques de développement durable au sein des projets de territoire. Une étude a été par la suite commanditée par la Fédération sur la pratique et l'implication des Parcs en matière de circuits courts.

Ce séminaire s'est voulu un lieu de restitution et d'échanges sur l'ambition que les Parcs peuvent désormais nourrir dans leurs pratiques de circuits courts. Il doit également nous permettre de conduire une réflexion sur les moyens qu'il convient de mettre en œuvre pour répondre à cette ambition révélée, non seulement pour la filière agricole et alimentaire mais également pour d'autres secteurs tels que l'artisanat ou l'énergie. Ces journées avaient vocation à servir de fondement pour un engagement des Parcs et leurs partenaires sur le développement des circuits courts.

Le séminaire, soutenu par le Ministère de l'Agriculture, s'inscrivait dans le cadre d'un programme européen Leader+ destiné à capitaliser et transférer des expériences mais aussi favoriser la coopération interterritoriale pour permettre le développement des pratiques de circuits courts. L'intérêt résidait également dans la diversité des 80 participants : représentants de Parcs, de réseaux agricoles et ruraux, de collectivités territoriales, de pays mais aussi de chercheurs et d'experts.

### Enjeux des circuits courts sur les territoires

Stéphane ADAM, Coordinateur du pôle « Patrimoine et développement durable » de la Fédération des Parcs, a défini la notion de circuit court comme un acte économique qui rapproche les acteurs-clés, producteurs et consommateurs, tout en les spécifiant pour les Parcs au travers leur inscription dans une logique territoriale de développement durable. Les circuits courts correspondent ainsi aux objectifs prévus dans les chartes des Parcs en termes de développement économique et de valeur ajoutée pour les producteurs locaux. Ils s'inscrivent également dans une démarche environnementale en limitant les transports (et, par conséquent, l'émission de gaz à effets de serre) et en diversifiant les productions agricoles. Enfin, il a un impact social par le développement des échanges entre les acteurs et l'affirmation d'une identité des producteurs en lien avec le territoire.

### Encadré : Le Parc naturel régional de Brière et les circuits courts

Sur les 50 000 hectares du Parc, sont installées 330 exploitations agricoles qui réalisent pour 25 % d'entre elles une activité de vente directe. L'activité emblématique des marais salants représente 345 producteurs pour une production de 10 à 15 000 tonnes de gros sel et de 400 tonnes de fleur de sel. Divers outils locaux de transformation (laboratoires, abattoirs, coopératives...) sont mis à la disposition de ces producteurs. Ceux-ci se sont également organisés en réseau pour la commercialisation (vente directe, en magasins collectifs ou par le biais de grandes surfaces) et l'accueil des consommateurs (visites à la ferme...). Le travail du Parc consiste à accompagner ces réseaux dans leurs démarches collectives. Il a aussi initié la création du marché de Kerhinet à Saint-Lyphard qui connaît un réel succès.

- ❖ Pour plus d'information, télécharger la présentation du Parc de Brière sur le site de la Fédération : <http://parcs-naturels-regionaux.tm.fr>

## II. Interventions de cadrage d'experts

### 1. Les circuits courts : contours et enjeux pour les acteurs et les territoires

**Catherine HERAULT-FOURNIER, Enseignante chercheur en sociologie à l'Ecole Supérieure d'Agriculture d'Angers** précise que son intervention est destinée à donner des repères sur les circuits courts et à définir leurs atouts et les problématiques rencontrées par les acteurs.

#### a) Quelques repères sur les circuits courts

Les circuits courts étaient déjà très présents dans l'économie française avant la Seconde Guerre Mondiale mais ont progressivement disparu lors des Trente Glorieuses avec l'émergence de la division verticale du travail, de la séparation de la production et de la commercialisation. Ces nouvelles méthodes de travail soulageaient les producteurs qui pouvaient alors se recentrer sur leur cœur de métier. Ces circuits sont réapparus dans les années 1970 sous des formes diverses, plus militantes et contestataires, répondant à des ambitions variées.

Catherine HERAULT FOURNIER rappelle la différence entre circuits longs et circuits courts. Les circuits longs, qui représentent aujourd'hui la majorité des circuits de distribution, impliquent des processus de transformation industrielle des produits et de commercialisation intégrant de nombreux acteurs (grossistes, détaillants, centrales d'achat...). A l'inverse, les circuits courts autorisent le lien direct entre producteur et consommateur (vente à la ferme, marchés, coopératives, bord de route) ou, éventuellement, un lien favorisé par un intermédiaire (commerçant, restaurateur, revendeur...).

#### b) Définition des atouts et problématiques rencontrées par les acteurs

Une enquête a permis de définir les atouts et limites des circuits courts du point de vue du consommateur, du producteur et du territoire.

*Pour le consommateur, les avantages les plus fréquemment cités sont :*

- le goût des produits, leur authenticité ;
- l'intérêt marchand et l'attractivité du rapport qualité/prix ;
- la relation avec le producteur, la possibilité de s'informer sur le produit, le métier ;
- la défense d'une autre façon de produire, obéissant à une motivation militante, engagée, ou plus symbolique,
- la solidarité avec les producteurs pour les aider à mieux tirer profit de leur travail.

*A l'inverse, les limites évoquées par les consommateurs sont les suivantes :*

- une offre trop spécialisée ;
- des horaires peu adaptés ;
- des sites de production peu accessibles ;
- des prix parfois trop élevés ;
- le manque de transparence sur la construction du prix et le positionnement sur le marché.

*Les atouts des circuits courts les plus souvent exprimés par les producteurs sont :*

- la valorisation de la production ;
- une meilleure connaissance des attentes des consommateurs ;
- une meilleure communication sur le produit, le métier, les contraintes ;
- une reconnaissance sociale et professionnelle ;
- une plus grande motivation permise par une maîtrise de l'ensemble de la chaîne de production ;
- la création de liens avec les différents acteurs de la filière.

*Les inconvénients des circuits courts pour les producteurs sont :*

- la nécessité d'une très grande disponibilité ;
- un important investissement financier, humain et matériel ;
- la nécessaire acquisition de nouvelles compétences ;
- une réglementation contraignante.

*Du point de vue des territoires, de nombreux travaux mettent en avant les avantages suivants :*

- la création d'emplois, salariés ou associés ;
- la valorisation de l'image du territoire ;
- la création de nouveaux réseaux professionnels par l'émergence de projets collectifs ;
- la mise en réseau des producteurs et des consommateurs et le développement d'une vie associative ;
- la diminution des dépenses énergétiques.

En conclusion, Catherine HERAULT-FOURNIER souligne la diversité des formes des circuits courts, de leurs contenus et de leurs ambitions en termes de lien social et de dynamique territoriale.

- ❖ Pour plus d'information, télécharger la présentation powerpoint et la note de synthèse sur le site de la Fédération : <http://parcs-naturels-regionaux.tm.fr>

## **2. Enjeux et perspectives stratégiques : amont et aval du développement des filières courtes**

**Alex LAURIOT-PREVOST, Consultant expert**, indique qu'il approche les filières courtes en termes de marché, de marketing, de business, d'offre et de demande. Dans cette optique, il souhaite apporter aux Parcs et aux autres acteurs des réponses à des problématiques concrètes, en utilisant les mêmes outils marketing et commerciaux que pour les autres marchés.

### **a) La problématique en aval des circuits courts**

On constate une demande croissante durable importante de la part des consommateurs pour les produits de proximité bien supérieure à l'offre actuelle. La concrétisation de cette demande en marché se heurte cependant à de nombreux freins : le marché agro-alimentaire est fortement concurrentiel, le circuit court doit être accessible aux consommateurs en termes de coût, de consommation courante et de services et certains producteurs éprouvent encore des réticences à l'encontre de partenariats avec des opérateurs intermédiaires (grandes surfaces, restaurateurs...).

Le potentiel accessible du marché des produits en circuits courts est important, de l'ordre de 10 à 20 % du marché alimentaire français, alors que la part de marché actuelle est de seulement 1 à 3 %. Il convient donc désormais de sortir du statut de niche pour accéder à celui de segment au cœur du marché français.

La problématique était la même il y a 10 ans sur l'Agriculture biologique. Il s'agit donc de changer de braquet, de rentrer dans le système et non plus d'être dans une logique alternative à celui-ci.

L'impact de la filière courte sur le marché sera différent selon le positionnement du produit en termes de fonction (ingrédient ou produit fini), de qualité et de prix d'accès. De même, l'accessibilité du produit dépendra du mode de distribution choisi : gamme de produits, localisation, rythme de distribution, modalités de vente...

Il est ainsi nécessaire de favoriser l'accès au marché en diversifiant les modes de distribution. Il est également indispensable de viser la conquête de marché par le développement d'un marketing de proximité, d'outils et d'une méthodologie de travail et par la mobilisation de ressources humaines supplémentaires afin d'atteindre la taille critique en termes d'offre et d'être rentable.

## **b) La problématique en amont des circuits courts**

Les acteurs assistent aujourd'hui à une mutation du marché agricole sur lequel les grandes filières sont en crise et maîtrisent mal leur avenir. Les circuits courts et le tourisme agricole sont deux marchés potentiels, porteurs et diversifiés mais encore mal exploités. Observons que le secteur agricole, en crise depuis 10 ans, n'a pas connu depuis longtemps une telle opportunité de dynamisation potentielle.

Contrairement aux filières longues, les circuits courts sont à l'abri des aléas des marchés mondiaux et permettent de maîtriser davantage la valeur ajoutée de la production ainsi que la distribution. Ils s'inscrivent structurellement dans l'économie durable et dans la maîtrise des territoires, et sont en adéquation avec les objectifs des Parcs. En effet, travailler sur les circuits permet de pérenniser des activités, de développer une politique d'appui à l'installation de nouveaux agriculteurs et en conséquence, de préserver son environnement. Cela est particulièrement vrai pour les Parcs à proximité d'une zone urbaine d'importance : en effet, une activité agricole rentable permet de faire face à une pression foncière forte et d'éviter l'extension urbaine.

Dans ce contexte, une politique d'installation de jeunes agriculteurs devra veiller à l'attractivité du ratio entre le nombre d'heures travaillées dédiées à la commercialisation et le bénéfice attendu, en développant des systèmes permettant de l'optimiser (magasins de vente collective...).

- ❖ Pour plus d'information, télécharger la présentation powerpoint et la note de synthèse sur le site de la Fédération : <http://parcs-naturels-regionaux.tm.fr>

## **3. L'agriculture et l'alimentation face aux défis énergétiques et climatiques : quelles actions dans les territoires ?**

**Jérôme MOUSSET, Ingénieur sectoriel auprès de la direction clients de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie**, présente dans un premier temps les défis présents pour l'agriculture mondiale et les pistes d'action pour y répondre.

### **a) Les défis de l'agriculture**

#### **Défi alimentaire**

L'évolution démographique laisse présager que les besoins alimentaires auront doublé dans cinquante ans (9 milliards d'habitants en 2050) alors que les terres arables disponibles ne cessent de décroître. Afin de préserver les capacités alimentaires il convient de préserver les sols.

#### **Défi énergétique**

Depuis 1950, la consommation d'énergie a été plus que décuplée en raison de l'accroissement de la population mondiale et de la modernisation de nos économies. Or les ressources fossiles sont limitées et la pénurie de pétrole peut intervenir à très court terme. Le défi consiste à inverser cette tendance tout en maintenant le développement économique, à dissocier notre mode de vie et notre consommation énergétique. Cependant, cette responsabilité n'est pas aussi forte pour tous les pays, les plus modernisés étant beaucoup plus consommateurs d'énergie que les autres.

#### **Défi climatique**

Au cours du siècle, la température du globe a augmenté de 0,7 degré. Une accélération de ce phénomène est toutefois observée : en effet, onze des douze dernières années figurent parmi les douze années les plus chaudes depuis 1850. Le défi consiste également à inverser la courbe d'émission des gaz à effet de serre (GES).

## **b) Les actions à développer sur les produits agricoles et alimentaires**

### **Consommation d'énergie et émissions de GES en agriculture**

30 % des GES en France sont émis par la chaîne de la production alimentaire, dont 29 % sont liés à l'agriculture. Dans ce contexte, établir des diagnostics des exploitations permet d'évaluer le niveau de consommation d'énergie selon les modes de production et de mener une réflexion au niveau des Parcs pour amener les producteurs à modifier leur consommation. En particulier, ceux-ci peuvent économiser l'énergie directe en optimisant des postes ou secteurs très consommateurs tels que les engins agricoles, serres, laiteries. Ils peuvent également maîtriser la fertilisation azotée en limitant les excédents azotés ou en intégrant les légumineuses dans les rotations.

### **Impact des transports des produits alimentaires**

Il convient de cibler, dans la réflexion sur les circuits courts, les modes de transport, tels que l'avion, ou les modes de production, sous serre par exemple, qui sont très pénalisants sur le plan énergétique. De même, le transport par véhicule entre le magasin et le domicile a un impact énergétique significatif. Les circuits courts doivent intégrer ces problématiques de transport et éviter d'éloigner les lieux de distribution.

### **Impact des régimes alimentaires**

Au vu de l'importance de l'élevage dans les émissions des GES, il reviendrait aux territoires de sensibiliser les populations pour faire évoluer leur régime alimentaire et limiter la consommation de viande.

### **Valorisation énergétique de la biomasse et filières courtes**

Les études sur la biomasse sont très positives. On estime en effet que celle-ci permet d'économiser environ 90 % de GES. Dès lors, il revient aux Parcs d'évaluer les gisements de biomasse en tenant compte de l'équilibre des milieux, de promouvoir ce nouveau type d'énergie auprès des collectivités et des industries et de recréer le lien entre producteur, agriculteur et consommateur par le développement de filières courtes en bioénergie et bioproduits.

En conclusion, Jérôme MOUSSET insiste sur la nécessité d'élaborer des stratégies agricoles et alimentaires globales et locales. Avec les partenaires du monde agricole, les Parcs peuvent être des lieux de coordination et de démonstration de ces stratégies, notamment sur des thématiques comme l'énergie et l'effet de serre.

- ❖ Pour plus d'information, télécharger la présentation powerpoint et la note de synthèse sur le site de la Fédération : <http://parcs-naturels-regionaux.tm.fr>

## **III. Débat avec la salle**

### **1. La volonté des producteurs de maîtriser la commercialisation de leurs produits les incite-t-elle à se méfier des Grandes et Moyennes Surfaces ?**

Alex LAURIOT-PREVOST considère qu'il n'y a pas systématiquement une opposition des producteurs aux GMS. Au contraire, il peut exister une réelle synergie entre les circuits de vente directe et les filières longues intégrant des GMS car celles-ci ont désormais besoin des producteurs de proximité. Il s'agit d'exploiter ce potentiel afin de négocier des partenariats permettant aux producteurs de maîtriser leur valeur ajoutée.

**2. La notion de circuit court ne couvre-t-elle que la relation directe du producteur au consommateur ou peut-elle intégrer un intermédiaire? Doit-on parler de circuit court ou de circuit de proximité ?**

**Catherine HERAULT-FOURNIER** précise que la définition des circuits courts accepte l'intégration d'un intermédiaire entre producteur et consommateur. Certains experts utilisent la notion de circuit « ultra-court » pour définir la vente directe.

**3. Les circuits courts ne bénéficient pas, comme les filières longues, d'exonérations fiscales ou de subventions européennes. On constate une contradiction entre la volonté affichée de développer les circuits courts et les réglementations qui tendent à faire disparaître certaines filières agricoles. Dans la mesure où 30 % des exploitations agricoles disparaissent tous les dix ans, comment approvisionner les circuits courts ? Existe-t-il une nouvelle génération de producteurs prête à reprendre le flambeau et à développer ces circuits ?**

Concernant la question de la reprise des exploitations agricoles, **Catherine HERAULT-FOURNIER** constate qu'il n'y a pas, dans le secteur des circuits courts, d'effet de génération. Par ailleurs, on observe l'émergence d'un nouveau profil d'agriculteurs intéressés par ces circuits, qui ne sont pas issus du milieu agricole.

**Alex LAURIOT-PREVOST** souligne ensuite que la question des financements des circuits courts reste problématique, bien que la volonté politique de les développer ait été affirmée, notamment lors du Grenelle de l'Environnement.

**4. Les prix en circuits courts sont fluctuants et augmentent à mesure que la saison s'achève. Si le lien social est important dans les circuits courts, les consommateurs tendent à préférer les circuits où les prix sont les plus bas. Dans ce contexte, comment les circuits courts peuvent-ils faire face à la concurrence des filières longues ?**

Une des forces des circuits courts réside dans la diversité qu'ils proposent. De même, un produit issu de circuits courts est attractif pour le consommateur car il induit une proximité, une relation de confiance avec le producteur.

Les producteurs doivent être acteurs de la réflexion menée sur le développement des circuits courts et ne pas se laisser déposséder de cette démarche par les filières concurrentes majoritaires. A cette fin, ils doivent être soutenus et aidés par les organismes professionnels pour renforcer leur position dans l'organisation des filières.

**5. Comment les rapports de pouvoir entre les acteurs peuvent ils être rééquilibrés pour être en mesure de maîtriser le marché et être capable de conquérir des parts de marché ? N'y a-t-il pas un risque d'individualisation des producteurs en circuits courts qui serait néfaste à l'équilibre des rapports de force ?**

Pour la première fois depuis des années, un marché agricole, celui des circuits courts, présente une demande largement supérieure à l'offre. Une solution à ce déficit de l'offre passe par une politique d'installation des circuits courts, selon les besoins du marché. La filière courte possède un potentiel considérable, en termes de rentabilité, qui favoriserait le maintien des exploitations existantes et l'installation de nouveaux producteurs. Le risque d'individualisation des producteurs des filières courtes est toutefois réel. Ces dernières peuvent néanmoins réinventer la coopération et la solidarité à taille humaine qui permettront un développement et une rentabilité pour chacun en termes de temps dédié et d'investissement.

## IV. Présentation des conclusions de deux missions

### 1. De l'AMAP au point de vente collectif : diversité d'approches collectives de vente en circuit court dans une région : les Pays de Loire

**Emmanuelle SOUDAY, Chargée de mission pour la Chambre Régionale Agriculture Pays de Loire**, explique que le contexte actuel est particulièrement favorable à la production fermière :

- des critiques croissantes du système marchand dominant ;
- le souvenir des crises sanitaires des années 90 qui ont induit un besoin de confiance et de rapprochement avec le producteur ;
- une prise de conscience de l'impact social et environnemental des actes d'achat, du lien entre santé et qualité nutritionnelle des aliments...

Actuellement, les initiatives en matière de vente directe sont déjà extrêmement variées en Pays de la Loire, qu'elles soient à l'initiative du producteur ou d'un collectif de consommateurs.

Les points de vente collectifs (PVC) sont la forme la plus aboutie de coopération. Ces magasins gérés par un groupe d'agriculteurs présentent l'intérêt de limiter le temps de présence de chacun pour la vente et de proposer une gamme de produits élargie. Les producteurs réunis en PVC poursuivent plusieurs objectifs : améliorer la valorisation du produit, travailler en groupe, se rapprocher du consommateur et, en conséquence, redynamiser un territoire. Une typologie des PVC a été établie et fait apparaître une diversité de formes adaptées à des clientèles différentes.

Le pendant aux PVC est l'Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP), un système de partenariat solidaire original entre producteurs et consommateurs. Chaque partie prend un certain nombre d'engagements. En particulier, le consommateur achète ses paniers à l'avance, à des prix et une fréquence donnés et accepte les aléas de la production. Le producteur, quant à lui, s'engage sur la transparence des prix, les conditions de production et sur la qualité des produits. Chacun se doit également de participer à la vie de l'AMAP.

L'étude a permis de définir le profil particulier du consommateur « Amapien ». Pour lui, le prix n'est pas un critère déterminant de choix. Il est avant tout attaché à la qualité des produits et au respect de la saisonnalité, ainsi qu'à la préparation personnelle des repas. L'étude relève également une surreprésentation des catégories socioprofessionnelles supérieures. Le choix de l'AMAP pour ces consommateurs s'explique par la prépondérance des valeurs de solidarité et de soutien au producteur, par l'aspect pratique de l'AMAP et l'absence d'offre équivalente.

Le phénomène des AMAP est récent et n'offre pas un recul suffisant pour évaluer sa pérennité. Toutefois, l'étude définit deux facteurs de durabilité : la capacité du producteur à respecter ses engagements et celle des consommateurs à maintenir la dynamique associative. Les AMAP font l'objet de demandes d'adhésion de plus en plus importantes en zone urbaine. Or il est difficile de trouver des agriculteurs partenaires en zone périurbaine et il serait incohérent d'avoir des sites de production éloignés des lieux de distribution. A l'inverse, en zone rurale, les AMAP sont des atouts permettant de fédérer une demande dispersée.

En conclusion, il ressort de l'étude que les Pays de la Loire présentent une agriculture très diversifiée particulièrement favorable aux circuits courts. Il existe de nombreuses initiatives à découvrir et d'autres à inventer en s'adaptant aux attentes des consommateurs.

- ❖ Pour plus d'information, télécharger la présentation powerpoint et la note de synthèse sur le site de la Fédération : <http://parcs-naturels-regionaux.tm.fr>

## 2. Les filières courtes dans les Parcs : état des lieux et pistes à approfondir

**Marion CHANDESRIS, stagiaire à la Fédération des Parcs**, précise que l'étude a été menée auprès de 31 Parcs sur les 45 existants afin de mesurer l'engagement des PNR sur les circuits courts. Elle fait ressortir plusieurs constats :

- un réseau dynamique et une grande variété d'actions, de sorte que la Fédération peut bénéficier d'expériences riches et diverses ;
- un accompagnement des PNR prépondérant en matière de commercialisation et de promotion, mais qui ne s'accompagne pas d'une coopération territoriale ;
- un soutien limité des PNR sur la production et la pratique agricole (à ce jour, le lien entre les PNR et l'agriculture durable est ténu).
- L'étude met en avant une grande diversité de positionnements des Parcs dans leurs actions sur les filières courtes. Cette diversité s'explique par le rôle du parc (initiateur ou accompagnateur), les outils proposés (mise en réseau, communication), le contexte et l'organisation du système de gouvernance du Parc. Sur un territoire dynamique, avec de nombreuses initiatives des acteurs agricoles, le Parc n'occupera pas une place prépondérante et devra s'affirmer dans un rôle de coordonnateur territorial. A l'inverse, dans un contexte moins dynamique, le Parc pourra occuper l'espace en tant qu'initiateur des démarches territoriales.

Ce constat induit un certain nombre d'interrogations :

- le réseau national est-il suffisant et optimisé ?
- Quelle est la place des Parcs parmi les acteurs des filières courtes ?
- Face à la diversité des situations un positionnement commun est-il envisageable ?
- Quels partenariats pourraient être engagés ?
- Comment aider les Parcs à intégrer les filières courtes dans leur projet de développement et d'agriculture durables ?

En conclusion, les circuits courts représentent un réel levier de progrès pour les Parcs vers une agriculture durable. A cette fin, il convient de les aider à améliorer les débouchés urbains, à formaliser une méthodologie d'accompagnement, à développer la professionnalisation des acteurs et à établir les critères d'évaluation des filières courtes.

- ❖ Pour plus d'information, télécharger le rapport de stage, la présentation powerpoint et la note de synthèse sur le site de la Fédération : <http://parcs-naturels-regionaux.tm.fr>

# Plénière de conclusion

## **I. Restitution des conclusions des ateliers** (infos téléchargeables sur le site de la Fédération)

### **1. Atelier 1 : Vendre en direct, renforcer le lien du producteur au consommateur**

#### **Expériences présentées :**

- Gérard POISSON, agriculteur représentant le groupement « De la Terre à l'Assiette ». Atelier de découpe petites espèces et vente sur des marchés, magasin de vente géré par des producteurs
- « La Maison Citoyenne de Clamecy », Pierre HERVE, viticulteur, vice-président de l'association. Contexte : Quand une boutique associative, créée à l'initiative de consommateurs, mobilise des producteurs locaux dans des dynamiques de filières courtes
- Coopérative SICASELI du Quercy. Dominique OLIVIER, directeur. Créée il y a 20 ans, la SICASELI propose à ses adhérents approvisionnement et services agricoles. Depuis quelques années, elle contribue de manière plus large au maintien de l'activité agricole en développant de nouveaux services (vente de produits fermiers, emploi, ...)
- La création d'une AMAP en Loire-Atlantique (Christophe Caillon du GAEC des 7 chemins, commercialisation de produits laitiers sur 3 AMAP en région Nantaise et Julie VANLEMBERGHE, Chambre régionale d'Agriculture des Pays de Loire)

**Eric PITHON, Conseiller Territoire à la Chambre d'Agriculture de Loire-Atlantique**, indique que l'atelier a tenté de faire ressortir les fondamentaux de la vente directe :

- Les AMAP ou autres organisations collectives de vente sont des lieux d'expression des attentes des producteurs. Ils doivent également permettre de « dégager » de la plus-value.
- Il s'agit d'acter les interdépendances entre des filières très courtes et des filières plus longues marquées par des intermédiaires afin de conserver les actifs, de faire vivre le territoire et d'explorer les synergies réalisables entre les différentes filières.
- Les producteurs doivent pouvoir maîtriser tous les maillons de la chaîne de production.
- Afin d'offrir une gamme complète et de disposer d'une clientèle plus conséquente, il est fondamental d'être en capacité de s'adosser à des réseaux existants : les sites remarquables du goût et le commerce équitable en sont des exemples.
- Il est primordial de garantir une véritable transparence autour du produit et du prix. En effet , en matière de vente directe, la confiance est indispensable : elle repose sur l'apport d'explications portant, par exemple, sur la fabrication des produits.
- La construction d'un point de vente collectif implique de trouver des producteurs dans un rayon restreint. Or de tels partenaires de proximité sont rares et les jeunes producteurs intéressés mais non-issus du milieu agricole, qui feront l'offre de demain, peuvent rencontrer des difficultés (accès au foncier, temps de travail...).
- Il est plus facile de créer un système de production respectant des critères environnementaux et éthiques propres à la vente de ses produits dans des points de vente que de s'adapter à des règles déjà en place mais inadéquates.
- La multiplicité des initiatives sur un même territoire peut engendrer un risque de confusion pour le consommateur et un risque de désorganisation du marché. Une structuration globale de l'offre est donc indispensable à l'échelle d'un territoire. Dans ce cadre, les PNR peuvent être de véritables acteurs, sous réserve de prendre en compte la diversité de la demande et des projets.
- Au vu des enjeux et des conséquences économiques, sociales et solidaires, les collectivités locales peuvent apporter, *via* leur politique d'accompagnement, un soutien précieux aux initiatives dès lors qu'elles en ont compris les enjeux (plus-values pour les producteurs, portées économiques, sociales et solidaires).
- La crainte de la perte de pouvoir des producteurs fermiers et des consommateurs face aux initiatives des GMS reste prégnante.

## 2. Atelier 2 : Quand les circuits courts s'ancrent sur les territoires et réunissent les acteurs

### Expériences présentées :

- Filière « Pain du Parc du Perche » par Camille HENRY, chargée de mission Agriculture
- Alimentation en bois déchiqueté de bâtiments communaux par des agriculteurs regroupés en CUMA (Boupière et les Herbiers en Vendée) par Yves POULLAIN, FDCUMA Vendée
- Valorisation en circuit court du chanvre en Loire Atlantique par Jérôme JACOB, animateur FDCIVAM 44

**Cédric CONTEAU de la FRCIVAM Pays de Loire** rappelle que l'atelier, au préalable, a apporté une définition de la notion de filière courte, laquelle peut couvrir plusieurs cas :

- l'autoconsommation ;
- la relation directe entre producteurs et consommateurs ;
- la structuration de filières autour d'un intermédiaire.

Un territoire peut souhaiter s'investir dans la structuration d'une filière courte pour :

- garder et développer sa valeur ajoutée ;
- conserver et développer sa capacité d'innovation, afin de permettre l'émergence de projets ;
- faire la promotion de son action en matière de développement durable (conduite d'une approche « bilan énergétique ») ;
- mettre en avant la dimension humaine des circuits courts.

La structuration de l'offre d'un territoire repose sur plusieurs facteurs.

- Le mode de fabrication des produits alimentant une filière courte doit être défini. Cette problématique renvoie aux notions de cahier des charges et d'audit, lesquelles comptent parmi les éléments fondateurs des filières courtes.
- Il est primordial de mettre en œuvre un accompagnement technico-économique afin d'évaluer la rentabilité des filières courtes, de tenir compte de la pénibilité engendrée par l'éventuelle réorientation des modes de production et d'instaurer la confiance nécessaire à la mobilisation des producteurs.
- L'accompagnement financier est également un facteur-clé, prenant la forme de mesures agro-environnementales ou de soutien aux investissements.

La structuration de la filière « aval » et de la commercialisation porte des enjeux liés à la normalisation des produits, à travers les cahiers des charges élaborés par les producteurs et à travers les problématiques juridiques associées.

L'éducation et la sensibilisation des consommateurs, de fait, doivent permettre une meilleure compréhension des filières courtes. Ce cheminement, cela étant, ne peut faire l'économie d'un certain nombre d'étapes. En effet, la maturation des filières courtes exige du temps. A terme quoi qu'il en soit, elles peuvent emporter l'émergence de filières locales moins contraignantes.

En matière d'accompagnement, les Parcs doivent permettre aux acteurs du territoire de se rencontrer et de jouer un rôle de plus en plus important. Ils sont une forme de vitrine pour les filières courtes : en les promouvant, ils peuvent en emporter la diffusion sur les autres territoires.

### 3. Atelier 3 : Restauration collective : nouveaux débouchés de produits locaux, bio, équitables

#### Expériences présentées :

- Restauration collective : GAL Pays Sud Charentes, Laurence Rouher et Jean-Yves Delage (AFIP). Objectif : développer la consommation dans la restauration collective de produits locaux, dans le cadre d'un développement durable du territoire du pays Sud Charente
- Lien entre collectivités et comités d'entreprise sur le Parc Massif Bauges (Pascale VINIT, chargée de mission) : approvisionnement des cantines des villes-portes avec produits du Parc et Colis de Noël pour collectivités et Comités d'entreprises

**Charles LESAGE, de l'association Terroirs 44**, précise que le marché potentiel afférent à la restauration collective est important, marqué cependant par des contraintes d'accès. De manière récurrente, a été pointée la problématique de l'organisation de l'offre et de la logistique associées.

Les intérêts découlant de l'introduction de produits locaux dans la restauration collective sont :

- créer ou recréer du lien entre agriculteurs et consommateurs, entre ruraux et urbains ;
- améliorer l'alimentation des jeunes enfants ;
- développer une action pédagogique en matière de connaissance des territoires, de l'agriculture, des produits, de la santé et de la nutrition et œuvrer à la protection de l'environnement.

Des freins à l'intégration des circuits courts dans la restauration collective ont été identifiés :

- la difficile évaluation de la qualité des produits ;
- l'évolution des métiers liés à la restauration collective, en raison de l'usage de produits frais ;
- l'adéquation entre les volumes produits et la demande ;
- les limites de la gamme des produits frais ;
- la réglementation, notamment afférente au conditionnement ;
- les surcoûts en main d'œuvre et en matière première ;
- les difficultés de référencement auprès des sociétés privées.

Pour surmonter ces freins, il convient de s'appuyer sur :

- une volonté forte des responsables d'établissement, de la restauration et des producteurs ;
- un engagement de la puissance publique, qui doit soutenir la structuration du circuit et apporter un soutien logistique, financier, etc ;
- une sensibilisation amont des consommateurs.

Sur cette base, les pistes d'actions suivantes ont été proposées :

- la mise en place de plateformes de travail - physiques ou virtuelles - qui, bien que délicates à installer, facilitent la coopération entre les acteurs d'une filière ;
- la conduite d'une évaluation du surcoût engendré par l'intégration de produits locaux dans les établissements de restauration collective, surcoût pouvant être limité par la mise en œuvre de mesures adéquates (baisse des prix, modification des habitudes alimentaires...) ;
- la rédaction d'un guide destiné aux responsables de restauration collective pour les aider dans l'interprétation du code des marchés publics quant à l'approvisionnement des établissements ;
- une sensibilisation en amont des publics par la découverte des goûts des enfants, l'information des parents et leur implication dans le choix des menus ;
- une mutualisation et une gestion partagée des produits entre les communes et les établissements, de nature à engendrer des économies d'échelle.

Enfin, les débats de l'atelier se sont conclus sur des interrogations relatives à :

- la reconnaissance des statuts des métiers de la restauration collective, modifiés par l'introduction des filières courtes ;
- les limites à apporter au rôle des Parcs et des autres acteurs dans la mise en œuvre (impulsion, portage, concrétisation ou suivi) ;
- la qualité des produits locaux en dehors des signes de qualité ;
- l'intégration progressive de la filière au réseau de la restauration collective d'un territoire ;
- la mutualisation des expériences des PNR.

## II. Table ronde de clôture

*Participaient à cette table ronde :*

*Marianne LE BAIL, membre du Conseil d'Orientation, Recherche et Prospective (CORP) de la Fédération des Parcs Naturels Régionaux et Professeure AgroParis Tech, animatrice des débats*

*Gilles MARECHAL, Coordinateur régional Fédération Régionale des CIVAM de Bretagne*

*Charles PERRAUD, Président de l'association Sites remarquables du goût*

*Philippe GIRARDIN, Président du Parc Ballons des Vosges*

*Alex LAURIOT PREVOST, Expert-conseil*

*Dominique OLIVIER, Directeur de la coopérative SICASELI.*

**Marianne LE BAIL, animatrice de la table-ronde,** pose quatre séries de questions volontairement provocatrices aux intervenants.

*Premièrement, les filières courtes doivent-elles « passer à la vitesse supérieure » ? Est-il possible et souhaitable qu'elles sortent du cercle militant pour se confronter à une concurrence professionnelle ? Quelles en seraient les conséquences ? Consommer les produits issus d'un territoire spécifique emporterait la réduction mécanique du nombre de produits venant de l'extérieur. Est-ce possible et souhaitable ? Dans quelle mesure, les compétences disponibles sont-elles adaptées à un travail en cycle court ?*

**Gilles MARECHAL** considère que le succès croissant des circuits courts et la progression de leurs ventes attestent de l'accélération de leur développement et de leur passage au statut professionnel et concurrentiel. Par surcroît, le public visé n'est plus seulement militant : il est désormais représentatif de la diversité de la population française. Actuellement la problématique n'est donc pas tant de conquérir de nouveaux publics que de conserver et de développer les acquis.

**Charles PERRAUD** note toutefois que le développement des filières courtes doit être sécurisé pour :

- renforcer la confiance entre les producteurs et les consommateurs ;
- favoriser la simplification des labels ;
- garantir la qualité des produits ;
- améliorer progressivement l'offre en quantité et en qualité.

**Alex LAURIOT-PREVOST** ajoute que le développement actuel des cycles courts doit être soutenu, afin que ces derniers passent du statut de niche à celui de segment de marché à part entière. Dans cette perspective, il convient de sortir du cercle militant des producteurs et des consommateurs. Le rôle des PNR doit être :

- de convaincre les producteurs issus des circuits longs de prendre part aux circuits courts ;
- d'attirer les consommateurs à l'aide du rapport qualité-prix des produits provenant des circuits courts.

**Dominique OLIVIER** souligne qu'il convient de ne pas diaboliser les circuits longs, lesquels constituent un soutien utile aux producteurs en circuits courts. A son sens, il est préférable de développer des circuits de proximité et souhaitable, pour sa coopérative, d'accroître la valeur ajoutée produite sur le territoire. Enfin, le consommateur n'est pas tant à la recherche d'un produit qu'à la recherche d'une plus grande interaction avec les producteurs de son territoire.

*Marianne LE BAIL s'interroge sur la gestion de la concurrence entre les circuits courts d'un territoire, ainsi que sur les outils qui permettraient de l'organiser.*

**Charles PERRAUD** indique que le statut de niche peut être rassurant pour les producteurs réfractaires à la concurrence et à la professionnalisation des circuits courts.

**Alex LAURIOT-PREVOST** considère qu'il convient :

- de parvenir à proposer des produits de qualité et au cœur du marché ;
- d'accepter la pluralité des circuits directs ;
- d'adapter aux circuits courts, dans un souci de régulation de la concurrence, le système d'organisation professionnelle solidaire mis en place par les circuits longs.

Tous les intervenants s'accordent pour souligner que les organismes accompagnant les porteurs de projets (CIVAM, Parcs...) peuvent se positionner comme fondement du développement des circuits courts et garant de leurs engagements en :

- étant régulateur en mettant en réseau et en aidant à structurer l'offre ;
- organisant des plateformes de distribution locale ;
- innovant en trouvant un compromis entre stratégies individuelles et intérêt collectif, entre producteurs, entre porteurs de projets et entre producteurs et consommateurs

*Marianne LE BAIL demande si les circuits courts participent réellement au développement durable. Dans l'affirmative, elle s'interroge sur les indicateurs qui pourraient être retenus.*

Selon **Dominique OLIVIER**, la réactivité des circuits courts face aux fluctuations des prix du marché et face aux à-coups économiques et sociaux pourrait être un premier indicateur

**Philippe GIRARDIN** affirme que les circuits courts renvoient souvent au développement durable car ils sont supposés réduire les temps de transport, ce qui n'est pas toujours le cas. A cet égard, un travail important doit être effectué pour définir, sur des bases scientifiques, des indicateurs pertinents, notamment économiques et sociaux (création d'emplois locaux ou de richesse économique par exemple).

**Charles PERRAUD** considère que la mise en œuvre d'indicateurs est indispensable pour obtenir des résultats tangibles : en effet, elle est préférable à l'affichage d'ambitions déraisonnables. Enfin, les indicateurs doivent être simples et leur contrôle ne doit pas être coûteux (exemple de AB).

**Alex LAURIOT-PREVOST** rappelle que la maîtrise du développement agricole dans la durée va jouer un rôle prépondérant dans l'équilibre des territoires. Il conviendrait de disposer d'indicateurs :

- mesurant la part des circuits courts dans l'activité agricole d'un Parc ;
- identifiant la valeur agricole générée par les circuits courts sur un territoire donné ;
- quantifiant les objectifs à atteindre, afin de mesurer les progrès réalisés.

**Gilles MARECHAL** concède l'importance des indicateurs. Cela étant, la culture des circuits courts est difficile à intégrer dans un indicateur.

*Marianne LE BAIL interroge les intervenants sur le rôle et la fonction des Parcs dans le développement des circuits courts. Elle se demande notamment si les Parcs doivent aller au-delà du seul champ agricole.*

Selon **Gilles MARECHAL**, les logiques territoriales qui fondent l'identité des Parcs correspondent au besoin de complémentarité des filières courtes. Sur cette base, il convient de passer d'une logique d'interaction de sociétés entre elles à une logique de responsabilité partagée. Enfin, il revient aux Parcs de changer l'image de l'agriculture auprès des consommateurs.

**Philippe GIRARDIN** ajoute que le champ d'activité des Parcs est plus large que le seul soutien au domaine agricole. Ils doivent également :

- soutenir les initiatives en apportant un soutien juridique et réglementaire ;
- utiliser au mieux le centre de ressources de la Fédération des Parcs pour diffuser des exemples et proposer des outils d'évaluation aux porteurs de projets ;
- ouvrir des partenariats avec d'autres acteurs.

**Dominique OLIVIER** estime que la principale fonction des Parcs est d'organiser des passerelles entre les filières pour, en organisant la transversalité, favoriser l'inter-professionnalité territoriale.

**Alex LAURIOT-PREVOST** insiste sur les différences existant entre les Parcs, selon les productions et le poids des agglomérations présentes sur leur territoire. Cela étant, ces différences doivent permettre de construire une large palette de solutions destinées à soutenir les circuits courts. A cet égard, la mise en œuvre de forums d'échanges ne manque pas d'intérêt. Enfin, les Parcs ont aujourd'hui un rôle politique à jouer au plan national, s'agissant de la reconnaissance officielle et financière des circuits courts. Dans ce cadre, la Fédération doit peser de tout son poids.

### III. Conclusion par Philippe GIRARDIN

Il confirme l'importance des circuits courts pour l'ensemble du réseau des Parcs, l'intérêt que ceux-ci peuvent trouver à s'investir dans leur développement et pas seulement dans le secteur des produits agricoles. Qui plus est, les caractéristiques des circuits courts correspondent aux valeurs des Parcs que sont la solidarité, la transparence, l'équité et la sobriété. Il est aujourd'hui nécessaire de prouver que les parcs, en appuyant les circuits courts, promeuvent ces valeurs, en :

- créant de nouvelles **solidarités** sur lesquelles ces circuits peuvent apporter une valeur ajoutée,
- élaborant et mesurant des indicateurs qui témoigneront de la **transparence** des circuits courts,
- en étant attentif à une **répartition équitable** de la richesse créée par les circuits courts, notamment en termes de juste rémunération des producteurs,
- en favorisant la **sobriété**, perçue aujourd'hui comme un luxe ou une mode mais qui pourrait devenir incontournable dans 15-20 ans, le Parc pouvant utilement axer sa pédagogie sur des modes de production et de consommation plus économes.

Il revient aujourd'hui aux Parcs de favoriser la durabilité de ces filières en les encourageant à se structurer mais aussi à travailler en réseau à l'échelle du territoire, en mettant notamment l'accent sur deux facteurs-clé : l'**autonomie** (énergétique, économique, ...), et la **diversité** (des systèmes de production, des modes de production,...). Il ne s'agit pas pour autant de perdre de vue la solidarité inter-régionale, tous les territoires ne possédant pas les mêmes potentialités et richesses.

Cette réflexion sur les circuits courts pose des questions de recherche et de prospective dont pourrait utilement se saisir le Conseil d'Orientation, Recherche et Prospective (CORP) de la Fédération. Ces questions sont relatives à :

- l'évaluation des circuits courts et notamment de leurs impacts en termes de développement durable sur le territoire dans lequel ils s'ancrent ;
- la structuration transversale, territoriale des circuits courts (entre eux, entre circuits courts et longs) afin de faire jouer les complémentarités
- l'identification de nouveaux modes de consommation, en y réfléchissant de façon prospective

# Annexes

## Fiches de synthèse des expériences présentées en ateliers

### Atelier 1 : Vendre en direct, du producteur au consommateur

- Groupement « De la Terre à l'Assiette », Gérard POISSON
- Maison Citoyenne de Clamecy, Pierre HERVE
- Coopérative SICASELI du Quercy, Dominique OLIVIER
- Commercialisation de produits laitiers sur 3 AMAP, Christophe CAILLON GAEC 7 chemins et Julie VANLEMBERGHE Chambre Régionale d'Agriculture des Pays De Loire,

### Atelier 2 : Quand les circuits courts s'ancrent sur les territoires

- Filières bois-énergie structurées par des CUMA (Boupère et les Herbiers en Vendée), Yves POULLAIN FDCUMA Vendée
- Valorisation en circuit court du chanvre en Loire-Atlantique, Jérôme JACOB FD Civam 44
- Filière Pain du Perche, Camille HENRY, Parc du Perche

### Atelier 3 : Une offre territoriale pour de nouveaux marchés

- Restauration collective : GAL Pays Sud Charentes, Laurence ROUHER et Jean-Yves DELAGE, AFIP
- Alimentation des cantines des villes-portes et Colis de Noël pour Comités d'entreprise, Pascale VINIT Parc Massif Bauges

## Fiches expériences d'autres Parcs présents

- **Parc du Vercors** : Actions collectives pour un développement de « filières courtes » locales en soutien à une agriculture durable (**Ateliers 1 et 2**)
- **Parc des Monts d'Ardèche** : Les Pommes de terre « Les Echamps de l'Eyrieux » (**Atelier 2**)
- **Parc du Morvan** : Association Morvan Terroirs (**Atelier 1**)
- **Parc Naturel Régional de Camargue** : Valorisation touristique et par la Vente Directe de l'ensemble des produits du terroir liés à la culture du riz et PER « Développement économique et énergétique des produits du terroir agricole de Camargue » (**Atelier 1**)
- **Parc du Périgord Limousin** : Marquage d'un service traiteur (**Atelier 3**)
- **Parc du Luberon** : Les marchés paysans du Luberon (**Atelier 1**)

## Atelier 1 : Vendre en direct, du producteur au consommateur

|  |
|--|
| <p style="text-align: center;"><b>Création d'un atelier de découpe et de transformation :<br/>Groupement « De la Terre à l'Assiette »</b></p>  |
| <p><i>Acteurs impliqués et structures d'accompagnement</i></p> <p>SARL (10 éleveurs) et une CUMA( 60 éleveurs actuellement)<br/>Communauté de communes<br/>Sela et Conseil Général</p>   |
| <p><i>Objectif du projet</i></p> <p>60 tonnes de découpe avec un objectif de 150 dans le futur<br/>Un magasin de produits ouvert deux demi-journées seulement et tenu par des éleveurs<br/>Transformation de produits avec une salle mise à disposition des éleveurs qui le souhaitent</p>   |
| <p><i>Contexte dans lequel le projet a été mené</i></p> <p>Fermeture progressive des abattoirs en Loire Atlantique. Peu d'outils de découpe et de transformation de petits volumes et en multi-espèces<br/>Réflexion sur les CTE et les dynamiques de territoire<br/>Volonté de trouver une identité forte sur une région qui en a peu<br/>Recherche de plus values par les éleveurs et création d'emplois directs et induits<br/>Crise de la production porcine<br/>Eleveurs pas aux normes en transformation : coûts des investissements en individuels pour la création ou la mise aux normes d'outils de transformation<br/>Réflexion sur la contractualisation avec les collectivités (contrats territoriaux) et les dynamiques de territoire</p> |
| <p><i>Démarche</i></p> <p>Visite d'atelier et travail de groupe<br/>Réflexion et appui technique de la chambre d'agriculture et Conseil Général</p>  |
| <p><i>Atouts et limites</i></p> <p>Proximité de la région nantaise<br/>Dynamique forte d'éleveurs engagés<br/>Accès facile à des salariés très performants</p> <p>Coûts des matières premières qui grimpent et des budgets prévisionnels qui se bousculent<br/>Démarrage difficile dans l'organisation car nouveau métier à s'approprier</p>   |
| <p><i>Contribution du projet au développement territorial durable</i></p> <p>Les éleveurs participent à la mise en place, à la gestion et à l'organisation de l'outil<br/>Proximité des consommateurs et relations producteurs/consommateurs<br/>Raccourcissement des circuits de distribution<br/>Développement vers les écoles et les restaurants avec une implication des associés</p>  |

| <b>La maison citoyenne de Clamecy</b>   |
|---|
| <i>Acteurs impliqués et structures d'accompagnement</i>   |
| Des consommateurs de produits bio<br>Des militants<br>Des producteurs<br>Avec le soutien matériel de la municipalité  |
| <i>Objectif du projet</i>   |
| Créer un lieu d'échange, de promotion, d'approvisionnement autour des valeurs de respect de l'environnement et de supports humains équitables   |
| <i>Contexte dans lequel le projet a été mené</i>  |
| Zone sous peuplée au tissu économique fragile de la Nièvre<br>Un lieu où « l'on a pas ce que l'on donne »<br>Mentalités caractérisées par l'indépendance, l'autonomie, l'entraide   |
| <i>Démarche</i>   |
| Les consommateurs militants sont à l'initiative du projet<br>Les producteurs s'y sont associés<br>La gestion est conjointe au sein d'une association<br>La commune a mis à disposition un local pour un loyer modeste   |
| <i>Résultats et perspectives</i>  |
| Création d'un magasin de produits bio approvisionné principalement par les producteurs locaux et par des produits du commerce équitable<br>Ce magasin est le pivot économique de l'ensemble et a été concrétisé en premier<br>Mise en place d'un lieu d'information, documentation, échange sur les thèmes retenus.<br>Une structure dédiée à « l'éco-construction » est en cours de réalisation<br>Information, conseil architectural et technique, approvisionnement en commun<br>L'activité commerciale est un réel succès : le CA dépasse largement les objectifs<br>Rôle de lien social indéniable dans cette région fragile<br>Retombées très positives pour les producteurs<br>Création de 2,5 emplois à plein temps répartis sur 4 salariés |
| <i>Limites</i>  |
| Après 2,5 ans, essoufflement relatif de la gestion associative : il importe de trouver un 2 <sup>ème</sup> souffle en professionnalisant la gestion<br>Après une croissance très rapide, on observe une certaine stagnation sans doute l'association a fait le plein du public potentiel concerné.  |
| <i>Contribution du projet au développement territorial durable</i>  |
| Création d'emplois<br>Consolidation et dynamisation locale (mise en réseau, entraide) pour les producteurs<br>Création de lien social et humain<br>Promotion de valeurs autour de l'environnement et d'humanisme<br>Synergie avec d'autres entités (associations et commerces partenaires et/ou complémentaires)  |

## Création d'espaces de vente de produits alimentaires régionaux « Les Sens du Terroir » dans des magasins Gamm Vert, franchises de coopératives.

### *Acteurs impliqués et structures d'accompagnement*

- Les producteurs-coopérateurs
- Le réseau Gamm Vert et les coopératives affiliées
- La société Gastronomy, filiale de la SICASELI, coopérative d'approvisionnement dans le Lot.

### *Objectif du projet*

Soutenir les producteurs locaux, valoriser le territoire et l'outil coopératif en vendant leurs produits dans un espace « Les Sens du Terroir » proposant une offre complète de produits du quotidien.

### *Contexte dans lequel le projet a été mené*

Il y a plus de 10 ans, la SICASELI, coopérative du Lot, a commencé à vendre des produits de ses adhérents dans son magasin Gamm Vert de Figeac sous l'impulsion de ses agriculteurs-coopérateurs.

Le rayon s'est développé petit à petit et a intéressé d'autres coopératives souhaitant mettre en avant leurs agriculteurs ainsi que leur territoire.

### *Démarche*

Création d'espaces proposant une gamme complète de produits alimentaires du quotidien avec des produits élaborés dans la région. Cette boutique est implantée dans des magasins Gamm Vert, franchises de coopératives. Des compléments de gamme sont aussi proposés en partenariat avec des structures qui ont la même philosophie comme les Sites Remarquables du Goût et Solidar'Monde.

La marque « Les Sens du Terroir » appartient à Gamm Vert SA, mais la démarche a été initiée et est développée par la coopérative SICASELI.

### *Résultats et perspectives*

#### Résultats :

- Un réseau de 32 espaces « Les Sens du Terroir », ouverts à ce jour sur la France avec un fort développement depuis 2005.
- Plus de 1500 producteurs impliqués dans la démarche.
- Embauche de 3 salariés à plein temps pour développer le concept.
- Des chiffres d'affaires allant de 21 000 € à 1 800 000 € pour une moyenne de 183 000 €

#### Perspectives :

- Une centaine d'espaces « Les Sens du Terroir » d'ici 2 ans avec le soutien du réseau Gamm Vert

### *Atouts et limites*

#### Atouts :

- Recréation d'un lien entre les producteurs et les consommateurs à travers le territoire.
- Relais avec d'autres actions de développement durable : partenariats avec les Sites Remarquables du Goût et Solidar'Monde pour élargir la gamme de produits offerts aux consommateurs.
- Légitimité des coopératives envers ce genre de démarche, ce qui la différencie des démarches similaires développées pas des privés.

#### Limites :

- Difficulté de structurer un réseau de coopératives indépendantes
- Difficulté de gérer un réseau national tout en gardant la spécificité de chaque magasin, de chaque territoire ainsi qu'en sauvegardant l'âme du concept.

### *Contribution du projet au développement territorial durable*

- Maintien d'emplois salariés sur le territoire
- Maintien de commerce en zone rurale
- Promotion du territoire et de l'agriculture
- Développement de l'agriculture sur le territoire par :
  - . Une action de commerce équitable « Nord-Nord » en donnant un prix juste dans l'achat des produits à des producteurs locaux et dans la vente aux consommateurs.
  - . Une action menée par une coopérative donc tous les bénéfices financent des activités agricoles ou sont directement redistribués aux agriculteurs du territoire.

Les coopératives se recréent une légitimité en développant une démarche pour les producteurs.

## Atelier 2 : Quand les circuits courts s'ancrent sur les territoires

|   |
|---|
| <b>Valorisation du chanvre en circuit court – l'expérience des agriculteurs de Loire Atlantique</b>   |
| <i>Acteurs impliqués et structures d'accompagnement</i>   |
| <u>Le groupe de producteurs de chanvre du Civam 44</u><br>Intérêt dans l'assolement et au regard du système de production<br>Culture sans intrant<br>Dispersion des producteurs sur le 44   |
| <i>Contexte dans lequel le projet a été mené</i>  |
| Engouement pour l'habitat écologique, objectif de réduction des consommations d'énergie... quelle contribution des agriculteurs locaux à l'échelle d'un territoire.<br>Une demande au sein du réseau civam 44.<br><br><u>Le chanvre</u><br>Utilisations du chanvre dans l'habitat<br>1 ha de chanvre = 1 maison<br>une filière locale ou tout est à créer |
| <i>Objectif du projet</i>   |
| <u>Répondre à la demande</u><br>Difficultés de transformation (outil), conditionnement, logistique, lien avec l'artisanat<br>Vente en circuit court : vendre un produit, fournir un service... faire jouer le réseau pour créer des dynamiques territoriales.   |
| <i>Démarche</i>   |
| <u>Elargissement</u><br>Capacité du monde agricole à fournir des filières locales en produits non alimentaires.<br>Intérêt pour la pérennité des petites exploitations familiales garantes de l'intégrité des territoires.  |

|  |
|--|
| <b>Alimentation en bois déchiqueté du bâti communal par des agriculteurs regroupés en CUMA</b>   |
| <i>Acteurs impliqués et structures d'accompagnement</i>  |
| Le client consommateur de bois combustible = la commune du Boupère (85) pour alimenter une chaudière de 320 kW chauffant une maison de retraite et la mairie<br>Les 15 fournisseurs de plaquettes bois bocagères (200 T) = agriculteurs, forestiers,<br>Les structures accompagnatrices : FDCUMA 85, Ch. Agri.85, CRPF, CAUE, C.Com.                   |
| <i>Objectif du projet</i>  |
| Privilégier l'achat de bois combustible déchiqueté produit sur le territoire afin de valoriser le travail des agriculteurs d'entretien de la haie et ainsi maintenir un paysage bocager contribuant à l'attractivité du territoire, tout en utilisant une énergie renouvelable.  |
| <i>Contexte dans lequel le projet a été mené</i>   |
| Volonté politique de développement local pour que la plus value de ce projet reste sur le territoire<br>Souhait de développement des énergies renouvelables produites localement<br>Soucis d'entretien de l'espace par les acteurs eux-mêmes vivants sur le territoire<br>Cohérence du bilan énergétique global en réduisant les transports polluants. |
| <i>Démarche</i>  |
| Des agriculteurs organisés en CUMA pour le matériel nécessaire au déchiquetage de leur bois ont voulu dépasser l'échelle de l'exploitation : ils ont sensibilisé les élus et ont montré l'exemple en installant des chaudières grosses consommatrices de bois qui amorceraient l'organisation d'une filière  |

Rencontre « Développement des circuits courts : plus-value pour les producteurs et les territoires », mars 2008 Brière 23

d'approvisionnement local.

Le Maire du Boupère, agriculteur, a porté ce projet au sein de son Conseil municipal qui se l'est approprié. Le choix stratégique d'alimenter exclusivement avec du bois bocager (deux fois plus cher au moment de la décision que du déchet de bois industriel) a été pris avec le souci des élus de maintenir la plus value sur le territoire avec le message : « *en achetant notre chauffage nous achetons notre paysage* ».

Les structures accompagnatrices ont argumenté et rassuré les partenaires au fur et à mesure de l'avancée des études, puis animé les agriculteurs et autres forestiers pour organiser les approvisionnements.

#### *Résultats et perspectives*

La maison de retraite, principale bénéficiaire du projet de chaudière au bois, voit ces coûts de chauffage diminuer et être moins dépendants des fluctuations pétrolières.

Début octobre 2007, la chaudière est entrée en fonctionnement, alimentée dès le premier jour par du bois bocager produit sur le canton. La 1ère année d'approvisionnement a dépassé les objectifs quantitatifs. Elle a permis de roder l'organisation des producteurs et de préciser les exigences de qualité nécessaire. Aujourd'hui, la dynamique est lancée, les propositions de bois dépassent les besoins. Des exigences en termes de durabilité d'entretien de la haie vont être travaillées avec les partenaires (exemple : charte de conduite durable de la haie).

L'organisation des flux demande beaucoup de temps de gestion et d'animation. Réalisée jusqu'à présent par le Maire, le relais doit être désormais pris soit par les structures accompagnatrices du projet (mais est-ce leur mission ?) ou par les producteurs de bois eux mêmes.

#### *Atouts et limites*

Les premiers producteurs lancés dans la démarche ne sont pas de la commune (à part le maire) et de ce fait ne s'investissent pas dans la gestion de la filière. Ils sont conscients que la logique du projet repose sur la proximité. Mais des agriculteurs de la commune sont aujourd'hui convaincus pour la prochaine campagne. L'exemplarité est encore un facteur de diffusion important.

A partir de cette quantité de bois (200 tonnes / 15 producteurs), il paraît nécessaire de structurer juridiquement ce type d'alimentation et de s'appuyer sur une plate forme physique adéquate aux exigences techniques. Ce travail reste à finaliser.

La dynamique est bien installée auprès des agriculteurs qui se sentent valorisés dans leur travail d'entretien de la haie parce qu'il est rémunéré par le biais du produit vendu grâce à l'organisation d'une filière courte. Le potentiel de bois est présent. Certes limité, il est pourtant loin d'être atteint car l'enjeu est de convaincre de réaliser l'entretien des haies. Délaissée, la haie dépérit. La mécanisation de l'entretien et du déchetage du bois grâce à des investissements en CUMA a été déclencheur en réduisant la pénibilité de ce travail.

#### *Contribution du projet au développement territorial durable*

Ce projet contribue à diminuer l'émission de gaz à effets de serre par le choix de l'énergie bois et par l'organisation d'une filière d'approvisionnement local en bois qui réduit les transports de combustibles éloignés.

Il valorise l'entretien et le maintien du bocage qui apporte des intérêts environnementaux variés et importants (Bio-diversité, protection érosion, microclimat, qualité des eaux, paysages ...).

La dynamique créée est valorisée auprès des habitants du territoire ce qui permet de porter la réflexion globale d'entretien de l'espace par l'ensemble des acteurs du territoire (habitants, élus, acteurs économiques, DDE,...).

Des exigences en termes de qualité d'entretien de la haie vont être travaillé avec les partenaires pour par exemple s'accorder ensemble sur une charte de conduite durable de la haie. Il faudrait que cette charte soit opposable aux producteurs de bois décheté ou bûches qu'ils soient ou non intégrés dans la filière.

Ce projet est pilote sur le département (chaudière de 320 kW consommant 800 M3 de bois décheté soit 200 tonnes) avec un autre projet plus conséquent aux Herbiers (1100 kW, 3500 M3 soit 850 Tonnes de bois) qui se structure pour un démarrage en début 2008. Les élus locaux voisins, du département et de la région sont attentifs pour s'appuyer sur son expérience.

## Filière farine et baguette du Perche, produits du Parc naturel régional du Perche

### *Acteurs impliqués et structures d'accompagnement*

1 moulin : moulin de la Peltrie, 5 agriculteurs sur le territoire du Parc, 40 boulangers sur le Grand Perche, Le Parc naturel régional du Perche, La Chambre d'Agriculture de l'Orne

### *Objectifs du projet*

Valoriser une production agricole locale et promouvoir les produits du Perche en lançant un pain de consommation courante ancré au territoire du Perche, portant les valeurs du Parc.

Créer une filière territorialisée, source de valeur ajoutée locale.

Valoriser les savoir-faire artisanaux d'un meunier et des boulangers du Perche.

Favoriser le maintien des commerces en milieu rural et mettre en œuvre une démarche économique durable.

### *Contexte dans lequel le projet a été mené*

Le Perche : territoire de polyculture-élevage dont les productions sont très peu valorisées sur place.

En 2002, deux meuniers reprennent le moulin artisanal de la Peltrie, sur le territoire du Parc, et décident de l'orienter vers une production différenciée et assez haut de gamme. Les meuniers souhaitent créer et lancer un pain élaboré localement et qui, à travers sa filière, soit ancré au territoire du Perche. De son côté, le Parc souhaite favoriser le développement du petit agroalimentaire, ainsi que des produits identitaires et de qualité liés au territoire et valorisant un investissement environnemental fait par les agriculteurs.

### *Démarche*

- Initiative du Moulin (2003), visant à lancer un pain local défendant des valeurs environnementales
- Travail du moulin avec les agriculteurs en partenariat avec la Chambre d'Agriculture de l'Orne : étude de la faisabilité (tests qualité farine, ...) et structuration de l'amont de la filière- Partenariat avec le Parc pour le marquage Parc et un appui à structuration de la filière (janvier 2004)
- Voyage d'étude sur le Pain du Parc du Livradois-Forez par le meunier et le Parc (mars 2004)
- Réunion avec les boulangers (mars 2004) : étude de la faisabilité (lancement de tests sur la farine et les recettes de baguettes, ...) et structuration de l'aval de la filière
- Préparation du marquage Parc (avril-juin 2004) et obtention marque sur farine et baguette (juillet 2004)
- Lancement de la baguette du Perche (octobre 2004)

### *Résultats et perspectives*

**Résultats :** Progression du nombre de boulangers du lancement de la baguette (12 boulangers) à aujourd'hui (45 boulangers). Filière stabilisée entre 40 et 45 boulangers (fluctuations dues au renouvellement).

Animation et suivi de la filière par le Parc, le moulin de la Peltrie et la Chambre d'Agriculture de l'Orne.

Réalisation d'audits par un organisme indépendant et audits annuels par le Parc.

#### **Perspectives:**

- Assurer la pérennité de la filière (contexte : hausse du prix du blé et concurrence accrue entre moulins)
- Améliorer l'animation de la filière et surtout la mobilisation des boulangers
- Faire progresser les engagements environnementaux des agriculteurs
- Organiser des journées d'échange et formation des boulangers : journée d'information des vendeuses en boulangerie sur la filière et ses objectifs, journées techniques sur la fabrication du pain avec un formateur
- Améliorer la régularité des audits et leur suivi.

### *Atouts et limites*

**Atouts:** Succès du produit auprès des boulangers, qui adhèrent à la démarche, et des consommateurs, qui ne se détournent pas du produit même 3 ans après son lancement.

La baguette du Perche est un produit emblématique pour le territoire et pour le Parc. Ce produit, accessible de part son prix et sa bonne répartition sur le territoire (~1/3 des boulangers du Parc la commercialisent), a été adopté autant par les locaux que par les résidents secondaires (proximité de Paris)

**Limites :** Réelle motivation des boulangers : liée aux valeurs du produit/filière ou seulement commerciale?

La faible mobilisation des boulangers (cf point précédent) aux réunions de filière.

La lourdeur de la gestion de la filière et de la marque Parc à cause du nombre d'acteurs impliqués (boulangers, agriculteurs), notamment pour les questions de suivi et d'audits.

La compréhension de la marque Parc par les consommateurs n'est pas évidente : le nombre de messages et de valeurs nuit à la lisibilité et la compréhension de la marque Parc (conclusion d'une mini étude de marché).

### *Contribution du projet au développement territorial durable*

**Environnement :** Acteurs engagés dans la marque Parc + produit identitaire et emblématique du territoire

**Economique :** Création d'une filière locale, valorisation d'une production agricole et de savoir-faire locaux, recherche et mise en place d'un système de fixation du prix du blé "équitable" pour les agriculteurs.

**Culturel et social :** Favoriser les échanges et la compréhension entre ces métiers différents

### Atelier 3 : Une offre territoriale pour de nouveaux marchés

| <b>Restauration collective en Pays sud Charente</b>   |
|---|
| <i>Acteurs impliqués et structures d'accompagnement</i>   |
| La création d'un comité de pilotage à la suite des travaux engagés par le Conseil de Développement du Pays Sud Charente, vise à associer tous les acteurs du territoire concernés par la restauration collective : producteurs, élus, cuisinier(e)s, intendant(e)s, enseignants, responsables d'établissements scolaires<br>Le Pays porte le projet et coordonne les interventions de l'AFIPAR, pour une mission d'animation du comité de pilotage et d'appui méthodologique, la Chambre d'Agriculture, pour la mobilisation et l'organisation de l'offre des producteurs, en lien avec les grossistes de la petite région, la Mission Nutrition et Santé pour son conseil et son expertise auprès des établissements de restauration collective.   |
| <i>Objectif du projet</i>   |
| Développer la consommation dans la restauration collective de produits locaux, dans le cadre d'un développement durable du territoire du pays Sud Charente. Les effets attendus de cette démarche sont :<br><u>1/ Economique</u> : la promotion des produits locaux, le développement de circuits courts entre producteurs, transformateurs, consommateurs, la création de valeur ajoutée sur le territoire, par la création de compléments de revenus, permettant le maintien des activités existantes, et le développement de nouvelles : installation de jeunes et diversification.<br><u>2/ Environnementale</u> : le respect du vivant végétal et animal, le respect des saisons, la réduction des déchets d'emballage, le développement de certains modes de productions et leur impact sur le territoire, des pratiques agricoles respectueuses des milieux.<br><u>3/ Sociale</u> : la traçabilité des produits, la consommation de produits locaux, la santé dans l'assiette avec des aliments de qualité, l'éducation au goût, à l'équilibre alimentaire, la connaissance des produits, du territoire et des métiers, le développement de relations et de liens entre ruraux agriculteurs et non agriculteurs, la reconnaissance géographique, historique et culturelle qui participent de l'identité du territoire. |
| <i>Contexte dans lequel le projet a été mené</i>  |
| Identification par le Conseil de développement de l'atout du territoire à préserver la diversité des productions agricoles  |
| <i>Démarche</i>   |
| A l'origine, une animatrice, embauchée par une coopérative de producteurs, présente sur le territoire, crée des événements, tisse des liens entre producteurs et écoles, dont certains se pérennisent pas la suite.<br>Depuis 2006, le projet souhaite donner une dimension quantitative plus importante aux échanges commerciaux entre restaurants scolaires et producteurs locaux : cela nécessite la structuration de l'offre de produits pour pouvoir répondre aux besoins de "gros acheteurs" comme les collèges et lycées.<br>Depuis 2007, cette volonté du Pays et du projet rencontre celle du Conseil Général de développer dans les collèges la consommation de produits régionaux. De ce fait, le projet cherche à intervenir en complémentarité de cette action.  |

## Restauration collective en Pays sud Charente (suite et fin)

### *Atouts et limites*

Une démarche adaptée aux écoles, dont les besoins en approvisionnement correspondent aux capacités de producteurs individuels. Cette dimension permet de tisser des liens entre les acteurs et d'assurer une forte cohérence économie-pédagogie-lien au territoire. Elle repose sur une complémentarité étroite des rôles des acteurs (élu, cantinière, enseignant), une bonne dose de confiance, et la mise à disposition de moyens humains supplémentaires en cuisine.

La richesse des échanges entre enfants, producteurs, enseignants et cuisinières témoignent de la pertinence du dispositif. Manque dans cette communauté éducative la présence des parents comme acteurs du projet même s'ils sont associés à certains événements du projet.

Pour généraliser la démarche dans l'ensemble des écoles du territoire, il est curieux de constater que les élus qui soutiennent le projet ne le mettent pas forcément en oeuvre sur leur commune.

En revanche, le projet n'a pas pu à ce jour malgré sa volonté de le faire, développer l'approvisionnement en produits locaux dans des unités plus grandes (collèges, lycées, maisons de retraite...). Ce passage à une autre échelle quantitative est une nécessité pour faire vivre davantage le volet économique pour les producteurs du projet. Il passera par l'emprunt de filières aussi courtes que possible s'il ne s'agit pas de vente directe au sens strict.

### *Contribution du projet au développement territorial durable*

Interconnaissance des acteurs et de leurs besoins réciproques

Création de liens (commerciaux, d'information) réguliers entre producteurs et consommateurs

le volet environnemental n'a pas fait l'objet d'une évaluation précise

### *Résultats et perspectives*

- Travaillant à assurer la poursuite de la démarche, le Parc organise une rencontre entre tous les acteurs en novembre lors du salon alpin des métiers de bouche et de l'hôtellerie à Albertville.
- La rencontre de juillet 2007 avec SCOLAREST (entreprise qui gère les cuisines centrales de Chambéry et d'Aix les Bains), ouvre des possibilités pour les fromages à pâtes cuites, de figurer parmi ses produits référencés. Reste à poursuivre et à rencontrer leurs grossistes afin de définir les prix, les quantités, les conditionnements...
- Les autres secteurs de la restauration collective restent à approcher : les restaurants des collèges et lycées, les restaurants d'entreprise et les restaurateurs des villes.
- Le volet « éducation à la santé » se poursuit en 2007 dans le cadre de la semaine du goût. Le concept des « classes terroir » sera testé auprès d'une classe de cycle 3 par ville .

### *Atouts et limites*

La particularité de la démarche est de faire l'objet d'une double expérimentation : travail sur l'approvisionnement de la restauration collective scolaire d'une part, et le travail de coopération villes portes/Parc d'autre part.

### *Contribution du projet au développement territorial durable*

Ce projet répond aux critères de développement durable dans la mesure où :

- il favorise une agriculture respectueuse de l'environnement, limitant les déplacements et le transport de denrées,
- il participe au développement de la vie économique des agriculteurs en leur offrant de nouveaux débouchés,
- il participe largement à la sensibilisation des jeunes générations à leur environnement proche, à l'éducation du goût par des produits naturels.
- Le projet repose enfin avant tout sur une solidarité et une complémentarité de l'offre entre territoires voisins.

## Quels débouchés pour les produits locaux dans la restauration collective dans le Massif des Bauges ?

### *Acteurs impliqués et structures d'accompagnement*

- réseau des villes : élus + techniciens, acteurs de la restauration collective des villes
- réseau des coopératives du territoire et producteurs en vente directe
- syndicats de produits

### *Objectif du projet*

- Favoriser le développement d'une filière locale qui, par le rapprochement entre producteurs et consommateurs et la promotion des produits locaux, participe au maintien de l'agriculture locale.
- Créer des débouchés locaux durables pour les produits du territoire en mobilisant l'ensemble des acteurs intervenant dans la restauration collective scolaire des villes portes.
- Participer ainsi au renforcement du lien urbain-rural, créant des liens durables avec les partenaires urbains sur la base de la reconnaissance du territoire.
- Développer la sensibilisation et l'éducation des jeunes à la santé et créer des échanges scolaires urbain-rural sur le long terme (création de classe terroir)

### *Contexte dans lequel le projet a été mené*

Le territoire du Parc offre une gamme diversifiée de productions dont la valorisation spécifique est déjà assurée pour certaines d'entre elles par l'existence de 5 AOC (Appellation d'Origine Contrôlée), 3 IGP (Indication Géographique Protégée) et la présence de plus de 20 agriculteurs biologiques. En plus de ces labels, l'existence d'un bassin de consommation de 400 000 personnes aux portes du territoire (Chambéry, Albertville, Annecy...), représente une opportunité importante de commercialisation des produits locaux. Le Parc, ayant lancé une mission expérimentale sur l'ensemble de ses partenariats avec les villes portes, s'est engagé avec elles dans un travail concerté pour le maintien de l'agriculture locale et la valorisation des produits du territoire. Par le passé, il a organisé des marchés, proposé aussi une offre de colis de Noël au sein des collectivités et des entreprises...), parallèlement aux nombreuses démarches engagées sur le Parc.

### *Démarche*

Après la dégustation de certains produits du territoire dans les cantines à l'occasion de la semaine du goût d'automne 2006, et le programme d'animations pédagogiques mené parallèlement dans les écoles, le Parc s'est donné pour objectif de faire référencer durablement ses produits dans la restauration collective scolaire des villes portes. Afin d'étudier les modalités de mise en œuvre d'une filière locale, de la production à la consommation, le Parc cherche à assurer un rôle relais et de mise en cohérence de l'offre et de la demande. Dans un 1er temps, en guise de travail préparatoire et afin de fédérer les énergies autour des enjeux liés à l'organisation de la filière, le Parc s'est lancé dans une série de rencontres et échanges avec les acteurs potentiellement concernés (publics/privés) : la profession agricole (associations de producteurs), les filières (coopératives locales) et les responsables des restaurants scolaires de 5 villes et les élus référents. L'approche a également été enrichie par la rencontre de structures iséroises engagées dans la même démarche avec succès.

En complément de l'analyse de l'offre et de la demande que le Parc conduit, cette série de rencontres lui permet d'apprécier les potentialités de développement du réseau et d'impulser la dynamique interterritoriale. Les deux actions cumulées doivent permettre de définir les premières actions conjointes de structuration, à mener en amont et en aval de la filière. En amont, plusieurs filières sont identifiées : la filière fromagère, la filière fruits et jus de fruits, la filière viande. A ce niveau, le Parc cherche à définir, avec les acteurs concernés (producteurs, associations de producteurs, coopératives), un type d'organisation qui puisse sécuriser progressivement l'approvisionnement des restaurants scolaires tant en termes de quantités que de fréquence. Dans ce cadre, si les producteurs individuels présentent un risque, leur organisation en coopérative permet de le réduire. Avec 9 coopératives locales présentes sur le territoire, la filière fromagère, déjà bien structurée, constitue un pilier pour l'expérimentation. Après une réunion menée fin juin 2007 avec leurs administrateurs, le choix a été fait de privilégier le travail avec les coopératives locales en gestion directe. Ces dernières, assurent sur place la transformation en salariant directement leurs fromagers, et garantissent ainsi un ancrage plus fort sur le territoire.

En aval, il s'agit de sécuriser les débouchés et de référencer les produits au sein de la restauration collective scolaire, en travaillant en concertation avec chacun des acteurs concernés : cantines scolaires et élus urbains en charge de leur gestion, les cuisines centrales qui apprêtent les produits conformément à la réglementation en vigueur, les grossistes approvisionnant les cuisines centrales. Si chacun dispose de sa liberté d'agir, le rôle du Parc est de sensibiliser et d'encourager à l'harmonisation des pratiques d'approvisionnement.

## Parc du VERCORS (Thèmes ateliers 1 et 2)

### Actions collectives pour un développement de « filières courtes » locales en soutien à une agriculture durable

#### Objectif

- Valoriser les productions issues de l'agriculture du Parc, soutenir l'activité agricole et participer au maintien des paysages.
- Développer ainsi les circuits courts de commercialisation des productions qui assurent des retombées économiques locales, tout en encourageant des démarches de qualité.
- Renforcer le dialogue et les liens de confiance entre producteurs et consommateurs en encourageant les projets agro-touristiques qui revalorisent la profession agricole.

#### Contexte

Agriculture et tourisme sont en interrelations fortes sur le territoire du Parc. D'un côté, le tourisme est concerné par le développement d'une agriculture durable qui puisse préserver les paysages emblématiques largement façonnés par cette activité (l'élevage en particulier). De l'autre, le soutien à l'agriculture durable par sa valorisation est facilité par l'existence de flux touristiques importants. Ces derniers ont en effet permis au Parc de développer très tôt des pratiques de valorisation par vente directe.

#### Démarche et résultats

Les producteurs, regroupés en association, s'associent au Parc pour mener collectivement des actions qui utilisent la valorisation locale des productions et le développement de circuits courts de commercialisation (en majorité par vente directe) pour maintenir l'activité agricole et favoriser sa contribution au développement durable (économie, paysages, biodiversité...).

- **Partenariat éleveurs/bouchers locaux dans la valorisation de la marque Parc « Viande du Vercors »**  
L'utilisation de la marque est soumise à un cahier des charges qui exige des pratiques d'élevage durable en lien avec le territoire assurant l'entretien des paysages (animaux nés sur le territoire, en pâturage sur le territoire, utilisation de fourrages du territoire...). Ensuite, la vente doit être assurée sur le territoire, en boucherie traditionnelle ou par vente directe. Améliorant la traçabilité, les bouchers disposent de fiches pour chaque produit, permettant de rendre visible au consommateur la provenance de la viande et la démarche attachée. La marque Parc « Viande du Vercors » réunit actuellement 13 éleveurs et 7 bouchers locaux

- **Développement d'un réseau territorial**, valorisant des producteurs fermiers engagés dans des démarches de qualité, notamment en termes d'accueil : le réseau marqué « **Fermes du Vercors®** » :  
Il s'agit d'un réseau de producteurs fermiers, réunis autour d'une charte sur l'accueil et exploitant le potentiel touristique du territoire.

Basée sur une charte qualité, la marque déposée « Fermes du Vercors » assure la promotion des agriculteurs volontaires qui s'engagent dans un ou plusieurs projets agro-touristiques, choisis entre plusieurs activités de vente directe (vente à la ferme, vente sur les marchés), ou d'accueil (repas, visites, hébergements).

- **Les « Fermades », soirées « spectaculaires » à la ferme :**

Utilisant le réseau organisé des « Fermes du Vercors », ces dîners-spectacles allient l'aspect culturel, la création de lien social à la valorisation des produits fermiers locaux qui composent les repas proposés.

La 7<sup>ème</sup> édition en 2006 a impliqué 14 agriculteurs autour de 21 Fermades organisées, et a attiré en moyenne 76 spectateurs par date (57% d'habitants de Parc et des villes portes, 20% de touristes, 23% de résidents secondaires).

## **Parc des MONTS D'ARDECHE (Thème atelier 2)**

### **Les Pommes de terre « Les Echamps de l'Eyrieux »**

#### **Objectifs :**

Valoriser les conditions de production difficiles des terrasses en déprise et qualifier les productions issues de ces terrasses.

#### **Contexte :**

L'agriculture est l'activité principale du territoire. Extensive et garante des paysages, elle a tendance à reculer, notamment à cause des exigences particulières d'un territoire de pentes, difficiles à valoriser.

La pomme de terre est une production complémentaire à l'élevage ou la châtaigne. Son mode de production est très contraignant et pas du tout mis en valeur jusque là puisque les débouchés principaux étaient les marchés de gros à prix peu rémunérateur.

#### **Démarche :**

- Pendant la phase de préfiguration du Parc en 1998-99, une étude a été menée par la Chambre d'agriculture sur la valorisation possible des productions des terrasses, éléments caractéristiques des paysages du Parc. Deux productions ont été identifiées, le cépage « Chatus » dans les Cévennes et les pommes de terre primeur de la vallée de l'Eyrieux pour lesquelles le Parc a assuré un accompagnement financier et technique en partenariat avec la chambre.

- Organisation d'un voyage d'étude avec les producteurs potentiellement intéressés sur les oignons doux des Cévennes (cultivés en terrasses)...

- Recours à des expertises externes pour le marketing et la stratégie commerciale (cabinet spécialisés en stratégie puis en communication), conditionnement (étude d'une école d'ingénieur sur le mode de conditionnement adapté)

- Depuis 2006, le Parc se met en retrait pour favoriser l'investissement des producteurs qui doivent être autonomes à terme. Il n'y a plus de budget spécifique du Parc mais le chargé de mission du Parc appuie encore le groupement sur le contact avec les restaurateurs, le dossier de presse, la journée de lancement de la saison.

#### **Résultats :**

Nombre de producteurs : 8 ;

Surface 8 ha

Volumes : 20 t (sur les 600 de la vallée et les 140 du GIE) commercialisées localement, en 2005, le double en 2006

Le groupe est encore trop fragile pour s'élargir.

Les producteurs sont satisfaits des résultats, même au vu de l'investissement que cela représente pour eux. En effet, le démarchage pour trouver des débouchés locaux est un nouveau métier qui leur demande beaucoup de temps. Mais ils constatent qu'en se regroupant ils s'ouvrent des marchés plus gros sur une période plus étalée (mi-avril à fin juillet). Des surfaces ont été défrichées par certains producteurs pour remettre en culture.

Sur la démarche : L'apport d'un regard extérieur, autre que celui du Parc pour la stratégie est très riche.

## **Parc du MORVAN (Thème atelier 1)**

### **Association Morvan Terroirs**

#### **Objectif**

- Valoriser des produits agricoles de qualité et issus du Parc par le développement de circuits courts de commercialisation
- Organiser une démarche collective qui puisse aider les agriculteurs mobilisés dans ce type d'action à trouver des débouchés locaux pour la commercialisation

#### **Contexte**

Le Parc du Morvan est un territoire de moyenne montagne dans lequel le développement du secteur agricole tourne essentiellement autour de l'élevage et en particulier autour de la filière bovine. La majorité des veaux nés sur le territoire sont envoyés en Italie pour être engraisés. L'absence de traçabilité finale de la viande produite et vendue ne participe ainsi ni à la valorisation du territoire et de ses producteurs, ni n'incite au développement de pratiques agricoles de qualité. Les agriculteurs ont en outre peu l'habitude de travailler ensemble. Toutefois, en 2003, en réaction à la crise de la viande bovine, les éleveurs se sont associés pour réfléchir aux moyens de regagner la confiance des consommateurs et de stabiliser les débouchés.

#### **Démarche et résultats**

La première action menée avec le Parc fut de réaliser un cahier des charges en vue de créer la marque Parc « viande bovine du Parc du Morvan ». Traduisant les valeurs de développement durable du Parc et soumise à un ensemble de critères de qualité notamment en matière de respect de l'environnement et de traçabilité territoriale, l'attribution de la Marque aux producteurs devait permettre de valoriser la production et lui apporter un avantage concurrentiel. Il manquait toutefois aux producteurs les moyens techniques et financiers pour promouvoir et commercialiser efficacement leurs produits et sécuriser des débouchés locaux. Ainsi est créée en juin 2006 l'association « Morvan Terroirs », élargissant l'association des éleveurs à tous les producteurs « marqués Parc » et à d'autres producteurs fermiers engagés dans des démarches respectueuses de l'environnement.

L'association a pour vocation de devenir la vitrine des producteurs et des savoir-faire du Morvan tout en valorisant la profession agricole. Travaillant en étroite collaboration avec le Parc, elle co-organise avec lui des marchés fermiers (de juin à octobre), la présentation de stands pour les produits du Morvan lors de manifestations (salons, foires, marchés...)....

L'association est chargée de rechercher des débouchés locaux (de préférence en circuits courts), en établissant des relations entre producteurs, transformateurs, distributeurs et consommateurs (trouver des communes partenaires pour les marchés et les dégustations, identifier les manifestations intéressantes pour les producteurs et négocier leur participation...). Via la création en octobre 2006 d'un poste d'animateur en son sein, elle est chargée d'animer le réseau des producteurs adhérents (pour une vraie démarche collective tournée vers la participation de producteurs qui se connaissent et échangent des expériences) et d'assurer leur promotion par la réalisation d'outils de communication financés par le Parc (plaquettes, fiches produits...). Le Parc lui délègue en outre les compétences de promotion et de commercialisation des produits de la Marque Parc. 35 agriculteurs sont actuellement dans l'association.

#### **Atouts et limites**

- Le travail de l'association sur la filière bovine reste difficile. Il manque en général de savoir-faire au niveau de l'engraissement des bovins. Avec seulement 8 éleveurs bovins produisant très peu d'animaux de boucherie et très irrégulièrement, les volumes sont insuffisants pour sécuriser des débouchés locaux.
- L'organisation du collectif est encore récente, il faut encore un peu de temps pour le consolider.
- Si certains accordent beaucoup d'importance à la démarche collective, d'autres comptent essentiellement sur le bénéfice commercial : il faut donc s'assurer que les retombées économiques soient effectives.

## Parc Naturel Régional de CAMARGUE (Thème atelier 1)

### Création d'un PVC avec plate-forme logistique

#### Objectifs et contexte

Il existe une dynamique faible dans le département sur les circuits courts. La production de riz étant omniprésente et bien organisée sur le territoire.

L'objectif visé par le Parc est notamment de proposer des alternatives aux filières existantes pour les producteurs.

#### Démarche

Les actions du Parc se placent dans le contexte de 2 appels à projets :

- « **Terre d'Eau** », appel à projet **Interreg 3B** : **valorisation** touristique et par la Vente Directe de l'ensemble des **produits du terroir liés à la culture du riz** : riz, salins, taureaux. Séville, Thessalie, Camargue et région de « Novare » en Italie.

La Maîtrise d'ouvrage est assurée par **la CCI** ou **le Parc** qui est un partenaire local et qui conduira notamment 2 opérations sur les circuits courts :

- **mise en contact** restaurateurs / agriculteurs « de qualité »,
- **rencontres multi acteurs** (objectifs : pour les commerçants vendre ces produits et pour les producteurs et **mise en place d'un point de vente**) avec appui technique d'un bureau d'étude pour l'évaluation des candidatures

+ harmonisation des points de vente pour donner une identité territoriale.

- **PER « Développement économique et énergétique des produits du terroir agricole de Camargue »**, avec une très forte orientation Circuits Courts :

- volet énergétique (autonomie des exploitations agricoles, presse, chaufferies et un groupement d'agriculteurs pour l'utilisation et la collecte) ;

- volet agricole avec la **création d'un PVC avec plate-forme logistique**. Formation d'un groupe projet avec un voyage d'étude et des formations, et la coordination d'une étude marketing et financière par un bureau d'étude. L'étude juridique sera faite par les producteurs

+ aménagement de la Maison des produits.

Le Parc mène en parallèle un travail sur la qualification des produits : IGP riz, AOC taureaux et vin.

## Parc du Périgord Limousin (Thème atelier 3)

### Marquage d'un service traiteur

#### Objectifs et contexte

Valoriser les produits et les démarches de qualité par la mise en place de circuits courts et le renforcement de filières locales diversifiées.

La vente directe et les initiatives d'agritourisme sont des caractéristiques fortes du territoire et représente un axe de développement important pour l'agriculture du territoire.

#### Exemples d'actions :

- **Mise en place d'une Marque Parc « accueil »** en cours sur une prestation de buffets et repas organisés en partenariat avec l'association « Burgou » qui regroupe des producteurs du Parc.

Les buffets fonctionnent mieux que les repas pour le moment. Selon le lieu, un des producteurs de l'association est responsable de l'organisation et contacte les membres les plus proches pour l'approvisionnement.

Ce sont encore principalement des actions de promotion pour les agriculteurs et ne concernent que de très faibles volumes.

L'originalité de la démarche qui représente aussi une difficulté pour le marquage vient du fait que l'on est entre le marquage des produits et celui du service.

Les différents menus et produits proposés ont été validés, mais il reste le problème des visites dans les exploitations, théoriquement nécessaires pour tous les produits concernés.

et aussi...

- Marque Parc et réseau de commercialisation pour le miel depuis 2006
- Marchés fermiers avec la Chambre d'agriculture de Dordogne
- Réseaux producteurs / restaurateurs pour événementiel : travail sur un produit pendant une semaine avant une fête
- Création du guide de l'offre fermière
- « Assiettes » et « Café de Pays », sorties de découvertes des exploitations, travail avec les professionnels du tourisme sur intégration de produits locaux.
- Boutique du Parc en projet

## **Parc du Luberon (Thème atelier 1)**

### **Les marchés paysans du Luberon**

#### **Objectifs et contexte**

Le travail sur les circuits courts prend une importance de plus en plus grande et il est notamment apparu comme un thème incontournable lors des consultations des habitants pour l'élaboration de la nouvelle charte. Cependant la majorité de la profession (viticulture) ne reconnaît pas cette importance et le Parc s'adresse donc aux producteurs « bio » et de petite taille, hors des lobbies viticoles. L'action du Parc se trouve donc en marge de la majorité agricole et souffre d'un manque de légitimité.

#### **Actions du Parc**

##### **- Marchés de producteurs hebdomadaires**

Le Parc les a initiés. Puis des associations d'agriculteurs se sont créées autour de petits marchés sur les lieux de forte fréquentation. Des emplacements sont concédés aux agriculteurs par les communes ; ces derniers peuvent ainsi vendre directement leurs produits en situation de concurrence en respectant un règlement qui garantit l'authenticité des produits agricoles et leur qualité.

Le Parc maintient un appui ponctuel sur la communication, la logistique ou les aspects juridiques, et en cas de problème particulier.

Ces marchés concernent environ 250 producteurs familiaux, et génèrent un pôle de production organisé qui rencontre de nombreux consommateurs.

et aussi :

- Organisation de marchés événementiels avec les producteurs pendant plusieurs années. Le Parc s'occupe de trouver les lieux de rassemblement.

- Producteurs / restaurateurs : gastronomie avec produits « bio » pendant 3-4 ans. Evolution souhaitée vers un travail avec des agriculteurs conventionnels. L'initiative a en effet dû cesser à cause de problèmes de cohérence entre les exigences des producteurs et des restaurateurs sur les prix, les contraintes logistiques et la disponibilité.

Les actes de cette rencontre ont été rédigés par la Fédération des Parcs (Stéphane ADAM, Emmanuèle LEBLANC et Philippe MOUTET) sur la base des rapports d'ateliers et des interventions en séance plénière.

## Remerciements

Nous tenons à remercier tout particulièrement le Parc de Brière et l'Office de Tourisme de Brière pour la qualité de leur accueil et leur forte mobilisation ainsi que le Parc du Morvan pour l'appui à la préparation de la rencontre.

Un merci chaleureux aux personnes directement en charge de l'organisation : Anne-Laure BLOUET, directrice de l'Office de Tourisme et chargé de mission au Parc de Brière, à Christine LIOPE de l'Office de Tourisme et Emmanuelle Petitdidier, chargée de mission « Agriculture » du Parc du Morvan.

Ces rencontres n'auraient pas été aussi riches et conviviales sans la contribution des personnes suivantes :

### Plénières

Charles MOREAU, Président du Parc  
Jacques COCHY, Président de la Commission agriculture du Parc de Brière  
Bernard GUILLENEUF, directeur du Parc de Brière  
Catherine HERAULT, ingénieur d'études à l'ESA d'Angers  
Alex LAURIOT PREVOST expert-conseil  
Jérôme MOUSSET, ADEME  
Emmanuelle SOUDAY Chambre régionale agriculture des Pays de la Loire  
Marion CHANDESRIIS stagiaire à la Fédération des Parcs  
Marianne LE BAIL, AgroParisTech  
Gilles MARECHAL, coordinateur FRCIVAM de Bretagne  
Charles PERRAUD, président Sites remarquables du goût  
Philippe GIRARDIN, Président du Parc des Ballons des Vosges

### Ateliers

Gérard POISSON, Groupement « De la Terre à l'Assiette »  
Pierre HERVE, La Maison Citoyenne de Clamecy,  
Dominique OLIVIER, Coopérative SICASELI du Quercy  
Christophe CAILLON, GAEC 7 chemins  
Julie VANLEMBERGHE Chambre Régionale d'Agriculture des Pays de la Loire  
Yves POUILLAIN FDCUMA Vendée  
Jérôme JACOB FD Civam 44  
Camille HENRY, Parc du Perche  
Laurence ROUHER, GAL Pays Sud Charente  
Jean-Yves DELAGE, AFIP  
Pascale VINIT, Parc Massif Bauges  
Michel JABRIN, Parc du Pilat  
Eric PITHON, Chambre d'Agriculture 44  
Cédric CONTEAU, FRCIVAM Pays de Loire  
Dominique VERGNAUD, Parc de Camargue  
Charles LESAGE, Terroirs 44

### Visites de sites

Coopérative de production de sel « Les salines de Guérande »  
GAEC du Bois de Boulle et Terroirs 44  
Jean-François COUE, GAEC de Mézerac  
Philippe CAILLAUD, SOCALI

Rencontre organisée avec le soutien des Parcs naturels régionaux de Brière et du Morvan



[www.parcs-naturels-regionaux.fr](http://www.parcs-naturels-regionaux.fr)



**FÉDÉRATION DES PARCS NATURELS RÉGIONAUX DE FRANCE**

9, rue Christiani 75018 Paris

Tél. : 01 44 90 86 20 / Fax : 01 45 22 70 78

E-mail : [info@parcs-naturels-regionaux.fr](mailto:info@parcs-naturels-regionaux.fr)