

« On note de plus
en plus d'accompagnement
de démarche de circuits
de proximité »

« En fait,
il y en a plein qui
font du circuit court
et on ne le sait pas ! »

« Ma mère, née
au Maroc, n'a pas
attendu l'appellation « circuit
court » pour acheter la viande en
gros avec ses copines, sur pieds auprès
de l'éleveur, parce que c'est meilleur
et moins cher ! »

« Bio
ou local ? »



PROXIMITÉ

MARS 2015

UN OBSERVATOIRE UNIVERSITAIRE POUR LES CIRCUITS DE PROXIMITÉ

Créé en 2013, l'Observatoire des circuits de proximité en Limousin Poitou-Charentes vise à rassembler et diffuser les connaissances des universitaires et des acteurs socio-professionnels. À son origine, une dizaine de chercheurs de 5 laboratoires des Universités de Poitiers et Limoges, ayant noté une convergence de leurs recherches sur les circuits de proximités, ont décidé de coordonner et mutualiser leurs travaux. Ils ont proposé d'une part aux acteurs de donner leur avis sur leur programme de recherche voire d'y participer afin de favoriser une production de connaissances adaptées à leurs besoins, et d'autre part de prendre en charge la réalisation d'un site internet permettant de stocker, valoriser et mettre à disposition leurs travaux, ainsi que l'organisation annuelle de rencontres pour faire le point sur les connaissances professionnelles et universitaires produites par l'ensemble des acteurs des circuits de proximité. Sans structure juridique formelle, cet Observatoire est porté et animé par trois laboratoires : GéoLab et CREOP de l'Université de Limoges et Ruralités de l'Université de Poitiers, et travaille avec un réseau d'acteurs.

GÉOLAB

Rattaché au CNRS, Géolab est un laboratoire de géographie physique et environnementale des Universités de Limoges et de Clermont-Ferrand. Une quarantaine de personnes (enseignants-chercheurs, ingénieurs, doctorants) y mènent des recherches sur le fonctionnement et l'évolution des milieux naturels ou gérés par les humains. Ces recherches portent autant sur le temps très long : comment la composition et la place des forêts, ou encore les pratiques pastorales, ont-elles évolué depuis le paléolithique ? etc... que sur la période contemporaine : les préoccupations environnementales cachent-elles des inégalités sociales ? En quoi l'environnement est-il un facteur d'attractivité pour les territoires ? Comment réguler les conflits d'usages du patrimoine ?

RURALITÉS

Équipe d'accueil de l'Université de Poitiers, Ruralités est une équipe pluridisciplinaire puisqu'elle est composée de géographes, sociologues, anthropologues et économistes. Son objet de recherche est centré sur les dynamiques temporelles et spatiales des interactions hommes/environnement dans les sociétés en mutation. Un thème interdisciplinaire qui se retrouve dans les questions de territoires, d'environnement et de mobilité. Les recherches s'organisent autour de 4 axes : Les relations rural/urbain, Les risques environnementaux et les sociétés, Territoires, agricultures et sociétés, Démarches et méthodes du diagnostic territorial.

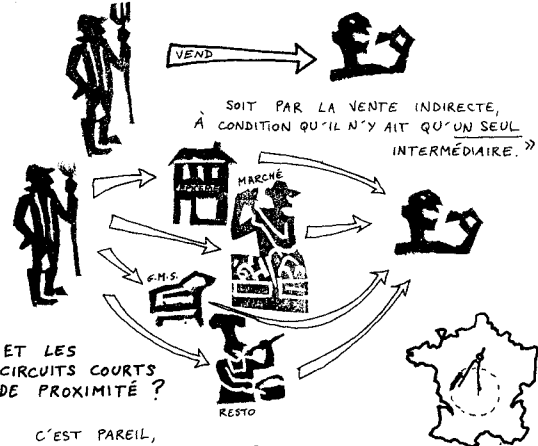
CREOP

Centre de recherches bi-disciplinaire Droit et Gestion, le CREOP regroupe 25 chercheurs. Il a été créé pour permettre aux gestionnaires et aux juristes de l'Université de Limoges de mener des recherches communes sur le thème de l'entreprise et plus largement des organisations et du patrimoine des acteurs économiques. Les champs d'investigation s'ordonnent autour de la dynamique des organisations et la pérennité patrimoniale. En matière de circuits de proximité, l'approche est conduite par les deux extrémités de la chaîne de valeur, les stratégies des agriculteurs et le comportement des consommateurs. Les questions portent notamment sur la performance sociale de ces circuits.

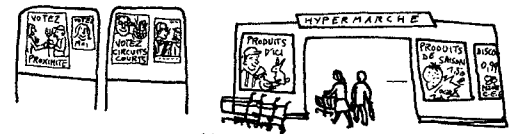
LES CIRCUITS COURTS, C'EST,

selon le Ministère de l'Agriculture :

« UN MODE DE COMMERCIALISATION DES PRODUITS AGRICOLES QUI S'EXERCE SOIT PAR LA VENTE DIRECTE DU PRODUCTEUR AU CONSOMMATEUR



C'EST PAREIL, AVEC UNE CONTRAINTE SUPPLÉMENTAIRE : LA PROXIMITÉ GÉOGRAPHIQUE (Non définie officiellement). AUX AVANTAGES DES CIRCUITS COURTS (RAPPORT QUALITÉ/PRIX, PRIX PAYÉ AU PRODUCTEUR, TRAÇABILITÉ...) S'AJOUTENT CEUX LIÉS À LA RELOCALISATION DE L'ÉCONOMIE. BREF : TOUT LE MONDE TROUVE ÇA SUPER.



ET 4 FRANÇAIS SUR 10 DÉCLARENT ACHETER DES PRODUITS LOCAUX.

MAIS ALORS COMMENT SE FAIT-IL QUE

LES CIRCUITS LONGS REPRÉSENTENT

98,5 % ET LES CIRCUITS COURTS 1,5 % DE LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE DES MÉNAGES ?

DERRIÈRE LES BEAUX DISCOURS, UNE PRATIQUE MARGINALE... POUR COMBIEN DE TEMPS ENCORE ?

CAR 56% DE LEURS CLIENTS FRÉQUENTENT LES CIRCUITS COURTS DEPUIS MOINS DE CINQ ANS. UNE BELLE MARGE DE PROGRESSION ET UNE TENDANCE LOURDE QUI INTÉRESSE LES INSTITUTIONS MAIS AUSSI LES INDUSTRIELS... ET COMME ON MANQUE TOUJOURS DE DONNÉES ET DE RETOURS D'EXPÉRIENCES, L'OBSERVATOIRE DES CIRCUITS DE PROXIMITÉ ORGANISE UNE JOURNÉE DE RENCONTRES SUR LE SUJET. MAIS TOUT CECI N'ÉTAIT PEUT-ÊTRE QU'UN PRÉTEXTE POUR SE RETROUVER AUTOUR D'UN REPAS DE PRODUITS LOCAUX ?



2ÈME JOURNÉE DE L'OBSERVATOIRE DES CIRCUITS DE PROXIMITÉ

1 6 M A R S 2 0 1 5

Le site internet de l'Observatoire

Véritable plateforme au service des acteurs, le site www.proximites-obs.fr se divise en 3 onglets :

/ RENCONTRER

Ici on recense les acteurs qui accompagnent les circuits courts de proximité et les occasions de se rencontrer.

/ COMPRENDRE

Études statistiques, mémoires, toutes les publications seront téléchargeables, avec une version condensée pour les plus pressés : une FAQ façon Vrai ou Faux pour tout saisir en quelques clics.

/ AGIR

Veille sur les initiatives collectives, proposition d'analyse détaillée de certaines... autant de possibilités d'élaborer des études de cas à partir d'expériences concrètes, exemples précieux pour les porteurs de projets et les structures d'accompagnement.

La 1ère journée de l'Observatoire, organisée en janvier 2014 à Montmorillon, avait pour objectif de dégager une organisation pour l'Observatoire et des pistes de travail autour de ses 3 axes : rencontrer, comprendre, agir. Pour cette 2e journée, l'Observatoire souhaitait présenter le travail accompli depuis, et toujours faciliter la rencontre entre les différents acteurs, et entre l'Université et les socio-professionnels. La journée invitait en outre à approfondir 3 thématiques cruciales pour le développement des circuits de proximité :

- / Bien connaître les attentes et les profils des consommateurs
- / Trouver des solutions pour la transformation des produits animaux et végétaux
- / Comprendre les démarches d'approvisionnement des restaurateurs, artisans, groupements de consommateurs.

Glossaire

« Pour anticiper sur la nouvelle grande région, nous avons convié des acteurs aquitains. »

souligne **Samuel Arlaud**,
chercheur à Poitiers.

« La fusion avec le Poitou-Charentes et le Limousin, très dynamiques sur l'étude des circuits courts, va permettre à l'Aquitaine d'intégrer l'Observatoire et d'y impliquer ses acteurs. »

témoigne **Élisabeth Uminski**,
Chambre d'agriculture Aquitaine

EN BREF

L'ACTU DES ACTEURS

/ GÉOLAB

Actuellement, les principales données que l'on a en Limousin sur les circuits de proximités sont les recensements agricoles de 2000 et 2010, mais seules 3 questions concernent les circuits courts. L'enquête de la DRAAF sur les circuits courts réalisée en 2010-2011 donne également des éléments intéressants sur le profil des exploitants et leurs motivations. Géolab souhaite compléter et actualiser ces données. En effet il manque des informations sur le rôle des politiques publiques, le type d'accompagnement reçu et le lien avec les consommateurs. Une étude est en cours de conception sur ces sujets sur 2 territoires limousins et 2 territoires poitevins.

/ RURALITÉS

Les étudiants de Master 2 ont réalisé cette année un stage collectif sur le terrain, sur 6 thématiques des circuits courts. On observe que les circuits courts intéressent les étudiants qui sont de plus en plus nombreux à vouloir travailler sur ce sujet et ses domaines connexes comme par exemple la permaculture... Deux enjeux sont ressortis : la difficulté à construire des filières et la question des échelles pour mener des politiques publiques en faveur des circuits courts.

/ RÉSEAU RURAL POITOU-CHARENTES

Le Réseau Rural régional, animé par la chambre régionale d'agriculture et par l'AFIPAR sur le volet circuits courts, est actuellement en stand by. Mais il a créé un annuaire en ligne des acteurs des circuits courts, avec une entrée par personne pour avoir le contact direct. <http://reseauuccpc.org/>

/ ARDEAR LIMOUSIN

Avec le RAD (Réseau pour une Agriculture Durable en Limousin), l'Ardear recense et étudie des expériences collectives innovantes comme le magasin de producteurs à St Junien, le Pôle Viandes locales en Creuse, le Buffet Paysan en Corrèze, et édite des fiches-expériences pour promouvoir et capitaliser. L'Ardear travaille aussi dans le cadre d'un programme Casdar sur le lien entre les éleveurs et l'abattage.

/ CHAMBRE RÉGIONALE D'AGRICULTURE DE L'AQUITAINE

La chambre régionale a monté un observatoire des circuits courts en 2012 avec Bordeaux Sciences Agro, la DRAAF et les chambres d'agriculture de chaque département. Mais elle manque d'acteurs, de temps et d'argent pour faire vivre cette initiative. Les futurs liens avec le Limousin et le Poitou-Charentes dans la grande région permettront peut-être d'aller plus loin ?

/ BORDEAUX SCIENCES AGRO

L'école a réalisé une enquête auprès de 200 agriculteurs, 100 en circuits longs et 100 en circuits courts, sur la question du passage de l'un à l'autre et sur le potentiel des circuits courts, ainsi qu'une étude auprès de 71 collectivités sur leurs stratégies en faveur des circuits courts. De plus, l'école intègre un Réseau Mixte Technologique (RMT) qui démarre au niveau national sur ces questions, ce qui va permettre de donner accès à des programmes de recherche et développement.

/ AFIPAR*

L'AFIP* du Poitou Charentes travaille sur les clés de réussite des magasins de producteurs au sein d'un programme Casdar* national : <http://afip.asso.fr/spip.php?article425>

AFIPAR : Association de Formation et d'Information des Paysans et des Ruraux a deux champs d'action principaux : participer au développement des circuits courts en agriculture durable en formant les agriculteurs et en mettant en lien les acteurs du monde rural ; favoriser la création d'activité en permettant à chacun de concrétiser ses projets : formation de l'idée au projet...

CASDAR : Compte d'Affectation Spéciale pour le Développement Agricole et Rural. Créé par la loi de finances pour 2006, le CASDAR est alimenté par une fraction égale à 85 % du produit de la taxe sur le chiffre d'affaires des exploitants agricoles. Il représente un levier important pour faire évoluer les pratiques des agriculteurs en vue de répondre aux enjeux liés à l'innovation et à la transition agro-écologique de l'agriculture française.

CIVAM : le réseau des Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural s'applique tous les jours à trouver des solutions concrètes pour répondre aux enjeux actuels de développement agro-écologique ; de vitalisation des campagnes, la production d'une alimentation de qualité pour tous et l'organisation d'un commerce équitable en partie relocalisé.

CODIA : Circuits courts en Europe : Opportunités commerciales et dialogue avec la société, est un projet national de recherche rassemblant des organismes de recherche et des acteurs professionnels. Il vise à analyser les pratiques d'achat et les attentes des citoyens vis-à-vis des circuits courts alimentaires afin de mieux identifier les freins et leviers à leur développement, pour appuyer les agriculteurs dans la construction des relations marchandes avec ces consommateurs. Il est financé par le Ministère de l'Agriculture dans le cadre du fonds CASDAR. L'enquête Codia, premier volet du projet, s'intéresse notamment aux potentiels « nouveaux consommateurs », encore peu étudiés, contrairement aux « consommateurs militants ». Les résultats de l'enquête sont disponibles sur : <http://site.gret.org/codia>.

CSP+ : cible privilégiée des actions marketing, les CSP+ regroupent les chefs d'entreprises, les artisans et commerçants, les cadres, les professions intellectuelles supérieures et les professions intermédiaires dotés d'un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne pour environ 25% de la population et plus de 12 millions d'individus.

DLA : créé en 2002 par l'État et la Caisse des Dépôts, le Dispositif local d'accompagnement appuie les structures développant des activités et services d'utilité sociale créateurs d'emplois, dans leur démarche de consolidation économique et de développement. Dans chaque département une structure est désignée pour porter le DLA. Celles-ci sont fédérées à l'échelle régionale : c'est le DLA régional ancien C2RA. Plus d'info sur www.avise.org.

DRAAF : La Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt pilote la déclinaison régionale du Programme national pour l'alimentation. À ce titre, elle met en œuvre et finance des actions par le biais d'appels à projets. Elle accompagne ainsi financièrement des formes d'approvisionnement en circuits courts, des formations pour les petites cantines, des projets de plate-formes d'approvisionnement...

ERASMUS PLUS : Programme 2014-2020 de l'Union européenne pour l'éducation, la formation, la jeunesse et le sport. Axé sur l'emploi des jeunes, il privilégie les projets de territoire et met en avant la coopération entre acteurs éducatifs et économiques.

FEADER : Le Fonds européen agricole pour le développement rural est un instrument de financement de la politique agricole commune (PAC).

GMS : Grandes et Moyennes Surfaces.

MPP : Les Marchés de Producteurs de Pays sont, à l'origine, créés par des agriculteurs de l'Aveyron, avec une charte, pour lutter contre la concurrence des revendeurs, de plus en plus présents sur leurs marchés. Leur marque a été rachetée par les Chambres d'agriculture au niveau national, qui contactent les agriculteurs adhérant à une charte de bonnes pratiques, afin d'organiser ces MPP, à la demande des collectivités locales.

PA : Production Agricole.



PORTRAIT PAUL PÉNICAUD

Éleveur de volailles à Ligoure,
Le Vigen (87110)
depuis 2010

« J'ai mis en place mon activité en choisissant le type de métier que je voulais avoir. C'était plus sécurisant, donc, de me baser sur les attentes des consommateurs que sur les primes. »

Installé en Limousin parce qu'il avait remarqué qu'il y avait là 5 ou 10 ans de retard au niveau des groupements de consommateurs par rapport aux Deux Sèvres, où il a grandi, « autant dire un bon potentiel », Paul a développé une partie de sa clientèle par ce biais. Il reçoit 400 poussins par mois sur 2,5 Ha de parcours, cultive leur nourriture en bio, sur 25 Ha. Il les abat sur place à l'âge de 180 jours, avant de les livrer dans un rayon de 80km. « Je consacre au moins un tiers, voire la moitié de mon temps à la vente directe... c'est donc, aussi, une question de temps. »

Il fournit chaque mois en volailles de chair 4 types de clients : une école (c'était la volonté du cuisinier), un magasin à la ferme voisine (le paysan cherchait des produits complémentaires) et deux groupements de consommateurs (qui avaient envie de manger du poulet bio pas trop cher) « C'est aussi une démarche militante de leur part, quand ils préparent des paniers en rentrant du travail... ». Conscient que les consommateurs doivent voir les fruits de leur engagement, Paul accueille aussi les visites à la ferme. « On se rend bien compte qu'une grande partie de nos méthodes de production restent inconnues du grand public. On pourrait leur raconter n'importe quoi... Mais on mise sur la confiance. » Les restaurateurs ont aussi un rôle à jouer en mettant en avant les produits locaux dans leurs menus. C'est aussi pourquoi Paul cherche des cuisiniers intéressés par ses poulets !

LE DÉFI DU LOCAL À LA CANTINE

Approvisionner les cantines en produits locaux : une tendance lourde qui nécessite la motivation et l'implication de tous les acteurs de la chaîne. Pas si simple !

Afin d'atteindre son but de 10 % de produits locaux dans les restaurants des lycées en 2017, la Région Limousin a compris qu'il fallait travailler aussi bien au niveau de la commande qu'au niveau de la production, transformation, livraison et de la cuisine : « Toute la difficulté est de réussir à faire progresser au même rythme toutes ces fonctions avec, en plus, l'impossibilité de contractualiser sur l'origine locale car le code des marchés publics l'interdit, sans oublier les contraintes de coût et de sécurité alimentaire ! » résume Brigitte Bouillaquet, en charge de ce dossier à la Région. Pour résoudre ce casse-tête, la Région a choisi les expérimentations locales, soit la constitution de « groupes projet locaux » (GPL), qui, chacun, fixent leur programme d'actions, basé sur une connaissance précise des besoins, productions et contraintes locales, avec une mutualisation et une coordination régionale. 5 GPL ont ainsi été mis en place (agglomérations de Limoges et Tulle, Haute-Corrèze, Châtaigneraie limousine et département de la Creuse). Mais si les premières réunions ont été très positives, la participation a chuté dès le second rendez-vous. « Nous sommes débordés par la gestion des urgences et l'approvisionnement local n'est jamais une urgence ! » justifient les gestionnaires des lycées.

CO-CONSTRUCTION OU SOLUTIONS TOUTES FAITES ?

Un florilège de limites a été repéré : quand les cuisiniers sont là, les gestionnaires ne sont pas toujours au rendez-vous et vice-versa ; contacter les producteurs et repérer ceux qui pourraient s'enga-

ger est compliqué ; les différents acteurs manquent d'une culture commune ; la temporalité n'est pas la même : les maraîchers dépendent du climat, les territoires des programmes Leader et hormis l'agglomération de Tulle, ils ne saisissent pas cette opportunité d'approvisionnement local dans les cantines pour leur projet de développement. « Finalement c'est l'approche de co-construction elle-même qui est remise en question. Certains préfèrent les solutions toutes faites... » observe Brigitte Bouillaquet qui mise sur les nouveaux programmes Leader et sur l'accompagnement des lycées notamment à travers des formations aux cuisiniers.

ACTION À TOUS LES NIVEAUX

Sur le territoire de Tulle agglomération, la dynamique régionale a en effet rencontré une dynamique locale entamée en 2012 avec un groupe de travail et des élus désireux de soutenir l'installation de porteurs de projets agricoles en circuits courts. Pour cela, l'agglomération souhaite agir sur l'offre, à commencer par les débouchés, en misant sur le potentiel de la restauration collective et ses 2,3 millions de repas. « Combinée à des dispositifs en faveur de l'installation (intervention foncière, espace test, outils de transformation mutualisés...), une politique incitative pour ce marché de la restauration collective suppose de construire toute la chaîne entre les fermes et les cuisines » observe Didier Bertholy de l'agglomération. Un diagnostic participatif sur le foncier agricole et forestier est prévu. Il devrait constituer un moyen de promouvoir une culture commune du développement agricole et de l'innovation rurale. En attendant, un projet d'atelier de dé-

LE CAS DE LA VIANDE

Les éleveurs qui font le choix du local buttent sur des difficultés à tous les niveaux : abattage, transport, découpe... La solution : créer leurs propres structures de transformation, adaptées à leurs besoins.

Alerte ! Les abattoirs de proximité disparaissent et les éleveurs qui commercialisent en circuits courts sont obligés d'emmener leurs bêtes de plus en plus loin, ce qui augmente le stress, le coût et le bilan carbone ! De plus, dans ces abattoirs industriels, rien n'est adapté aux besoins de ces éleveurs qui vendent en local : les abats sont mélangés et les petits volumes (deux animaux par exemple) peuvent patienter extrêmement longtemps avant d'être pris en charge. Forts de ce constat, un collectif d'éleveurs limousins a créé l'association *Abattre et valoriser la viande en Limousin*, avec la volonté de ré-ouvrir l'abattoir fermé à Eymoutiers. C'était il y a 7 ans. Et durant ces 7 ans le projet a complètement évolué. La cinquantaine d'éleveurs du collectif s'est aperçue que leurs problèmes dépassaient la simple question de l'abattage : ils ont également des besoins spécifiques en matière de transport, découpe, conditionnement, livraison. C'est pourquoi ils ont élaboré une solution parfaitement adaptée à leurs besoins : le Pôle Viandes Locales. Plateforme de la bête à l'assiette, ce projet à 3 millions dont la construction va bientôt démarrer à Bourgneuf proposera abattage, découpe, surgélation, transformation, salaison, expédition et formation. « Tout a été pensé pour les éleveurs et par les éleveurs, avec le souci de favoriser le bien-être animal et la qualité de la viande à l'arrivée. Les animaux n'attendront pas, les carcasses seront suspendues par le bassin (suspension pelvienne), une chambre de maturation permettra de stocker la viande jusqu'à 21 jours, on fera également de l'affinage. On s'offre ce que les industriels ne peuvent avoir » explique Yohan Toulza-Lemaire, ingénieur chargé d'accompagner la réalisation du projet.

Détail sur le montage juridique-financier : Transversale / La piste des collectifs ruraux.

À 200 km de là, dans la ville de Parthenay, un abattoir privé trouve sa rentabilité (une soixantaine de bêtes abattues à la semaine), dans un département, les Deux-Sèvres, qui en compte pourtant



coupe et transformation est déjà à l'étude, avec une association de préfiguration de cet outil, dont sont membres des collectivités, des fermes et le lycée agricole de Naves.

C'EST LONG !

Dans le département de la Vienne aussi, on a souhaité relever le défi du local à la cantine et c'est la Chambre d'agriculture qui s'est lancée dans l'expérience, en mettant en relation les producteurs et les Pays et en les invitant à une contractualisation à long terme, compatible avec les marchés publics. « Nous n'en sommes pas encore à l'évaluation mais nous avons déjà constaté que sur les fruits et légumes les circuits courts sont particulièrement compétitifs » précise Lise Chevallier, de la Chambre. Comme quoi le coût n'est pas forcément le problème. Les freins observés : le portage est souvent le fait d'élus motivés et les durées de mise en place très longues : si les élus changent en cours, le projet peut tomber à l'eau. La réglementation ne facilite pas les choses et les collectivités préfèrent souvent la sécurité à l'expérimentation ! Pourtant, ceux qui ont sauté le pas sont convaincus et veulent aller plus loin !

« J'ai connu une mésaventure avec une cantine qui a renoncé à une commande de fromage. Pourtant on ne peut comparer supermarché et marché au sujet des risques. La traçabilité est peut-être indispensable en circuit long mais en circuit court ça s'appelle la confiance ! »

Kees Maris producteur de fromage de vache et co-fondateur de Saveurs Fermières.

déjà ! Pas de soucis de ce côté là, donc, par contre les éleveurs en circuits courts avaient fait le même constat du manque de prestations adaptées à leurs besoins spécifiques. C'est ainsi que deux importantes coopératives d'éleveurs (Capeb et Scape) ont investi dans la création de la Société des viandes des éleveurs de Parthenay (Svep), qui sélectionne les bêtes sur pied, découpe et transforme, à deux pas de l'abattoir. Outre la viande de race parthenaise proposée, en circuit long, à une clientèle exigeante, la Svep propose des services de découpe, maturation, transformation et conditionnement pour les éleveurs locaux. Des prestations pour la viande de boeuf mais aussi veau, agneau, chèvre et chevreau. « Pour valoriser cette filière courte, nous avons créé la marque « les artisans de nos campagnes » avec un packaging dédié. Cela représente 80 % de la clientèle. On fait exactement ce que veut l'éleveur, du coussu main » explique Emmanuelle Auger, technico-commerciale de la société. En Creuse comme en Deux-Sèvres, ces professionnels de la bonne viande le répètent : qualité ne veut pas dire hygiène ; viande bien rouge ne veut pas dire bon goût. Une viande délicieuse est tendre, sent bon, elle est juteuse juste comme il faut. Obtenir de jolis muscles au gras persillé (et non de surface), ça s'apprend ! Par exemple la tendreté dépend de nombreux paramètres : stress et âge de la bête, race, mais aussi du travail du boucher pour couper les tendons ou encore du temps de maturation. Par contre, « la couleur rouge est due à l'oxygène. Sous vide, la viande est plus foncée et c'est normal ! » souligne Pauline Blais, responsable qualité à la Svep, qui accompagne et forme les éleveurs. « Ce n'est pas parce que c'est local que c'est bon : il existe bien du circuit court industriel. Une viande est bonne parce que son process a été pensé pour cela » insiste Yohan Toulza-Lemaire pour le Pôle viande. Comme à la SVEP, un centre de formation permettra d'apprendre à obtenir, vendre et cuisiner de la viande délicieuse. On en salive d'avance !

« Il y a 4 abattoirs en Deux-Sèvres, 3 en Charente ! La région Poitou-Charentes a su maintenir cet outil de proximité. En Limousin, il y a moins d'abattoirs car les éleveurs ont fait le choix du mono-élevage bovin dans une filière internationale où l'engraissement et l'abattage se font ailleurs. Forcément, comme les bêtes reviennent directement en carcasses, plusieurs abattoirs ont fermé »

Un banquier du Crédit Agricole.

TESTÉ ET APPROUVÉ :

DIVISER LE MARCHÉ PUBLIC EN PETITS LOTS POUR FAVORISER L'APPROVISIONNEMENT EN CIRCUIT COURT

Diviser un marché public en plusieurs lots permet de séparer les produits qui peuvent être d'origine locale et de ceux que l'on ne trouve pas sur le territoire. On peut ainsi séparer les fruits en pommes et poires d'un côté, et oranges et bananes de l'autre. Les produits du terroir peuvent être listés très précisément, en allant par exemple jusqu'à la race de vache pour la viande ! On peut mettre des critères différents pour chaque lot, l'un qui favorise le prix, l'autre la fraîcheur (ce qui peut favoriser le local). Enfin, faire des petits lots rend le marché moins attractif pour les entreprises lointaines à cause du coût du transport.

Lot 1 :

- > abricots frais
- > pommes
- > bananes
- > poires
- > oranges

Lot 2 :

- > pommes de terre
- > haricots verts
- > courgettes
- > petits pois
- > tomates fraîches
- > tomates conservées
- > poivrons

Lot 3 :

- > abricots secs
- > bananes
- > oranges
- > petits poids sucrés
- > tomates en boîte
- > olives noires

En direct c'est moins cher !

Derrière le parking d'un supermarché, une vente s'improvise...



DITES-MOI OÙ VOUS ACHETEZ
EN CIRCUIT-COURT,
ET JE VOUS DIRAI QUI
VOUS ÊTES...

42 % des Français interrogés dans le cadre de l'étude Codia ont acheté en circuit-court au cours du mois écoulé, et y ont consacré environ **25%** de leur budget alimentaire. Les profils socio-économiques sont variés. Un peu plus de CSP + parmi les acheteurs (**16%**, alors qu'ils sont **12%** dans la population totale), un peu plus de diplômés (Bac +3 et + : **37 %** contre **28%** de la population totale). La moitié des acheteurs réside dans des villes de moins de 20 000 habitants (dont **27%** dans une commune de moins de 2000 habitants... vive la vente à la ferme et les marchés!)

/ EN MAGASIN DE PRODUCTEURS

Vous avez plus de 50 ans (à 64%, dont 22% plus de 65 ans), et êtes bien contents que ce petit commerce ait ouvert dans votre quartier ou votre village, ou dans la zone commerciale à côté de l'hyper.

Vous trouvez que c'est convivial, on peut discuter comme au marché, et c'est un bon rapport qualité/prix.

Ça vous coûte à peine plus qu'au supermarché d'à côté, et là au moins, vous savez comment ça a poussé et d'où ça vient. Vous dépensez plus chaque semaine (30€, en moyenne), que les clients de marchés, paniers et Amap (de 15 à 18 € en moyenne – Liproco, 2012)

Phrase fétiche : « Comment ça, y a déjà plus de fraises ? »

/ AU MARCHÉ :

Vous avez plus de 50 ans (à 54%)

Vous trouvez que c'est pratique et convivial, on prend les nouvelles de la semaine, vous avez toujours fait ça. Et vous ne vous laissez pas avoir par les revendeurs déguisés en habit traditionnel.

Ça vous coûte le trajet pour y aller et le caddie à trainer.

Phrase fétiche : « Tu me fais un prix si je prends la caquette ? »

Variante : « Qu'est-ce que tu mets sur tes tomates pour qu'elles soient belles comme ça ? Les miennes ont toutes eu le mildiou... »

/ EN MARCHÉS FESTIFS DE PRODUCTEURS DE PAYS

Vous avez pas d'âge particulier ! Vous êtes souvent des touristes de passage, mais aussi des habitants qui profitent de la convivialité de l'événement.

Vous trouvez que c'est quand même sympathique, ça permet de bien manger pour pas trop cher et de découvrir un peu le coin et ça pallie le fait que la dernière épicerie du village ait fermé l'an dernier.

Ça vous coûte pas cher par rapport à un resto, et en plus vous pouvez rapporter des souvenirs de vacances qui se mangent.

Phrase fétiche : « C'est vous qui le faites ? » / « Is it your own production ? »

/ EN AMAP

Vous avez moins de 50 ans (à 76%, dont 52% entre 35 et 49 ans)

Vous trouvez que c'est important à la fois de bien se nourrir et de permettre à des paysans qui respectent l'écosystème de gagner leur vie. C'est un peu pour vos enfants aussi que vous faites ça.

Ça vous coûte peut-être un peu de temps et d'argent mais au moins vous savez pourquoi, et ça vous apprend des choses sur les techniques et les contraintes de l'agriculture.

Phrase fétiche : « Encore des choux ! En été ça va, on a les tomates et tout, mais l'hiver, les paniers on ne sait plus quoi en faire ! »

/ EN GROUPEMENT DE PRODUCTEURS (PANIERS)

Vous avez moins de 50 ans (à 78 %, équitablement répartis entre les 25 et 34 ans et les 35 et 49 ans : 39% chacun)

Vous trouvez que dans les Amap ils ont bien raison !

Ça vous coûte moins cher qu'en épicerie fine pour un produit aussi bon, plus frais et plus traçable, mais ça demande un peu d'organisation.

Phrase fétiche : « C'est toi ou c'est moi qui fais la distribution, la semaine prochaine ? »

Variante : « On aura le poulet samedi, on invite les voisins à dîner ? »

/ EN SUPERMARCHÉS

Vous avez pas d'âge particulier !

Vous trouvez que ça a plus de goût, c'est frais et de saison et ça permet quand même de faire un bon geste pour l'économie sans avoir à prendre la voiture pour aller jusqu'à la ferme. Donc ça pollue moins.

Ça vous coûte plus cher que le 1er prix c'est sûr, mais comme c'est nettement meilleur... Et si ça se trouve, plus on en achète, moins ça sera cher !

Phrase fétiche : « Regarde sur l'étiquette il a une bonne tête, le gars qui fait ça ! »



3 QUESTIONS À YASSIR YEBBA

Yassir Yebba est issu d'une famille de bons mangeurs. Il a étudié la cuisine, la sociologie et l'anthropologie, et est à la fois cuisinier nomade et chercheur. Avec l'association « Territoires alimentaires » qu'il a fondée, il développe des recherches-actions pour une expertise citoyenne en matière d'alimentation et pour la transition écologique, s'appuyant sur les circuits-courts et des actions transversales.

Quels parallèles faites-vous entre les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) et la façon de se nourrir aujourd'hui ?

Je m'inspire de la culture numérique pour comprendre les comportements alimentaires actuels et l'impact des NTIC sur eux. La première culture qui s'est mondialisée, c'est l'informatique ! La façon de se nourrir a suivi : on est branché sur Danone, Nestlé. Il faut construire une nouvelle culture alimentaire basée sur les pratiques de l'usager, refabriquer du logiciel libre alimentaire.

Certes, mais comment ? Avec les NTIC ?

Avec des expériences à l'échelle 1 (living lab) ! Cet été, on descendra la Sèvre en kayak et à vélo, jusqu'à la mer, avec des jeunes de 12 à 16 ans qui se nourriront à partir des productions locales achetées en route (suite à un concours d'innovation, on a mis en place une application qui permet de localiser les lieux de productions alimentaires pour se fournir). C'est un projet de tourisme culturel de proximité. Le pari qu'on fait, c'est que si vous avez une bonne conscience culturelle et écologique, vous allez forcément vers un ré-ancrage local. En dehors de ça, on organise également des ateliers cuisine dans les quartiers populaires, qui répondent à des questions très précises, comme apprendre à découper la viande et en cuisiner tous les morceaux pour pouvoir l'acheter moins cher, ou cuisiner pour 10 avec tel budget...

Qu'est-ce qui pourrait faire sortir les circuits de proximité de leur marginalité économique ?

C'est la société civile qui manque pour booster tout ça ! Travaillons à partir de l'expérience des usagers, rapprochons-nous du mouvement des sciences citoyennes : comment faut-il outiller le consommateur pour qu'il soit moins passif dans ses usages alimentaires, et donc plus actif aussi par rapport au politique et au territorial ? Il n'y a pas encore d'approche suffisamment citoyenne de l'alimentation pour que cela fasse vraiment pression sur la politique.

« La consommation des produits bio a augmenté de 10 % en Poitou-Charentes en 2014 »

Maxime Nadin,
Chambre des métiers de la Charente

« Plus de femmes, de jeunes, de diplômés et de néoLimousins font des circuits courts »

Marius Chevallier

TOUCHER DE NOUVEAUX PUBLICS : EST-CE UNIQUEMENT UNE QUESTION DE PRIX ?

Les circuits-courts ne sont plus un marché de niche, mais concernent encore une clientèle en majorité urbaine, CSP+, âgée de plus de 40 ans. Comment attirer de nouveaux consommateurs ?

En se penchant sur les raisons des non-acheteurs : 53% estiment ça trop cher, 51% se laisseraient tenter s'ils trouvaient des produits locaux sur leur lieu de courses (d'après l'enquête Codia). C'est pourquoi bien des magasins de producteurs s'implantent dans des zones commerciales. Et dans les quartiers populaires ? Certains se posent la question d'adapter la gamme de produits et services en fonction de la clientèle visée, voire de faire du discount ! Mais alors, quel modèle économique pour que cela reste gagnant-gagnant à la fois pour le producteur et pour les consommateurs ? Ne faut-il pas plutôt réhabituer les consommateurs à payer le juste prix ? La part de la nourriture dans le budget des ménages était de 21,5% en 1959, et de 13,5% en 2010. Elle ne cesse de baisser, les subventions agricoles comblent la différence pour que les paysans subsistent. Or la logique des circuits-courts se fonde justement sur des prix rémunérateurs plutôt que sur des subventions. Au changement de paradigme s'ajoute la nécessité d'une redistribution des coûts de la production agricole. Une des pistes de décloisonnement et de restauration de ce fonds commun repose sur les actions qui mettent en lien ceux qui consacrent la plus grande part de leur budget à l'alimentation (les plus pauvres), et des paysans qui cherchent des débouchés qui correspondent à leur volume de production. Par exemple l'association « De la ferme au quartier » met en relation 22 producteurs en agriculture paysanne avec des centaines de familles de quartiers de Saint-Etienne, dont le prix des paniers est modéré en fonction du quotient familial (la variante concernant les 0 à 20% dévolus aux frais de

gestion de l'association. Le producteur perçoit un prix fixe pour ses produits). Une initiative similaire existe à Bordeaux Nord, portée par des centres sociaux souhaitant permettre à leurs bénéficiaires de se nourrir sainement, localement et de saison. Ces projets nécessitent souvent un accompagnement, comme des ateliers cuisine, toujours différents en fonction des publics.

« C'est sûr qu'avec des jeunes suivis par la PJJ, on reprend tout de zéro.

Mais sinon, bien des gens qui ne mettent pas les pieds dans les magasins de producteurs car « c'est pour les bobos » ont une culture paysanne, valorisable et transmissible. »

Yassir Yebba,
cuisinier et anthropologue



EN MARCHÉ DE PRODUCTEURS DE PAYS (MPP)

ANAÏS BUTET, CHAMBRE D'AGRICULTURE DES DEUX-SÈVRES

Cela fait 10 ans que la chambre d'agriculture des Deux-Sèvres assure l'organisation et la communication des MPP pour les collectivités qui en font, de plus en plus, la demande. À la fois pour leur côté festif (marchés nocturnes où le public achète son dîner et le consomme sur place, avec des animations : le public est en majorité familial et touristique) et d'approvisionnement (MPP réguliers, mensuels ou hebdomadaires, en journée, avec des artisans... qui touchent un public local, plus large). Pour les jeunes installés en agriculture (30% le font en vente directe totale ou partielle) les MPP permettent de se faire une clientèle.



ATELIER 1 : ATTENTES ET PROFILS DES CONSOMMATEURS

ANIMATEURS : LAURENT HOLLÉCOU, FRCIVAM LIMOUSIN & BRUNO MAZIÈRES, IUT DU LIMOUSIN
RAPPEUR(E)S : SOPHIE RÉTIF, UNIVERSITÉ DE LIMOGES & JULIEN DELLIER, UNIVERSITÉ DE LIMOGES



CULTURE ALIMENTAIRE ET INNOVATION PAR L'AVANT

YASSIR YEBBA, CUISINIER ET ANTHROPOLOGUE

Aujourd'hui la culture alimentaire a beaucoup décliné, les transmissions intergénérationnelles se sont étiolées. En se penchant sur les usages des consommateurs, Yassir Yebba souhaite comprendre les comportements alimentaires, et évaluer l'impact des nouvelles technologies sur eux. Il propose alors des actions de proximité qui fassent évoluer les pratiques alimentaires vers un plus grand respect de l'écosystème, et s'appuient à la fois sur les besoins et les ressources des usagers. Notamment dans les quartiers populaires, ce qui diversifie les profils des consommateurs urbains en circuits courts

p.5 3 questions à Yassir Yebba



EN GROUPEMENTS DE PRODUCTEURS

PAUL PÉNICAUD, ÉLEVEUR EN HAUTE-VIENNE

Dans les 4 groupements de consommateurs avec lesquels Paul Pénicaut travaille, il y a des gens de tous âges et conditions, mais avec une forte présence de jeunes couples, de tous niveaux de revenus, citadins ou ruraux, mûs par des convictions évoluant entre le rejet d'un système à bout de souffle et la volonté de bien nourrir leurs enfants. Ils passent du temps à cuisiner (meilleur compromis pour mieux se nourrir, à bon prix) et la convivialité assied leur motivation. Ce qui n'exclut pas les problématiques : côté producteur, la nécessité d'avoir un volume de commande minimum, mais sans pouvoir offrir la garantie d'une production et d'une disponibilité régulières. Pour les consommateurs : les horaires de livraison, le temps d'organisation... Souvent, cela s'essouffle au bout de 2 à 4 ans, parce que le groupement a trop grossi, le lien avec le producteur s'est distendu, ou simplement parce que les adhérents ne perçoivent pas le résultat de leur engagement. Une des solutions pour remotiver les troupes : faire une fête ou un bon repas ensemble une fois par an !

p.4 Portrait



LA PROXIMITÉ PERÇUE EN GRANDES SURFACES

BRUNO MAZIÈRES, IUT DU LIMOUSIN

Les GMS se sont toujours fournies aussi en produits locaux, mais aujourd'hui c'est une pratique qu'elles mettent beaucoup en avant. Vont-elles récupérer les circuits de proximité comme elles ont récupéré le bio ? Brouillage des repères ou nouveaux débouchés ? 68% des Français font leurs courses alimentaires en GMS (Ipsos), parmi eux 26% s'y fournissent en produits locaux. Et 65% ne veulent pas faire plus de 10 km pour acheter leurs produits locaux... Les étudiants de l'IUT ont choisi d'étudier les raisons d'achat de produits locaux en GMS en interrogeant 200 clients de 4 magasins limougeaux « système U ». Le marketing étudie la relation de proximité au consommateur selon plusieurs approches : pour la proximité d'accès, les GMS ont la première place. Mais pour la proximité identitaire, de processus (garantie sur les modes de production, de rémunération) et relationnelle, elles sont en retrait par rapport à tous les autres lieux de vente. Et pourtant elles sont le quatrième lieu d'achat de produits locaux (Codia) ! Des producteurs constatent cependant que le développement des produits locaux en GMS ou MPP n'a pas fait diminuer les ventes sur le marché ou à la ferme ; les publics semblent être différents. Si l'on considère que l'achat alimentaire va se faire de plus en plus avec une offre culturelle, les producteurs organisés seront plus forts que les GMS.



LA RELATION PRODUCTEURS-CONSOMMATEURS À SAVEURS FERMIERES

HÉLÈNE RICHARD (LÉNON), AUTEURE ET ILLUSTRATRICE, ET KEES MARIS, ÉLEVEUR LAITIER ET CO-FONDATEUR DE SAVEURS FERMIERES

Le magasin coopératif de producteurs Saveurs Fermières, ouvert en 2003 à Limoges par une dizaine d'agriculteurs, s'est développé très vite : en 2015 il rassemble 50 associés et emploie 10 personnes. Les clients, attirés par une offre riche (rayon frais, boucherie, fromages, primeurs, cave, épicerie...) apprennent à faire avec les produits de saison voire les aléas de la météo... Les producteurs tissent des liens avec eux lors de leurs permanences en magasin mais aussi par une fête annuelle, initiée en 2013. Le magasin s'est implanté à quelques centaines de mètres d'un supermarché, dans un quartier résidentiel, en périphérie du centre-ville, un peu par hasard : il constate aujourd'hui qu'il a remplacé les petites épiceries.



COMMENT OUVRIR LES CIRCUITS DE PROXIMITÉ AU-DELÀ D'UN CERCLE DE CONVAINCUS ?

LAURENT HOLLÉCOU, FRCIVAM LIMOUSIN

Les circuits de proximité sont fréquentés en premier lieu pour la convivialité, les rencontres... Or on constate que toute une partie de la population en est complètement coupée. À Tulle, par exemple, tous les projets de ce type se font en centre-ville, et ce sont toujours les mêmes qui viennent. Mais au-delà du lieu, n'y a-t-il pas aussi toute une dimension du discours qui est clivante ? Certaines personnes n'apprécient pas qu'on leur dise quoi manger. Derrière les façons de s'alimenter, il y a une identification sociale, qu'elle soit volontaire ou non. Nous sommes catalogués par nos façons de nous nourrir.

« Dans les Amap il y a toujours quelqu'un pour vous faire la leçon... »
Yassir Yebba, cuisinier et anthropologue

Un document collaboratif sur cette intervention est disponible ici : https://lite6.framapad.org/p/observatoire-ouvrir_les_CP

p.5 + Toucher de nouveaux publics : est-ce uniquement une question de prix ?

ATELIER 2 : TRANSFORMATION DES PRODUITS ANIMAUX ET VÉGÉTAUX

ANIMATEUR(E)S : VINCENT LAGARDE, UNIVERSITÉ DE LIMOGES
& CÉLINE KARASINSKI, COMITÉ INTERCONSULAIRE DE POITOU-CHARENTES
RAPPORTEURES : ORNELLA BOUTRY, UNIVERSITÉ DE LILLE
& MARIE FERRU-CLÉMENT, UNIVERSITÉ DE POITIERS



LES SPÉCIFICITÉS DE LA FILIÈRE COURTE ET LOCALE EN VIANDE PAYSANNE

YOHAN TOULZA-LEMAIRE DU PÔLE
VIANDES LOCALES EN CREUSE

La filière viande locale manque d'outils adaptés à ses besoins spécifiques. Porté par un collectif d'une cinquantaine d'éleveurs limousins, le pôle viande locale est une plateforme de services dédiée aux éleveurs en circuits de proximité : abattage, découpe, surgélation, transformation, expédition et formation. Le bâtiment de cette entreprise au fonctionnement coopératif sera prochainement construit à Bourgneuf.

p.4 + *Le cas de la viande*



PROJET D'ATELIERS DE TRANSFORMATION DE PRODUITS ANIMAUX ET VÉGÉTAUX

DIDIER BERTHOLY,
TULLE AGGLOMÉRATION EN CORRÈZE

Les fermiers du Doustre, un groupe d'éleveurs qui commercialise sous forme de paniers, cherchent à créer un atelier de transformation et de découpe mutualisé car ils rencontrent des problèmes avec leurs prestataires et souhaitent atteindre le marché de la restauration collective. Leur demande rencontre celle de l'Agglomération d'introduire des produits locaux à la cantine. Une association de préfiguration d'un atelier de transformation a été créée et une étude de faisabilité démarre.



VALORISATION DES PRODUITS CARNÉS EN CIRCUITS-COURTS ET TECHNIQUES DE VENTE

EMMANUELLE AUGER,
SVEP EN DEUX-SÈVRES

La Société des viandes des éleveurs de Parthenay (SVEP) propose aux éleveurs qui commercialisent en circuits courts des prestations de découpe, maturation et transformation et conditionnement sur mesure, en partenariat avec l'abattoir privé juste à côté. Ces prestations pour la filière courte pour les bovins-ovins-caprins, s'ajoutent à une activité en filière longue spécialisée dans la viande de race parthenaise.

p.4 + *Le cas de la viande*



MARQUE SAVEURS ARTISANES

MAXIME NADIN, CHAMBRE DES MÉTIERS
ET DE L'ARTISANAT DE CHARENTE

Contrairement à l'agro-industrie, les artisans des métiers de bouche bénéficient d'un fort capital de confiance des consommateurs, et la demande en produits locaux et naturels augmente. Mais les artisans ne se saisissent pas assez de cette opportunité ! La Chambre a donc créé la marque Saveurs artisanes afin de valoriser le fait maison, l'approvisionnement local et les savoirs faire, avec un cahier des charges qui invite à progresser. 59 entreprises en sont déjà détentrices.



COMMENT OPTIMISER LA QUALITÉ DES PRODUITS CARNÉS

PAULINE BLAIS,
SVEP DES DEUX-SÈVRES

Qu'est-ce qu'une bonne viande et comment l'obtenir ? Stress, race, nourriture, qualité du travail de découpe, maturation, autant de paramètres qui entrent en compte ! Pauline Blais est la responsable qualité de la Svep. Son rôle : vérifier la qualité mais aussi accompagner et former les éleveurs

POURQUOI LES CIRCUITS DE PROXIMITÉ ?

VINCENT LAGARDE,
UNIVERSITÉ DE LIMOGES

Avant de voir comment faire du circuit court, il faut se poser la question du pourquoi, sans quoi c'est la porte ouverte aux dérives. Car les industriels font du circuit court et s'emparent désormais du local. Les agriculteurs doivent donc s'organiser pour répondre à ces enjeux, par exemple en recréant des formes collectives.

p.11 + *L'avenir des circuits courts est-il industriel ?*





COLLECTIF D'AGRICULTEURS POUR L'APPROVISIONNEMENT DES ÉPICERIES ET DES COLLECTIVITÉS

PAULINE FISTRE,
JEUNES AGRICULTEURS 23
SYLVIE & CÉLINE JEANBLANC,
FERME DES NAUTAS /ÉMERGENCE BIO
23340 PIGEROLLES

À Pigerolles depuis 30 ans, le Gaec Chatoux-Pichon-Jeanblanc fait de l'élevage bovin-porc et de la transformation dans son laboratoire de 400 m². Présent sur de nombreux marchés, en lien avec les écoles et les épiceries, le Gaec écoule sa production localement et se lance en 2015 dans un ambitieux projet : une unité de méthanisation valorisera les fumiers en électricité et en chaleur, laquelle permettra l'installation d'activités nécessitant des températures difficiles à obtenir sur la montagne limousine (serres, poussinière). Le tout en bio, car Émergence bio compte bien susciter des vocations de reconversion et même les accompagner.

p.10 ► *Détail du montage de l'Émergence Bio : Transversale / La piste des collectifs ruraux...*

« Il ne faut pas voir la DDCSPP ou Ecocert juste comme des contrôleurs qui font peur, mais plutôt les solliciter sans hésiter pour du conseil tels de vrais partenaires »

Sylvie Jeanblanc,
Ferme des Nautas.

LES PTCE, OUTILS DE COOPÉRATION DES ACTEURS DES CIRCUITS DE PROXIMITÉ

NAHOUM CHAMPROY,
LIMOUSIN ACTIF / C2RA

En tant que DLA Régional, Limousin actif accompagne les structures d'utilité sociale qui œuvrent dans l'économie sociale et solidaire. C'est en toute logique qu'il diffuse l'appel à projets pour la création de « Pôles territoriaux de coopération économique ». Ces PTCE visent à stimuler le développement de projets économiques innovants et durables, portés par des collectifs d'acteurs publics et privés sur des territoires donnés. La Chambre régionale d'économie sociale s'est associée à Limousin actif pour accompagner le montage des réponses à cet appel à projet dont l'aide consiste dans le financement d'un poste d'animation par la Caisse des dépôts et consignations et la Région.

ACCOMPAGNER LES AGRICULTEURS DANS LA CONNAISSANCE DE LA DEMANDE

LISE CHEVALLIER,
CHAMBRE D'AGRICULTURE DE VIENNE

Le FEDER et le Conseil régional financent la Chambre d'agriculture de la Vienne pour deux missions bien complémentaires : l'accompagnement des producteurs et l'approvisionnement de la restauration collective et hors domicile. L'intervention, gratuite auprès des collectivités, consiste à préciser la demande, avant de repérer et solliciter les producteurs. La Chambre aide alors à construire un cadre d'évaluation qui mentionne durée et critères, puis s'efface de la contractualisation entre les chefs de cuisine/gestionnaires et les producteurs. À ce jour, trois Pays sont en cours d'accompagnement.



ATELIER 3 : DÉMARCHES D'APPROVISIONNEMENT DES RESTAURATEURS, ARTISANS ET GROUPEMENTS DE CONSOMMATEURS

ANIMATEUR(E)S : **SAMUEL ARLAUD, UNIVERSITÉ DE POITIERS**
& **AURÉLINE BONNET, ARDEAR**

RAPPORTEUR(E)S : **MARIUS CHEVALLIER, UNIVERSITÉ DE LIMOGES**
& **CAMILLE HOCHEDÉZ, UNIVERSITÉ DE POITIERS**



L'EXEMPLE D'UN COLLECTIF DE CONSOMMATEURS

JULIEN ROUJOLLE,
VLA AUT'CHOSE 87800 NEXON

V'là aut' chose est une association qui porte une boutique de producteurs dans le centre de Nexon, née il y a 4 ans de l'initiative de consommateurs désireux d'acheter local. Elle réunit aujourd'hui 300 adhérents pour un chiffre d'affaires moyen de 80 000 euros. Une salariée assure les horaires d'ouverture et l'approvisionnement dans lequel les administrateurs/consommateurs tentent d'impliquer, bon gré mal gré, les producteurs. Aujourd'hui la question se pose de trouver un local plus grand et d'inventer de nouvelles choses, notamment en termes de communication. Des perspectives que de faibles moyens économiques et un manque de forces vives pourraient entraver.

« Dans notre expérience de magasin de producteurs (et pas du tout de consommateur), nous avons pris le parti de défendre la rupture de stock comme étant un outil pédagogique : nous mettons le paquet sur l'information directement en rayon. Par ailleurs la multiplicité des petits producteurs est une force sur ce point. »
Kees Maris éleveur laitier
et co-fondateur de **Saveurs Fermières**.

POUR UN PROJET POLITIQUE GLOBAL À L'ÉCHELLE INTERCOMMUNALE

DIDIER BERTHOLY,
TULLE AGGLOMÉRATION EN CORRÈZE

En 2000 apparaît sur Tulle Agglo une formule touffue sur le maintien des exploitations agricoles et la démarche qualité. Il faudra attendre 10 ans pour que la problématique du local y soit associée. Ici les élus sont en rupture avec le monde agricole et les agriculteurs usés au modèle dominant, aussi pour construire une culture commune de l'innovation l'Agglo actionne tous les leviers à sa portée : diagnostics partagés, accueil de projets de diversification hors cadre familial, espace test, collaboration étroite avec la Région, etc...

p.4 ► *Le défi du local à la cantine*

Armés de patience, tous les moyens sont bons pour faire évoluer les représentations du métier et organiser ensemble les collaborations de demain. Rendez-vous dans 10 ans ?



DÉFINIR LE JUSTE PRIX

AURÉLINE BONNET, ARDEAR LIMOUSIN

À l'Ardear la question du juste prix est un sujet de recherche où viennent se croiser le calcul du travail de chacun et le pouvoir d'achat de tous, autour d'histoires de volontés individuelles. Partagée avec le réseau InPACT, une charte à l'échelle nationale permet d'attraper – aussi – cette question. Elle transpose la logique du commerce équitable Nord/Sud à nos réalités locale.

« On ne peut comparer supermarché et marché au sujet des risques. La traçabilité est peut-être indispensable en circuit long mais en circuit court ça s'appelle la confiance et c'est différent du contrôle ! »
Kees Maris éleveur laitier
et co-fondateur de **Saveurs Fermières**.



LES RESTAURATEURS PRIVÉS : LES INÉVITABLES

MARIE-LAURE BOURDIER,
ASSOCIATION INTERCONSULAIRE DE HAUTE-VIENNE ET CLÉMENTINE FROGNEUX,
CHAMBRE D'AGRICULTURE DE HAUTE-VIENNE

Valoriser les productions locales dans les restaurants, un travail de fourmi sous les projecteurs d'une appellation : « Les Inévitables ». L'expérience commence en 2012 sur le Pays Monts et Barrages et aujourd'hui, la Chambre de commerce, la Chambre d'agriculture et les territoires avancent main dans la main pour élargir l'expérience au département puis à la région. La méthodologie : 1) toucher les restaurateurs repérés via le répertoire consulaire et les inviter à contractualiser sur la base d'un engagement simple : servir trois produits locaux dominants par jour durant toute l'année ! 2) opérer un repérage des producteurs dont les propositions sont exclusivement locales, transformées ici et sans procédés industriels. 3) tenir à la disposition des restaurateurs ce catalogue exhaustif et tous les outils de communication nécessaires pour faire valoir l'engagement de chacun... Un maître mot : « traçabilité ».



LE POINT DE VUE DE LA RESTAURATION PUBLIQUE

BRIGITTE BOUILLAGUET,
CONSEIL RÉGIONAL LIMOUSIN

Lors de sa création, la mission consistait à augmenter la part des produits locaux dans les cantines des lycées, alors même qu'en 2010 les producteurs en vente directe avaient déjà leurs marchés et n'étaient pas intéressés par ce nouveau débouché ! 1200 repas par jour dans un lycée pour une production pas encore adaptée : irréaliste ! Trois approches sont alors développées : l'achat groupé : une seule expérience autour d'une épicerie dans le secteur de Tulle-Brive ; le modèle « Convention viande de qualité » : la collectivité prend en charge 25 % sur l'achat de qualité ; l'expérimentation locale : un territoire dynamique + un lycée motivé donne lieu à un GPL, Groupe projet local. Chaque GPL s'appuie sur un diagnostic partagé pour faire émerger ses pistes d'action. Créer un climat de confiance dans le cadre strict de la libre concurrence devrait permettre de structurer l'approvisionnement. Aujourd'hui 5 GPL ont tenté l'aventure, le bilan est mitigé.

p.4 ► *Le défi du local à la cantine*

« Se posaient alors des questions d'abattage et de transformation, de régularité de la production, du dégroupage pour la livraison, de stockage à l'arrivée et de savoir-faire dans les cantines ! Évidemment si un seul de ces maillons est faible, tout le reste coince ! »

Les chartes, marques et labels permettent de créer une dynamique locale et de fédérer mais leur multiplication n'aide pas à y voir plus clair et les met en concurrence.

Un atout pour la vente, voilà ce qui semble être le point commun des chartes et labels présentés ici. L'idée est de rassurer et d'orienter le consommateur éloigné du milieu agricole et de ses réalités, mais désireux d'acheter des produits sains. « Les statistiques nous disent que la consommation des produits bio a augmenté de 10 % en Poitou-Charentes en un an, que les gens sont en demande de produits locaux, de fait-maison : une aubaine pour les artisans des métiers de bouche ! Pourtant ils ne se saisissent pas de cette tendance, ils ne communiquent pas sur le fait qu'ils vendent, transforment ou cuisinent des produits locaux par exemple » explique Maxime Nadin de la Chambre des métiers de la Charente. D'où l'idée d'une marque locale qui mette en valeur les boulangers, bouchers, confituriers, conserveries... Ainsi est née « Saveurs artisanes » en 2014. Le cahier des charges comprend 6 critères (approvisionnement de proximité, fabrication maison, qualification du personnel, mise en valeur du savoir-faire, transmission du métier et développement durable) et invite à progresser. 59 entreprises se sont déjà engagées sur la Charente. Sur la Haute-Vienne, l'opération Les Inévitables cible son action sur la promotion des restaurants qui s'approvisionnent localement. Un véritable plan marketing sur un critère de sélection de restaurants aujourd'hui essentiel pour les clients ! L'opération ne laisse rien au hasard et insiste sur l'étape du suivi, car une fois la marque créée reste la question du contrôle qualité continu. Ici, c'est par surprise et sur facture que le restaurateur doit faire montre de son approvisionnement... local !

Au-delà de l'objectif commercial, les marques et labels reproduisent-ils ce phénomène d'inclusion autant que d'exclusion caractéristique de la logique des appels à projet ? Permettent-ils de créer une culture commune ? Les chartes créent-elles du lien entre leurs utilisateurs ? Là encore la marque « Saveurs artisanes » semble répondre par l'affirmative : « Oui, c'est une énième marque, mais les métiers de bouche travaillent de manière isolée et cela a permis de fédérer ces professionnels qui ne se connaissaient pas » observe Maxime Nadin, de la Chambre des métiers. Mais la contradiction reste entière : les mésaventures de concurrence d'appellation sont courantes et brouillent les pistes. À Bordeaux où les Marchés de producteurs de pays (MPP) fonctionnent bien, la Région a créé une marque « Produit ici en Aquitaine ». Or là où la charte des MPP est stricte, le label régional tolère une part de production venue d'ailleurs sur les stands. Difficile de s'y retrouver ! En Poitou-Charentes, le succès des MPP dans le nord des Deux-Sèvres souligne la différence de culture avec la partie sud où l'agriculture paysanne est plus ancrée, les marchés traditionnels plus nombreux et la chambre d'agriculture moins présente, donc les réticences face à la « marque » MPP plus nombreuses, alors même qu'au-delà du rôle d'animation touristique, les MPP sont des amorces pour sensibiliser le public et les élus à l'approvisionnement local. Finalement, les chartes, marques et labels sont comme tous les outils : mobilisables sans être miraculeux ! Ils permettent d'avancer là où il n'y avait de débouchés d'habitude et font progresser la cause. Pour autant, ils ne doivent pas faire oublier aux consommateurs leur propre expertise ni nier la réalité du quotidien des producteurs, pas toujours aussi glamour que ce que peut laisser entendre une marque.

« Bio ou local ?
La question revient souvent. Parmi les bénéficiaires de la marque Saveurs artisanes un boulanger bio utilise de la farine bio d'un grossiste en Paca parce qu'il n'y a pas de filière farine bio localement... »
Maxime Nadin, Chambre des métiers
de la Charente

Entre agriculteurs et collectivités, producteurs et consommateurs, consommateurs et commerçants, ou collectivités et gestionnaires de cantine, on ne parle pas toujours la même langue !

Le manque de culture commune entre les différentes parties a été pointé comme l'une des causes principales des difficultés rencontrées. Ainsi, sur l'Agglomération de Tulle, Didier Bertholy a observé que les élus et les agriculteurs ne sont plus sur la même longueur d'onde. À la Région Limousin, Brigitte Bouillaguet remarque que les acteurs concernés par l'approvisionnement des cantines en circuits courts fonctionnent sur des logiques fondamentalement différentes. **p.4 + Le défi du local à la cantine.** Même constat chez Saveurs Fermières, magasin de producteurs à Limoges, qui rassemble une grande diversité de paysans, source de tensions dans la gestion collective. Pas simple de faire s'entendre des fermes de moins d'1ha et d'autres de plus de 250 ha, éleveurs et maraichers, tendances militantes et cultures traditionnelles, bio et non bio, issus du milieu agricole et « hors cadre familial »... Des différences mises sous le tapis jusqu'en 2012, où il est apparu nécessaire de prendre le problème à bras le corps afin que chacun connaisse les façons de produire des autres.

Mais comment faciliter l'inter-connaissance de 50 associés ? L'idée d'un livre présentant chacun a été portée par Kees Maris, producteur laitier, et Lénon, auteure-illustratrice. Ils ont ainsi effectué et transcrit la tournée des producteurs. Paru en juin 2014, ce livre-BD est aussi utile pour les consommateurs que pour créer cette fameuse culture commune entre les producteurs. Il raconte d'ailleurs comment ces paysans font évoluer leurs pratiques du fait qu'ils se côtoient au sein du magasin. Depuis, ils se réunissent également lors d'une fête annuelle ! On le voit ici, la création d'une culture commune n'est pas un pré-requis indispensable, elle peut se créer au fur et à mesure du projet. Dans d'autres cas, il semble important de se doter d'outils qui cadrent dès le départ, comme par exemple une charte. Attention toutefois, le manque de culture commune n'est pas mère de tous les maux ! Faisons travailler ensemble un producteur, un technicien de Pays et un cantinier, tous issus d'un même milieu militant/associatif : pas de problème de culture commune entre eux, mais probablement une discordance de temporalité : le territoire est habitué à travailler sur la durée d'un programme Leader, l'école sur l'année scolaire et le producteur sur la saison ! La culture commune ne garantit pas la réussite du projet. D'ailleurs, chez Saveurs Fermières, c'est bien le succès économique du magasin qui fait que les producteurs s'investissent. Finalement, entre cultures variées et valeurs opposées, il s'agit peut-être d'abord de trouver le plus petit dénominateur commun pour faire-ensemble...

« Les circuits courts,
ce n'est pas qu'un changement
de lieu ou de façon d'acheter sa nourriture,
c'est une dynamique de changement plus global.
C'est là où c'est compliqué. »
Nathalie Corade, professeure-chercheuse
à Bordeaux Sciences Agro

« C'est
le fameux
changement de
paradigme ! »

« Et c'est pareil
du côté du producteur, regardez
le changement de paradigme
de l'agriculture bio ! »

LA PISTE DES COLLECTIFS RURAUX Porteurs d'innovation, les territoires ruraux inventent des formules collectives qui transcendent les frontières et font mouche.

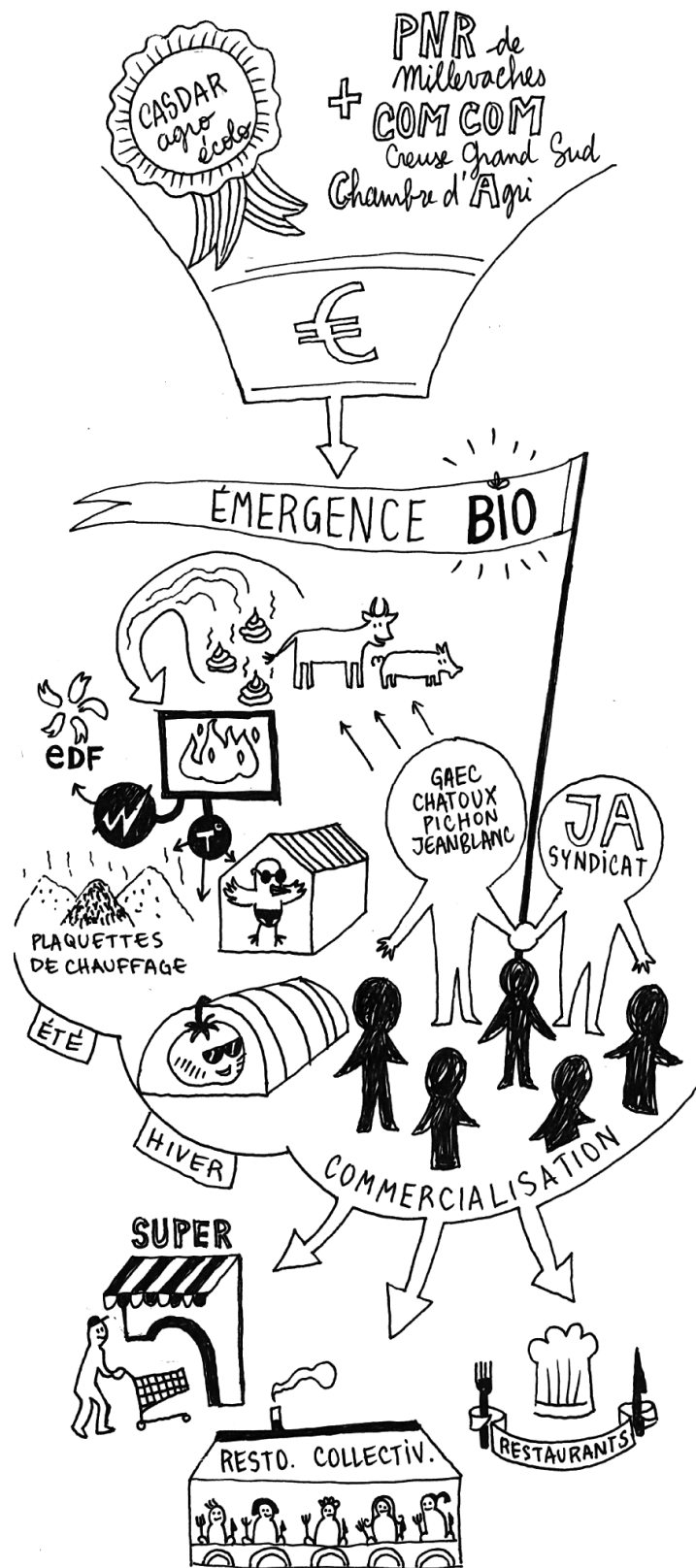
En matière de développement des circuits courts de proximité, et si la solution se trouvait à la campagne ? Lors de cette journée, plusieurs initiatives collectives innovantes créées dans des zones très rurales ont été présentées. Ainsi le projet Émergence bio conjugue bon sens paysan et inventivité sur le plateau de Millevaches. Sur ce territoire au climat rude, le Gaec Chatoux-Pichon-Jeanblanc (élevage et transformation bovin-porcin) a décidé d'investir dans l'achat d'un méthaniseur, qui dégrade le fumier des litières en méthane qui, brûlé dans une cogénératrice, fabrique de l'électricité. Ce faisant, elle dégage de la chaleur qu'il est intéressant de récupérer... pour chauffer des serres et des poussinières ! C'est ainsi qu'un maraîcher va pouvoir s'installer et qu'un éleveur va diversifier sa production en poulets de chair. Le Gaec va également récupérer la chaleur inutilisée l'été pour proposer des prestations de séchage de plaquettes. Mais Émergence bio va plus loin puisqu'il réunit une dizaine de producteurs bio locaux qui souhaitent commercialiser ensemble afin de travailler avec la restauration collective, les magasins et les restaurants, notamment l'ancienne ferme-auberge du Gaec Chatoux, qui va ré-ouvrir. Vous avez dit complexe ? Certes, au niveau juridique, ça ressemble à une usine à gaz. Mais Émergence bio réussit à décloisonner les préoccupations agricole, énergétique et alimentaire, tout en valorisant l'ensemble des produits et sous-produits agricoles, le tout dans une aventure collective qui colle au plus près de la réalité de la Montagne Limousine ! Voilà qui a séduit les acteurs locaux (PNR, Communauté de communes Creuse grand sud) ainsi que le Ministère via son appel à projet « CASDAR : mobilisation collective pour l'agro écologie » qui a permis de financer l'accompagnement au montage financier, juridique et logistique du projet. Le méthaniseur sera installé cet été.

Abattus, les éleveurs ? Sûrement pas ...

Difficile de ne pas tisser un lien entre Émergence bio et le Pôle viandes locales, projet situé sur le même territoire. [p.4](#) + [Le cas de la viande.](#)

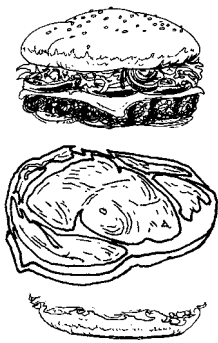
Car comme Émergence bio, le Pôle viandes locales est une initiative collective qui vise à permettre le développement d'une filière locale sur ce territoire très rural du sud Creusoise. Cette entreprise d'abattage et transformation de viande n'est autre qu'une SAS classique dont la gouvernance est partagée. Les éleveurs sont actionnaires, tous décisionnaires et ont embarqué à leur côté les institutions (État, PNR, Région, Département ...), les banques et également le Lycée agricole d'Ahun. Pas de cahier des charges pour les éleveurs, en ce sens le Pôle viandes peut ressembler à une Cuma, quoique plus complexe. Autre caractéristique : l'entreprise a pour vocation de répondre aux besoins de ses éleveurs actionnaires, pas de se développer pour grossir. Plutôt que d'augmenter le tonnage, ils estiment plus judicieux d'essaimer, sans pour autant se poser en modèle : « Le Pôle viande n'est pas reproductible ailleurs de cette manière. Dans notre cas, nous avons des éleveurs de plus de 40 ans qui ont remboursé leurs emprunts et déjà une clientèle, qui peuvent donc se permettre d'investir à nouveau, et nous sommes sur un territoire particulier, le Plateau de Millevaches » précise Yohan Toulza Lemaire, qui accompagne les éleveurs. À chaque territoire, donc, de se construire sa solution.

C'est exactement la philosophie des PTCE (Pôles territoriaux de coopération économique). Ce dispositif, né de la loi 2014 sur l'économie sociale et solidaire, est un appel à projet qui permet de bénéficier d'une aide pour le financement d'un poste d'animation. Pour pouvoir y répondre, il faut un projet économique de développement local, durable et innovant, porté par un collectif d'acteurs publics et privés, sur un territoire donné. 60 expériences sont déjà recensées en France. Cette formule conforte la nécessité du décloisonnement, au service de la coopération économique et encourage la création d'une culture commune qui transcende la question des secteurs d'activités pour mettre l'accent sur les moyens et méthodes du faire-ensemble. Voilà une idée à creuser pour les circuits de proximité !



« Les circuits de proximité ne sont pas le cœur du projet mais bien un moyen pour inventer d'autres schémas que ceux qui ont fait disparaître 1550 emplois agricoles durant ces 10 dernières années. »

Didier Bertholy,
Tulle Agglomération



➤ L'AVENIR DES CIRCUITS COURTS EST-IL INDUSTRIEL ?

Circuit « court » signifie sans intermédiaire ou 1 maximum. Rien à voir donc, avec le nombre de kilomètres. « Il est ainsi tout à fait possible de faire de l'industriel en circuit court » rappelle Vincent Lagarde, à la fois paysan et chercheur à l'Université de Limoges.

C'est ainsi que Charal, numéro 1 français de la viande, peut se targuer de faire du circuit court puisque, de la bête à l'assiette, tout est fait en interne, ce mastodonte de l'agro-alimentaire possédant ses propres abattoirs et usines de transformation et conditionnement. D'ailleurs la marque joue le jeu de la proximité agricole sur son site internet, avec des topos rigolos sur les races de vaches et les qualités gustatives de chacune... alors qu'il n'est nullement fait mention de la race sur les steaks vendus ensuite dans toutes les grandes surfaces ! Même Mc Donald's s'y met, puisque son pain, ses pommes de terre et la moitié de sa viande sont issus de l'agriculture française. Impossible, pour un petit producteur en vente directe, de lutter contre ces grands groupes et leurs moyens marketing s'ils viennent sur son terrain !

Par ailleurs, que penser des fermes bio qui se sont industrialisées, comme par exemple la ferme de Viltain, à quelques kilomètres de la capitale, qui possède 700 vaches dont 300 laitières, soit le plus grand troupeau laitier de France ? Chaque jour 8500 litres de lait sont prélevés grâce à un rototandem de 40 places ! Dans la même famille depuis les années 30, cette exploitation a fait dès les années 50 le choix de la vente directe de lait, et dès les années 70 celui d'accueillir les visiteurs, avec une salle de traite ronde et vitrée pour que l'on puisse voir. La ferme s'est ensuite ouverte à la cueillette sur 50 ha avec 35 cultures différentes: un potager géant aux portes de Paris, auquel s'ajoute un magasin de produits de la ferme et des alentours. Cette exploitation a l'innovation dans les gènes et a réussi à faire du circuit court de grande

ampleur. Le Domaine de Croix Morin, le plus grand producteur et transformateur français de produits laitiers est un exemple similaire. Ces exploitations bio parviennent à récupérer la valeur ajoutée de la transformation, comme les petits producteurs fermiers, tout en étant capables de répondre aux normes d'hygiène et de traçabilité, et aux besoins de la restauration collective et de la grande distribution en termes de volumes et de régularité. En plus, elles parviennent à satisfaire le consommateur qui veut du local, de vraies vaches qu'il peut toucher, de vrais légumes qu'il peut ramasser, mais une grande variété de produits disponibles toute l'année...

Pour autant, ces exploitations modèles ne contribuent-elles pas à affaiblir les petits producteurs qui eux, ne peuvent pas fournir toute l'année de manière constante, n'ont pas le temps d'organiser des visites de la ferme, ni les moyens de communiquer sur leur qualité locale et artisanale et de répondre aux normes. Si l'on peut se réjouir que des fermes bio se développent au point de devenir des petites usines, et que des grands groupes jouent le jeu du local, comment faire pour que les petits paysans en circuits courts ne soient pas écrasés par cette nouvelle concurrence ? « Si les agriculteurs ne s'organisent pas, l'agro-industrie les exploitera » prédit Vincent Lagarde. Seule solution : se rassembler. L'économie sociale et solidaire est ainsi une piste intéressante. « Aujourd'hui, on recrée les outils qu'on avait créés il y a 60 ans mais dans lesquels on a perdu le pouvoir. C'est important de garder le pouvoir. Créer des coopératives, des groupements, s'auto-organiser en dehors des grands groupes, voilà une solution » estime le paysan-chercheur.

SUR LE VIF

QU'EN DIT LA NOUVELLE GÉNÉRATION ?



« Arriver dans une entreprise qui a 30 ans avec un regard neuf et faire passer des idées nouvelles, c'est pas facile, mais quelques années après, les chiffres parlent ! »

Sylvie et Céline Jeanblanc,
Gaëc Chatoux-Pichon-Jeanblanc

À SUIVRE 3ÈME JOURNÉE DE L'OBSERVATOIRE : LE 25 JANVIER 2016

IUT de Périgueux, Rond-point Suzanne Noël, rue Doyen Joseph Lajugie, 24 019 Périgueux.

Contacts : marie-france.gauthier@unilim.fr & bruno.mazieres@unilim.fr

Journée annuelle de l'Observatoire des circuits de proximité

/ une publication de l'Observatoire inter-régional des circuits de proximité Limousin Poitou-Charentes
/ contact : proximites-obs@unilim.fr

Conception, rédaction et mise en page : Collectif Zélie

Emmanuelle Mayer, Emilie Lordemus, Hélène Richard, Émeline Dion
/ contact : emmanuelle.zelie@gmail.com

Organisateurs : GEOLAB - Université de Limoges / RURALITÉS - Université de Poitiers
/ CREOP - Université de Limoges / CRIEF - Université de Poitiers / AFIPAR / ARDEAR
/ Comité interconsulaire Poitou-Charentes / FRCIVAM en Limousin

Avec le soutien financier de la Caisse des Dépôts Poitou-Charentes

