



Observer les circuits courts pour accompagner leur développement régional :

Apports d'une démarche territoriale en Pays Haut-Languedoc et Vignobles (Languedoc-Roussillon)

Coxinel



5 octobre 2010, Diane Pellequer, anciennement chargée de mission INRA et stagiaire FD CIVAM 34





Plan

1. **Qu'est-ce qu'un observatoire ?**
2. **Exemple de démarche, l'étude des CC en PHLV**
3. **Quelques résultats...**
 - Les outils commercialisation sur le territoire
 - Les systèmes de commercialisation des enquêtés
 - Les facteurs d'adoption//non adoption des CC
 - Typologie des producteurs
4. **Bilan : De l'observation à l'action**

Contexte

**Développement des circuits courts dans les territoires,
Des demandes de territoires (agglo, Pays) pour les favoriser**

Repenser production agricole et consommation alimentaire dans les territoires
Réfléchir au développement d'une gouvernance alimentaire territoriale

**Enjeu de réappropriation de la question alimentaire par les territoires.
Toutefois peu d'informations sur les CC locaux & leurs dynamiques.**

⇒ Nécessité de connaître & de suivre les systèmes alimentaires territoriaux

(SALT)

⇒ Observer un phénomène sur la durée nécessite un dispositif

⇒ Notion d'observatoire territorial

1. Qu'est ce qu'un observatoire ?

Il en existe déjà en agriculture, (ex : observatoire Régional de l'Environnement de Poitou-Charentes; Ferti-Agri Mieux : observatoire de pratiques de fertilisation)

Définition par le RMT sur l'**Observatoire des Activités Agricoles sur les Territoires (RMT OAAT)**

Observatoire des Pratiques Agricoles : « dispositif structuré (base de données) d'observations et d'analyses (indicateurs) pour décrire et suivre l'évolution des pratiques agricoles dans le temps et dans l'espace ». (J.M. Vinatier, coordinateur général du RMT OAAT Alpes, 2008)

Dans le cas des circuits courts, quelles données, quels indicateurs collecter et pour quelles actions ?

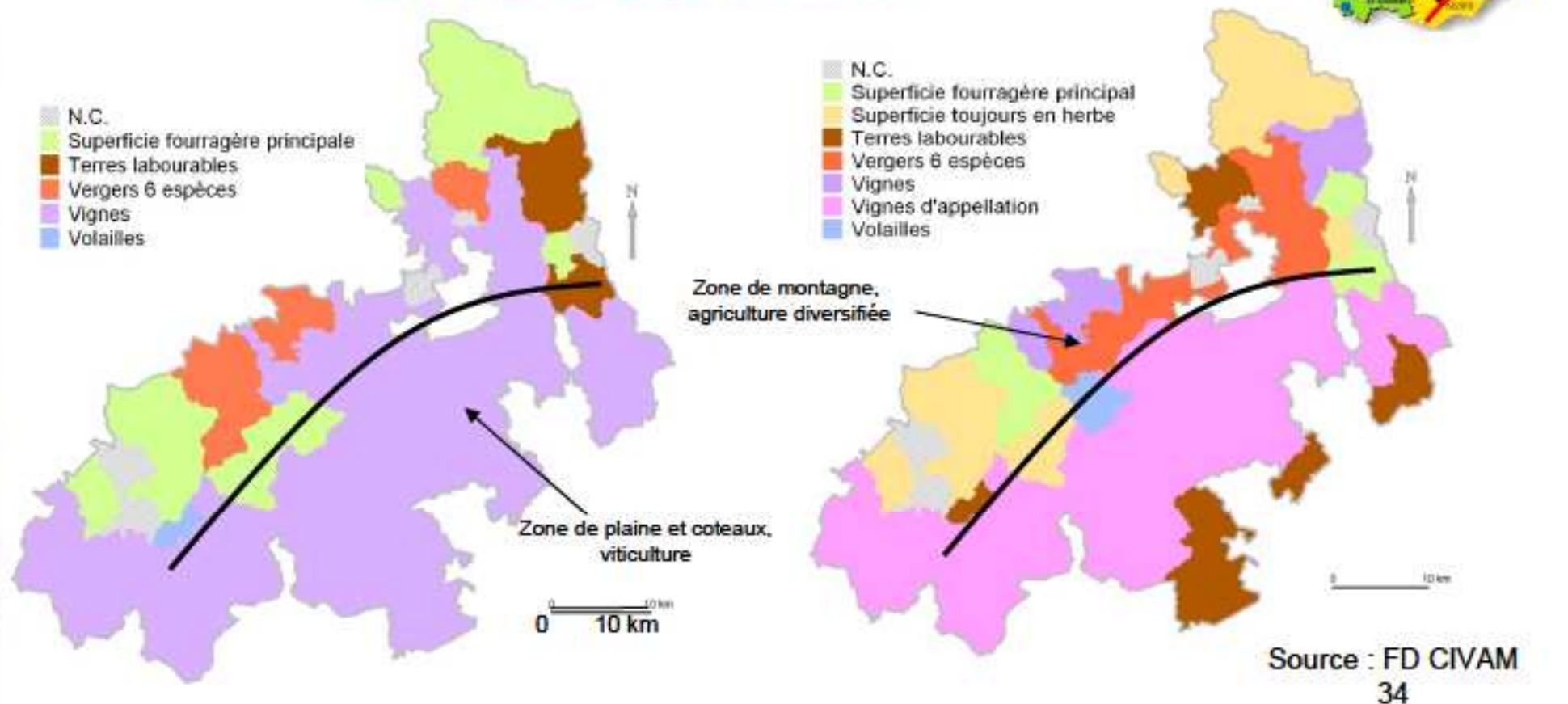
1. Qu'est ce qu'un observatoire ?

- Les travaux menés par le RMT OAAT :
méthodologie générique de construction d'observatoire des pratiques agricoles à partir l'étude de cas réels d'observatoires
- Questions soulevées : Que veut-on observer ? Pour quelles finalités ? Qui observe ? Comment observe-t-on (quels outils sont nécessaires, comment recueille-t-on l'information, comment la traite-t-on) ? A quelle fréquence observe-t-on ? Comment communique-t-on les informations et à qui ? Des questions se posent aussi sur les liens et les acteurs qui participent à l'observatoire : comment les choisit-on, comment participent-ils, quels partenariats, quel partage des tâches, quelles implications ?

2. L'exemple de la démarche en Pays Haut Languedoc et Vignobles (PHLV)



2.1. Le territoire



Pays agricole : 1946 exploitants ~ 10% de la population active (source Pays, RGA 2000)

Territoire contrasté, Importance de la vigne (80% en Hérault)



Situation de fragilité économique, nécessité de trouver des solutions

2.2. Les acteurs impliqués



Le Pays Haut Languedoc et Vignobles (2005)

Les enjeux

Valoriser les productions agricoles

Inciter à la diversification

Contribuer à la qualité de vie des habitants

Les objectifs du Pays

⇒ Promotion des produits locaux auprès des consommateurs

⇒ Maintenir et pérenniser l'emploi en milieu rural

⇒ Alimentation de qualité de proximité

Leurs objectifs à terme :

« **Création de Circuits Courts qui s'appuieront sur les circuits de vente existants en réponse à la demande des consommateurs** »

2009 : font appel pour un **diagnostic** à l'échelle du Pays

2 études : production / consommation

La Fédération Départementale des CIVAM de l'Hérault

5 associations de producteurs dans l'Hérault (180 adhérents)

= > Une cinquantaine d'agriculteurs mobilisés sur ce territoire du pays HLV

Actions CC de la FD CIVAM sur le territoire du Pays HLV : Projet CROC

=> **Création d'un groupement d'achat CC à Capestang**

Volonté d'approfondir la question

2.3. La démarche de l'étude



- Co-encadrement FDCIVAM34 INRA
- Observation du Système Alimentaire Localisé du territoire :

Étapes proposées	Étapes réalisées en 2009
1. Recensement de l'information et des actions sur les circuits courts du territoire	×
2. Entretiens auprès d'un échantillon de producteurs du territoire et étude des réseaux	×
3. Entretiens auprès d'un échantillon de consommateurs du territoire et étude-action auprès des réseaux	En cours ×
4. Entretiens auprès d'autres acteurs économiques et politiques du territoire	
5. Synthèse et construction d'un plan d'actions concerté	
6. Accompagnement de projets	



Démarche d'observation des CC d'un territoire avec identification des freins et leviers au dvpt des CC dans un objectif d'actions concertées

3. De la démarche aux résultats



Étape 1. Recenser l'existant du système alimentaire territorial



3.1 Recenser



Recenser les initiatives de CC et leurs acteurs sur le territoire du Pays Haut-Languedoc et Vignobles (PHLV)

⇒ Diagnostic des ressources du territoire en termes de commercialisation en circuits courts de produits locaux (hors vins), dans et hors du territoire

⇒ **Étude bibliographique, d'experts, enquêtes**
Quelles structures possèdent quelles informations ?

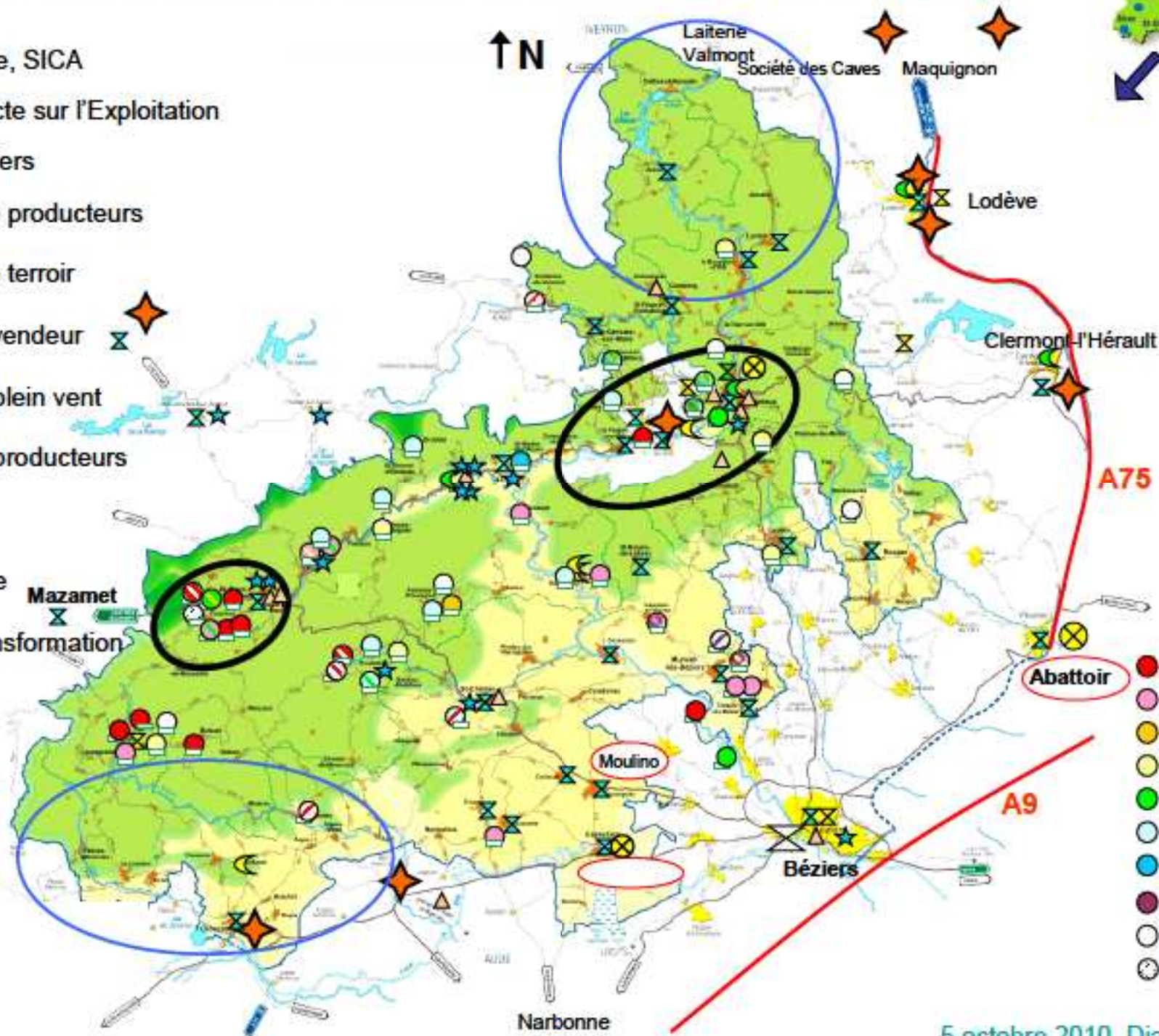
- Organismes publics et para-publics : DRAAF, CA...
- Collectivités territoriales : CR , CG, pays, communes ...
- Associations de développement agricole : CIVAM, ADTV 34; ARDEAR, Réseau des boutiques paysannes...
- Collectifs d'agriculteurs : coopératives, associations, syndicats
- Agriculteurs
- Acteurs du territoire : office du tourisme, groupements de consommateurs, chambre des métiers...

Organismes publics ou parapublics	Domaines d'expertise et liens privilégiés
Chambre d'Agriculture	<ul style="list-style-type: none"> - Réseaux : « Bienvenue à la ferme » : 80 prod sur l'Hérault dont 29 sur le PHLV (12 vin, 17 autres), Boutiques Paysannes, marchés de « producteurs de pays » - Label Qualité Hérault : 1 producteur, 2 boutiques sur le PHLV
Conseil Régional, Général	Annuaire des marchés de l'Hérault
Collectivités territoriales : com de com, pays, PNR Haut Languedoc	<ul style="list-style-type: none"> - Listing et cartes d'agriculteurs proposant des produits de terroir - Guide des productions agricoles du PNR Haut Languedoc : 79 producteurs en vente directe sur l'exploitation recensés dont 49 sur le PHLV (17 vin, 32 autres)
Office du tourisme	Expertise sur les lieux de vente de produits locaux, les foires...
Mairie, services municipaux	Placiers de marchés : agri des marchés // sites internet : agriculteurs en VD
Organismes économiques	
Collectifs d'agriculteurs : coopé..	Liste des membres ou des adhérents du collectif (magasin de coopérative)
Grossistes, marchés gare	Producteurs fréquentant le marché gare
Lieux de vente de produits de prod	Agriculteurs vendant des produits dans la boutique
Réseau associatif	
Syndicats de produits, de filière : GDS, LRE, AOC	Nombre d'adhérents des réseaux, expertise sur les circuits utilisés
Association de producteurs : CUMA, FR CUMA	Liste des adhérents de matériel de transformation et de commercialisation en commun et connaissance de projets collectifs
Confédération Paysanne	<ul style="list-style-type: none"> - Réseau « Accueil Paysan », 13 producteurs sur l'Hérault, dont 6 sur le PHLV - ARDEAR : expertise sur les projets d'installation et les installations récentes
FD CIVAM 34	<ul style="list-style-type: none"> Expertise sur les CC, connaissance de projets (par Equal CROC), - CIVAM Racines : 29 producteurs en Hérault dont 14 sur le PHLV - CIVAM BIO 34 : Annuaire des marchés, foires, magasins et producteurs biologiques de l'Hérault, orientation, lieux principaux de commercialisation, 106 prod dont 42 sur PHLV
ADTV 34	Expertise sur les projets d'installation et les installations récentes
Association des marchés paysans 34	Répertoire des marchés de producteurs, Connaissance de projets collectifs
Association mixte conso-prod LR AMAP, FDFR34...	Expertise et connaissance réseaux de producteurs-consommateurs et des projets

Les outils de commercialisation



- ◆ Coopérative, SICA
- Vente Directe sur l'Exploitation
- ⊗ AMAP paniers
- ☾ Boutique de producteurs
- ☾ Boutique de terroir
- △ Magasin revendeur
- ★ Foires
- ⊗ Marché de plein vent
- ⊗ Marché de producteurs
- ⊗ Marché bio
- ⊗ Marché gare
- Outil de transformation



Vers Montpellier

⊗ ⊗ ⊗ ⊗ ⊗ ⊗

⊗

- Viande
- Fruits
- Volaille
- Miel
- Maraîchage
- Autre
- Aquaculture
- Vin
- Fromage
- Lait

0 6 km

3. De la démarche aux résultats



Étape 2. Enquêtes auprès des producteurs du territoire du Pays



Agriculteur en maraîchage biologique près de Bédarieux

3.2. Les enquêtes « producteurs »



Objectif : Comprendre les facteurs influencent ou freinent le développement des CC chez les agriculteurs du Pays HLV

- 1. Identification des systèmes de commercialisation des producteurs**
⇒ % Volume en CC ou CL, complémentarité, localisation vente
- 2. Analyse des trajectoires des agriculteurs en terme de commercialisation** (évolution dans le temps, changement, stratégies, avenir...)
- 3. Identification des facteurs d'adoption ou des freins à la commercialisation en CC chez les producteurs du territoire** (intérêt et capacité à aborder le changement, vers des CC) – producteurs CC et CL
- 4. Construction d'une typologie des agriculteurs en fonction de leurs choix et justifications**
- 5. Proposition d'actions différenciées à mener selon le type d'agriculteurs et à l'échelle du territoire**

3. Résultats



49 enquêtes auprès de producteurs agricoles toute orientation sauf viticulture en activité principale

Les systèmes de commercialisation

En moyenne 2,6 circuits de vente par exploitant,
3 situations :

	% échantillon
1 seul circuit de commercialisation	20 % (6 agri 100% CL ; 4p. 100% CC)
1 circuit de commercialisation principal et des circuits de diversification	70 % (34 agri) Combinaisons les plus fréquentes : Grossiste//coop + VDE, tournées Marché + livraison ou panier VDE + tournées
plusieurs circuits CC//CL	10 % (5 agri)

88% des agriculteurs enquêtés utilisent des CC

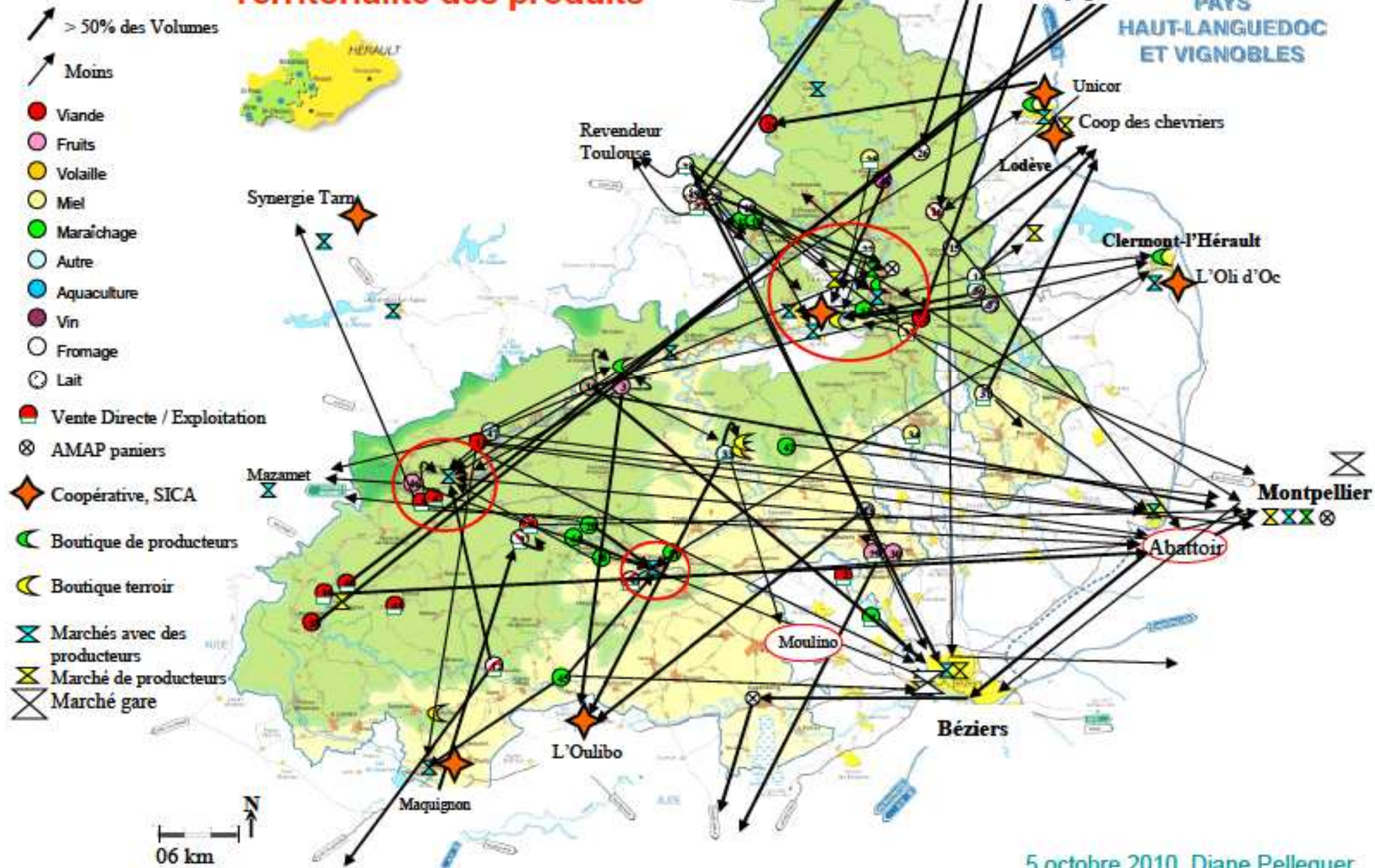
Dont 41 % à 100% CC (20 p)

47% qui combinent CC et CL (23 p)

61% des enquêtés : évolution vers + de CC (29 p)

3. Résultats

Territorialité des produits



3. Résultats



Les principaux facteurs de changement de commercialisation
changement de commercialisation vers les CC :

	Élément mentionné	Facteur Pal	2aire	%
Facteurs liés au territoire et à l'organisation des filières locales	Prix payé par la coopérative	5	4	21 %
	Discussion avec d'autres agriculteurs	2	3	12 %
	Création, destruction de lieux de vente	2	3	12 %
	Demande de consommateurs locaux	0	3	7 %
Facteurs individuels	Investissement dans un atelier de transformation	1	3	10 %
	Fidélisation Client /démarche commerciale	2	2	10 %
	Arrivée d'un nouvel associé	2	0	5 %
	Accès au foncier	1	1	5 %
	Envie de faire de la vente directe	0	2	5 %

➔ Des trajectoires variées pour aboutir aux CC
Des combinaisons d'éléments différents pour justifier les changements de commercialisation

3. Résultats



Les freins au changement de commercialisation vers les CC

	Élément mentionné	Facteur Pal	2aire	%
Facteurs généraux	Les règles sanitaires sont trop contraignantes	1	2	10%
Facteurs liés au territoire et à l'organisation des filières locales	Difficulté de trouver les débouchés, les marchés	1	2	10%
Facteurs individuels	Manque de main d'œuvre	7	1	26%
	Incompatibilité de valeurs : mon métier c'est de produire, pas de vendre	5	2	23%
	Nécessité d'investir dans un atelier de transformation	1	2	10%
	Nécessité d'investir dans du matériel	1	1	6%
	Je produis de trop gros volumes	0	2	6%
	Je n'ai pas les compétences	0	2	6%

- ➔ Prépondérance des facteurs individuels, alors que facteurs territoriaux invoqués pour adoption CC
- ➔ Facteurs territoriaux, leviers des contraintes individuelles

3. Résultats

Typologie des producteurs



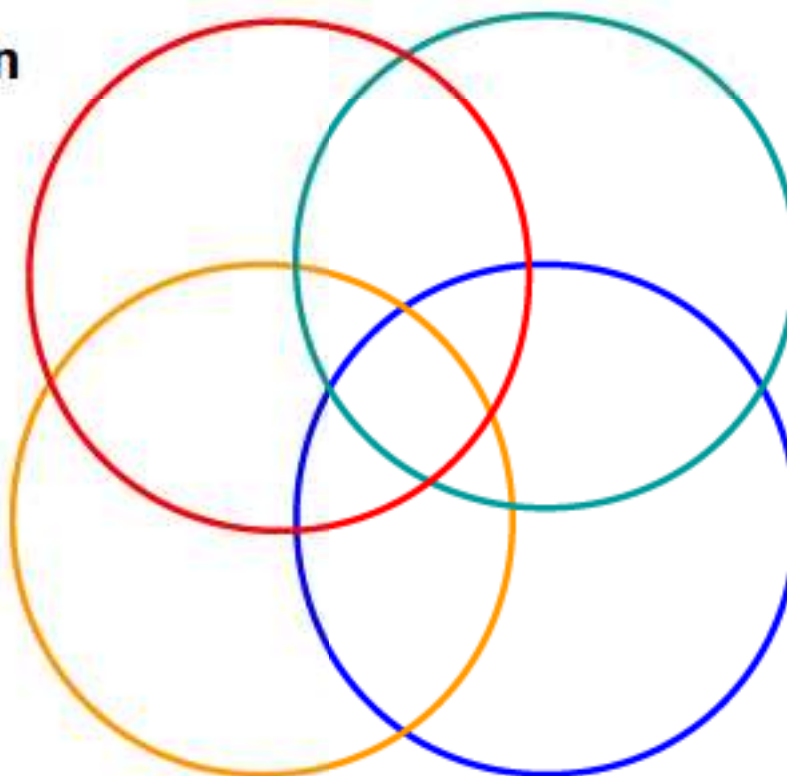
Critères de différenciation :

choix d'exploitation, trajectoire de commercialisation, système commercial actuel, logique évoquée lors des changements de commercialisation :

Monde de l'opinion

recherche de reconnaissance

Monde domestique
recherche de qualité de vie, convivialité, lien social...









Monde civique
intérêt général, pour la société

Monde marchand
intérêt économique

3. Résultats

Typologie des producteurs

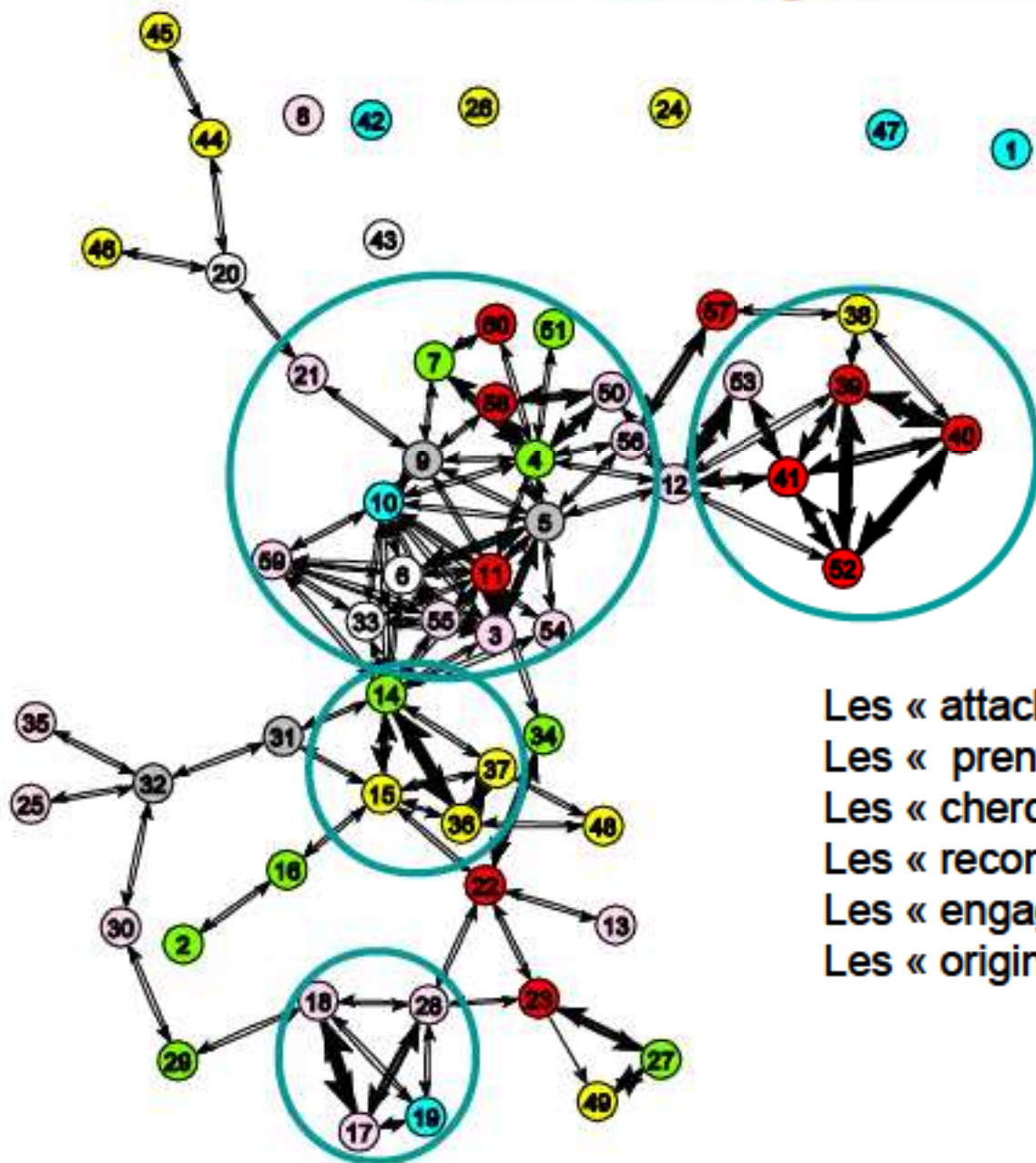


Type de producteur	Choix d'Exploitation	Évolution de commercialisation	Système de commercialisation actuel (Volume)	Logique pour aller vers CC
 L'attaché au métier	Reprise EA fam, V important, 1 produit, label, pas transfo	pas de changement	100% CL ou gros volume en marché CC et grossiste	—
 Le preneur d'opportunité	Reprise EA, V important, Plutôt élevage	100% CL -> dvpt CC vers 2000	CL + CC (- de 50% V en CC)	marchande
 Le reconverti pédagogue	Reprise EA V important, gamme et transformation selon orientation	CL+ un peu CC -> dvpt CC vers 2000	CL + CC (- de 50% V en CC)	marchande, civique et opinion
 Le chercheur d'équilibre	Création d'activité Petit V, 1 produit Des éleveurs uniquement	CL+ un peu CC -> dvpt CC depuis 20 ans	100% CC	marchande et domestique
 L'engagé convaincu	Création d'activité Petits V, gamme importante,, label bio. Surtout F&I	Très vite 100% CC depuis 20 ans	100% CC	marchande, civique
 L'original idéaliste	Création d'activité petite surface, Petits V, produit spécifique, peu de transfo	Très vite 100% CC	100% CC voire 100% VD	opinion

3. Résultats



Zoom sur un levier de développement des CC,
les liens entre agriculteurs en pays HLV



- Les « attachés au métier » : ●
- Les « preneurs d'opportunité » : ●
- Les « chercheurs d'équilibre » : ●
- Les « reconvertis pédagogiques » : ●
- Les « engagés convaincus » : ●
- Les « originaux idéalistes » : ●





4. Bilan

De l'observation à l'action, quelles pistes pour le PHLV ?



4. Pistes pour l'action



Des constats

De nombreux organismes possèdent des informations et développent des actions sur les CC

⇒ Besoin d'une concertation des acteurs // **complémentarité des acteurs**

Le changement de commercialisation, un processus pas si évident :

Les raisons invoquées sont multiples et se combinent

⇒ **Intérêt d'une approche systémique territoriale (SALT)**

⇒ **en travaillant avec tous les acteurs** (agri, conso, revendeurs, coop, asso...)

Des profils d'agriculteurs avec des approches différentes :

Les CC dans le PHLV sont pratiqués par des acteurs « engagés »
mais aussi par des personnes « ordinaires »

⇒ **Intérêt de prendre en compte ces différences, actions adaptées**

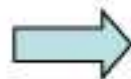
4. Pistes pour l'action



Agriculteurs, groupements de producteurs	Coopérative, SICA, marché gare	Intermédiaires, revendeurs	Élus : restauration collective, foncier	Consommateurs
<p>Informers</p> <p>Former (étude de marché, sanitaire..)</p> <p>Accompagner des initiatives collectives</p>	<p>Informers des possibilités en CC</p> <p>Aider à renouer dialogue producteurs</p> <p>Aider à mieux communiquer sur leurs actions locales</p>	<p>Informers sur offre locale</p> <p>Faciliter partenariat avec producteurs</p> <p>Aider à mieux communiquer sur leurs actions locales</p>	<p>Informers sur offre locale</p> <p>Faciliter partenariat avec producteurs</p> <p>Former à la gestion / logistique</p> <p>Aider à mieux communiquer sur leurs actions locales</p>	<p>Informers sur offre locale</p> <p>Préciser attentes spécifiques au territoire</p> <p>Sensibiliser réseaux déjà structurés</p>

+ Observer pour agir

Suivre l'évolution des CC sur le territoire pour évaluer l'impact des actions au niveau modalités de CC (création , destruction, pérennisation...), des collectifs d'agriculteurs (facteurs de succès...), des partenariats prod-autres acteurs



Travailler avec cette diversité d'acteurs, un gage de la création d'une bonne gouvernance locale autour de l'alimentation

4. Pistes pour l'action

En particulier, avec les agriculteurs

- Les « attachés au métier » : ●
- Les « preneurs d'opportunité » : ●
- Les « chercheurs d'équilibre » : ●
- Les « reconvertis pédagogues » : ●
- Les « engagés convaincus » : ●
- Les « originaux idéalistes » : ●

	●	●	●	●	●	●
Information : sur les différentes modalités de CC	XX	XX	X	X	X	X
Formation , différents niveaux : - temps d'échange sur des expériences du territoire, avec les autres acteurs (conso...) - formation sur des outils de pilotage questions précises économiques // techniques (ex mep un système de gestion, suivi des marges brutes selon lieux de vente) - voyage d'étude	X	X	X	XX	XX	XX
Accompagnement d'initiatives collectives (ex : projets d'outils collectifs : Cuma transformation, points de vente, organisation collective de la distribution, groupement employeurs ...)	X	X	XX	XX	XX	X
Accompagnement d'installations : travail sur le foncier et le technique (ex : favoriser foncier agricole, préemption de terres ... zones d'activités agricoles , pépinières d'activités agricoles...)					XX	XX
Suivre l'évolution des CC sur le territoire pour pouvoir évaluer l'impact des actions au niveau modalités de CC (création , destruction, pérennisation...), collectif d'agriculteurs (facteurs de succès...), partenariat avec autres acteurs (équité...)						

Conclusion



- Pour construire un projet plus cohérent d'alimentation locale, nécessité de :
 - Prendre en compte la diversité des acteurs
 - Mettre en place un dispositif partagé d'observation
 - Coconstruire les indicateurs à observer

Les questions des indicateurs pertinents, du dispositif et de la place de chacun dans son fonctionnement

Merci de votre attention

**Plus d'infos sur
www.psdr-coxinel.fr**

Coxinel

INRA

la Région
Languedoc
Roussillon