

Comité de Pilotage

Etude sur le développement
de l'agriculture biologique et des circuits
courts sur le territoire du Pays


Ordre du jour

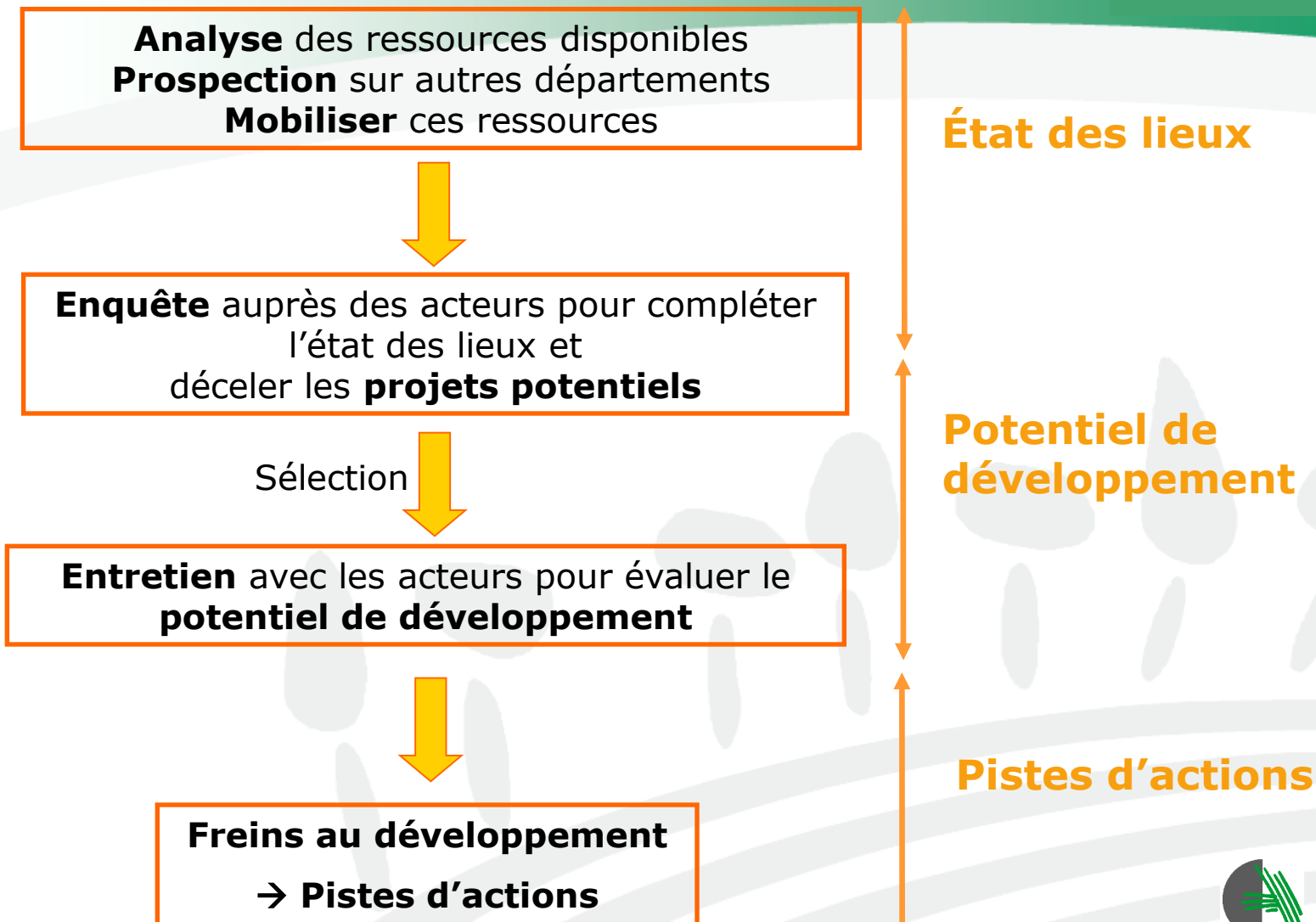
- Rappel du contexte de l'étude
- Présentation des résultats de l'enquête
- Propositions et choix des actions à conduire

Déroulement de l'étude

14/10/09	Bureau du pays
22/03/10	Validation comité Leader
01/03/10	Comité technique avec CCI/CMA Transmission liste des adhérents CP pour envoi
11/03/10	Réunion
17/03/10	Comité TK
25/03/10	Comité de pilotage
Début 04/10	Envoi des enquêtes
Pdt 15jours	Réponse
Pdt 1 semaine	Relance
3 ^{ème} semaine de mai	Comité de pilotage Réflexion- présynthèse
Mai-Juin	Rencontre des personnes ayant des projets
29/06/10	Réunion de travail sur la restauration collective
Fin septembre	Comité de Pilotage Choix des actions à conduire

Rappel du contexte

- Grenelle de l'environnement :
 - Objectif de 6 % de SAU d'ici 2012 en  AGRICULTURE BIOLOGIQUE
 - 20% de produits bio (en valeur) dans la restauration collective **publique**
 - (pour l'Etat 15% dès 2010 et 20% en 2012)
- Agenda 21 et contrat de 3ème génération
 - Participer à la réduction des impacts environnementaux

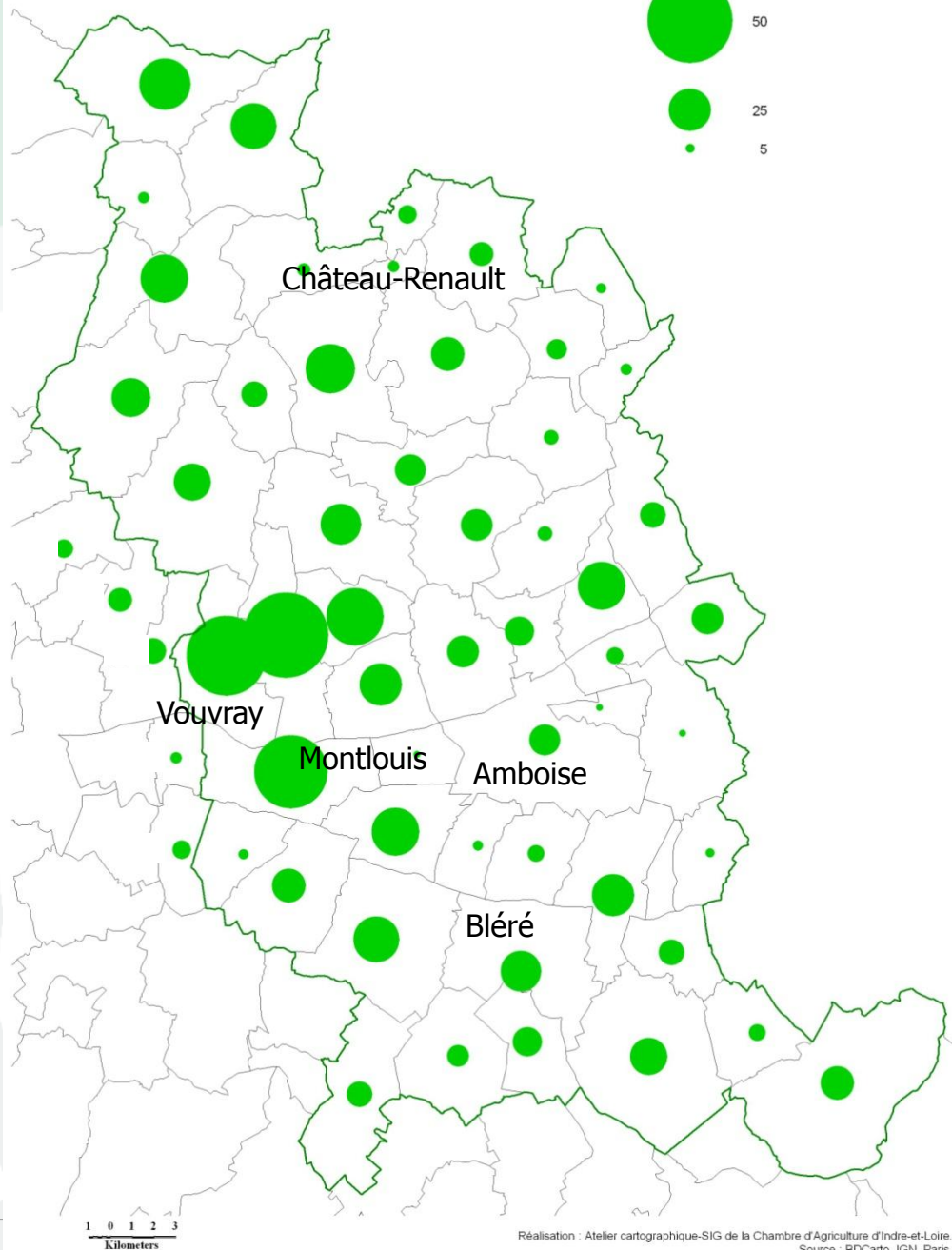


L'agriculture sur le Pays Loire Touraine

- **une diversité importante de la production :**
 - Grandes cultures
 - Polyculture élevage
 - Maraîchage
 - Viticulture
 - ...

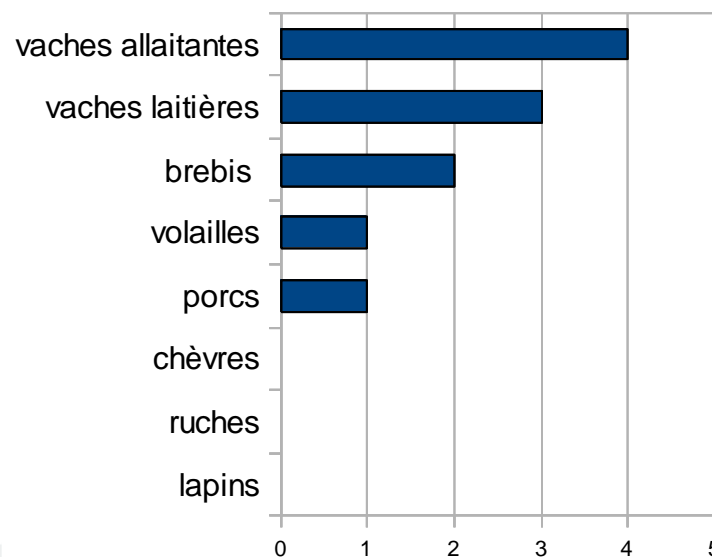
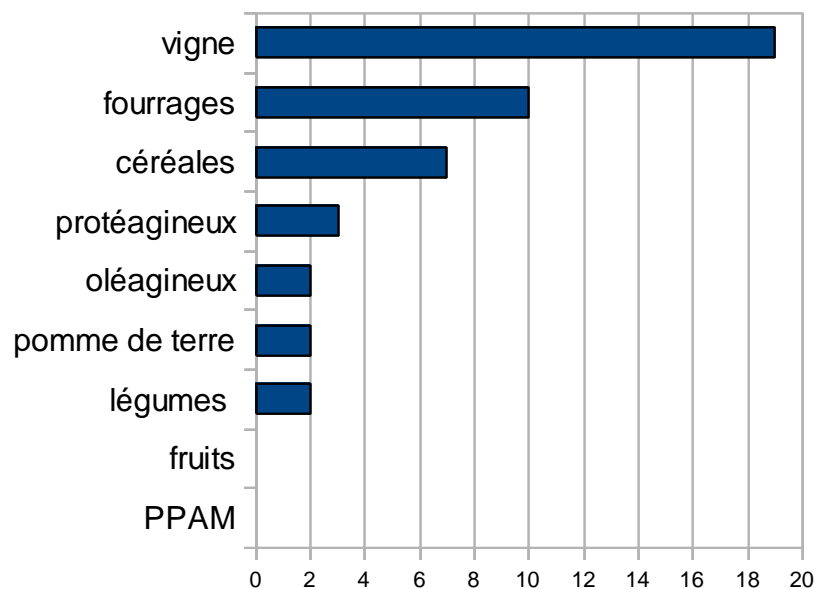
Carte de la répartition des agriculteurs sur le Pays Loire Touraine

- Plus de **1000** exploitations sur le territoire
- dont **+ de 25%** de viticulteurs



L'agriculture biologique sur le Pays

- 31 agriculteurs bio ou conversion sur le Pays (169 en 37)
- Répartition des productions végétales et animales (une même exploitation peut avoir plusieurs cultures ou ateliers) :



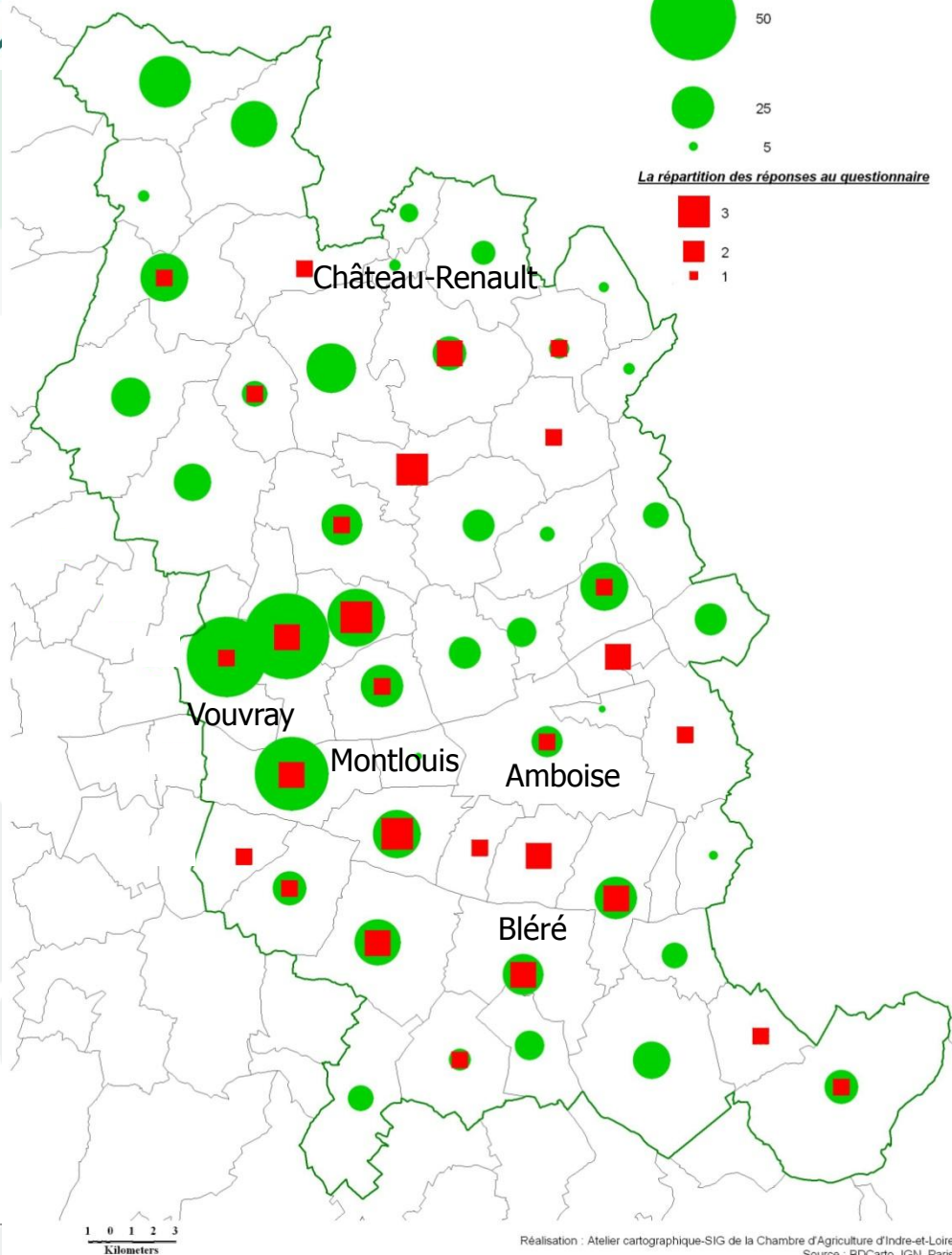
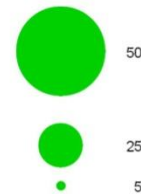
Source : Agence Bio, 2009

Les résultats de l'enquête

- **L'état des lieux**
 - Les agriculteurs
 - Les artisans
 - La restauration
 - Les communes
- Le potentiel de développement
- Les pistes d'actions

Rappel des envois de questionnaires

Public	Nb de questionnaires envoyés	Nb de retours
Agriculteurs	1003	57
Transformateurs	93	6
Distributeurs	98 dt 3 bio	7 dt 1 bio
Restaurants	261	8
Chaînes de restauration collective	26	0
Restaurants scolaires	28	11
Boulangers	69	2
Bouchers	38	3
Cavistes	22	1
Communes	58	48



Carte de la répartition des réponses des agriculteurs sur le Pays Loire Touraine

- une bonne répartition géographique et à l'image des productions du Pays (malgré un faible taux de retour)

Caractéristiques des agriculteurs

- 57 réponses d'exploitants:
 - 45 sont en agriculture conventionnelle
 - 12 sont en agriculture biologique
- SAU (Surface Agricole Moyenne) : 91 ha (de 10 ha (viticulteurs) à 350 ha (céréaliers))

<i>Réponses questionnaire</i>	Nb installés en agriculture conventionnelle	Nb installés en agriculture biologique
Céréaliers	14	0
Viticulteurs	13	9
Polyculteurs éleveurs	10	1
Maraîchers/ arboriculteur	2 (maraîchers)	1
Autre	3	1

Les circuits - courts

- Sur les 57 agriculteurs, **37** commercialisent en **circuits-courts**
- Pas de différence majeure entre les agriculteurs biologiques et les agriculteurs conventionnels vendant en circuits-courts (mêmes besoins, attentes, freins...)
- Tous ceux qui transforment passent par ce type de commercialisation

Formes de circuits – courts identifiés

<i>Réponses questionnaire</i>	Nb d'agriculteurs en commercialisation en circuits courts (sur 37 réponses)	% du chiffres d'affaires
Vente à la ferme	24	61
Artisans	10	10
Marchés, salons	9	36
Restaurateurs	8	8,5
Groupement	6	25
Magasin	3	18
AMAP	1	5

Total > à 37 car plusieurs
modes de commercialisation
différents sur les exploitations

Les raisons de la vente en circuits-courts

- 1ère raison : création de **valeur ajoutée**
- 2ème raison : diversification des **sources de revenus**
- 3ème raison : aspect **relationnel**

	% Chiffre d'Affaires pour un même volume vendu
En circuits-courts	66
En circuits-longs	57

La vente directe

- Suite à la question : « avec le recul de quoi auriez-vous eu besoin lors de la mise en place de votre atelier de vente directe? »
- ➔ Les besoins identifiés portent sur la **formation** pour:
 - « l'aménagement du magasin »
 - « la communication (fléchage, site internet,...) »

Les résultats de l'enquête

- L'état des lieux
 - Les agriculteurs
 - Les artisans
 - La restauration
 - Les communes
- Le potentiel de développement
- Les piste d'actions

La filière « viticole »

Les circuits-courts

- Forces :
 - Filière bien développée et
 - Production fortement valorisée (transformée et labellisée)
 - Grande diversité de circuits de commercialisation

- Faiblesses :
 - Filière en crise
 - Concurrence étrangère
 - Grande diversité des circuits de commercialisation (plutôt une force si crise)

Agriculture biologique



- Forces :
 - Filière bien développée
 - Évolution des conversions
 - Potentiel touristique pour les débouchés

- Faiblesses :
 - Difficultés de commercialisation variables selon les AOC et les producteurs

La filière « viticole »

→ Les besoins identifiés

- Améliorer la **communication** autour des vins de Touraine (signalétique cave, salon des vins bio de Touraine, découverte des vignobles dans les différentes formes de circuits touristiques, randonnées...)
- Rechercher de **nouveaux débouchés** permettant de mieux valoriser la production en circuits courts (bouteille de vin dans des paniers festifs, animations gares, comités d'entreprises...)

La filière « viande »

Les circuits-courts

- Forces :
 - Produit à forte valeur ajoutée
 - Produits très demandés, pas de problème d'écoulement des stocks
 - Bon développement de la vente en caissette

Agriculture biologique

- Forces :
 - Bon développement de la vente en caissette
 - Une filière longue organisée

■ Faiblesses « partagées » :

- Filière courte encore peu développée et peu structurée
- Manque d'outil d'abattage et de découpe (essentiellement pour le gros bétail)

La filière « viande »

- Besoins identifiés:
- Soutien aux outils existants (Abattoir de Bourgueil)
 - Nécessité d'un outil de découpe

La filière « lait »

Les circuits-courts

- Forces :
 - Filière bien développée et bien structurée **en filière longue**
 - Production valorisée (dans le cas de produits transformés)
- Faiblesses :
 - Filière lait en crise

Agriculture biologique



- Forces :
 - Quelques conversions d'éleveurs laitiers
 - Projet d'une activité bio en production laitière
- Faiblesses :
 - Production faible et dispersée (coût de collecte)
 - Manque d'appui technique

La filière « lait bio »

→ Besoins identifiés:

- Demande de formation technique des producteurs
- Réflexion autour du Lait bio

La filière « céréales »

Les circuits-courts

- Filière inexistante en circuits courts

Agriculture biologique

- Forces :
 - Vrai potentiel sur le Pays du fait de l'importance des céréaliers sur ce territoire
 - Réseau de collecte existant
- Faiblesses :
 - Dynamique de conversion dépendante du prix du marché
 - Manque d'outils de transformation bio
 - Manque d'expériences valorisées

La filière « céréales »

→ Besoins identifiés:

- Sensibilisation des céréaliers conventionnels à la conversion « bio »
- Organisation de la collecte dédiée

La filière « fruits et légumes »

Les circuits-courts

- Forces :
 - Forte demande en restauration collective
 - Pas de problème de débouchés

■ Faiblesses

- Un manque de production
 - Filière peu structurée

Agriculture biologique



- Forces :
 - Forte demande dans tous les circuits de distribution et en restauration collective
 - Des formules de vente très variées
 - 5 distributeurs locaux de F&L dont certains en recherche de bio de proximité

La filière « fruits et légumes »

→ Besoins identifiés:

- Développer la production de légumes de plein champ (action Bio Centre en cours)
- Accompagner l'installation de maraîchers
- Renforcer l'appui technique des maraîchers

Les artisans

- Peu de connaissance des producteurs pouvant les fournir
- Peu d'intérêt pour le bio

→ Besoins identifiés:

- Faire connaître l'offre locale
- Sensibiliser les artisans boulangers et bouchers sur le cahier des charges d'une fabrication bio

Les restaurateurs

- De nombreux établissements sur le Pays
- ➔ Besoins identifiés:
 - Un approvisionnement **local** à renforcer
 - Une demande en produits bio moindre

La restauration scolaire

Type d'établissement	Nombre de restaurants scolaires
Ecoles maternelles et primaires	55
Collèges, lycées, MFR	12

- ➔ 67 restaurants scolaires du 1^{er} et 2nd degrés
- ➔ Près de 50 % des restaurants scolaires gérés par une société de restauration collective
- ➔ Environ 70 % des restaurants scolaires servent des **produits biologiques au moins ponctuellement**

La restauration

→ Besoins identifiés:

- Meilleure connaissance de l'offre locale et de l'offre bio
- Organisation de l'approvisionnement local
- Accompagnement à la rédaction des appels d'offre
- Sensibilisation des convives et des parents d'élèves

Les communes

- Une majorité de commune souhaite mener une réflexion ou des actions pour le maintien des terres agricoles
 - Une majorité de commune est intéressée pour l'installation d'agriculteurs bio sur leur commune
- **Besoins identifiés :**
- Recenser les terres disponibles
 - Connaître les démarches pour l'installation en agriculture

Les circuits courts sur le Pays

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">- Une activité bien présente sur le territoire- Une gamme diversifiée de produits (voir Guide)- Un souhait de privilégier les produits de proximité- Un potentiel de développement important chez les producteurs- Une demande importante notamment pour la restauration, les grossistes...	<ul style="list-style-type: none">- Un volume de production déjà valorisé directement auprès du consommateur- Un manque de volume pour les autres demandeurs- Une dynamique à créer entre les producteurs- Des outils d'abattage et de découpe à améliorer ou créer- La difficulté d'accès au foncier

La filière biologique sur le Pays

Forces

- Une activité viticole bien valorisée
- Une dynamique de conversion surtout en polyculture-élevage et viticulture
- Des élus sensibilisés au problème du foncier et à l'installation de producteurs bio
- Des circuits courts qui se développent
- Présence de grossistes en F&L demandeurs de produits locaux
- Des sociétés de restauration collective volontaristes pour un approvisionnement bio local

Faiblesses

- Absence de groupements de producteurs
- Difficulté d'accès au foncier surtout pour les hors cadre familial
- Manque d'appui technique pour des productions très spécialisées
- Pas d'outils de transformation pour des prestations en bio
- Des artisans peu intéressés par le bio

Les résultats de l'enquête

- L'état des lieux
 - Les agriculteurs
 - Les artisans
 - La restauration
 - Les communes
- Le potentiel de développement
- Les pistes d'actions

Les pistes d'actions proposées

- Mise en place d'une plate-forme collective
- Mise en réseau des acteurs
- Accompagnement des installations en maraîchage
- Réflexion autour de la mise en place d'un atelier de découpe et d'abattage
- Promotion, communication et renforcement des débouchés locaux (dont création d'une AMAP à Civray de Touraine, Introduction ponctuelle de bouteilles dans des paniers festifs...)
- Formation et accompagnement des acteurs

Mise en place d'une plate – forme collective

But :

- Mutualiser les productions et le transport
- Répondre à une demande de plus gros volume et de plus grande diversité de produits

Remarque :

Outil déjà existant pour les productions biologiques à destination de la restauration collective (SelfBio- Centre)

Mise en place d'une plate – forme collective

L'exemple de SelfBio - Centre

- Société coopérative d'intérêt collectif (SCIC)
- Gestion partagée par 5 collèges (producteurs, transformateurs, collectivités, soutiens, salariés)
- Objectif: fournir la restauration collective régionale en produits bio locaux
- Plate-forme physique près d'Orléans
- Prestation logistique par TBM logistique

Mise en place d'une plate – forme collective

Outils existants dans d'autres départements

- Mise en place d'une plate – forme logistique dans le Pays Auxois (Morvan)
- Mise en place d'une plate – forme virtuelle au Syndicat Mixte du Rhône Pluriel (Isère et Loire)

Mise en réseau des acteurs

But :

- Mettre en relation l'offre et la demande
- Répondre à la demande des producteurs et aux nouvelles demandes des consommateurs
- Mutualiser les productions afin d'avoir une plus grande diversité
- Fédérer des démarches collectives d'approvisionnement en complétant l'offre
- Permettre une meilleure valorisation des produits

Remarque :

- Proposer ou s'associer à la création d'un magasin collectif (Outil déjà existant dans à Chambray – lès – Tours et en cours de réflexion vers Fondettes (proche du Pays))
- Proposer un carnet d'adresses des producteurs et artisans à destination des grossistes et restaurateurs (Outil à mettre en place au fur et à mesure de l'augmentation de la production)

Accompagnement des installations en maraîchage

But :

- Permettre de répondre en partie à la forte demande en fruits et légumes
- Répondre à la volonté des élus d'installer des agriculteurs notamment en agriculture biologique

Remarque :

- Besoin de clarification du dispositif et des acteurs de l'installation
- Les maraîchers qui s'installent actuellement sont souvent des personnes hors milieu agricole, manque de connaissances techniques

Accompagnement des installations en maraîchage

Réflexions :

- Mise en place d'un accompagnement des élus pour l'installation :
 - Réflexion sur la stratégie foncière (PLU, SCOT...) et la prise en compte de l'agriculture
 - Evaluation de la qualité et du potentiel des terres
 - Mise en relation des différents acteurs (porteur de projet, SAFER, ADASEA, exploitants, propriétaires fonciers, société civile...)
 - Identification des terrains et réflexion sur l'acquisition éventuelle
 - Aide à l'aménagement du site (bâtiments d'exploitation, accès, irrigation...)
-> démarche en cours au niveau de la CCET de Montlouis-sur-Loire
- Mise en place de formation et accompagnement des maraîchers
 - Installation du porteur du projet et lancement de la production maraîchère (planning de production, commercialisation...)
 - Parcours formation, installation, réflexion autour du tutorat

Réflexion sur la mise en place d'un atelier de découpe et d'abattage

But :

- Répondre à la demande des agriculteurs qui n'ont pas ce type d'outil à proximité

Propositions :

- Participer à la réflexion avec l'abattoir de Bourgueil (mais à plus de 50km du Pays)
- Mettre en place un outil d'abattage collectif ou du type CUMA
- Réfléchir à une unité de découpe en partenariat avec les bouchers et grossistes

Réflexion sur la mise en place d'un atelier de découpe et d'abattage

Exemple d'outil existant : CUMA de découpe et de transformation en Ariège

- Pour toutes sortes d'animaux
- Découpe et transformation réalisées par l'agriculteur
- Projet d'embauche d'un boucher afin de réaliser ces prestations
- Outil mis en place par la Chambre d'Agriculture de l'Ariège mi-2009

Promotion, communication et renforcement des débouchés locaux

But :

- Répondre à une demande réelle de la population locale et des élus (AMAP de Civray-de-Touraine)
- Répondre aux besoins de commercialisation des viticulteurs (bouteilles dans les paniers festifs)

Proposition :

- Mise en place d'un groupe de réflexion réunissant des agriculteurs et les consommateurs du territoire
- Valorisation du guide « Carnet d'adresses des producteurs et des artisans du Pays Loire Touraine »
- Valorisation des préconisations de l'étude « Marchés »

Formation et accompagnement des acteurs

But :

- Répondre aux demandes des différents acteurs
 - **Agriculteurs en vente directe :**
 - Fléchage
 - Internet
 - Aménagement de magasin
 - **Exploitants :**
 - Formation et accompagnement des maraîchers
 - Formation sur la conversion AB pour les céréaliers
 - **Artisans** en lien avec la Chambre de Métier et de l'Artisanat et Biocentre :
 - Mise en place d'un atelier BIO et conséquences pour l'entreprise

Suite du Travail

Fonctionnement proposé

- Choix des **thématiques prioritaires**
- Mise en place de **groupe de travail** par thème retenu
- Proposer des référents par groupe de travail

Thèmes des groupes de travail proposés

