



RENCONTRES NATIONALES du Réseau des AFOCG

au Lycée agricole de Figeac (Lot)
24 et 25 octobre 2016

Quels débouchés pour nos fermes ?

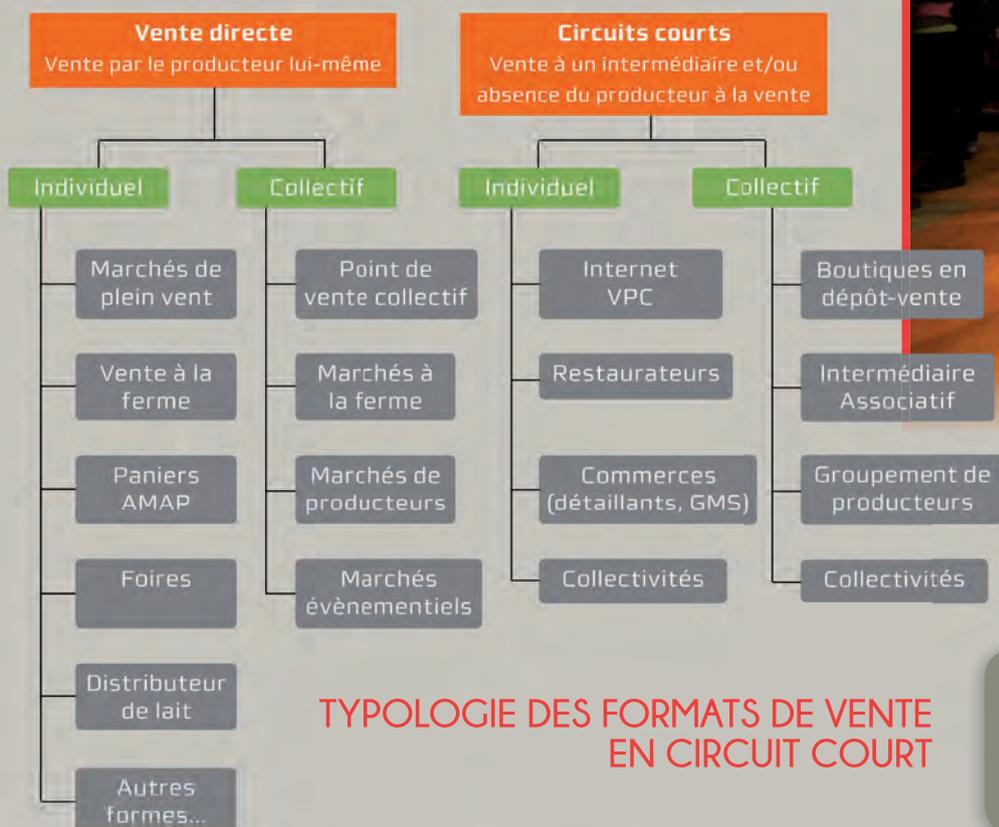
Elargir ses horizons par la rencontre, en découvrant différents circuits de commercialisation et leurs enjeux de gestion sur les fermes.

Des Rencontres Nationales dans le Lot autour du thème de la commercialisation

« Je n'y aurais jamais cru, mais vous êtes là ! » C'est avec ces mots et une certaine émotion que la présidente de l'Afocg Quercy, Valérie Muret, a introduit les deux jours de Rencontres Nationales (les anciennes « journées gestion ») et accueilli la centaine d'adhérents et animateurs du réseau, dans le gymnase du lycée agricole de Figeac reconverti pour l'occasion en salle de travail et de bal. « Même si nous sommes une petite Afocg [79 adhérents en 2016], nous avons envie d'organiser ces rencontres, explique-t-elle. Après avoir franchi le pas, nous nous sommes demandés quelle thématique proposer... Nous avons réfléchi à ce qui nous caractérisait, nous rassemblait... » Les fermes des adhérents de l'Afocg Quercy sont réparties dans les différentes « petites régions agricoles » du Lot (Causses, Ségala, Limargue, Vallée du Lot...); ils sont producteurs de lait avec transformation fromagère, maraîchers, boulangers, éleveurs... et

ne représentent pas forcément les productions dominantes de la région (élevages ovins viande et bovins). 20 % d'entre eux sont en société, 70 % au régime du microBA, et 87 % font de la vente en circuits courts. En voilà un trait commun... Et pourquoi donc ne pas mettre en discussion le sujet de la commercialisation et des débouchés ?

Un sujet toujours au goût du jour
Considérant que la production fermière, et plus largement une meilleure valorisation des produits, constitue sans doute une des réponses à la crise agricole actuelle, la question de la commercialisation a semblé importante à reposer dans le réseau. Il s'agit d'un enjeu stratégique pour les fermes. Il existe une diversité d'options et de circuits qu'il est intéressant pour chaque paysan d'analyser. Il trouve ou crée celui ou ceux qui lui correspondent le mieux, ...



Extrait de :
Les circuits courts alimentaires :
des outils pour mieux agir.
Guide pratique à destination des
agents de développement
(www.caprural.org).

Pour Jacques Mathé,
économiste
à l'Université de Poitiers

« Dans les pays développés, l'approvisionnement local ou en direct est une tendance de fond ; l'économie de proximité est un nouveau levier de croissance et, pour le moment, la demande est largement supérieure à l'offre. Comme motivations qui soutiennent cette demande, il y a le souhait de retrouver le goût des aliments, la convivialité des relations, le plaisir culinaire, mais aussi des allégations santé, une recherche de sécurité et des postures éthiques par rapport à l'environnement. »

de l'Afocg Quercy et des témoignages d'autres Afocg du réseau ont éclairé l'importance des circuits de commercialisation dans les projets d'installation, surtout sur de petites fermes. Ils ont également montré que si la production fermière est avant tout une démarche « à l'échelle de la ferme », elle s'inscrit obligatoirement dans un territoire où des coopérations et

des démarches collectives (parfois en amont même de la commercialisation) existent. Les Afocg, qui questionnent les paysans et les paysannes, avec une approche globale et une recherche de sens, accompagnent parfois des projets collectifs de commercialisation, d'où l'intérêt d'un échange à l'échelle du réseau sur cette thématique.

... en s'arrangeant pour que les produits correspondent en qualité et en quantité à ses fondamentaux et aux attentes des consommateurs. Pour les paysans et les paysannes qui vendent en circuits courts, ce choix est un réel engagement qui implique souvent une démarche commerciale et des investissements (ateliers de transformation, de commercialisation – individuels ou collectifs...). Il nécessite aussi la plupart du temps l'évolution de l'organisation du travail et des moyens humains (familiaux ou salariaux), afin de ne pas se laisser submerger, tout en prenant en compte que pour certains « aller vers les gens (clients) » procure une vie sociale riche et aide à se réaliser. Les visites de terrain organisées chez des adhérents



AFOCG QUERCY : TRAVAILLER EN COLLECTIF

L'association, qui rassemble aujourd'hui près de 80 adhérents (avec une moyenne d'âge de 41 ans) et emploie deux animatrices-formatrices à temps partiel (Aurélie et Ingrid), a connu différentes « époques » depuis sa création en 1982. « Au début, au temps des cahiers de comptabilité, on se retrouvait une fois par mois pour travailler en collectif, se souvient Bernard Ferrand, membre du bureau de l'Afocg Quercy. Puis l'informatique s'est répandue... Et au début les ordinateurs n'étaient pas portables ! » Dans le même temps, l'association s'est mise à progressivement réaliser de plus en plus de prestations « à la carte », individualisées. Pour Bernard, « cette période a été dure pour la vie des groupes ».

A la fin des années 2000, la technique avait évolué et il était alors beaucoup plus simple de déplacer son matériel informatique... « A partir d'un moment, on s'est obligé à refaire des groupes et à revenir à un fonctionnement plus collectif, explique-t-il. Ça n'a pas été évident car le travail individuel était bien ancré dans les têtes. »

Mais comment se « forcer » à revenir à du collectif ?! « Nous avons parlé du " nouveau fonctionnement " que nous souhaitons mettre en place lors de réunions du soir, en envoyant des courriers, en prenant le temps d'expliquer. »

Ces actions d'information - sensibilisation se sont accompagnées d'une réduction des cotisations et de l'application de tarifs de prestation individuelle « dissuasifs » (250 € la demi-journée). Petit-à-petit, des groupes se sont (re)formés et cela a permis à de nouvelles questions de gestion d'émerger. Sur les dernières années, l'Afocg Quercy a accueilli de nouveaux adhérents, notamment via une présence au Point Accueil Installation et par le biais de la formation « Mûrir son projet d'installation », animée par l'Adear du Lot, partenaire de terrain de l'Afocg.

L'organisation du travail en circuits courts

En agriculture, qu'il s'agisse d'activités fortement dépendantes des saisons comme le maraîchage ou l'apiculture, ou astreignantes en continu comme certains élevages, les problématiques d'organisation et de surcharge de travail sont récurrentes. Dans ce contexte, pas toujours

lisation des produits laitiers qu'il fabrique représente 35 h de travail par semaine (dont 9 passées sur les routes).

Forte de ces problématiques, l'Afoc Mayenne a construit une formation de deux jours intitulée « Gérer son temps et organiser son travail en circuit court ». Alternant des phases d'autodiagnostic, d'échanges collectifs, et de travail individuel, cette formation a pour objectif de favoriser la prise de recul des participants sur leur propre système et d'aider à la recherche de pistes d'amélioration. Pour Agnès et Christophe Jouault, maraîchers venus témoigner (cf. encadré ci-dessous), cette formation suivie en 2014 aura permis de prendre conscience de l'évolution de leur(s) métier(s) en lien avec celle de leurs circuits de commercialisation (marché à la ferme, puis

Objectiver, «faire parler les chiffres», pour ne pas s'épuiser et réajuster

simple de «prendre du temps» pour y réfléchir... D'autant plus peut-être pour des fermes engagées dans des circuits courts de commercialisation où la préparation des produits, la vente et la relation client peuvent nécessiter beaucoup de temps, comme en témoigne l'expérience de Bernard Ferrand (cf. encadré visite ci-contre) pour qui la commercia-

lisation des produits laitiers qu'il fabrique représente 35 h de travail par semaine (dont 9 passées sur les routes). Forte de ces problématiques, l'Afoc Mayenne a construit une formation de deux jours intitulée « Gérer son temps et organiser son travail en circuit court ». Alternant des phases d'autodiagnostic, d'échanges collectifs, et de travail individuel, cette formation a pour objectif de favoriser la prise de recul des participants sur leur propre système et d'aider à la recherche de pistes d'amélioration. Pour Agnès et Christophe Jouault, maraîchers venus témoigner (cf. encadré ci-dessous), cette formation suivie en 2014 aura permis de prendre conscience de l'évolution de leur(s) métier(s) en lien avec celle de leurs circuits de commercialisation (marché à la ferme, puis marché de plein vent, Amap, paniers vendus en ligne...). Se rendre compte qu'Internet est un outil intéressant pour optimiser le travail ou encore parler de sa ferme, identifier que pour soi il est compliqué dire non à un client, qu'approvisionner plusieurs points de livraisons et petits magasins relève de la volonté de faire vivre le rural, interroger la place d'un salarié dans l'évolution de la structure... Autant d'éléments importants pour se construire des repères forts et durables sur lesquels appuyer ses décisions. Pour ...

Témoignage

IDENTIFIER DES PISTES DE CHANGEMENT

Agnès et Christophe Jouault sont maraîchers à Ernée en Mayenne depuis une vingtaine d'années. Sur 7 ha et avec 3000 m² de serres, ils cultivent des légumes de plein champ et font leurs plants. Après avoir eu un marché à la ferme pendant onze ans, ils commercialisent aujourd'hui leurs produits sur un marché hebdomadaire à Rennes (qui représente 60 % de leur chiffres d'affaires), en Amap et également par de la vente de paniers en ligne, avec livraison dans des points de dépôts. Ils emploient un salarié à temps plein, un saisonnier, et un vendeur pour le marché. « Nous sommes dans une région où il est difficile de s'intégrer en tant que maraîcher », explique Christophe. *Participer à la formation " Gérer son temps et organiser son travail en circuit court " proposée par l'Afoc, c'était pour nous l'occasion d'être avec d'autres avec qui nous partageons des problématiques communes, comme celle de la surcharge de travail... »* La formation suivie en 2014 leur a permis de rapidement identifier « les points faibles de [leur] ferme » (un salarié aux compétences qui n'étaient plus adaptées à l'organisation du travail et des modes de commercialisation ; perte de temps sur certaines tâches ; difficulté de savoir dire non...). Pour Agnès, « cette formation nous a permis de mener une réflexion sur l'évolution de notre travail et nous a donné envie d'aller plus loin, par exemple en déterminant ce que rapporte et nécessite chaque mode de commercialisation ». Ce travail a conduit les maraîchers à simplifier le site Internet, à réorganiser leurs circuits de livraison des paniers, voire à en supprimer certains, ou encore à investir dans du matériel. « Internet est un outil très performant pour l'organisation du travail », estime Christophe. « Nos autres modes de vente éloignent le risque de la dématérialisation des liens, complète Agnès. Plein de choses peuvent aussi passer par le site Internet où c'est plus simple de parler de nous, de notre travail et de nos valeurs qu'en coup de vent sur le marché. »



DR

... Agnès et Christophe, cette formation les aura menés à s'interroger sur la rentabilité de certains de leurs circuits de distribution, et à approfondir avec une autre formation sur le thème : « combien je gagne pour ce que je travaille ? ».

Évaluer les coûts

Objectiver, « faire parler les chiffres », pour ne pas s'épuiser et réajuster son système a aussi tout son intérêt dans le cas de points de vente collectifs, comme en a témoigné Samuel Pertreux, producteur de lait à Comté dans l'Ain

et engagé depuis la création du magasin Brin de Paille installé à Arbent. Un des objectifs de la formation « Analyser l'activité de son point de vente collectif », faite avec l'Afocg de l'Ain en 2011-2012 par le collectif de producteurs, était de déterminer la part commerciale que le magasin représentait pour chacun, donnée utile pour la définition de nouveaux objectifs communs (en fonction des situations individuelles de chacun).

Pendant la saison de formation 2012-2013, des discussions d'adhérents de l'Afocg Puy-de-Dôme sur

Pour Jacques Mathé,
économiste

à l'Université de Poitiers

« En agriculture, d'une manière générale, il y a peu de travaux sur l'organisation du travail, comme si les compétences étaient tacites et dures à transférer. Or, produire en circuits courts nécessite de dompter trois métiers : producteur ; transformateur-logisticien ; commerçant-marketeur. Ces trois métiers font appel à plusieurs compétences transversales (management, communication, gestion...); pour raisonner et optimiser son organisation, l'identification des tâches précises est incontournable et déterminante. »

Pour plus d'infos
sur les métiers en circuits courts :
<http://metiers-circuitscourts.org>

le temps de travail et les coûts des différents modes de vente ont été à l'origine du montage d'une formation « Tester son système de commercialisation pour choisir ». Pour Jean-Christophe Housieaux, apiculteur près de Clermont-Ferrand, installé depuis 2012, la formation l'aura convaincu d'arrêter les marchés d'hiver. Le calcul des coûts a montré que ce mode de commercialisation, comparé à ses autres possibilités (la grande distribution via un GIE notamment), n'était pas particulièrement intéressant économiquement parlant. Un argument

décisif pour Jean-Christophe qui ne prenait de toute façon aucun plaisir à faire les marchés. S'interroger au cours de formations sur les avantages et inconvénients en termes d'organisation et de temps de travail de chaque mode de commercialisation facilite des choix d'organisation éclairés.



visite de terrain

RÉINVENTER SA FERME

En 1988, lorsqu'il s'installe à Predeignes dans le Ségala, à l'est du Lot, **Bernard Ferrand** élève des lapins angora. Aujourd'hui, sur la même ferme, il fabrique des yaourts et du fromage blanc après avoir arrêté la production de lait en 2012, suite à la faillite du GIE qui collectait la ferme. Pour porter et développer l'activité de transformation laitière et la vente en circuits courts, il a créé une entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée, l'EURL Les Pâturins. Si la ferme est en « stand-by » avec l'arrêt de la production laitière, il a néanmoins gardé une pension de génisses et de vaches allaitantes sur ses parcelles où il produit également du foin qu'il vend.

Avec une organisation rodée « au millimètre près », l'artisan-fromager transforme à l'année 40 000 l de lait bio, achetés à une ferme voisine. Il produit, avec son fils Yoan, aide familial sur l'exploitation, six cents yaourts par semaine pour deux marchés (Figeac et Rodez), commercialise dans différents magasins, des écoles, sur la ferme et réalise des tournées de livraisons. Bernard et son fils se répartissent les 45 h de production et les 35 h de vente (préparation, livraison, marché) hebdomadaires. Actuellement, Bernard, pour qui dans les moments difficiles l'Afocg a beaucoup compté et dans laquelle il continue de s'investir, réfléchit à la transmission de la ferme et de son activité. Il espère qu'elle restera un outil de travail, pourquoi pas pour son fils...

Circuits courts et stratégie globale de l'exploitation

Si elle est loin d'être la seule motivation, la captation de la valeur ajoutée est une des premières pour les producteurs en circuits courts, notamment en vente directe. Cette captation passe par la maîtrise du prix

La captation de valeur ajoutée passe par la maîtrise du prix de vente des produits

de vente de ses produits. Bernard Ferrand, administrateur de l'Afocg Quercy écrit, dans la « profession de foi » publiée sur son site Internet¹ : « Avant la période "tracteur", les paysans vendaient leurs produits au marché. Certes, ils se faisaient bien "avoir" sur

les foires par les marchands de bestiaux, mais nos groupements coopératifs actuels sont-ils bien différents ? Les paysans, aujourd'hui, sont dépossédés de la liberté de vendre : le prix est fixé à l'avance et il y a peu de concurrence entre acheteurs... » Souvent,

pour fixer leurs prix, les producteurs ont tendance à les calquer sur les prix du marché sans nécessairement tenir compte de leurs coûts de revient, ce qui ne permet pas de savoir si on gagne sa vie...

Comparer collectivement

Partant du constat qu'il n'est pas facile de fixer son prix de vente (d'autant plus que tout le monde n'a pas le même rapport à l'argent et le même lien au client...), Michèle et Hervé Aribaud, agriculteurs dans le Loiret en grandes cultures, légumes et volailles, ont été intéressés par la formation « Produire et transformer ses produits à la ferme en calculant la rentabilité de son projet », proposée en 2012 par l'Afocg du Loiret, en lien avec la Chambre régionale d'agriculture, l'Observatoire volailles et BioCentre. Le couple en avait déjà suivi une dédiée aux coûts de production ...

Témoignage

« JE ME SUIS RÉAPPROPRIÉ LE POURQUOI DE MON PROJET »

Cécile a suivi la formation « Oser la stratégie d'entreprise » entre février et fin mars 2016. « La proposition de suivre cette formation est arrivée à point nommé, lorsque je ressentais le besoin de faire un point. Nous exerçons une profession compliquée administrativement, dure physiquement, mais nous l'exerçons par passion. Les aléas climatiques, économiques, sanitaires, familiaux... interfèrent dans nos feuilles de routes et chaque année nous nous disons que la prochaine sera mieux ! Toutes les professions subissent des aléas extérieurs, mais ce qui manque à la nôtre, de mon point de vue, c'est la prise de conscience que nous sommes aussi des chefs d'entreprise... Personnellement, j'ai fait de mon mieux pour monter mes productions [ovins viande et plantes aromatiques et médicinales], les analyser et tenter de les corriger, mais mes résultats ont fait les montagnes russes pendant quinze ans. Ma passion a bien diminué, et j'étais surtout lasse et fatiguée. Consciente d'un manque de compétences mais ne sachant plus en quoi, je me suis inscrite à la formation... Le fait qu'elle se déroule avec mon formateur Afocg, dans un cadre bienveillant, m'a mis en confiance.

Lors de la première journée, je me suis retrouvée avec sept autres agriculteurs visiblement aussi "perturbés" que moi. Pour nous positionner en spectateur de nos évolutions, chacun a posé ses moments de vie clés sur une frise, en les classant soit en avantage, soit en inconvénient pour l'exploitation. Nous avons confié cette frise à un binôme, qui ne nous connaît pas, pour qu'il décrypte les événements... En quelques dizaines de minutes et avec les questions du groupe, j'ai analysé des choses dont je n'avais plus vraiment conscience... et me suis ainsi réapproprié le pourquoi de ma situation actuelle. Nos devoirs pour la séance suivante étaient de définir ce qui nous fait œuvrer professionnellement, les fondamentaux qui donnent du sens à nos actions. Cette étape a révélé que je m'acharnais sur mon exploitation, mais que les réponses à mes fondamentaux, comme le statut professionnel et un revenu indépendant ou avoir du temps pour mes enfants, se trouvaient aussi ailleurs. Au

cours de la deuxième rencontre, chacun a présenté sa problématique d'exploitation et tout le groupe a proposé des solutions, parfois farfelues, mais c'est un moment d'ouverture à tous les possibles, où il faut tout accepter. Cette partie était très dynamique et positive. Quand la source des idées était tarie, on prenait alors sa liste de fondamentaux pour les mettre en relation avec les solutions proposées. Cette formation a débouché sur une réorganisation de mes productions [suppression progressive du troupeau et transformation de plantes] et un bilan de compétences. Aujourd'hui je suis toujours exploitante, mais aussi salariée à mi-temps et commerçante de plantes aromatiques. La formation a eu lieu à un moment où le mal-être accumulé était plus que suffisant. Entendre et écouter les cas de chacun stimule la réflexion sur sa situation personnelle. Je conseille surtout de suivre cette formation avant même de se sentir en crise ! »

Cette formation de 2,5 jours a été mise en place conjointement par les Afocg Quercy et Tarn-et-Garonne. Ce partenariat a favorisé le partage de la préparation, la complémentarité des visions et des idées, l'élargissement des publics et la création d'un lien professionnel positif. Son objectif est de permettre aux personnes de se construire des repères forts et durables pour leurs prises de décisions.



3 principaux canaux en système GC+volailles			Socle commun d'investissements	
Vente à la ferme				
temps (prises de commandes et ventes)	22,5 h /lot soit 180 h / an		balance	1 000 €
investissements			frigos*	3 200 €
- aménagement salle de vente	10-15000 €	Subvention possible avec contrat de pays		
- vitrine réfrigérée	2-5000 €		* (bonne descente en température)	
AMAP				
temps (déplacements et distributions)	13 h /lot			
investissements				
- véhicule de livraison + caisson frigo	5 000 € pour caisson frigo (froid inerte possible) + prix véhicule			
Autres				
temps (déplacements et distributions)	variables en fonction du circuit (élevé si marchés)			
investissements				
- véhicule de transport avec frigo	- vitrine frigo (marché) 1500 € d'occ. + véhicule avec crochet d'attelage			

... et avait envie d'aller plus loin dans la rationalisation du calcul des prix de vente de leur poulet dans différents circuits courts. Cette formation de quatre demi-journées s'est appuyée sur la construction d'un cas-type « volailles en circuits courts avec un système de grande culture » qui a servi de fil rouge aux échanges ; le principe était pour chaque stagiaire de rassembler et d'apporter ses chiffres sur les volets production, alimentation, transformation et commercialisation. À partir des expériences, réalités et chiffres de chacun, le groupe a élaboré le cas-type, précisant ainsi des coûts de produc-

tion, des prix de revient incluant la rémunération du travail, des prévisions d'investissement... (cf. Extrait ci-dessus et détail sur www.interafocg.org/nos-actions_87.php) Ce travail a donné lieu à de nombreuses discussions, par exemple sur la définition de la valeur de l'heure de travail... Outre la création d'une proximité avec d'autres producteurs, la formation aura permis à Michèle et Hervé de réajuster leurs prix de vente, mais aussi de réfléchir aux différentes étapes de la transformation. Elle leur a également apporté des éléments concrets à discuter avec les stagiaires de passage sur l'exploitation. ...

Exemple de tableau produit dans l'élaboration du cas-type « volailles en circuits courts avec un système de grande culture »

Pour Jacques Mathé, économiste à l'Université de Poitiers
 « Raisonner à partir de cas-type dans une production est une méthode intéressante pour déterminer son prix de vente, cela permet d'apprécier les grands équilibres entre coûts et gains. Une autre manière de faire consiste à partir de ce que l'on veut gagner, en considérant les coûts de production, un filet de sécurité - peut-être à mutualiser ? -, la marge nécessaire pour arriver au revenu qu'on aura choisi... D'une manière générale, les coûts de production sont trop souvent regardés à partir de ce qui est décaissé. »



visite de terrain

COMPOSER AVEC SON ENVIRONNEMENT

« On voulait une ferme, on s'est dit qu'on s'adapterait ! » C'est ainsi que **Pierre et Emilie Tabel** résumement sobrement l'état d'esprit avec lequel ils se sont installés à Cajarc, sur le Causse lotois. Aujourd'hui, les deux associés du Gaec Pierres et terres élèvent, sur 160 ha (dont 140 en fermage), 250 brebis Rouge du Roussillon, des porcs gascons, des poules pondeuses et cultivent des céréales transformées en farine (blé, sarrasin, petit épeautre...). Les deux Charentais se sont rencontrés sur les bancs de l'école et sont arrivés dans le Lot à la fin des années 2000. En 2007, Pierre est en CEFI (Contrat emploi formation installation) sur la ferme qu'il reprendra l'année suivante avec rachat des brebis, du matériel, de 4 ha de terres et en s'engageant dans une conversion en agriculture biologique. Avant l'installation d'Emilie et la création du Gaec en 2014, le couple fera évoluer les activités de la ferme : arrivée des cochons gascons, remplacement progressif du troupeau ovin, démarrage de la vente d'agneaux en colis, puis de l'atelier œuf et de la commercialisation en Amap... « Avec la création d'associations foncières pastorales, le Conseil départemental du Lot a une politique très volontariste en matière de maîtrise de l'enfrichement, le maintien du mouton sur le Causse est une vraie problématique ici, explique celui qui se décrit lui-même comme « un bon chasseur d'aides ». Les primes que l'on touche pour cet élevage nous ont permis de développer d'autres ateliers comme la minoterie. » Depuis le début, les deux « hors cadre » avaient en tête la vente directe, histoire de « diversifier les sorties ». Aujourd'hui, dans un rayon de 10 à 30 km autour de la ferme, 31 % des productions sont commercialisées en Amap, 32 % à un abatteur privé (agneaux), 18 % à un boulanger, 10 % à un restaurant et le reste via des paniers sur Internet et la vente à des particuliers : « Nous avons fait des choix... les marchés c'était trop de logistique et ça prend trop de temps sur la vie de famille. »



... La formation « Tester son système de commercialisation pour choisir » proposée par l'Afocg Puy-de-Dôme, s'intéressait plus spécifiquement à la rentabilité des différents modes de vente (calcul des temps de travail, des coûts de commercialisation, appréciation des écarts de prix...). En suivant cette formation, Jean-Christophe Houiseaux, apiculteur près de Clermont-Ferrand, a fait le tri dans ses modes de vente. Installé en 2012 avec une centaine de ruches, ce dernier a fait le choix d'une augmentation de cheptel rapide (passant ainsi à 400 ruches dès 2014) et de se lancer dans la production et la vente d'essaims. L'entrée dans un GIE en 2014, lui ouvre la porte à la vente en demi-gros pour la grande distribution et lui garantit l'écoulement de sa production. Le calcul des coûts de commercialisation et les discussions collectives sur les écarts de prix entre différents systèmes l'ont conforté dans l'idée d'arrêter les marchés, mode de vente avec lequel il n'était pas à l'aise et qui n'était pas particulièrement intéressant financièrement, pour lui. Aujourd'hui,

Jean-Christophe est satisfait de proposer des miels de qualité aux supermarchés de la région (le GIE vend la production de ses trois adhérents en local) et développe l'activité de production d'essaims. Si la vente directe, et plus généralement les circuits courts offrent à certains des marges de manœuvre supplémentaires, il ne faut pas nier que vendre peut aussi être considéré comme un métier en plus que d'autres n'ont pas envie d'exercer... en direct.

1 - <http://lespaturins.sopixi.fr/profession-de-foi.htm>.



visite de terrain

ORIENTER SES ACTIVITÉS EN FONCTION DE SES PRIORITÉS

Caroline Baras est installée depuis 2003 à Marcilhac-sur-Celé, au royaume des brebis sur le Causse. Après des études agricoles, elle a repris la ferme de son père et a débuté son activité avec 65 brebis de race Caussenarde sur 40 ha de parcours et avec 1 ha de tabac. « *La production de tabac boucané était le moyen de justifier un revenu sans agrandir, pour avoir la DJA* », se souvient Caroline. En 2006, elle se met à la vente directe en commercialisant ses premiers colis d'agneaux et se lance, l'année suivante, dans une activité de plats cuisinés : « *Le Safran est une culture historique d'ici et elle se réimplante ; c'était tout à fait logique de faire du cous-cous d'agneau au safran !* »

Le mari de Caroline, rencontré en 2002 à la fin de leurs études, est aussi agriculteur. Il est installé à une trentaine de kilomètres de Marcilhac, sur le Ségala, où il produit des veaux, des canards, des noix et fait du travail à façon... dans une « *philosophie assez différente* » de celle de Caroline. Ils ont aujourd'hui trois enfants, la dernière étant âgée de moins de 3 ans. « *L'histoire de la ferme a évolué avec celle de la famille* », constate Caroline. A la fin des années 2000, elle estime que le tabac et l'activité traiteur prennent trop de temps, elle sait aussi que son père, âgé aujourd'hui de 78 ans et qui l'aide sur la ferme, ne rajeunit pas. Elle décide alors d'arrêter la culture de tabac et entame la conversion de l'élevage en bio.

L'été, Caroline vend ses agneaux sous vide au marché à Marcilhac, qui attire beaucoup de touristes. En 2010, au dernier marché de la saison, elle rencontre deux couples de Parisiens intéressés par de l'achat en direct d'agneau. En 2011, c'est le démarrage des livraisons groupées sur Paris (aujourd'hui elle y monte deux fois par an avec une trentaine d'agneaux à chaque fois) et l'arrêt des plats cuisinés : « *J'ai décidé de reprendre à mon compte la devise de mon papa : " Faire moins et mieux " !* » Dans les années qui suivent, la restauration du four à pain de la ferme et la rencontre d'une association de valorisation de la race Caussenarde entraînent Caroline à développer une activité de boulange et à valoriser la laine de ses brebis... Aujourd'hui, elle maîtrise huit circuits de commercialisation en y consacrant 4h par semaine pendant 40 semaines, plus 24h par semaine pendant 10 semaines. « *Je veux valoriser tout ce qui existe localement ; ma commercialisation a été faite de rencontres et je compose avec toutes ces opportunités*, explique Caroline qui se voit bien s'essayer à une activité d'accueil en gîte... *Cette ferme a fait vivre des gens avant moi, je veux qu'elle continue et qu'elle reste viable et vivable.* »

Circuits courts et dynamiques collectives

En 2017, Idoki fêtera ses 25 ans. Idoki (« ouvert » en langue basque) est une marque qui valorise la démarche de producteurs fermiers du Pays-Basque. Derrière, c'est avant tout un cahier des charges reflétant l'esprit de producteurs fermiers basques et adapté aux petites fermes. Cette initiative est portée par l'Association des producteurs fermiers du Pays Basque (APFPB), créée en 1989. Elle re-

« Il s'agit aussi de favoriser l'économie locale et l'installation en agriculture pour garder une couche sociale agricole vivante »

groupe des agriculteurs et des agricultrices qui produisent, transforment et vendent eux-mêmes leurs produits.

A la fin des années 1980, l'APFPB a accompagné beaucoup de réflexions (notamment sur l'évolution des normes sanitaires et leurs impacts) et a développé avec l'Afog des missions d'accompagnement à la transformation et à la commercialisation fermière. Elle favorise aussi

les échanges de savoir-faire entre producteurs fermiers qui permettent, notamment aux plus jeunes, des mises au point rapides en matière de qualité des produits. Les réflexions sur la commercialisation (« comment nous retrouver sur les marchés en tant que partenaires et non pas comme concurrents ? ») ont été à l'origine de la création d'Idoki dont un des objectifs premiers a été de définir le métier de producteur fermier et le niveau de qualité que cela requerrait. « Idoki est une initiative de producteurs pour des producteurs mais c'est aussi la définition et la garantie de nos valeurs pour le consommateur », explique Émilie Dubois, productrice de produits laitiers de vache venue présenter la démarche aux Rencontres. Au niveau de la définition de la qualité des productions, on retrouve par exemple dans les critères : « je limite ma production pour suivre mon produit de A à Z » ; « je respecte le rythme de la nature et des bêtes, j'apporte un soin particulier à l'alimentation » ; « je privilégie les races locales ou les variétés anciennes à croissance lente »... Un système d'autocontrôle collectif et une certification ...

visite de terrain

ÊTRE ACTEUR POUR SON TERRITOIRE

« La valorisation des produits des adhérents étant un enjeu principal pour une coopérative, nous avons souhaité innover en vendant directement dans nos magasins tous les produits transformés issus de l'agriculture locale dans des espaces spécifiques sous la marque " Sens du Terroir ". » L'objectif de la **Société d'intérêt collectif agricole du Ségala Limargue (Sicaseli)** est clair : développer de la valeur ajoutée qui reste sur le territoire (cinq cantons du Nord-Est du Lot). Outre des missions classiques d'approvisionnement en intrants pour ses 650 adhérents, la coopérative, qui réalisait 17 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2010, a diversifié ses activités depuis sa création en 1985. En une vingtaine d'années, elle a développé un réseau de six magasins, sous franchise Gamm Vert, pour la distribution d'articles de jardinage, vêtements spécialisés et bricolage pour le grand public, matériaux de construction pour les artisans locaux, et dans lesquels elle propose également des produits régionaux des adhérents. Sur le périmètre d'action de la coopérative – qu'elle ne souhaite pas élargir et qui reste encore très agricole –, la tendance est la même qu'au niveau national : diminution du nombre d'exploitations et agrandissement qui rend l'installation très difficile. Pour Dominique Olivier, directeur de la Sicaseli qui emploie aujourd'hui 120 personnes et est engagée dans de nombreux projets sur son territoire (recherche-action, inscription dans un Pôle territorial de coopération économique...), il est nécessaire de créer des marchés (produits locaux, énergies renouvelables, restauration collective...), des « appels d'air », pour pouvoir installer de nouveaux agriculteurs. C'est dans cette optique que la coopérative travaille actuellement à un projet de légumerie collective. Plus d'infos : <http://sicaseli.fr>.



... par un organisme extérieur assure le respect de la charte à laquelle adhèrent actuellement 110 des 300 membres de l'APFPB. Même si Idoki est un outil de promotion collective des produits (avec des outils de communication - plaquettes, site internet, panneaux de bord de route... - contribuant à la reconnaissance des produits), chaque adhérent garde ses circuits de commercialisation. Pour Dominique Aincy, éleveur et administrateur à l'Afoc et à l'APFPB, « derrière cette démarche, il s'agit aussi de favoriser l'économie locale et l'installation en agriculture pour garder une couche sociale agricole vivante ».

Pour Jacques Mathé,
économiste
à l'Université de Poitiers

« Il existe actuellement aux Etats-Unis et au Canada un courant de penseurs qui redéfinissent le "bien manger". En Amérique du Nord, les producteurs ont moins de complexe vis-à-vis de l'argent qu'en Europe ; ils sont fiers de leurs produits et conscients que dans l'acte de vente d'un produit, c'est un peu d'eux-mêmes qu'ils vendent aussi. Production maraîchère dans le jardin de son voisin, maraîchage intensif ultra-organisé sur très petite surface... Sur certains types de production et en matière de commercialisation en circuits courts, ils sont d'une très grande créativité. »

une ferme et agrandir ou garder la même surface et diversifier. A cette époque, il réfléchit avec un petit groupe de jeunes installés et germe alors l'idée de monter un magasin de producteurs... En 2005, l'association Brin de Paille qui porte le magasin était née. Samuel, à l'époque président de l'association, se souvient : « Après plusieurs années de fonctionnement, certains collègues n'avaient toujours pas de revenus... ça nous interpellait et ça a dû jouer dans le fait d'aller vers une formation "Analyser l'activité de son point de vente collectif". » En 2012, le collectif de producteurs s'engage dans cette formation, co-animée ...

Faire vivre des fermes

En 2004, au moment de son installation dans l'Ain en lait à Comté, avec son père en Gaec, Samuel Pertreux voyait deux options s'offrir à lui : récupérer

PARTICIPATION À DES PROJETS NATIONAUX

L'InterAfocg participe au projet MAGPRO qui a pour objectif d'accompagner l'émergence et le développement des magasins de producteurs. Il doit permettre la création et la mise en œuvre d'initiatives pérennes grâce à la production de repères sur le fonctionnement et les résultats des magasins et à la conception d'outils d'accompagnement et de formation. Enfin, il vise à mettre en évidence et à améliorer la contribution des magasins au développement durable des territoires. Ce projet, soutenu par des fonds Casdar et qui s'achèvera en avril 2018, rassemble une vingtaine de partenaires de développement agricole, de la recherche et de l'enseignement (www.interafocg/commercialisation_37.php). Auparavant l'InterAfocg s'était impliquée dans le projet MECICO sur l'évolution des métiers pour les agriculteurs en circuits courts (www.metiers-circuitscourts.org).

visite de Terrain

COMMERCIALISATION ET LIENS LOCAUX

Aujourd'hui, sur les 50 hectares du **Gaec de la Rauze**, situé près de Lacapelle Marival, Pascale, Serge et Jacques Moulènes et leurs trois salariés à temps partiel élèvent des porcs (6 truies Bayeux, 90 porcs par an dont 70 transformés), des Salers et d'autres bovins, cultivent des céréales, font du pain, du jus de fruit... Lorsque les deux frères reprennent la ferme familiale en 1986, celle-ci est en production porcine hors-sol et c'est au début des années 1990 qu'ils se questionnent sur leurs pratiques. « On a décidé de tenter la voie de la biodynamie, assez facile pour les cultures, plus compliquée pour l'élevage », explique Serge. Le projet était alors d'aller progressivement vers une ferme diversifiée, avec de la transformation, et de diminuer l'importance de l'élevage de porcs. En 1992, Pascale, la femme de Serge, s'installe et lance une activité pain en vente directe ; la réorientation globale de la ferme et la réorganisation des débouchés vers plus de vente directe est bien engagée. En 1999, c'est la fin des « cochons industriels ». La commercialisation des productions du Gaec est très locale, via des magasins (8 %) mais surtout en vente directe (92 %) avec un magasin à la ferme ouvert deux fois par semaine et deux marchés hebdomadaires, à Gramat et Figeac. « On a pu développer la vente à la ferme car on était connu sur les marchés, analyse Serge. Pour l'instant, on a aucun problème pour vendre, mais il faut s'interroger et peut-être commencer à faire évoluer notre système où la distribution est très liée à la ferme. » En 2007, la Ferme de la Rauze a établi un partenariat avec ses clients et amis pour réaliser des investissements. Une cinquantaine de familles ont ainsi constitué un prêt de 50 000 euros, sans intérêts, pour faciliter l'évolution de la ferme. En contrepartie, outre des reconnaissances de dette, le Gaec a organisé tous les ans une fête autour des questions d'économie où les associés effectuaient une remise solennelle de 10 000 €. À la fin du remboursement, les « prêteurs » ont décidé de réutiliser cet argent pour soutenir d'autres projets, mettant ainsi en place une sorte de *crowdfunding* très local...

... par Terre d'Envies et l'Afocg de l'Ain, pour définir des objectifs communs en fonction des projets de chacun, mieux se connaître (de 12 associés à la création, le magasin était passé à 19 plus 4 revendeurs en 2011), et trouver un fonctionnement plus efficace et adapté à la taille du groupe. Au cours de la formation (trois fois une journée), le travail a permis la redéfinition d'objectifs, parmi lesquels à l'époque on trouvait une augmentation du chiffre d'affaires de 25 % (atteint aujourd'hui même si Brin de Paille reste « un petit magasin » avec 850 000 € de chiffre d'affaires) ; l'amélioration des situations personnelles, que chacun vive de sa ferme (cet objectif n'est pas considéré comme atteint par Samuel) ; la construction de règles communes, posées par la suite dans un règlement intérieur qui affirme, par exemple, l'importance du « sans OGM » ou fixe les conditions d'entrée et de sortie des associés... A l'issue de cette démarche initiée par la formation, un des membres charismatique du collectif est parti, ne s'y retrouvant plus.

La commercialisation en circuits courts favorise et est favorisée par des dynamiques entre producteurs. Mais elle peut également être un lieu de rencontre et d'échange avec d'autres, comme le montrent nombre d'agriculteurs et agricultrices



venus témoigner lors des Rencontres ou au cours des visites. C'est ainsi pour Séverine et Damien Pontarlier de la Ferme Foxapouss à Predeignes qui constatent que « l'Amap [leur] a apporté un tissu social », ou encore pour Pierre et Emilie Tabel, installés sur la ferme Pierres et terres à Cajarc, qui estiment que « la vente directe [leur] a permis de s'insérer dans le paysage ».



visite de terrain

UNE CONFIANCE MUTUELLE AVEC SES CLIENTS

La solidarité avec les clients, c'est là-dessus que repose une grande partie de la commercialisation de la Ferme Foxapouss, à Predeignes, où vivent **Séverine et Damien Pontarlier** avec leurs enfants. Les maraîchers vendent 80 % de leur production en Amap, soit 30 paniers par semaine en 2016, avec huit mois de distribution par an. Après avoir répondu à une annonce Terre de liens, ils sont arrivés en 2010 sur une pâture à 460 m d'altitude qu'ils ont transformée en ferme, ils se sont installés sans DJA, n'ont pas d'emprunts et ont commencé par livrer dix paniers sur Figeac avant de mettre en place des contrats Amap à l'année (paniers de 7 kg vendus à 21 €). « Aujourd'hui, avec 30 paniers, nous nourrissons environ 70 adultes et 15 enfants, ce qui représente 1 % de la population de Figeac, calcule Damien. Vous imaginez la place qu'il y a pour d'autres maraîchers ? Il y a quarante personnes sur liste d'attente à l'Amap... » Pour Séverine et Damien, outre la trésorerie que le système leur assure, le choix de l'Amap est avant tout politique.

RESTER ATTENTIFS À L'ENSEMBLE DES SYSTÈMES

Mot de clôture des Rencontres 2016, par le comité de pilotage du Programme Gestion (composé d'agriculteurs et d'agricultrices venant de plusieurs régions).

« Le but des Afocg est de tirer les agriculteurs vers le haut, en engageant des réflexions, à travers des échanges, des rencontres. À travers des formations aussi, qui ont pour but d'améliorer la capacité d'adaptabilité, d'ouverture à la diversité, de créativité et d'autodiagnostic des agriculteurs et agricultrices. Elles ambitionnent aussi de leur offrir une vision extérieure, neutre, attentionnée et bienveillante qui nous permet de nous extraire de la ferme, de prendre du recul, mais aussi de nous y recentrer. Peut-être aussi de nous sentir moins isolés dans notre société qui, à un moment donné, a tourné le dos à la ruralité et à l'agriculture.

C'est pourquoi la vente directe est une opportunité pour l'ensemble du monde agricole (y compris pour ceux qui n'en font pas et n'en feront jamais) ; c'est un moyen de faire redécouvrir nos métiers et nos productions.

Il est important que les Afocg et l'InterAfocg restent attentives à l'ensemble des systèmes de production et de commercialisation, qu'elles ne prennent pas partie pour l'un plutôt que l'autre, afin de rester neutres et indépendantes. Sans enjeu de pouvoir, sans conflit idéologique clivant, les Afocg sont une richesse pour le monde agricole. »



Ces Rencontres font partie d'un programme national

qui valorise des actions innovantes internes au réseau et l'ouverture à d'autres approches qui croisent et nourrissent ses pratiques pour :

- garder un bon niveau de mutualisation entre Afocg sur les formations ;
- inciter les Afocg à se renouveler, à continuer de répondre aux besoins de leurs adhérents qui évoluent ;
- accompagner le développement des nouvelles Afocg aussi hors du champ de la comptabilité/gestion.

Le comité de pilotage composé d'agriculteurs et d'agricultrices donne un avis sur les formations et organise les Rencontres nationales.

En 2017, il se réunit en janvier, en juin et en septembre.

Retrouvez-nous pour l'édition 2017 dans le Loiret les 23 et 24 octobre.

CONTACTS

InterAfocg

26 rue Beaubourg
75003 PARIS
01 40 09 10 18

interafocg@interafocg.org
www.interafocg.org

Afocg Quercy

Place de la Halle
46230 ASSIER
09 80 78 99 86

afocg.quercy@gmail.com
www.interafocg.org/afocg46

Rencontres organisées par



Avec la participation financière :



Réalisé par l'Adir
01 48 74 52 88 – transrural@globenet.org
Maquette : Catherine Boé
cathy.boe@wanadoo.fr

Nous remercions les agriculteurs, les agricultrices, les formateurs et les formatrices qui ont témoigné. Ainsi que le comité de pilotage, les administrateurs, les administratrices, les salariées et bénévoles de l'Afocg Quercy qui ont organisé ces Rencontres nationales 2016.