



© Pascal Xicluna/Mirapix

GRET

Professionnels du
développement
solidaire

*Projet
Codia*

Fiche territoire

Dialogue avec les consommateurs autour des circuits courts en Poitou-Charentes : mise en place d'un projet partenarial producteurs-artisan boulanger dans un magasin de producteurs

Contexte du projet

Le Poitou-Charentes, une région rurale riche d'une diversité de productions agricoles consommées par les habitants de quatre grands pôles tertiaires

- > 1 792 200 habitants en 2013 selon l'INSEE, répartis sur 25 809 km², soit une densité moyenne de 69 hab/km² sur 1 462 communes, 82 cantons et 14 arrondissements.
- > 1 707 247 ha de surface agricole utile soit près du 70 % du sol régional¹. La majorité de cette surface est orientée en grandes cultures et polyculture-élevage.
- > Des productions principales variées : céréales, vigne, maraîchage, fromages de chèvre, produits laitiers de vache.
- > Un secteur agricole et d'industrie agro-alimentaire qui représente 49 % des exportations régionales.
- > L'importance d'un secteur tertiaire (universités, hôpitaux, assurances, tourisme, administrations...) concentré autour de quatre grands pôles : Poitiers, Niort, Angoulême et La Rochelle.



Une offre de produits en circuits courts en augmentation, qui s'organise notamment par la création de magasins de producteurs

- > 4 500 exploitations pratiquent au moins une activité de diversification².
- > 2 900 exploitations commercialisent des produits en circuits courts. Parmi elles, 40 % réalisent plus de la moitié de leurs ventes de cette façon².
- > La vente à la ferme est le mode de commercialisation le plus fréquent avant la vente sur les marchés².

1. Agreste 2013.

2. Recensement agricole 2010.

Focus sur les magasins de producteurs³

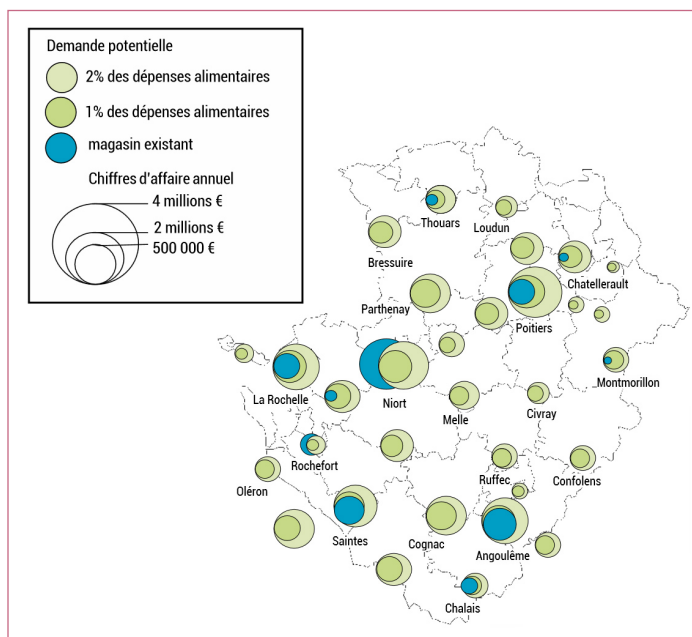
Côté offre

Les magasins de producteurs connaissent un essor important dans toute la France et particulièrement en Poitou-Charentes depuis ces cinq dernières années. Au nombre de quatre en 2009, ils étaient 13 fin 2012 et 22 magasins sont prévus pour 2016 compte-tenu des projets d'ouverture (cf. carte ci-contre).

Un diagnostic de l'offre en circuits courts réalisé à l'échelle d'un pays de la région en 2013, indique que la majorité des producteurs en activité envisagent cette forme de commercialisation de leurs produits comme une voie d'avenir.

Côté demande

En 2012, selon une enquête AFIPAR, les 13 magasins de producteurs de la région captaient 0,4 % à 2,5 % de la demande alimentaire des ménages (cf. carte ci-contre). Le potentiel en termes de chiffre d'affaires pour les magasins qui s'installeraient est important (cf. tableau ci-dessous). Pour affiner ces estimations, il faudrait prendre en compte l'influence des revenus et de la composition des ménages dans la zone d'implantation d'un projet particulier. Ainsi grâce à son emplacement favorable, à la qualité des produits et des services qu'il propose, un magasin pourrait très bien dépasser l'estimation du potentiel basée sur 1 à 2 % de la dépense alimentaire des ménages.



Approche de la demande réelle et potentielle pour les produits commercialisés en magasin de producteurs (source : AFIPAR, 2012).

Potentiel économique estimé pour la vente de produits en circuits courts (source : AFIPAR 2014)

Territoires	Potentiel CC estimé	Potentiel magasins de producteurs	Ventes réalisées par les magasins existants
Communauté agglomération Niort	16,6 M€	6,6 M€	3,6 M€
Autres territoires 79	36,3 M€	7,3 M€	0,4 M€
Communauté agglomération La Rochelle	15,6 M€	6,2 M€	1 M€
Autres territoires 17	62,4 M€	12,5 M€	4,2 M€
Communauté agglomération Poitiers	20 M€	8 M€	3,6 M€
Autres territoires 86	40 M€	8 M€	0,15 M€
Communauté agglomération Angoulême	15 M€	6,2 M€	2 M€
Autres territoires 16	34 M€	6,9 M€	0,4 M€

Point méthodologie : étude de l'offre et de la demande + zoom sur les magasins de producteurs

Diagnostic de l'offre en circuits courts : enquêtes producteurs (printemps 2013) et enquêtes magasins (2012).

Diagnostic de la demande potentielle en produits vendus en magasin de producteurs : estimation par le calcul des chiffres d'affaires potentiels de magasins de producteurs selon leur localisation.

Le calcul du « Potentiel circuits courts estimé » a pris en compte notamment :

- le nombre d'habitants sur le territoire étudié (IAAT, RGP 2008)
- le montant des dépenses alimentaires (INSEE, 2014) sur la base de la gamme de produits vendus en circuits courts (retrait des produits surgelés, des fruits exotiques, ...), soit 1 472€/pers./an
- le nombre de consommateurs fréquentant les circuits courts et leur panier moyen : soit 40 % des consommateurs avec un panier de 25€/personne/semaine (Projet CODIA, 2014).

3. AFIPAR 2014.

Les circuits courts selon des habitants du territoire

Point méthodologie : étude des représentations et des attentes des consommateurs locaux

Deux focus groups (FG) ont été organisés le 13 et le 20 juin 2013 à Saint-Maixent-l'École. Le recrutement des consommateurs a été réalisé par une société de marketing spécialisée afin de garantir le respect des cibles de chacun des focus group.

	Consommateurs ciblés	Nombre de participants
FG 1	Consommateurs occasionnels : fréquentant moins d'une fois par mois ou à peine une fois par mois les circuits courts	7
FG 2	Consommateurs réguliers : fréquentant au moins deux fois par mois les circuits courts	7

Dans chacun des cas, une première phase de la discussion a permis de recueillir les représentations des participants par rapport aux concepts d'alimentation de qualité et de circuits courts. Au cours de la seconde phase les consommateurs ont pu réagir et donner leurs idées vis-à-vis d'un projet de développement de la consommation locale des produits locaux : la mise en place d'un partenariat producteurs-artisan boulanger afin d'améliorer l'offre de service d'un magasin de producteurs.

Pour en savoir plus sur le focus group : Fiche *Le focus group dans les projets de circuits courts*, CODIA 2015.

Des consommateurs connaissant leur territoire, familiers de la notion de circuits courts mais partagés sur la question du prix

Thématiques	Consommateurs occasionnels	Consommateurs réguliers
Alimentation de qualité	Production locale, recherche de la qualité sensorielle et du goût : détermine les pratiques d'achat	
	Fraîcheur, production artisanale	Goût, sécurité
Approvisionnement : lieux et prix	Grandes et moyennes surfaces (GMS) principalement. Fréquentation GMS pour chercher le prix le plus bas Incompréhension sur les prix pratiqués par les producteurs en vente directe	Magasin de producteurs + Marché + GMS « Pour mieux manger, on serait prêt à payer un peu plus cher » Approvisionnement en circuits courts fréquent et diversifié
Représentation des circuits courts : lien avec le territoire, engagement du consommateur	Proximité relationnelle producteur / consommateur	
	Recherche de contact humain lors de l'achat	
	Recherche de confiance pour certains	
	Dialogue	Contact
	Transparence	Plaisir
	Confiance (conseil producteur)	Fidélité
	Fort lien avec leur petit territoire agricole (Saint-Maixentais)	
	Proximité géographique avec les producteurs : détermine les pratiques d'achat	
	Production locale disponible chez les producteurs mais aussi en GMS	Production locale disponible au marché et chez les producteurs
	Proximité = un aspect de la qualité	
Réactions vis-à-vis d'un projet de magasin de producteurs	Soutien d'une agriculture locale et paysanne	Soutien pour une agriculture locale et paysanne
	Défense du bien-être animal	
	Engagement du consommateur rural qui est au contact des problématiques agricoles : semble « plus naturel » que celui du consommateur urbain	
	Recherche de convivialité. Recherche d'un espace où le consommateur se sente proche du terroir, des traditions « Le fait de passer un bon moment c'est important ... Il faut que ce soit convivial. »	« Au Plaisirs fermiers [magasin de producteurs de Niort] les gens parlent comme au marché. »
	Recherche de praticité d'achat et d'accès Emplacement stratégique du magasin : accès facile + parking Horaires d'ouverture adaptées aux contraintes des consommateurs	

Dialogue multi-acteurs autour des circuits courts

Deux temps de rencontre avec des consommateurs, producteurs, élus, techniciens et chercheurs

Temps d'échange régional

20 novembre 2014 à Melle : **Forum des collectivités « Magasins de producteurs »**

Objectifs : diffuser les derniers résultats de la recherche (notamment ceux de l'enquête nationale CODIA sur les attentes des consommateurs vis-à-vis des produits en circuits courts), présenter des retours d'expériences innovantes et proposer des réponses aux questions techniques, organisationnelles et managériales des producteurs en circuits courts.

Parmi les 20 participants, producteurs et élus ont particulièrement apprécié la présentation des résultats de l'enquête nationale CODIA par Catherine Hérault-Fournier, enseignant-chercheur à l'ESA d'Angers. S'en sont suivi de riches échanges.

Temps d'échange interrégional

16 mars 2015 au lycée agricole de Limoges : **Ile journée annuelle de l'Observatoire des circuits de proximités Limousin-Poitou-Charentes sur le thème « Magasins de producteurs et développement des circuits courts »**

Objectifs : partager des connaissances, échanger et débattre entre acteurs des circuits de proximité des deux régions.

Ce temps a permis de regrouper 70 participants dont des étudiants en lycée agricole.

Point méthodologie : forum des collectivités

- **Réunions préparatoires** associant les intervenants du forum.
- **Large diffusion de l'invitation** : invitation par courrier à 1500 personnes et à toutes les collectivités de Poitou-Charentes.
- **Large diffusion du dossier de presse** : presse quotidienne régionale, presse agricole, radios, France 3 Poitou-Charentes.

Mise en place d'un projet partenarial producteurs-artisan boulanger dans un magasin de producteurs

L'historique et l'émergence du projet

Depuis juin 2012, dix exploitations travaillent collectivement sur un projet de création d'un magasin de producteurs dans le Saint-Maixentais. Le groupe souhaite implanter son magasin sur la zone commerciale de Saint-Maixent-l'École, sur la Communauté de communes du Haut Val de Sèvre.

Les producteurs ont eu l'idée d'associer un artisan boulanger à leur projet afin d'assurer une fréquentation importante du point de vente et de faire connaître leurs produits. La taille du local permet en effet de créer **un espace mutualisé de vente entre la boulangerie et le magasin de producteurs**. Ce projet original vise également la création d'une offre de restauration rapide, associant les produits de l'artisan boulanger et ceux des producteurs.

L'AFIPAR qui accompagne les initiatives circuits courts en Poitou-Charentes a choisi de travailler sur le **partenariat producteurs-artisan boulanger** afin d'analyser comment ceux-ci tissent des liens et s'organisent collectivement dans

un même lieu pour répondre à la demande des consommateurs en circuits courts et au défi de l'accès à une alimentation de qualité pour tous.

Les objectifs visés

Dans le suivi de ce projet, AFIPAR s'est fixé les objectifs suivants :

- > Comprendre les **enjeux** et les **motivations** impliqués par le partenariat artisan-producteurs.
- > Appréhender de manière expérimentale **la création de nouveaux liens** (économiques et humains) entre deux types d'acteurs professionnels qui n'ont pas l'habitude de travailler ensemble.
- > Analyser comment un lieu mutualisé peut servir de support à **une stratégie commerciale partagée** dont le but est de répondre à la demande des consommateurs en circuits courts et au défi de l'accès à une alimentation de qualité pour tous, **en démocratisant l'utilisation de produits locaux dans la restauration rapide**.

Les étapes de mise en œuvre du projet

La mise en œuvre du projet a mobilisé les agriculteurs, l'artisan boulanger et l'AFIPAR au cours de différentes étapes stratégiques :

- > **Formulation d'une demande de partenariat** à l'artisan boulanger par les producteurs et retour positif de celui-ci.
- > **Organisation de réunions associant les producteurs et l'artisan boulanger** afin de convenir ensemble des motivations des uns et des autres, du règlement entre les deux parties (fonctionnement), du contenu du bail de location des locaux, des échanges matériels (produits, argent) et immatériels (informations) entre les deux parties, de la stratégie commerciale imaginée et portée par les deux parties.
- > **Engagement des deux parties** par la signature du bail de location et du règlement intérieur.
- > **Installation et préparation de l'ouverture du magasin** pour le printemps 2016.

Les résultats du projet

Le lancement du projet de partenariat s'est déroulé avec succès et les résultats suivants ont été obtenus :

- > **Un recensement des motivations des partenaires** a été effectué (cf. tableau ci-après).
- > **Une discussion a été menée afin de rédiger une charte d'engagement** entre les deux parties concernant :
 - une éthique partagée autour de valeurs telles que la valorisation des savoir-faire locaux (ceux des agriculteurs comme ceux de l'artisan), la démocratisation de l'accès à une alimentation de qualité et le désir de travailler collectivement sur un projet commun,
 - le respect de règles de vie dans l'espace collectif ayant été définies par les deux parties,

– l'engagement commercial de l'artisan boulanger à utiliser des produits locaux issus du magasin de producteurs pour la fabrication des produits de sa gamme de restauration rapide,

– une communication mutuelle auprès des consommateurs fondée sur une stratégie concertée entre les deux parties.

- > **Le boulanger s'est investi dans les différentes commissions** du collectif de producteurs, et une commission spéciale « Utilisation de produits locaux dans la gamme de restauration rapide » a été établie.
- > **Producteurs et artisan boulanger ont collectivement contribué à la préparation d'un focus group avec des consommateurs du Saint-Maixentais** (cf. page 3). Ce groupe de discussion leur a permis de prendre connaissance des pratiques d'achat et

des représentations d'habitants du territoire vis-à-vis des circuits courts et de l'accès à une alimentation de qualité pour tous. A partir de ces éléments, ils ont pu définir de manière concertée, leur stratégie de communication.

- > **Plusieurs réunions ont été planifiées et réalisées afin d'organiser l'installation des activités et l'ouverture du local.**
- > **Les porteurs de projet ont élargi leurs réseaux** en créant de nouveaux liens : interprofessionnels, commerciaux et humains.
- > Grâce à la mise en place du partenariat producteurs-artisan qui répond aux besoins concrets d'acteurs économiques ainsi qu'à une demande croissante des consommateurs en produits locaux de qualité et pratiques à consommer (offre de restauration rapide), une nouvelle **dynamique de territoire** s'est amorcée.

Résultat du recensement des motivations des deux parties du partenariat effectué au début du projet

Producteurs	Artisan boulanger
Générer du flux dans le magasin grâce aux clients quotidiens de la boulangerie	
Attirer des consommateurs : <ul style="list-style-type: none"> • possibilité de capter de nouveaux clients grâce à la diversification des produits (pains et viennoiseries) • possibilité de capter la clientèle de la boulangerie 	Attirer des consommateurs grâce au travail effectué avec des produits frais locaux
Diminuer les coûts d'amortissement du local et des aménagements financés par les producteurs, grâce à la location d'une partie des locaux au boulanger	Trouver une dynamique humaine supplémentaire : <ul style="list-style-type: none"> • motivation • se sentir moins seul
Utiliser et mutualiser l'espace commun en tant qu'espace de restauration rapide pour créer du dynamisme	
Créer un débouché supplémentaire pour le producteur de farine , fabrication d'un « pain spécial » par le boulanger	Développer une nouvelle gamme en utilisant des produits locaux : <ul style="list-style-type: none"> • un nouveau pain spécial • des sandwiches à base de produits fermiers
Développer une offre de restauration rapide à base de produits locaux (sandwichs élaborés à partir du pain de la boulangerie et de produits du magasin) afin de répondre à la recherche de cohérence entre : <ul style="list-style-type: none"> • la présence de deux magasins alimentaires sur un même lieu • les pratiques professionnelles de deux entreprises 	
Mettre en valeur et exploiter les complémentarités des savoir-faire de deux corps de métiers que sont l'agriculture et l'artisanat afin de créer un lien de confiance et une cohésion entre les producteurs et le boulanger	Travailler ensemble et dans la bonne entente dans une logique « gagnant-gagnant »
Récupérer une partie de la clientèle des GMS avoisinantes	
Répondre à la demande des consommateurs en produits locaux	
Profiter mutuellement de la renommée de chacun pour créer puis développer l'activité commerciale : multiplier le carnet de clients initial	

Quelques enseignements à tirer du projet

Leviers de réussite

Une bonne communication entre les différents acteurs du projet afin d'éviter les éventuels non-dits et les mauvaises interprétations qui peuvent induire des tensions dangereuses pour la continuité du projet

- > Organiser des temps de réunions pour gérer le projet et prendre des décisions.
- > Organiser des temps conviviaux pour améliorer la cohésion du groupe.

Une définition claire des engagements de chacun

- > Rédiger et adopter collectivement une charte écrite afin de poser le cadre et les limites de l'engagement mutuel.
- > Se référer régulièrement à la charte, pour gérer les tensions par exemple, et la faire vivre en l'actualisant.

Points de vigilance : préserver la confiance et l'entente

- > Être conscient de l'importance de l'équilibre des relations humaines dans les projets partenariaux, et du poids de ce facteur dans la pérennité du projet. Même si il est viable dans ses aspects techniques, opérationnels et financiers un partenariat peut s'interrompre pour des raisons de mésentente.
- > Entretenir des liens de confiance et d'entente en communiquant et partageant des moments conviviaux.
- > Se faire accompagner par un tiers si besoin pour faciliter la création et l'entretien de ces liens humains.



Second Forum Circuits Courts des Collectivités : Développer le commerce des produits locaux

Le Réseau Régional des Circuits Courts, en partenariat avec Aire 198 et la Région Poitou-Charentes vous invite :

jeudi 20 novembre 2014, de 16h à 19h
Salle du Méliès, Melle (79)

Agents des collectivités : atelier de 16 h à 17 h

Connaître les besoins des producteurs pour mobiliser outils et politiques publiques, l'exemple des magasins de producteurs

Elus et agents des collectivités : table ronde de 17 h 30 à 19 h

Demande des consommateurs, les circuits courts ne sont plus une niche, Intervention de C. Hérault-Fournier, enseignante chercheuse à l'ESA Angers

Table ronde : le rôle des élus et des collectivités dans l'appui aux projets, intérêts et bénéfices pour le territoire

en présence de :
Yves Debien, maire de Melle et vice-président de la Région Poitou-Charentes,
Jean pierre Baraton, élu à la Chapelle Bâton (79), Dominique Annonier, élu à Saint Maixent (79),
Eric Persais, vice président de la CAN, économie sociale et solidaire, Benoit Biteau, vice-président de la Région Poitou-Charentes (sous réserve)
Bernard Audurier, co-président de l'AFIPAR

a bénéficié du concours financier de :



www.reseauccpc.org • animation@reseauccpc.org • AFIPAR, 12 bis rue Saint Pierre, 79500 Melle • 05 49 29 15 96

Invitation au Forum des collectivités « Magasins de producteurs » (source : AFIPAR, 2014).



Journée annuelle de l'Observatoire interrégional des circuits de proximité Limousin - Poitou-Charentes 2015 (source : J. Dellier, 2015).

LE PORTEUR DE PROJET : AFIPAR



L'**AFIPAR, Association de formation et d'information pour les paysans et les ruraux**, membre du Réseau INPACT Poitou-Charentes, accompagne la création d'activités en milieu rural et les initiatives circuits courts des producteurs, des consommateurs et des collectivités dans la Région.

Contacts :

Éléonore Charles et Laurence Rouher

AFIPAR - eleonore-afipar@orange.fr - laurence-afipar@orange.fr - 05 49 29 15 96

Cette fiche a été réalisée en septembre 2015, dans le cadre du projet de recherche-action CODIA « Circuits courts en Europe : opportunités commerciales et dialogue avec la société ».

Contact : Martine FRANÇOIS - francois@gret.org - 01 70 91 92 47

GRET - Campus du Jardin tropical, 45 bis avenue de la Belle Gabrielle
94736 Nogent-sur-Marne

Pour en savoir plus sur CODIA : <http://codia.gret.org>



MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
DE L'AGROALIMENTAIRE
ET DE LA FORÊT

avec la contribution financière
du compte d'affectation spéciale
« Développement agricole et rural »