

# Conseil de développement

du

## Pays de Châlons-en-Champagne

« Un outil de participation citoyenne »



### COMMISSION 3

## REUNION DU 18 AVRIL 2012

## COMPTE-RENDU

La troisième commission du conseil de développement s'est réunie le mercredi 18 avril 2012 à la salle Valmy sous la présidence de M. Jean-Claude HORY. La réunion a permis de faire le point sur la collecte d'informations et sur les entretiens conduits par les membres avec les acteurs de terrain.

#### **ETAIENT PRESENTS :**

Christophe COLLOT ; Marie-Céline DAMAGNEZ ; Pierre DESALME ; Christophe HERBILLON ; Jean-Claude HORY ; Jean HUGUIN ; Marie-Pascale LEVESQUE ; Laurent MESTRUDE ; Michel OLIVIER ; Sylvain ROGER ; Guy VENAULT ; Samuel CATHRINET ; Jean-Marc CHONÉ ; Grégory JAZERON

#### **ETAIENT EXCUSES :**

Sylvie BENOIT ; Christophe CHARBOGNE ; Guy DEVILLIERS ; Danielle GERMEMONT ; Chantal GILBERT ; Patrick LIBERA ; Jean-Claude URTH ; Joël VARNIER

#### **ETAIENT ABSENTS :**

Michel BOULANT ; Pascal COLLARD ; François DESHAYES ; Michel FLOT ; Pascal FOY ; Bernard FRANCAERT ; Jean LACOURT ; Eric PATOUX ; Pierre POUPART ; Laurent ROUX

**Présents : 12**

**Excusés : 8**

**Absents : 10**



communes de Mourmelon-le-Grand, sur l'approvisionnement de la restauration collective de l'armée par le biais de filières courtes.

- M. Roger a eu connaissance d'un producteur basé à Cernon et s'engage à le rencontrer.
- M. Venault prévoit de contacter le SIVAM de l'Oasis afin d'expliquer la démarche de la commission et d'obtenir sa participation.

▪

#### Intervention de M. Cathrinet :

Sur invitation de M. Mestrude, la commission a accueilli M. Cathrinet, responsable de la filière bio au sein de Vivescia (fusion de Nouricia et de Champagne-Céréales) pour présenter l'approche de sa structure sur cette filière mise en place il y a 6 mois. M. Cathrinet a dressé un premier constat des rencontres qui ont déjà eu lieu avec plus de 60 agriculteurs de la région :

- Les profils des producteurs rencontrés sont diversifiés car certains ont recours à la vente directe alors que d'autres revendent aux filières. La réponse aux gros volumes implique une massification ce qui amène à différencier le "bio local" et le "bio industriel".
- La croissance du bio est de 20% par an en France. Les principales explications sont le rapprochement avec le consommateur, la différenciation avec les produits standard et l'image plus positive de la profession. Toutefois, la production est en retard par rapport à la demande d'où l'importation de produits dans la grande distribution.
- Les produits laitiers et productions maraîchères représentent la majorité des produits vendus en circuits courts. La viande et les produits transformés ont plus de difficultés à se développer.
- L'agriculture bio rattrape peu à peu son manque de compétitivité vis-à-vis de l'agriculture conventionnelle : baisse des coûts de production, hausse des rendements... La principale opportunité du bio réside dans le fait que l'agriculture conventionnelle est arrivée au maximum de sa productivité, ce qui laisserait de la place pour le développement de l'agriculture biologique où le niveau de recherche et d'accompagnement technique, peut lui, progresser.
- Le premier frein au développement du bio est le coût de production et donc le prix de vente.
- Un constat est également établi : en matière de circuits courts, il est difficile d'envisager des structures mixtes combinant bio et conventionnel car les finalités sont différentes par rapport au consommateur.

#### **Difficultés rencontrées et principales interrogations**

- L'approche de la thématique des circuits courts de commercialisation ainsi que de l'agriculture biologique est délicate à appréhender pour les agriculteurs des générations précédentes qui sont habitués à d'autres pratiques.
- Comment assurer une continuité de vente des produits ? Que propose-t-on en hiver ? A cette question, M. Cathrinet prend l'exemple de maraîchers et d'agriculteurs qui se sont associés pour assurer un relai entre productions maraîchères et légumes de pleins champs (avec une capacité de stockage).
- Les structures telles que les AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) sont-elles durables ? Parviennent-elles à fidéliser leur clientèle sur plusieurs années ? Les clients ne se lassent-ils pas de consommer régulièrement les mêmes produits ?

## Premières pistes de réflexion

### 1. Créer un Point de vente collectif (PVC)

- Définir un lieu de vente : sur Châlons ? dans une commune rurale ? lieu tournant ?
- Quelle animation pour ce lieu de vente ? (communication, activité, méthodes de vente)
- Les producteurs accepteront-ils de vendre leurs produits ensemble ? (concurrence, rupture du relationnel direct entre le producteur et le consommateur...)

### 2. Favoriser la création d'une AMAP.

- Les avantages : liens directs entre producteurs et consommateurs, engagement d'achat, possibilité de service à domicile (réduction de la mobilité d'une population vieillissante), sécurisation des revenus des producteurs, avance de trésorerie pour les exploitations, écoulement de l'intégralité de la production, baisse des coûts de production grâce à l'implication de bénévoles, diversification de la production...
- Les inconvénients : engagement financier non négligeable pour le consommateur (achat hebdomadaire sur 1 an), nécessité de savoir cuisiner les produits, lassitude des adhérents, ...
- Les difficultés : trouver des producteurs, proposer une offre de produits diversifiée (légumes, fruits, viandes, produits laitiers...), s'assurer de la durabilité du projet.
- Idées d'implantation : proposer différentes structures en adéquation avec les besoins des habitants, c'est-à-dire : une AMAP en milieu rural et une AMAP au sein de l'agglomération châlonnaise.

### 3. Mettre au point un plan de communication

- Diffuser la liste des producteurs locaux auprès des habitants (par l'intermédiaire du site Internet du pays par exemple).
- Tenir un stand sur la foire de Châlons pour promouvoir les circuits courts et les produits du Pays de Châlons.

## Objectifs

Pour la prochaine réunion, la commission s'est fixée comme objectifs de :

1. Continuer les recherches concernant les producteurs, les projets et la demande en matière de produits locaux et de circuits courts.
2. Répertorier les éléments de recherche.

Il est attendu, lors de la **prochaine réunion du 16 mai**, que chacun des membres puisse présenter un rapide bilan de ses recherches. Ceux qui le souhaitent peuvent transmettre leurs informations au fur et à mesure à l'animateur du conseil de développement à l'adresse suivante :

[g.jazeron@audc51.org](mailto:g.jazeron@audc51.org) ou par téléphone au 03.26.64.78.58.

Ceci permettra de fournir une liste des producteurs mise à jour lors de la prochaine réunion.

Par ailleurs, une réunion d'information sera organisée **le 6 juin à 18h**, salle Valmy. Cette réunion aura pour but de proposer une approche plus globale de la thématique des circuits courts et permettra de réunir différents acteurs impliqués de manière distincte mais complémentaire dans les circuits courts