

# Webinaire 30 janvier 2024

Circuits courts de proximité et projets alimentaires territoriaux : Zoom sur les activités du Réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie et de son partenaire TRAME



**BOUTIQUES  
PAYSANNES**

RÉGION OCCITANIE

Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes



# Programme du Webinaire

1° 14h-14h15 Présentation et attentes ↔

2° 14h15-14h35 Magasins de producteurs : Présentation des spécificités du réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie 

3° 14h35-14h50 A votre avis: quel rôle des magasins de producteurs dans les transitions alimentaires et dans les PAT? ↔

4° 14h50-15h05 Dynamiques de coopération nationale et projets autour du réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie 

5° 15h05-15h30 Echange/questions autour des dynamiques collectives de transition agricole et alimentaire dans vos territoires ↔

De 14h à 15h30



# 1° Présentation

**Votre nom, prénom**

**Votre fonction**

**Le PAT que vous représentez**

**1 mot sur vos attentes par rapport au  
webinaire?**



# Présents (18)

- Coralie Nivert, PAT Cèze Cévennes (30)
- Cécline Canale, PAT Département du Lot (46)
- Jean-Baptiste Massé, Parc naturel régional de l'Aubrac (12, 48 et 15)
- Cécile Piquemal, Métropole de Toulouse (31)
- Laurent Adjou, PAT Haut Allier (48)
- Yasmina Loiseau, PAT Grand Cahors (46)
- Marine Mertz , PAT Haute Vallée de l'Aude (11)
- Amélie Cabrol, PAT du PNRPA
- Stéphanie Machelart, PAT Alim d'Acqui (66)
- Alizée Vallé, PAT PETR Albigeois (81)
- Hélène Escassut, PAT Grand Figeac (46)
- Géraldine Caprani , PAT Pays Pyrénées-Méditerranée (66)
- Isabelle Terrasson, PAT Métropole de Montpellier (34)
- Louise Danizeau, PETR Sud Lozère (48)
- Florian Etien, apprenti à la Région Occitanie
- Nina Gibert, Animatrice FR CIVAM Occitanie
- Loic Jeanjean, Président du Réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie
- Flora Pélissier, Chargée de mission Transition Alimentaire TRAME , animatrice du Réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie

# Les attentes

- en savoir plus sur le fonctionnement du Réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie et les outils qu'il propose
- avoir une meilleure compréhension du fonctionnement de magasins de producteurs
- mieux comprendre la logistique
- avoir un panorama des actions menées par le réseau et des outils utiles dans l'accompagnement des circuits courts de proximité

## **Enjeux sur les territoires:**

- Territoire de forte production mais de faible consommation en local : enjeu de relocalisation de la consommation en local
- PAT CC Cèze Cévennes: Besoin en point de vente en produits locaux sur le territoire de la Com Com de Cèze Cévennes, et outils disponibles pour l'accompagnement des boutiques
- PAT du Grand Cahors: Construction d'une filière d'approvisionnement local en légumes, groupe de travail ayant pour l'objectif de lever les freins pour l'écoulement des produits en local. Etude sur les quantités locales de légumes consommés sur le territoire.
- PETR Albigeois: projet de montage de ferme agroécologique sur la zone de Cannebière, foncier agricole de la mairie. Diagnostic en cours, pas forcément de magasin de producteur en projet
- Pays Pyrénées Méditerranée: 2 projets de boutiques sur ce territoire

# Pour une agriculture multiple en transition, avec tous les actifs agricoles, en lien avec tous les acteurs du territoire.



- Encourager le maintien d'un tissu agricole vivant par tous les actifs (agriculteurs/trices et salarié.e.s), de tous horizons, engagés vers une agriculture respectueuse du vivant et multifonctionnelle
- Soutenir l'innovation collective avec tous les acteurs des territoires (public, économique, agricole, non agricole)

## Les pôles thématiques :

Transition humaine et organisationnelle (THEO)

Transition agroécologique et climatique (TRAEC)

Externalité positive (EXPO)

Transition alimentaire (TRALIM)

## ZOOM sur TRALIM :

- Accompagner les collectifs de vente en circuits-courts (émergence de projets, stratégie collective, relations humaines...)

- Accompagner les dynamiques de réseaux (mise en réseau, échange de pratiques...)

- Produire des connaissances spécifiques magasins de producteurs et circuits courts

# 2° Spécificités du Réseau des Boutiques Paysannes d'Occitanie



BOUTIQUES  
PAYSANNES

RÉGION OCCITANIE

Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes



# LES CIRCUITS COURTS, C'EST QUOI ?

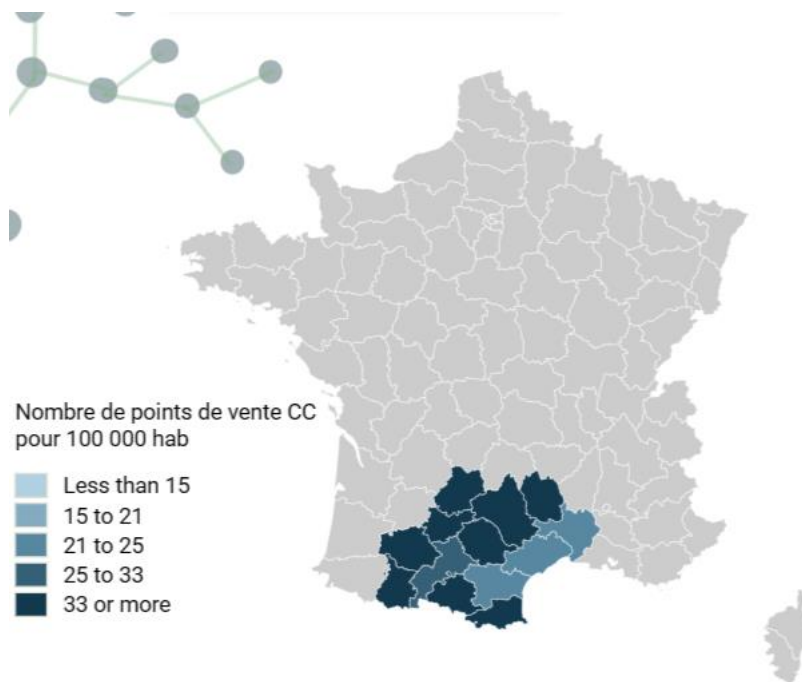
IL EXISTE UNE VINGTAINNE DE FORMES DE CIRCUITS COURTS. VOICI LES PLUS COURANTES.



\* Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne



## L'Occitanie, 2<sup>ème</sup> Région après la Nouvelle Aquitaine à avoir le plus de points de vente en circuits courts: environ 32 points de vente en circuit court pour 100 000 hab



### Nombre de point de vente en CC pour 100 000 hab.

France métropolitaine	19,94	13011
Nouvelle Aquitaine	32,73	1977
Occitanie	32,39	1939
Auvergne Rhône Alpes	21,81	1765
Île de France	10,17	1254
Grand Est	17,38	960
Provence Alpes Côte d'Azur	17,37	884
Hauts de France	13,97	835
Pays de la Loire	20,4	783
Bretagne	20,32	685
Normandie	20,66	683
Bourgogne Franche Comté	21,82	608
Centre Val de Loire	22,63	580
Corse	16,61	58

Clé de lecture : En France métropolitaine, on compte au moins 130111 points de vente inscrit dans les SAT., soit 19,94 points de vente pour 100 000 habitants.

# Magasins de producteurs de quoi parle-t-on?

**1978:** Création du premier point de vente collectif Uniforme en Rhône-Alpes

**2010 :** Note de service sur les points de vente collectif (remise directe) **abrogée**

**2014** 1<sup>er</sup> texte de loi Hamon pour défendre les initiatives de collectifs agricoles face aux dérives surfant sur l'image de vente directe

## **Article L. 611-8 du code rural**

Objectif: valorisation exploitation et terroir

1 groupement de producteurs locaux

Des produits bruts ou transformés de leurs propres exploitations

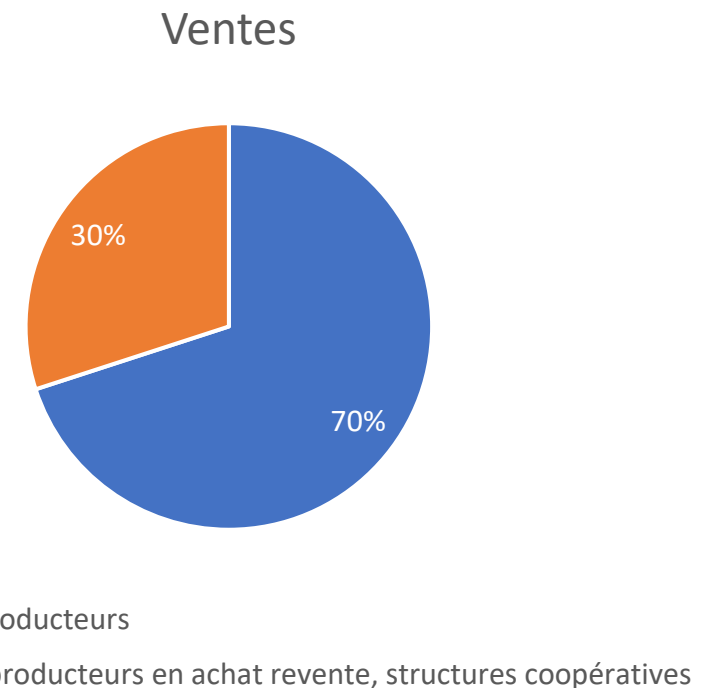
70% minimum des ventes réalisées =

produits des producteurs du groupement

30% = produits d' autres producteurs

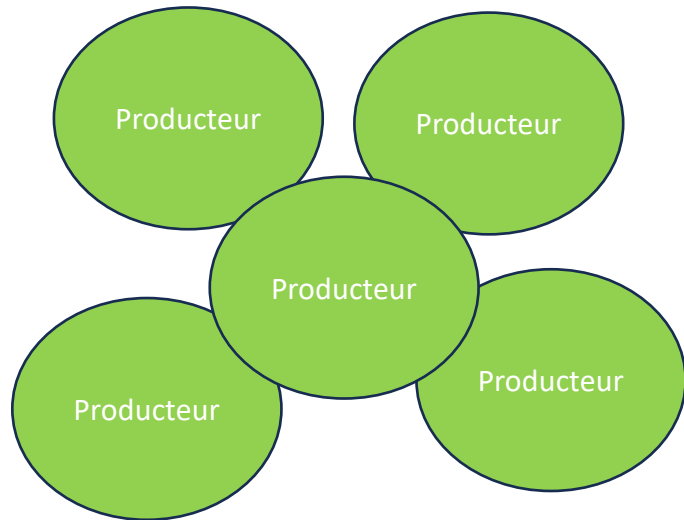
artisans alimentaires ou coopératives agricoles

Non respect de ces règles: pratique commerciale trompeuse



# Magasins de producteurs: de quoi parle-t-on?

Pour les 70% du volume de vente



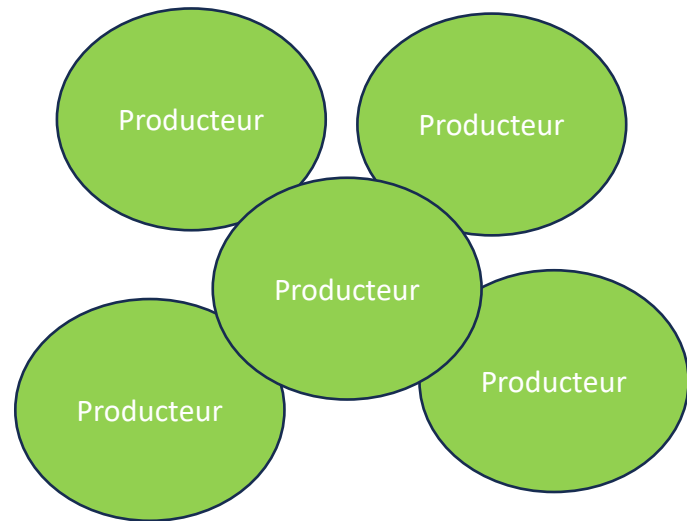
- La structure collective restitue les ventes aux producteurs
- Elle prélève une **commission de mise en marché** sur les ventes HT pour payer les charges de fonctionnement.



**Pas de transfert de propriété:  
Cadre de la remise directe**

# Magasins de producteurs: de quoi parle-t-on?

Pour les 30% du volume de vente

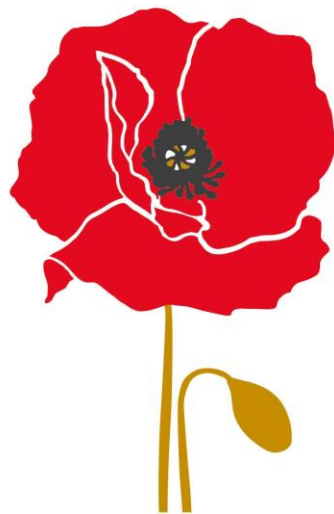


Transfert de propriété



- La structure collective restitue les ventes aux producteurs
- Elle prélève une **commission de mise en marché** sur les ventes HT pour payer les charges de fonctionnement.

RESEAU  
BOUTIQUES  
PAYSANNES  
D'OCCITANIE



BOUTIQUES  
PAYSANNES

RÉGION OCCITANIE

---

Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes

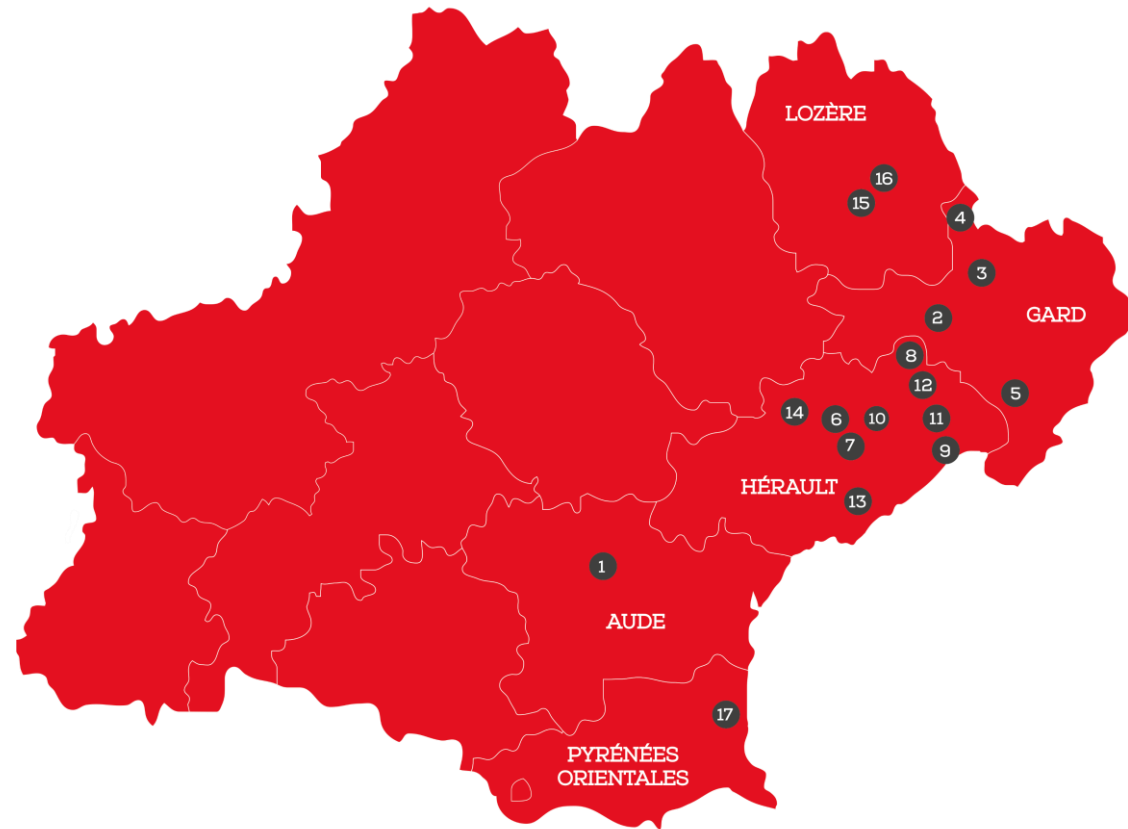


# Réseau des Boutiques paysannes d'Occitanie



**BOUTIQUES  
PAYSANNES**

Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes



## Aude (11)

1. LA BORIETA : 385, Bd Denis Papin  
11000 CARCASSONNE

## Gard (30)

2. ENTRE THYMET CHÂTAIGNE : 2 Place de la couronne,  
30170 ST HIPPOLYTE DU FORT  
3. LA FERME DU COIN : 1B Av. Marcel Cachin,  
30100 ALÈS  
4. LA LAUSETTE : 10 rue Pasteur,  
30450 GÉNOLHAC  
5. LA HALTE PAYSANNE : N°7 chemin des Moulins,  
30980 SAINT-DIONISY

## Hérault (34)

6. À TRAVERS CHAMPS : 6 Bd Montalanguie,  
34700 LODÈVE  
7. PAYSANS PRODUCTEURS : Place Marcel Gontier,  
34800 CLERMONT L'HÉRAULT  
8. AU GRÉ DES SAISONS : Av du Mont Aigoual,  
34190 GANGES  
9. SENTIERS DE CÉVENNES : 28 rue Paul Brousse,  
34000 MONTPELLIER  
10. ESCALE LOCALE : Zone commerciale Cosmo,  
Av Mendès-France, 34150 GIGNAC  
11. LOU PAISAN BIO : Place du Forum,  
34980 ST GELY DU FESC  
12. LA CABANE PAYSANNE : Chemin de la Liquière,  
34380 ST MARTIN DE LONDRES  
13. CHEZ LES PRODUCTEURS : ZA Les Rodettes,  
7 rue Alfred Maurel, 34120 PÉZENAS  
14. L'ESCALE FERMIÈRE : 6 rue Ferdinand Fabre,  
34240 LAMALOU LES BAINS

## Lozère (48)

15. CHEZ LES PAYSANS : 3 rue Théophile Roussel,  
48400 FLORAC-TROIS-RIVIÈRES  
16. LA MAISON DES PAYSANS DE LOZÈRE :  
Place René Estoup, 48000 MENDE

## Pyrénées-Orientales (66)

17. OH! DÉLICÉS PAYSANS : 8 Av de Vienne St Eugénie,  
66270 LE SOLER

# Historique du Réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie

---

**2000:** création de l'association du réseau, regroupant 5 points de vente collectifs du Gard

**2001:** élaboration de la 1<sup>er</sup> Charte

**2006:** plusieurs projets de créations de points de vente collectifs voient le jour, la dynamique de régionalisation prend forme.

**2016:** mise en place d'un système de certification pour garantir le respect de la Charte

**2021:** changement de nom pour « Réseau des boutiques paysannes d'Occitanie »

**2021:** partenariat avec TRAME



# Réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie

## Fonctionnement

---

**Objet:** accompagnement, la promotion et la conduite commune aux points de vente collectifs, l'aide à la création de nouveaux points de vente collectifs

Un réseau piloté par des **paysans et artisans** ( *CA composé de 2 délégués par boutique* )

1 Charte éthique fédératrice

**2 niveaux d'adhésions:**

-**Adhésion complète** respect Charte, marque, communication, services

-**Abonnement information veille juridique:** magasin de producteur n'étant pas dans la Charte

**Financement:** Cotisations et subventions Région Occitanie





# 1 Charte éthique, 1 marque, 1 cadre sécurisant

---

- L'absence d'achat-revente** (obligation de **contrats de mandat**): important pour garder les spécificités de la remise directe
- L'identité des membres (producteurs, agriculteurs, **artisans**, structures collectives)
- Présence obligatoire d'un producteur ou artisan** à la vente
- la transparence vis-à-vis des consommateurs
- la **gestion collective** de la boutique
- Produits locaux: dans un **rayon max de 100km** autour du magasin
- Communication autour du **logo Boutiques Paysannes**



BOUTIQUES  
**PAYSANNES**

RÉGION OCCITANIE

Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes



# Une boutique paysanne c'est quoi?

1 producteur présent à la vente  
(permanence à la vente)  
Des produits locaux (rayon max de  
100km) et de saison  
1 gestion collective et collégiale du  
magasin  
La transparence sur les produits  
L'inclusion des artisans

Pour mieux comprendre:

[Video](#)



# La boutique paysanne type

- Type de structure juridique: **association**
- Boutique en moyenne d'une superficie de **92m<sup>2</sup>**
- En moyenne avec un volume de vente annuel d'environ **500 000€**
- Boutique ayant en moyenne **32 apporteurs** dont **19 producteurs/artisans associés** et **12 dépôt-vendeurs**
- Pas ou très peu de salariés (moyenne de **0,5 ETP**)
- Située majoritairement en **Centre-bourg** ou **petite ville**



# Les actions du réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie avec ses adhérents

---



BOUTIQUES  
PAYSANNES

RÉGION OCCITANIE

---

Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes

# L'organisation de séminaires : l'échange d'expériences et de pratiques entre producteurs et artisans

1 séminaire par an

4 CA et 1 AG par an

Des groupes de travail thématiques



# L'accompagnement des collectifs: Formations, interventions, organisations d'ateliers, animation de groupe, accompagnement à l'émergence, diagnostics de boutiques



# Des outils de communication (supports ou évènements)

6<sup>èmes</sup> AUTOMNALES  
des Boutiques Paysannes  
du 9 au 15 Octobre 2023

La Région Occitanie  
Pyrénées - Méditerranée

**BOUTIQUES PAYSANNES**  
Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes

**Trame**  
La force d'un groupe



## Bienvenue dans notre boutique paysanne

Cette boutique est un collectif de paysans et artisans partageant les mêmes valeurs

Ici, vous êtes assurés d'être toujours accueillis par un producteur local.

Ici, vous garantissons la transparence, de la production jusqu'à la vente.

Ici, vous ne trouverez pas de tout, tout le temps, mais toujours des produits de saison provenant exclusivement de nos fermes et ateliers.

[www.boutiquespaysannes.fr](http://www.boutiquespaysannes.fr)

## LAURENCE BOURRY

### légumes et oeufs

**Des fermes et ateliers à taille humaine**  
En 2014, j'ai commencé avec 2500 m<sup>2</sup> de maraîchage. Au fil du temps, j'ai pu agrandir mon activité et je cultive désormais 2 hectares, en plus d'élever 240 poules pondeuses.

**Des pratiques de préservation de l'environnement**  
J'utilise des bâches biodégradables pour limiter le désherbage et l'évaporation de l'eau. Elles évitent que la terre soit à nue et maintiennent ainsi la vie du sol. Mes terres sont irriguées grâce à un système de goutte à goutte, ce qui me permet d'éviter de gaspiller de l'eau. Le fumier de mes poules fertilise mes planches et je cultive des engrais verts entre deux cultures. Par ailleurs, j'ai planté des haies en collaboration avec le parc national des Cévennes.

**Des pratiques garantes du bien-être animal**  
Nous avons un profond respect pour tous les animaux de la ferme grâce à qui nous pouvons vivre dignement du métier que nous aimons. Nous veillons à ce que nos animaux vivent dehors le plus souvent possible et lorsqu'ils sont à l'intérieur nous mettons à leur disposition des espaces suffisants et propres...

**Des producteurs rices indépendants**  
Je produis une grande diversité de culture, plus de 40 espèces différentes. Pour valoriser au mieux cette diversité et pour répondre à la demande locale, j'ai choisi de commercialiser en vente directe. De cette façon j'évite tout intermédiaire, ce qui me permet de mieux me rémunérer tout en gardant des prix raisonnables pour la qualité de mes produits.

**Des produits sains de qualité**  
Depuis mes débuts, je suis certifié AB sans aucun traitement chimique. Je consacre notamment une grande quantité de travail au désherbage de mes cultures. Cette tâche est particulièrement chronophage d'avril à fin juin. Pour mes poules, j'utilise une alimentation biologique produite localement en Lozère, garantissant la qualité des œufs qu'elles pondent.

**BOUTIQUES PAYSANNES**  
Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes

# Des outils de mutualisation





**3° Votre avis: rôle des  
magasins de  
producteurs dans les  
transitions alimentaires  
et dans les PAT?**



# Rôle des magasins de producteurs dans les transitions alimentaires et dans les PAT

- Essentiel pour les territoires
- Réseau
- Visibilité
- Entraide
- Lien avec les citoyens
- Soutien de l'économie locale
- Centralisation pour proposer une offre et gamme de produits plus complète
- Mutualisation (réduction des coûts)
- Lieu permanent de vente directe
- Valorisation locale et zone de chalandise (savoir capter la clientèle ex: touristes)

**Avis de Louise (en tant que consommatrice):** droit de veto de certains producteurs peut porter préjudice aux magasins de producteurs : offre moins complète. Plus une boutique est achalandée, plus elle est attractive pour les consommateurs.

# Rôle des magasins de producteurs dans les transitions alimentaires et dans les PAT

- Relocalisation de l'alimentation
- Débouché économique et rémunération juste des agriculteurs
- Pérennisation des fermes ou installation de nouvelles fermes
- Création de richesses sur le territoire ([impact économique](#))
- Lien direct producteur-consommateur
- Education alimentaire
- Reflet du patrimoine alimentaire et du terroir (produits locaux)

# 4° Les dynamiques partenariales et les projets impliquant le réseau Boutiques paysannes d'Occitanie



BOUTIQUES  
PAYSANNES

RÉGION OCCITANIE

Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes



# Les dynamiques partenariales et les projets impliquant le réseau Boutiques Paysannes d'Occitanie



Mise en réseau  
Vie associative  
Appui au collectif: vie de groupe,  
stratégie, relation humaine, base  
sanitaire et réglementaire, appui  
technique  
Accès financement CASDAR ONVAR  
Centre de ressources



# Le projet de coopération Magasins de producteurs 2023



Projet de  
coopération  
des magasins  
de producteurs



# Le groupe de travail national



## Valeur ajoutée

Règlementaire

Fiscale et juridique

Communication/marketing

Appui technique

Adhésion

Interconnaissance entre réseaux et partenaires accompagnant l'émergence de réseaux

Espace d'échanges et de partage d'informations

Interroger la pertinence d'actions communes et définir les moyens nécessaires à leur réalisation

# Groupe plaidoyer: rapprochement des réseaux au niveau national

**Groupe plaidoyer entre réseaux régionaux, dont l'ambition est de:**

- définir les **valeurs fondamentales** qui incarnent nos structures
- porter un **discours crédible et légitime** porté par des agriculteurs vers les institutions, les législateurs
- **ne pas s'opposer aux chartes et pratiques déjà existantes**, afin de se protéger de pratiques douteuses ou/et abusives
- promouvoir ce **mode de commercialisation collective en Circuit Court** porté par des collectifs d'agriculteurs autonomes.



# Accès à des données et des ressources

**FEUILLE DE CHOU  
NOVEMBRE 2021**



## ÉVALUER LE COÛT DE FONCTIONNEMENT DE L'ACTIVITÉ DÉCOUPE ET TRANSFORMATION DES VIANDES DANS VOTRE MAGASIN

Dans les magasins qui ont fait le choix de se doter d'un atelier de découpe ou transformation, la gamme des produits viande présentée en rayon boucherie traditionnel est plus variée et plus attractive. Ce rayon profite à tout le magasin. Il n'en reste pas moins qu'il mobilise une part importante des investissements et une équipe salariée conséquente. Au final il coûte ! Les éleveurs utilisateurs de l'atelier, contribuent au financement de son activité avec un complément aux commissions sur les ventes. Ce numéro vous guide dans la méthode qui vous permettra d'évaluer l'équilibre entre recettes et dépenses de cette activité.

Les Feuilles de chou sont une publication conjointe de :



**AFIPaR**  
www.afipar.org  
@Elisabeth.Marchand  
elisabeth.marchand@orange.fr

**Trame**  
La force d'un groupe  
www.trame.org  
@Agnès.Cathala  
agnes.cathala@trame.org

**terre d'envies CEGAR**  
cecaris.couvst  
www.cegar.fr  
@Aurélie.Long  
aurelie.long@cegar.fr

Le Cellier des Montagnes - Lapoutroie (68)

**Trame**  
La force d'un groupe

Numéro 11 -  
Printemps 2023

Trame accompagne les collectifs agricoles

## LE MAG' DES MAGS

La lettre d'information de Trame sur les magasins de producteurs



Depuis 2012, Trame accompagne les magasins de producteurs dans plusieurs régions. Par cette lettre d'information, nous partageons nos ressources et nos travaux sur cette thématique et vous présentons des initiatives et autres informations repérées sur le terrain.

L'équipe « Transitions alimentaires dans les territoires »

Nos coordonnées



**BOUTIQUES PAYSANNES**  
L'association des boutiques paysannes  
renforce par leurs réseaux

**RÉSEAU des MAGASINS de PRODUCTEURS**  
Provence-Pièdes d'Aix

**AMPF**  
Hauts-de-France

1

# Magasins de producteurs offre de formation et accompagnement par TRAME



# Magasins de producteurs offre de formation et accompagnement par TRAME

**Stratégie collective** (cohésion de groupe, co-construction de la stratégie collective, analyse de l'environnement socioprofessionnel, révision réajustement de la stratégie collective)

**Cadre réglementaire** (concepts de magasins de producteurs et cadre réglementaire, Démarches administratives, hygiène, traçabilité et sécurité alimentaire, réglementation commerciale)

**Stratégie économique du magasin** (estimation dimensionnement économique du magasin, gamme de produits et approvisionnement du magasin)

**Juridique et fiscal** (aide à la rédaction du règlement intérieur, choix du statut, contrats de mandat)  
Fonction employeur (fiche de poste, mise en place d'un DUER, etc)

**Partenariats et financements**

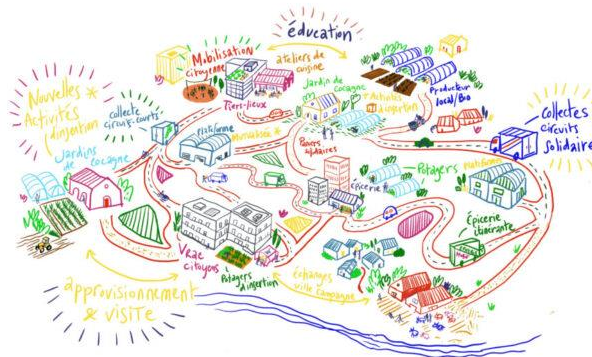
**Aménagement du magasin et sécurité**

**Communication et action commerciale**

# Projets autour de l'accessibilité à l'alimentation



## Territoires à VivreS



Un projet du collectif Accès digne à l'alimentation



**BOUTIQUES  
PAYSANNES**  
RÉGION OCCITANIE  
Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes

# Projets sur les impacts des circuits courts

## Projet impact économique Leader (Trame-Inrae) en 2021

Etude menée dans le Lubéron auprès de 5 magasins

Objet: mesure de l'impact économique des magasins de producteurs

Moyens: calcul du coefficient d'achat multiplicateur local

[Lien](#) vers la vidéo

450 magasins de producteurs



**Dans la continuité de ce projet:**

**Projet inter-onvar IMPACT** visant à mesurer les impacts des circuits courts de proximité sur les territoires afin d'outiller les agriculteurs et les acteurs territoriaux dans la relocalisation de l'et de l'alimentation et d'en faciliter son déploiement

**TRAME, Réseau Civam, la Coopération agricole, MIRAMAP, Terres en Ville**

Projet de recherche **Plat4terfood**

# RECOLTERA REussir COLlectivement la Transmission Et les Relations en Agriculture

**Projet multi-partenarial piloté par TRAME (INTER AFFOG, FADEAR, FRCUMA, RENETA, GAEC et SOCIETE, Réseau CIVAM, LCA, Gaec et Sociétés, Service de remplacement, Accueil paysan)**

**Objectif:** Répondre au défi du renouvellement des générations, avec une entrée peu étudiée jusque-là : la **transmission au sein des collectifs à vocation économique** pour assurer leur pérennité ; et les conditions favorables à la reprise des exploitations agricoles par des collectifs d'agriculteurs.trices.

- Caractériser les spécificités de transmission de collectifs à vocation économique
- Identifier les clés de réussite de cette transmission
- Préconisations de montées en compétence des accompagnateurs et agriculteurs

# Projet 4C Commercialisation collective en circuits courts

**Etude-action sur les dynamiques de développement des formes collectives de vente en circuits courts dans la Métropole Aix-Marseille Provence.**

**Objectifs :**

- Identifier et caractériser les magasins de producteurs et autres lieux de vente similaires
- Identifier des collectifs émergents d'agriculteurs souhaitant se structurer pour commercialiser en circuits courts sur ce territoire.
- Etudier les zones potentielles de nouvelles installations sur ce territoire,
- Clarifier les rôles et les compétences des structures accompagnatrices et étudier les synergies possibles



# Projet sur la porte du Hainaut (59)



**La Porte du Hainaut**  
Communauté d'Agglomération

Accompagnement à la mise en place du PAT en émergence sur 3 volets

**-Elaboration d'un schéma de gouvernance du PAT** : appui à la définition des espaces de travail, des interrelations entre les groupes et des modalités de construction et de validation des décisions, conseil et appui à l'équipe technique sur les freins et leviers aux processus coopératifs

**-Montée en compétence sur des processus de coopération** : appui à la montée en compétence d'un groupe ressources (groupe multi-acteur moteur de la dynamique) sur des sujets d'émergence de projets et d'animation en intelligence collective

**-Evaluation du processus de coopération mise en œuvre**: posture de tiers-veilleurs garant des conditions de mise en œuvre de la coopération, révélation des freins et leviers à la dynamique participative



# 5° Echange questions autour des dynamiques collectives de transition agricole et alimentaire dans vos territoires



# Partage d'expérience sur des:

## Projets de magasins ou magasins de producteurs

### -PAT Cèze Cévennes:

Etude de faisabilité sur l'approvisionnement en demi-gros de la restauration collective

Idée de créer une boutique de

Réseau bien rodé, vrai accompagnement, tous les points à litiges

### -PAT Pays Pyrénées Méditerranée

Deux projets de boutiques à Saint Genis de Fontaine et à Céret

### -PAT Grand Cahors

1 projet de magasin de produits locaux,

1 magasin de producteurs qui a fermé pour des raisons de facteur humain

## Comment émergent les projets et comment sont-ils accompagnés?

Démarche bottom-up, collectifs de producteurs présents : facilitent le projet.

Exemple de l'initiative de la Halte paysanne boutique paysanne à Saint Dionisy projet impulsé par la collectivité et ayant réussi car groupe d'agriculteurs motivés.

## Quel rôle peut avoir l'animateur PAT pour l'accompagnement de projets de boutiques?

Être à l'écoute des besoins des agriculteurs, parler du concept de magasins et du réseau et en parler autour de nous,

Collectivités mettent à disposition des moyens financiers et facilitent l'installation de ce type de structures

- **Concurrence et boutiques de producteurs avec d'autres magasins?**

La concurrence est bonne, au contraire!

Mieux vaut 1 boutique avec un groupe qui s'entend et

La vraie concurrence c'est plus la grande distribution

Boutique Oh Délices Paysans (Le Soler) , boutique constituée par un collectif d'agriculteurs qui fonctionne bien

- **Comment impliquer les collectifs d'agriculteurs dans les PAT et faire davantage de lien?**

Si il y a un besoin de terrain exprimé, les agriculteurs s'impliquent:

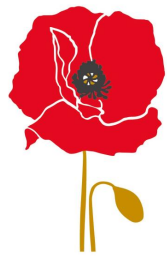
Ex: pôle foncier pour la préservation des terres, gestion de l'eau, boutiques de producteurs est une demande, projet d'atelier de transformation,

- **Problématiques rencontrées dans la mise en place de magasins de producteurs**

PAT Cèze Cévennes: territoire rural (essentiellement de production), absence d'outils pour les éleveurs (abattoir, atelier de découpe, atelier de transformation), sans ces outils-là, le magasin est plus difficile à mettre en place. Logistique complexe (déplacements dans d'autres départements).

Propriété agricole achetée par la commune, boutique et atelier de transformation attenant (paysan-boulangier). Financements de frais d'investissement et de frais de fonctionnement par la Région Occitanie.

# Merci pour votre attention.



BOUTIQUES  
**PAYSANNES**

RÉGION OCCITANIE

Produits de nos fermes et ateliers,  
vendus par nous-mêmes



**PAT** OCCITANIE



## Contacts:

**Flora Pélissier**

**Animatrice TRAME animatrice du Réseau  
Boutiques Paysannes d'Occitanie**

[f.pelissier@trame.org](mailto:f.pelissier@trame.org)

**Loic Jeanjean**

**Président du Réseau Boutiques Paysannes  
d'Occitanie**

[occitanie@boutiquespaysannes.fr](mailto:occitanie@boutiquespaysannes.fr)

