

Trophées de l'Agritourisme → L'édition 2012 de ce concours a récompensé des lauréats passionnés dans une activité qui prend son essor.

Un secteur en plein développement

Une information de la Chambre régionale d'agriculture :

Organisés par les Chambres régionales et départementales d'agriculture et le réseau "Bienvenue à la Ferme", Les Trophées de l'Agritourisme ont été remis le 31 mai à la mairie d'Uzès en présence de Guy Giva, président de la Chambre régionale d'agriculture, de Fabrice Verdier, vice-président du Conseil régional et président de la Commission Agriculture, de Dominique Granier, président de la Chambre d'agriculture du Gard, et de Claude Vassail, président de la Commission Agritourisme-circuits courts de la Chambre régionale.

L'objectif de ces Trophées de l'Agritourisme est de valoriser les initiatives, favoriser les échanges d'expériences et améliorer la professionnalisation en partenariat avec les acteurs du tourisme. Il est à noter que le Languedoc-Roussillon est la seule région de France à avoir mis en place un tel concours, prouvant qu'agritourisme et circuits courts constituent désormais un complément essentiel de l'activité agricole de notre région.

Une nouveauté cette année : le concours était, pour la première fois, ouvert aux circuits courts (ven-

te directe du producteur au consommateur ou avec au maximum un intermédiaire). Rendez-vous en 2014 pour la 4^e édition des Trophées de l'Agritourisme. Gageons que d'ici là les prétendants seront toujours plus nombreux pour des initiatives toujours plus originales.

Les lauréats 2012

Les Trophées ont récompensé les initiatives des candidats dans quatre catégories. Chaque lauréat s'est vu remettre un chèque de 1 000 €, un an d'abonnement au magazine La Lettre T et bénéficiera d'un week-end Loisirs.

Le prix spécial "Bienvenue à la Ferme", récompensant le meilleur ambassadeur du réseau pour son engagement et le respect des valeurs, a permis d'offrir une nuitée avec dîner gastronomique dans un hôtel membre du Cercle Prestige et un week-end loisirs.

Catégorie Innovation. "Qu'il est bon votre lait !" Lauréat, Stéphane et Christèle Lhomel, producteurs laitiers à Payras-sur-Viers (11). Développement d'un concept inédit pour vente de lait cru frais, comme à la ferme. Réseau Bienvenue à la Ferme.



2^e, Emile Pautou, maraîcher bio à Montolieu (11). Mise au point d'un distributeur automatisé et climatisé de légumes.

Catégorie Communication 37 000 visiteurs par an : quel est le secret ?

Lauréat, Joseph Planes, production et vente d'huile d'olive bio à Millas (66). Lancement d'une ambitieuse campagne de communication, du

local à l'international. Réseau Bienvenue à la Ferme.

2^e, Yves-Elie Laurent, apiculteur traditionnel au Pont-de-Montvert (48). Organisation de visites de ruchers troncés, ateliers contés, conférences, émissions de radio, animations pédagogiques autour de l'abeille, des ruches et du miel.

Catégorie Environnement/ Développement Durable Des noisettes pour des fleurs Lauréat, Alain Dediès, exploitant agricole noisetiers à Villesèquelande (11). Valorisation des coques de noisettes en paillis de jardin.

2^e, Philippe d'Allaines, vigneron à Villeveyrac (34). Pratiques agricoles et activités diversifiées (histoire, vin, gastronomie, culture) intégrant le parfait respect de l'environnement de ce site d'exception qu'est l'Abbaye de Valmagne.

Catégorie Partenariat/ Actions Collectives De vrais pros autour du cheval et de l'âne

Lauréat, Patrick Viala, président de l'association Ataca Languedoc-Roussillon. Création d'un réseau permettant d'accéder à une offre claire et exhaustive de produits touristiques autour du cheval et de l'âne.

2^e, François Teisserenc, Domaine de l'Arjolle à Pouzolles (34). Organisation de journées axées sur des balades dans les vignes avec retour au domaine où un accord mets/vins est proposé en partenariat avec des grands chefs régionaux. Prix spécial "Bienvenue à la Ferme"

Des abeilles vieilles de 14 000 ans Lauréat, Yves-Elie Laurent, apiculteur traditionnel au Pont-de-Montvert (48).

Organisation de visites de ruchers troncés, ateliers contés, conférences, émissions de radio, animations pédagogiques autour de l'abeille, des ruches et du miel.

■ Cerfrance Méditerranée

Aller à la rencontre des clients : vendre sur les marchés

Une information de Cerfrance Méditerranée :

Après quelques années de déclin, la vente sur les marchés semble retrouver un certain regain. De plus on plus de communes réhabilite ce mode de commercialisation et certains agriculteurs sont intéressés par ce style de vente directe. Quelles sont les clés de la réussite pour bien vendre sur les marchés ?

Avant de se lancer

La concurrence reste rude, les cadences des journées sont épuisantes. Le marchand ambulant doit choisir son ou ses marchés en fonction des critères suivants :

- Les ressources de la clientèle du quartier ou de la clientèle occasionnelle : chaque marché a sa clientèle avec ses variations saisonnières sur les sites touristiques.

- Les infrastructures (branchements électriques, eau, sanitaires, parkings et commerces à proximité).

- L'organisation du marché lui-même, les horaires, les concurrents potentiels.

- Les places disponibles, réservées.

Puis évaluer l'intérêt économique de ce choix. Quel sera le temps à passer pour chaque marché ? Prenons l'exemple d'un marché de trois à quatre heures de vente de légumes. Il faut compter une heure ou deux de préparation, le temps de déplacement, une heure et demie de déballage et d'installation, le même temps pour le remballage et le retour.

Soit un total de plus de huit heures à deux personnes.

Autre question à se poser : quel chiffre d'affaires espérer ? Le chiffre d'affaires de chaque marché est variable selon le produit vendu et différents paramètres comme le temps, la météo qui incite les chalandis à venir ou non au marché, la présence ou non de certains "concurrents". Dans notre exemple de vente de légumes, le chiffre d'affaires peut ainsi varier de 300 € à 1 200 € par marché sachant que la marge moyenne est de 35 à 40 %. Cette marge sert à couvrir les frais spécifiques : frais de place, énergie, main-d'œuvre, matériel... Autant dire que certains marchés sont à perte, mais il faut être présent.

Après le démarrage de l'activité, quelles sont les clés de la réussite ? La régularité est un facteur clé important : avec le temps, les acheteurs prennent leurs habitudes et reviennent régulièrement. Si la présence est inconstante, le chiffre d'affaires s'en ressentira rapidement. Même si certains jours, selon les conditions météo, les perspectives de ventes paraissent faibles, il faut tenir sa place.

L'emplacement. Sur les marchés importants, le rôle du placier est incontournable. La régularité permet peu à peu de pouvoir bénéficier d'un emplacement plus favorable et stable, donc générateur de chiffre.

La qualité est un autre facteur clé, notamment en commerce alimentai-

re, ou pour des produits périssables comme l'horticulture.

Le prix. Depuis deux ans, les producteurs vendeurs constatent que les clients font de plus en plus attention au prix, et la crise actuelle va encore renforcer cela. Pensez aussi à regarder les prix moyens pratiqués sur le marché pour ajuster les vôtres. La flexibilité. La tendance est aux petites quantités, les ventes en lot perdent du terrain : il faut savoir répondre à cette demande, accepter de vendre à l'unité.

Le bilan régulier. Après une présence de plusieurs mois, il faut prendre le temps de faire un bilan, pour décider de poursuivre ou non sur ce marché, développer sur plusieurs marchés ou arrêter. Le bilan comporte plusieurs facettes. Commerciale : mes produits sont-ils adaptés ? Faut-il élargir ma palette ? Économique : quelle rentabilité ai-je obtenu ? Humaine : mon temps de présence conforte-t-il mon exploitation ou est-il préjudiciable au reste de mes activités ?

La vente sur les marchés est un pari pour le développement de son exploitation, il est donc nécessaire de bien en mesurer, avant et pendant, les enjeux et les conséquences pour prendre les bonnes décisions. Mais ce qui est certain, c'est l'enrichissement humain retiré de ce mode de commercialisation. ■

Service Conseil
Cerfrance Méditerranée,
conseil@midimed.cerfrance.fr

■ FRSEA

Lettre ouverte au ministre : eau, climat, Feader

La FRSEA nous communique cette lettre ouverte de son président Michel Pontier au ministre de l'Agriculture, Stéphane Le Foll :

"Monsieur le Ministre, le 15 juin aura lieu le Comité Spécial de l'Agriculture (CSA), dont le thème sera le développement rural.

Nous nous permettons donc de vous sensibiliser sur trois orientations relatives à ce volet de la future Pac 2014-2020 qui sont essentielles pour l'avenir des exploitations de la zone méditerranéenne.

La première orientation concerne l'accès à l'eau d'irrigation pour les producteurs de ces zones. En effet, l'eau est un intrant dans le Sud-Est, comme le précise l'expertise collective Inra à ce sujet dès 2006. Nous devons être en capacité de pouvoir créer de nouvelles unités de stockage.

La seconde orientation est la reconnaissance de la contrainte du climat

méditerranéen, non pas seulement dans le cadre du Feader, mais aussi dans le cadre du premier pilier de manière obligatoire et non optionnelle. Un certain nombre de pays de l'Europe du Sud et/ou de régions ont été et seront dans l'incapacité d'apporter un co-financement au Feader, y compris pour la lutte contre le changement climatique. Il est donc primordial de préserver une enveloppe ad-hoc spécifique et obligatoire dans le premier pilier pour ce volet, pour permettre un développement territorial équilibré au sein de l'Union européenne et de la France.

La troisième orientation concerne l'enveloppe Feader attribuée au Languedoc-Roussillon. Le PIB de notre région se situe entre 70 % et 90 % du PIB moyen de l'UE 27. Afin de rattraper ce retard, le retour en Feader pour le Languedoc-Roussillon doit être plus conséquent et passer de 50 % à 70 % voire 75 %. Dans l'attente..." ■