



GIEE PACK'A PPAM

Etat des lieux initial des systèmes de production et construction de pistes d'action pour les faire évoluer

Comment les producteurs du GIEE PACK'A PPAM ont – ils adapté leurs systèmes de production, transformation et commercialisation au cours du développement de leur exploitation ?



Table des matières

I - Présentation du GIEE PACKAPPAM.....	4
II - Resituer l'importance des diagnostics d'exploitations pour le GIEE.....	4
III - Création d'un questionnaire.....	4
IV - Déroulement des entretiens.....	5
V - Analyse comparée des différents fonctionnements.....	5
A - Profil des membres du GIEE.....	5
1) <i>L'exploitation</i>	5
2) <i>L'agriculteur</i>	8
B - Analyse économique.....	12
1) <i>Chiffre d'affaires</i>	14
2) <i>EBE</i>	14
3) <i>Investissements</i>	14
C - Système de commercialisation.....	16
1) <i>Description des modes de commercialisations</i>	17
2) <i>La fixation des prix</i>	26
3) <i>Communication : promotion des produits et de l'activité agricole</i>	27
4) <i>Description de la clientèle</i>	29
5) <i>Satisfaction des producteurs sur leurs modes de commercialisation</i>	30
6) <i>Intérêt du GIEE : Vers une commercialisation commune ?</i>	32
D - Système de production.....	38
1) <i>Surface</i>	39
2) <i>Espèces</i>	40
3) <i>Matériel</i>	45
4) <i>Itinéraires techniques globaux</i>	49
E - Système de transformation.....	57
1) <i>Transformations</i>	57
2) <i>Conditionnement</i>	58
3) <i>Intérêt du GIEE</i>	60
F - Diagnostic social.....	62
1) <i>Temps et charge de travail</i>	62
2) <i>Organisation du temps de travail</i>	62
3) <i>Satisfaction</i>	63
4) <i>Astuce de gain de temps</i>	63

5) <i>Relation avec d'autres agriculteurs</i>	64
VI - Bilan des activités agricoles du GIEE.....	64
A - Comment évaluer la viabilité d'un système ?	64
B - Freins et forces des systèmes généraux de production de PPAM	66
C-Retour des producteurs.....	68
D- Synthèse des potentiels projets communs dans le GIEE	69
VII. ANNEXES.....	69
<i>Annexe 1 : Liste des plantes cultivées et cueillies par le GIEE</i>	69
<i>Annexe 2 : Liste de la somme des surfaces par espèces, pour certaines espèces</i>	74

I - Présentation du GIEE PACKAPPAM

Le GIEE PACKAPPAM est créé par un groupe de producteurs de PPAM bio de PACA, il est animé par Agribio04, et prend effet en juillet 2020, jusqu'en août 2023. Un GIEE est un Groupement d'Intérêt Economique et Environnementale, c'est un projet sur plusieurs années, reconnu par l'Etat et qui met en place des actions, qui peuvent être de nature très différente, pour développer l'activité de ces producteurs. Ce GIEE regroupe une trentaine d'agriculteurs, producteurs ou porteurs de projet en PPAM réparti sur l'ensemble du territoire PACA. Ce GIEE a pour but d'accompagner ces agriculteurs et porteurs de projet dans leurs activités et ainsi développer la filière Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales sur des petites surfaces diversifiées et certifiées Bio.

Ce projet sur 3 ans, permettra, par diverses actions, d'améliorer la viabilité économique des exploitations, d'optimiser le travail et sa gestion tout en préservant la diversité des milieux ainsi que la biodiversité qu'ils renferment. Tout cela permettra aussi la mise en place d'un réseau dynamique d'agriculteurs, animé par des échanges de savoirs, de techniques et par l'entraide.

II - Resituer l'importance des diagnostics d'exploitations pour le GIEE

La première action mise en place pour connaître les exploitations qui composent le groupe est de réaliser un état des lieux initial des systèmes de production, de transformation et de commercialisation et d'envisager à partir de ceux-ci, des pistes d'actions pour améliorer la viabilité de chaque exploitation. Ainsi, un diagnostic est réalisé pour chacune des fermes, ce qui fera l'objet de ce document. Au terme de ces diagnostics individuels, les résultats sont ici analysés et présentés sous forme de synthèse comparative aux membres du GIEE lors d'une réunion.

Ces diagnostics constitueront une base commune de réflexion pour les membres du GIEE, qui partagent différentes visions de leurs activités. Ils permettront d'avoir une vision globale de l'ensemble des exploitations et ainsi de cibler les actions à développer pour s'améliorer.

Cette étape de réalisation de diagnostic a été confié à Pimprenelle, stagiaire au sein d'Agribio04, sous la tutelle de Mégane Véchambre.

III - Création d'un questionnaire

Pour ces diagnostics, il a fallu dans un premier temps réaliser un questionnaire cohérent permettant de recenser les besoins et les envies des membres du GIEE. Après un sondage lors de la réunion de lancement, Mégane Véchambre a noté que les agriculteurs n'étaient pas intéressés par des diagnostics technico-économiques, tel que IDEA. Il leur fallait un outil plus adapté, dont ils pourraient vraiment se servir. Il est ressorti de cette réunion qu'il fallait davantage cibler les enquêtes sur les stratégies de commercialisation et d'organisation interne du travail. La question de la mutualisation est aussi revenue plusieurs fois.

Il a donc fallu dans un premier temps essayer de trouver un outil correspondant aux attentes des producteurs. Après plusieurs tests simples avec l'outil Trajectoire Bio, utilisé pour des exploitations en maraichages en bio, nous avons choisi de construire notre propre outil de diagnostic.

Pour cela, nous nous sommes appuyés sur beaucoup de bibliographie et de travaux similaires réalisés ailleurs en France, notamment dans le Pays de la Loire et en Normandie. Nous avons aussi repris des thèmes abordés dans l'outil Trajectoire, pour finalement obtenir un questionnaire composé de 4 grandes parties.

IV - Déroulement des entretiens

Les entretiens se sont déroulés, pour la plupart entre février et mars. Lors de l'entretien, la prise de note se faisait directement sur le questionnaire, permettant facilement après de retranscrire toutes les données dans un gros tableau Excel, comparatif de tous les agriculteurs. Les rendez-vous, qui pour la plupart étaient en présentiel, ont duré entre 2 et 3h30 en moyenne.

33 producteurs ont pu être interrogés pour cette enquête, dont 25 membres officiels du GIEE et 6 porteurs de projets. Irène Wipf n'a pas pu être interrogée car elle n'a pas continué son activité après son installation pour l'instant, Jean Luc Barroyer, Joëlle et Pascal Delozier et les autres n'ont pas pu être interrogés par manque de temps.

V - Analyse comparée des différents fonctionnements

Etant donné les disparités de développement et d'organisation entre les fermes du GIEE en cours d'installation et celles installées depuis plusieurs années, certaines données sont très différentes. Plusieurs fois, les agriculteurs n'ont pas été en mesure de fournir la totalité des informations demandées comme les données économiques, pour des agriculteurs très récemment installés. Afin d'analyser les données le plus pertinemment possible, il a donc fallu faire des choix concernant quels résultats représenter et comment, et quels résultats non significatifs retirer de l'étude.

A - Profil des membres du GIEE

1) *L'exploitation*

a. *Le nombre d'années d'activité des fermes du GIEE*

Les dates d'installations des membres du GIEE remontent plus ou moins loin dans le temps.

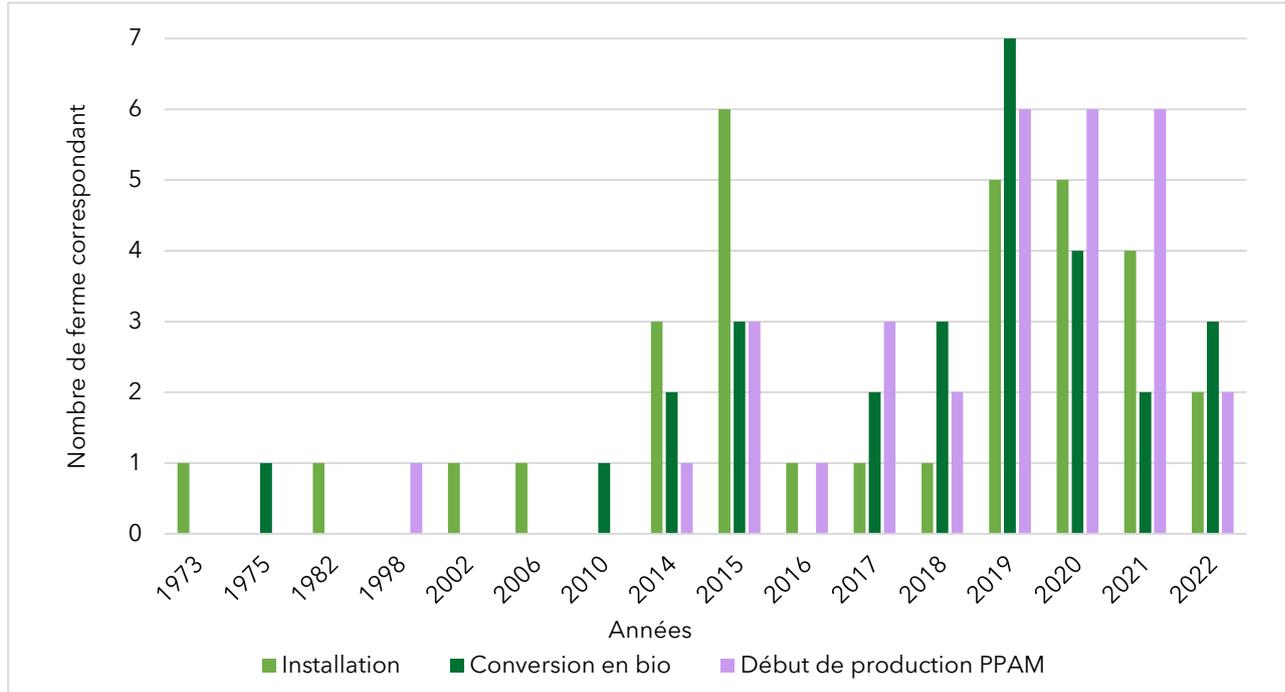


Figure 1 : Installation et évolution des fermes du GIEE

Malgré le fait que certaines exploitations soient assez anciennes, l'activité PPAM chez la plupart d'entre elles est assez récente. Pour 20 fermes du GIEE sur les 33 enquêtées, les PPAM sont l'activité principale dès l'installation.

b. Environnement des exploitations

Le climat est provençal sur la majorité des exploitations du GIEE : des hivers doux et courts, des printemps avec quelques précipitations soudaines et un peu de gel, des été très chauds et secs et des automnes longs avec parfois beaucoup de pluie. Il peut y avoir des variations localement, dans les Alpes par exemple, où le climat est plus froid.

Les sols sont de natures diverses : limoneux, argileux, sableux ou calcaire selon si l'exploitation se trouve sur les rives de la Durance, en altitude, en garrigue, dans une plaine. Selon les exploitations, il y a un réel problème de manque d'eau, soit par un problème d'accès à l'eau, soit à cause de la sécheresse. De nombreux sols sont pauvres et caillouteux avec peu de matière organique (MO). L'ensoleillement est généralement bon.

Les principales contraintes de ce climat provençal sont :

- Le gel
- Le manque d'eau
- Le sol calcaire et caillouteux

Mais le milieu est plutôt propice à la culture de PPAM, qui sont souvent choisies en fonction des conditions pédoclimatique de la parcelle. Certains producteurs ont des difficultés particulières, après avoir récupérés des terres très enherbés, qu'ils n'ont pas assez nettoyé ou très compact. En effet, il est important, en arrivant sur une parcelle, qu'elle soit en friche ou avec beaucoup d'adventices, de la « nettoyer » : débroussailler s'il le faut, et laisser le sol le plus propre possible par du désherbage. Attention à ne pas labourer trop vite, pour pouvoir détruire toutes les graines qui auront germé. Il est

conseillé de semer un engrais vert, une légumineuse de préférence pendant au moins 2 ans avant de commencer à cultiver la parcelle.

c. Type de produits finis

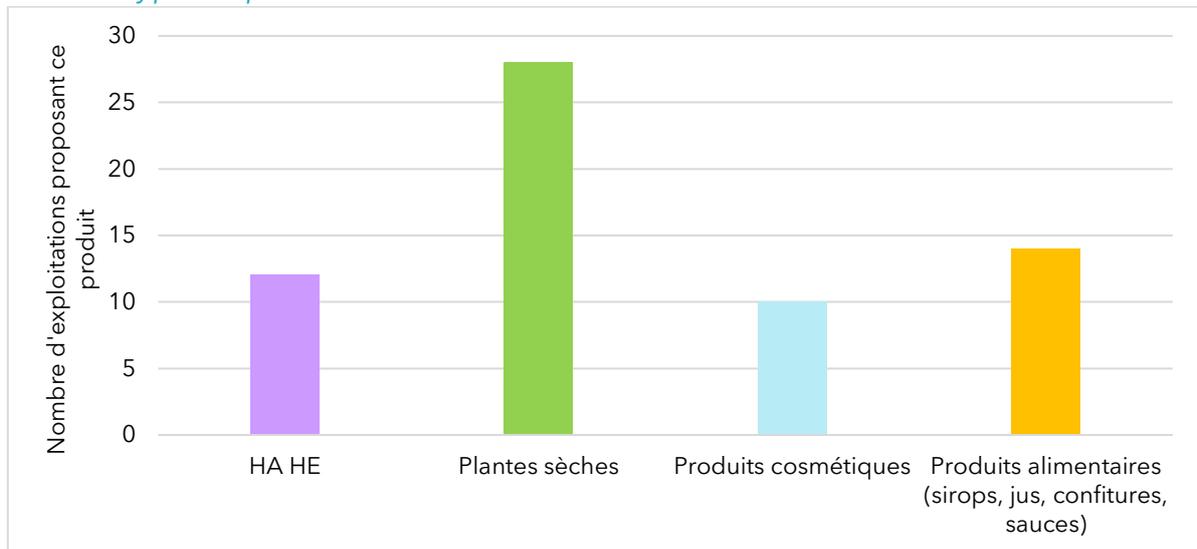


Figure 2 : Les différents types de produits proposés - HE : Huiles Essentielles, HA : Hydrolats

85% des personnes enquêtées produisent des plantes sèches, que ce soient des tisanes ou des aromates. Chez beaucoup de producteurs, la production de plantes sèches est dans un premier temps la plus pratique à mettre en place. Par la suite, ils développent plusieurs produits, qui demandent davantage d'étapes de transformation (HE, cosmétiques...) en continuant leur activité de séchage à côté, avec moins d'ampleur. Les sirops et les confitures sont aussi des produits « simples » vers lesquels s'orientent beaucoup de producteurs en début d'activité. Ils sont aussi bien valorisés à la vente.

Selon les projets de chacun, les choix de productions sont différents. Les personnes intéressées par la cosmétique, à long terme, commencent souvent par des produits de type alimentaires comme des sirops ou des confitures, ou même par des baumes dont il est relativement « simple » de maîtriser la production, car ils ne contiennent pas d'eau. Puis ils peuvent se diversifier dans des produits dont la fabrication est plus technique, comme des crèmes, et peuvent aussi produire eux-mêmes les huiles essentielles qu'ils utiliseront pour cette fabrication.

3 personnes produisent exclusivement des produits alimentaires issus de PPAM. Plusieurs producteurs en début d'activité prévoient de faire de nombreux types de produits différents, et se laisser le temps de choisir ce qui leur plaît le plus et ce qui se valorise le mieux.

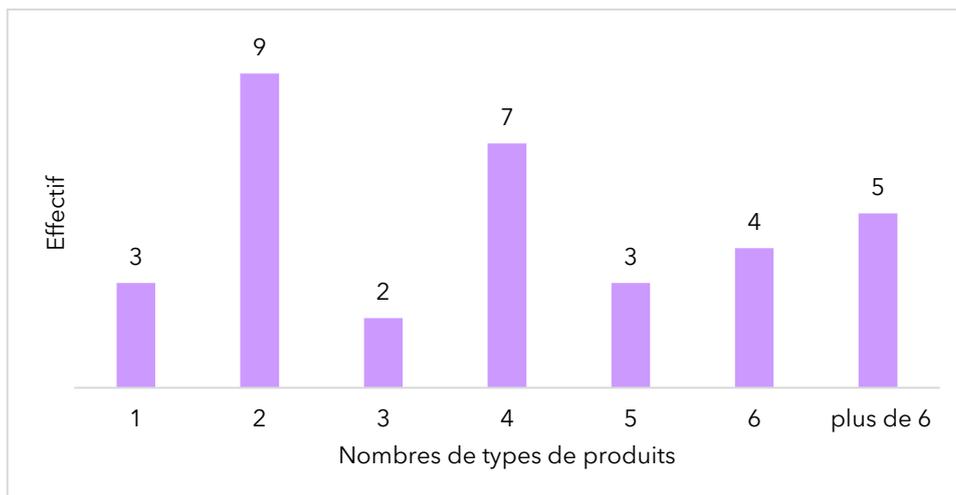


Figure 3 : Nombre de type de produits par exploitation

« C'est bien de pouvoir proposer plein de produits. Les magasins de producteurs veulent accompagner les agriculteurs, mais il faut avoir une gamme, une diversité. » Environ 40% des exploitations du GIEE proposent actuellement entre 1 et 3 types de produits. Tandis que 60% en proposent au moins 4. Cela s'inscrit dans la stratégie de nombreux agriculteurs de développer leurs gammes de produits. La catégorie des produits alimentaires est la plus diversifiée et est parfois très développée.

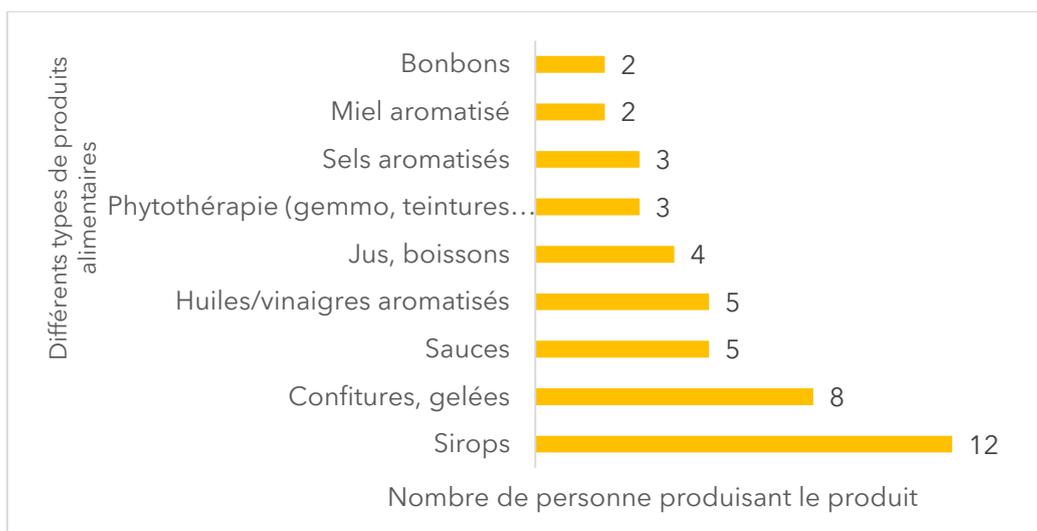


Figure 4 : Les différents types de produits alimentaires proposés

Les produits alimentaires semblent les plus simples à diversifier sans avoir à investir dans une large diversité de matériel de transformation, et ils se valorisent bien.

2) L'agriculteur

a. Types de formations

Les personnes enquêtées viennent de milieux différents et les formations sont très diverses. Elles ont pu être réalisées avant ou après l'installation et sont plus ou moins spécifiques aux PPAM.

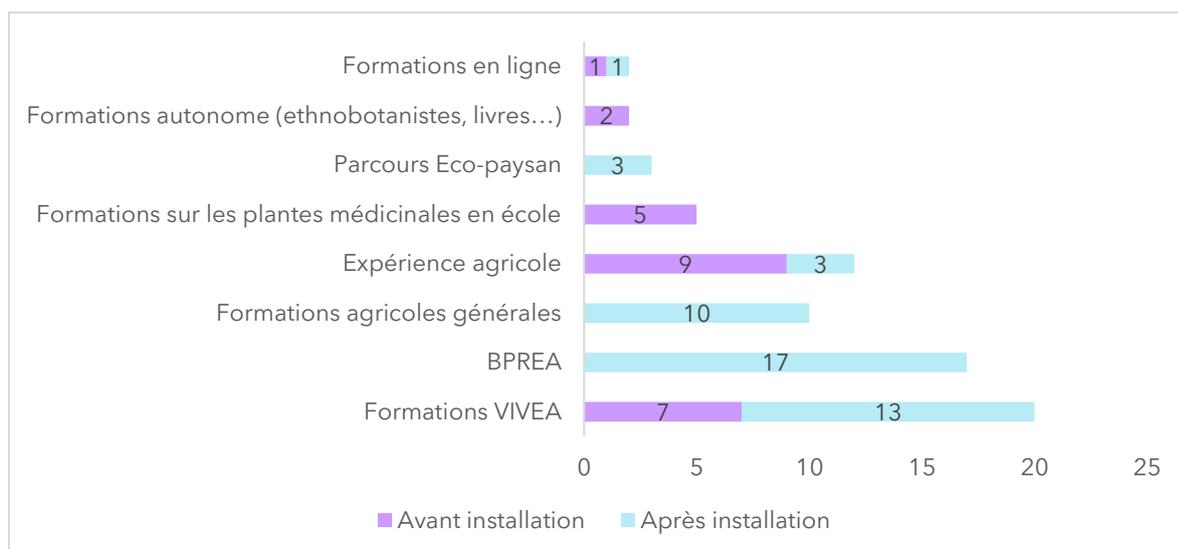


Figure 5 : Différentes formations des producteurs du GIEE - Formation autonome : formation auprès d'un professionnel, dans les livres, par des expériences... Expérience agricole : stage dans une exploitation, salarié agricole...

Avant leur installation, 17 producteurs ont fait un BPREA. Parmi eux, 10 étaient spécifiques aux PPAM. 10 autres agriculteurs ont aussi suivi des formations agricoles, comme des écoles d'ingénieur agronome, des BTS agricoles...

Avant de s'installer, 9 agriculteurs ont aussi travaillé en tant qu'ouvrier agricole ou ont fait des stages chez des producteurs de PPAM ou maraîchers, leur permettant d'acquérir des connaissances pratiques. Certains aussi ont suivi des formations en ligne ou se sont formés en « autonomie », c'est-à-dire grâce à des livres ou au contact d'ethnobotanistes.

3 agriculteurs n'ont pas eu de formation agricole, ils se sont formés après leur installation auprès de structures comme Agribio04 qui proposent des formations courtes (VIVEA). Ces formations sont plus accessibles aux agriculteurs une fois installés, car le statut agricole permet d'être financé, mais certains se forment avant leur installation. Plus de la moitié des agriculteurs du GIEE y ont eu recours.

Globalement, dans le GIEE, beaucoup pensent manquer d'expériences et de connaissances, et pour 10, il s'agit d'un facteur limitant. Mais les producteurs sont tous très motivés pour apprendre et s'améliorer dans ce domaine.

b. Pourquoi les producteurs ont-ils choisi les PPAM ?

De nombreuses raisons ont poussé les producteurs à commencer à produire des PPAM.

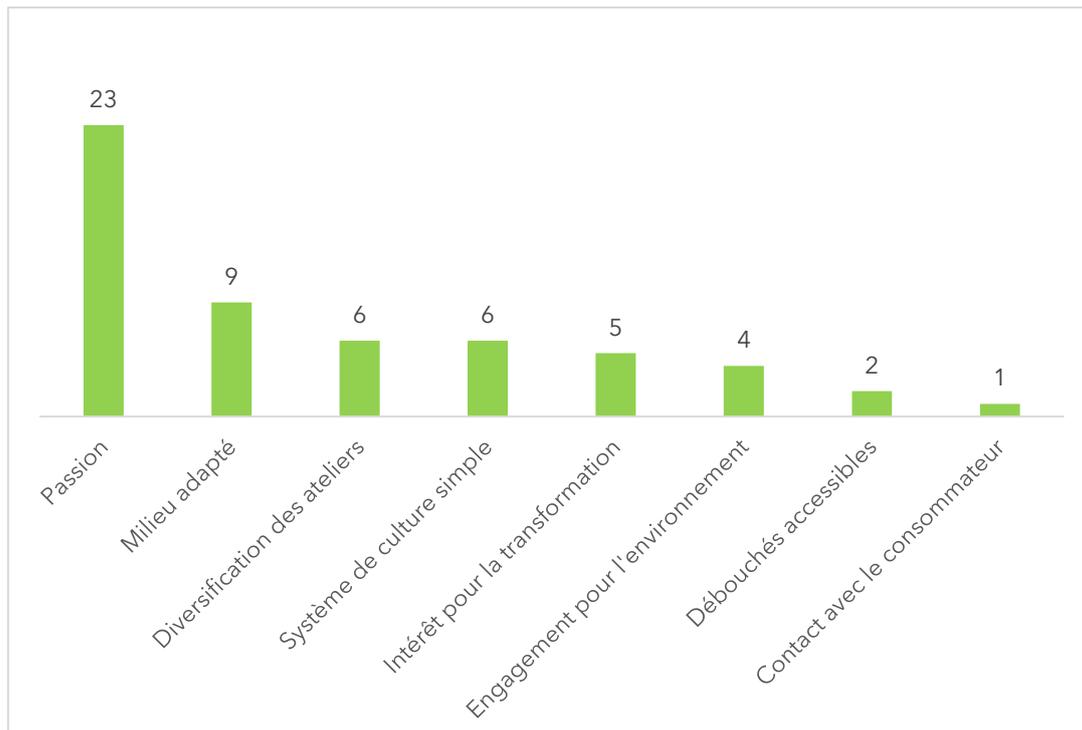


Figure 6 : Motivation pour la production de PPAM - Diversification : pour des fermes déjà installées, qui ne faisaient pas de PPAM au démarrage. Système de culture simple : Les itinéraires techniques sont relativement simples pour les PPAM par rapport à d'autres systèmes de cultures.

Ce qui a poussé la majorité des agriculteurs à produire des PPAM est leur grand intérêt pour ces plantes, leurs vertus et leurs usages. En effet, beaucoup de producteurs du GIEE sont en reconversion professionnelle et se sont tournés vers l'agriculture et plus particulièrement les PPAM, qui avaient un intérêt particulier pour eux.

De plus, la région PACA et plus précisément la Provence sont connues pour leurs cultures de plantes : lavande, thym, romarin, roses... Le milieu est adapté et cela est un facteur important à prendre en compte dans le choix de se lancer dans la production de PPAM.

c. L'activité PPAM comme activité principale

64% des membres du GIEE sont agriculteurs sur leur exploitation en activité principale, tandis que 36% ont choisi de garder une autre activité parallèlement à leur activité agricole, afin de s'assurer un complément de salaire et de continuer d'exercer leur métier. N'ayant pas encore de recul par rapport à leur activité et sa rentabilité, beaucoup de ces agriculteurs prévoient de garder cette activité secondaire jusqu'à pouvoir vivre de leur activité. D'autres veulent aussi conserver cette activité car il s'agit de leur métier initial et ils l'apprécient. Mais le problème du manque de temps se pose. En effet, pour être rentable, une activité agricole nécessite beaucoup de temps, or si l'agriculteur a une autre activité en parallèle, il aura moins de temps pour son travail agricole. Il peut aussi continuer son activité agricole par plaisir, sans se mettre de pression financière sachant qu'il a une deuxième activité.

d. Objectifs et finalités des exploitations

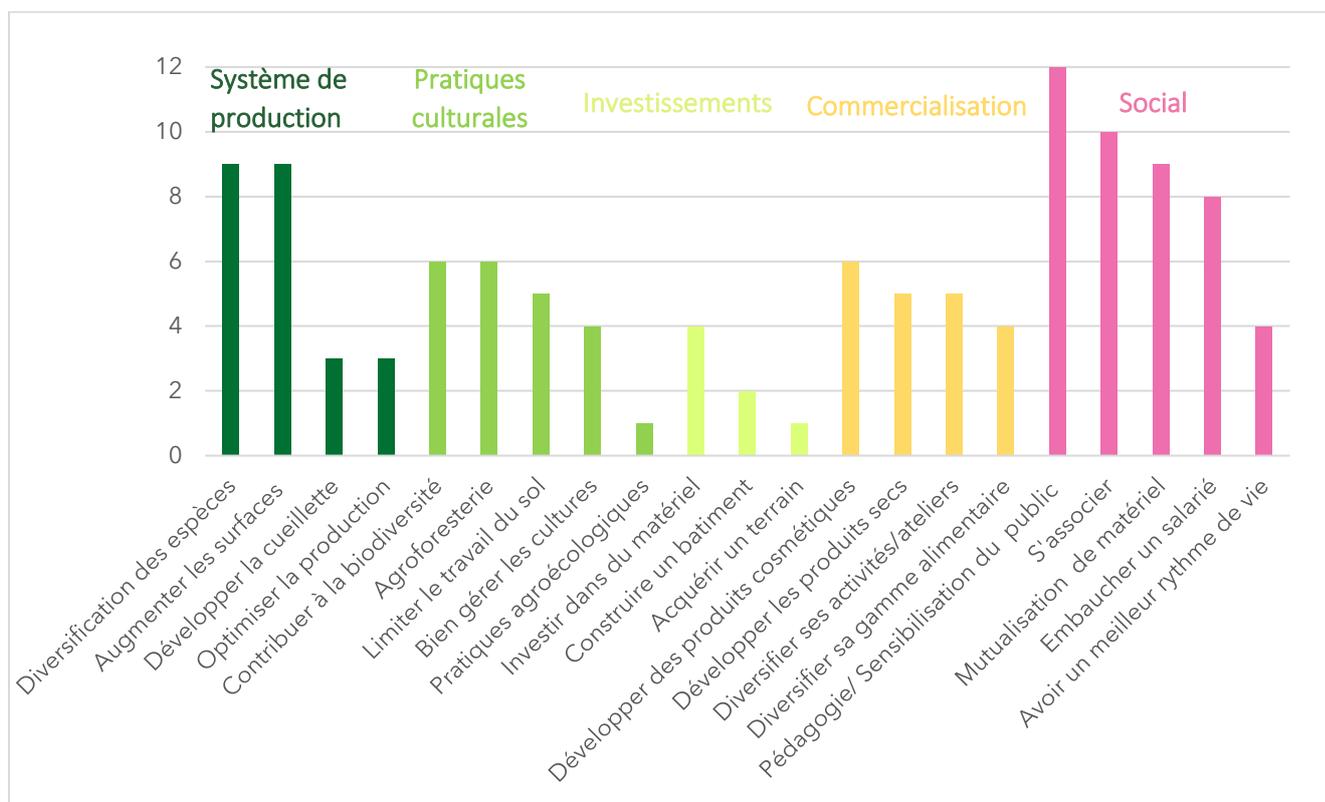


Figure 7 : Les orientations des systèmes de productions des membres du GIEE

Les exploitations du GIEE présentent des systèmes diversifiés en termes de nombres d'espèces et 8 d'entre elles souhaitent encore en développer de nouvelles, notamment pour diversifier leur gamme de produits. En effet, les producteurs sont nombreux à vouloir développer de nouveaux produits : c'est une stratégie de commercialisation pour attirer les clients. C'est aussi un plaisir de chercher des formulations de produits pour beaucoup d'entre eux.

Bien que les producteurs du GIEE suivent un « modèle » « culture diversifiée de PPAM sur des surfaces relativement petites », près d'un tiers des producteurs veulent augmenter leurs surfaces. C'est souvent le cas pour des exploitations qui sont déjà installées depuis 2 ou 3 ans minimum, avec assez de matériel pour s'occuper de plus grandes parcelles. Parmi ces exploitations qui souhaitent développer leurs surfaces, un agriculteur cultive des PPAM sur moins de 1000m², 3 sur environ 3000m², et 3 sur 1 – 1,5ha. Mais cette augmentation de surface n'est pas toujours possible, lorsqu'il n'y a pas de terres disponibles aux alentours.

Pour 3 agriculteurs, il est aussi important de faire des choix cohérents dans le système de production, en se concentrant seulement sur quelques espèces, mais les plus rentables et bien s'en occuper pour limiter les pertes.

Beaucoup d'agriculteurs souhaitent, à terme, développer une activité pédagogique, permettant de sensibiliser le grand public à la nature, l'importance de l'environnement et de sa diversité : des visites, avec l'accueil à la ferme, des balades dans la nature, des activités diverses.

10 agriculteurs sur les 33 interrogés aimeraient aussi s'associer, mais là il s'agit de trouver la bonne personne. La plupart ne veulent pas être à plusieurs sur le même atelier, et cherche plutôt quelqu'un qui pourrait apporter un complément à leur production. Mais pour trouver « la bonne personne », beaucoup ne préfèrent pas chercher activement mais attendre de rencontrer quelqu'un avec qui ils s'entendront bien et que ça se fasse naturellement. D'autres prévoient d'embaucher plus tard, mais dans ce cas-là il faut pouvoir rémunérer correctement son salarié, donc il faut avoir un certain chiffre d'affaires.

Beaucoup d'agriculteurs sont aussi intéressés par le partage avec les autres, via la mutualisation d'outils ou de commandes avec le GIEE.

Au niveau économique, les agriculteurs souhaitent quasiment tous développer leur système pour que leur activité soit plus rentable et qu'ils puissent se dégager un revenu stable, suffisant pour une vie confortable. Certains n'ont pas de pression économique, car ils conservent une autre activité à côté de leur activité de culture et/ou cueillette de PPAM.

B - Analyse économique

10 membres du GIEE n'ont pas encore commencé leur commercialisation, ou n'ont pas de données économiques représentatives. Ces personnes ont tout de même été comptées dans l'analyse économique. Les porteurs de projet ayant un prévisionnel sont admis dans l'analyse, en considérant qu'ils exercent depuis autant d'années que leur prévisionnel le prévoit.

Les résultats économiques varient beaucoup d'une exploitation à l'autre. Beaucoup de facteurs entrent en jeu : l'ancienneté, les choix de commercialisation, le fait d'avoir d'autres ateliers de production que les PPAM, le fait d'avoir peu de charges, ou d'importants niveaux de subventions...

DONNÉES ÉCONOMIQUES

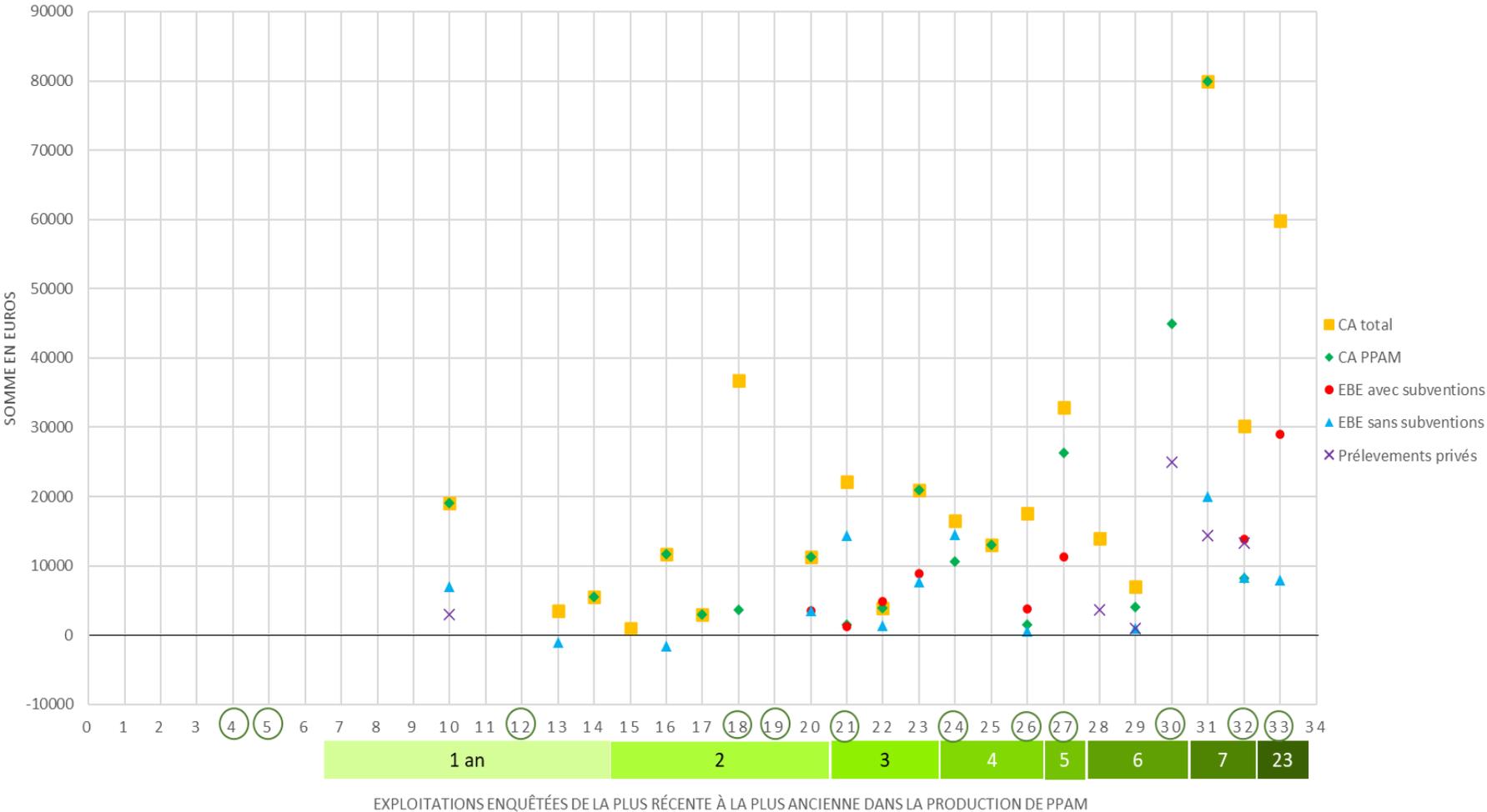


Figure 8 : Données économiques - La frise verte correspond aux années depuis le début de la production de PPAM. Chaque rectangle correspond à une ancienneté. Les chiffres entourés montrent que les agriculteurs correspondants ont plusieurs ateliers et les 6 premières exploitations n'ont pas encore de résultats économiques.

1) Chiffre d'affaires

Le Chiffre d'affaires correspond à la somme produite par les ventes de l'exploitation sur l'année. Globalement, les chiffres d'affaires sont plus élevés à partir de la 3^{ème} ou 4^{ème} année. Bien sûr, chaque exploitation présente ses particularités. Ainsi, il n'y a pas de modèle défini pour savoir à partir de quand une exploitation augmente son CA, jusqu'à atteindre le rythme de croisière, mais on peut quand même remarquer qu'après 3 ans, les chiffres d'affaires sont globalement plus élevés que pour les exploitations plus récentes.

2) EBE

L'EBE ou Excédent Brut d'Exploitation, correspond au chiffre d'affaires total auquel on soustrait toutes les charges, donc toutes les dépenses nécessaires pour obtenir le produit final. On omettra de ces charges les charges financières et les dotations aux amortissements. C'est un indicateur économique intéressant pour déterminer la rentabilité de l'entreprise.

On distingue l'EBE avec et sans subventions : l'EBE sans subventions représente ce que l'exploitation a réellement produit. Parmi les subventions, sont comptées les aides économiques qui sont versées tous les ans, comme les aides PAC et le crédit d'impôt bio. Les aides à la conversion ou la DJA ne rentrent pas dans ce calcul.

Pour les producteurs dont l'EBE sans subventions et le chiffre d'affaires sont connus, il y a souvent un écart important entre ces 2 indicateurs, qui indique que les charges sont très élevées. Ces charges correspondent à l'eau, le loyer, l'électricité, mais aussi tous les achats faits par l'exploitation.

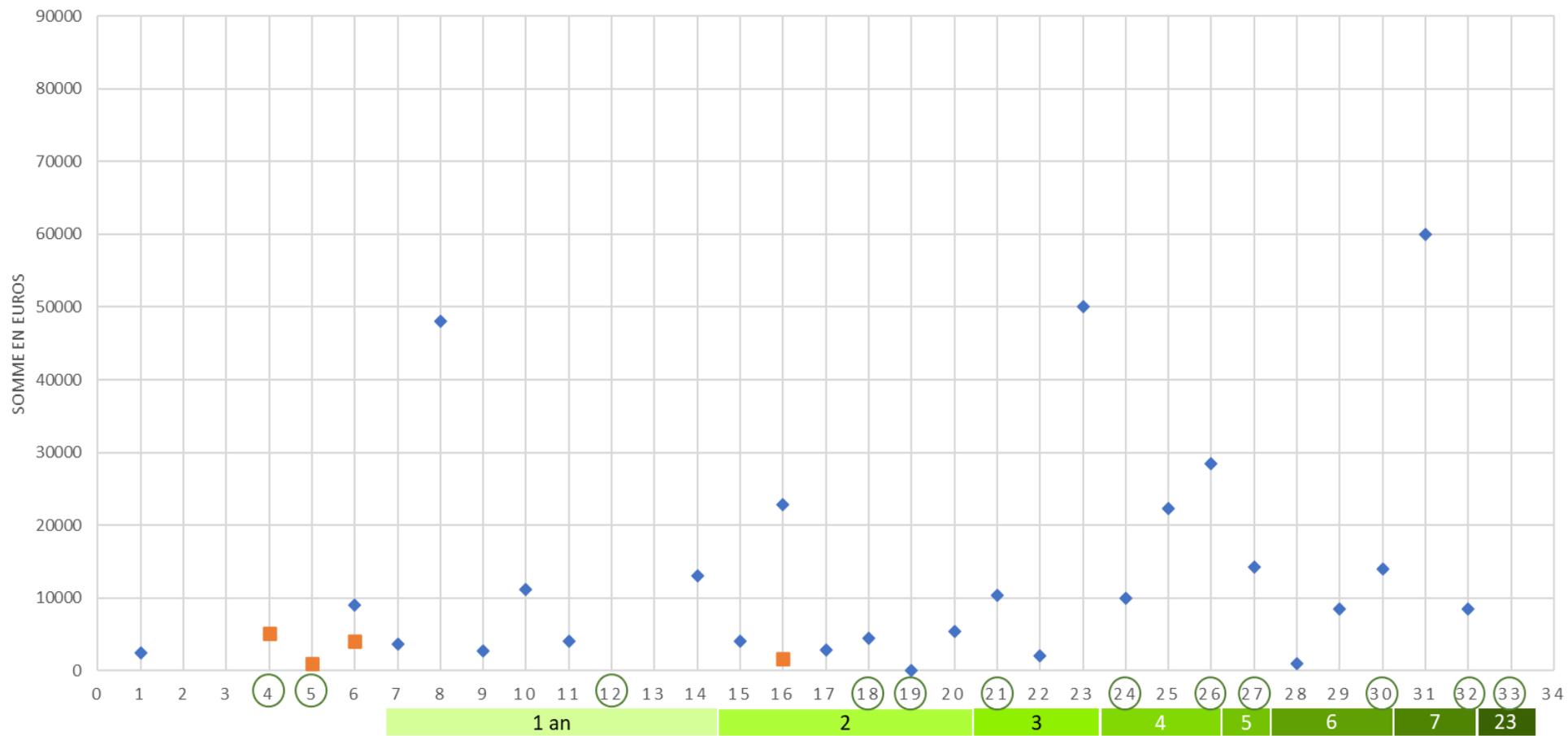
De même, pour les personnes 28 et 29, qui sont aussi installées depuis 6 ans mais pour qui le chiffre d'affaires n'a pas beaucoup augmenté. Cela indique que c'est au niveau du système de commercialisation qu'il y a des améliorations à apporter. Il n'y a pas assez de vente, peut-être à cause d'un mauvais développement du réseau de vente. Ces producteurs, ne semblent pas avoir trouvé un système de commercialisation optimal pour eux.

Ces données économiques indiquent donc que malgré des débuts parfois lents, les exploitations améliorent leur résultat économique au bout d'environ 3 ou 4 ans. Mais pour stabiliser cette progression, il est essentiel de se pencher sur la commercialisation afin de trouver un système rentable et viable sur le long terme.

3) Investissements

En reprenant le même ordre des exploitations que sur le graphique des données économiques, on peut voir ci-dessous le montant des investissements spécifiques à la culture PPAM, c'est-à-dire, uniquement le matériel qui a été acheté pour la culture et la transformation des PPAM. Les tracteurs, ou d'autres outils servant à d'autres cultures ne sont pas comptés, et le terrain non plus. Les investissements comprennent le matériel de culture (les tracteurs, bineuses...), le matériel de transformation (alambic, séchoir, laboratoires de transformation) et parfois donc la construction de bâtiments

INVESTISSEMENTS DES PRODUCTEURS DANS DU MATÉRIEL SPÉCIFIQUE AUX PPAM



EXPLOITATIONS ENQUÊTÉES DE LA PLUS RÉCENTE À LA PLUS ANCIENNE DANS LA PRODUCTION DE PPAM

Figure 9 : Investissements des producteurs dans du matériel spécifique aux PPAM

Les investissements dépendent de plusieurs facteurs. Certains producteurs s'installent sur un terrain « nu » où il y a tout à construire, tandis que d'autres récupèrent parfois des terres familiales et n'ont pas besoin de beaucoup investir pour le terrain ou les bâtiments de stockage. Les producteurs installés depuis plus longtemps ont aussi fait plus d'investissement au fil des années. Même si beaucoup d'investissements se font au début de l'activité. « Le ticket d'entrée est très cher »

Les subventions des collectivités permettent d'augmenter fortement les investissements, ça a été le cas d'un producteur qui a reçu un financement de l'Europe.

Les investissements dans du matériel peuvent être très différents, pour le même matériel. Cela dépend si c'est un achat d'occasion, s'il y a besoin de réparation ou de la taille de l'outil par exemple. La plupart du temps les personnes enquêtées préfèrent acheter des outils d'occasion, mais parfois, le neuf est plus intéressant.

Exemple d'outils	Prix moyen	Prix minimum	Prix maximum
Tracteur	5535	1100	10000
Motoculteur	833,333333	500	1500
Griffon	975	450	1500
Bineuse	1562,5	350	2400
Alambic 90L	500		

Figure 10 : Exemples d'investissements dans du matériel - Prix en euros.

C - Système de commercialisation

La commercialisation est un point clé dans la réussite du système des producteurs du GIEE. C'est ce qui va permettre la viabilité de l'entreprise agricole. Il est donc important de pouvoir vendre, au défaut de savoir vendre. En effet, les agriculteurs du GIEE sont nombreux à avoir sous-estimé l'importance de la commercialisation et réalisent qu'il ne faut pas la négliger.

1) Description des modes de commercialisations

Différents types de commercialisation sont mis en place, en fonction des valeurs, des affinités et opportunités.

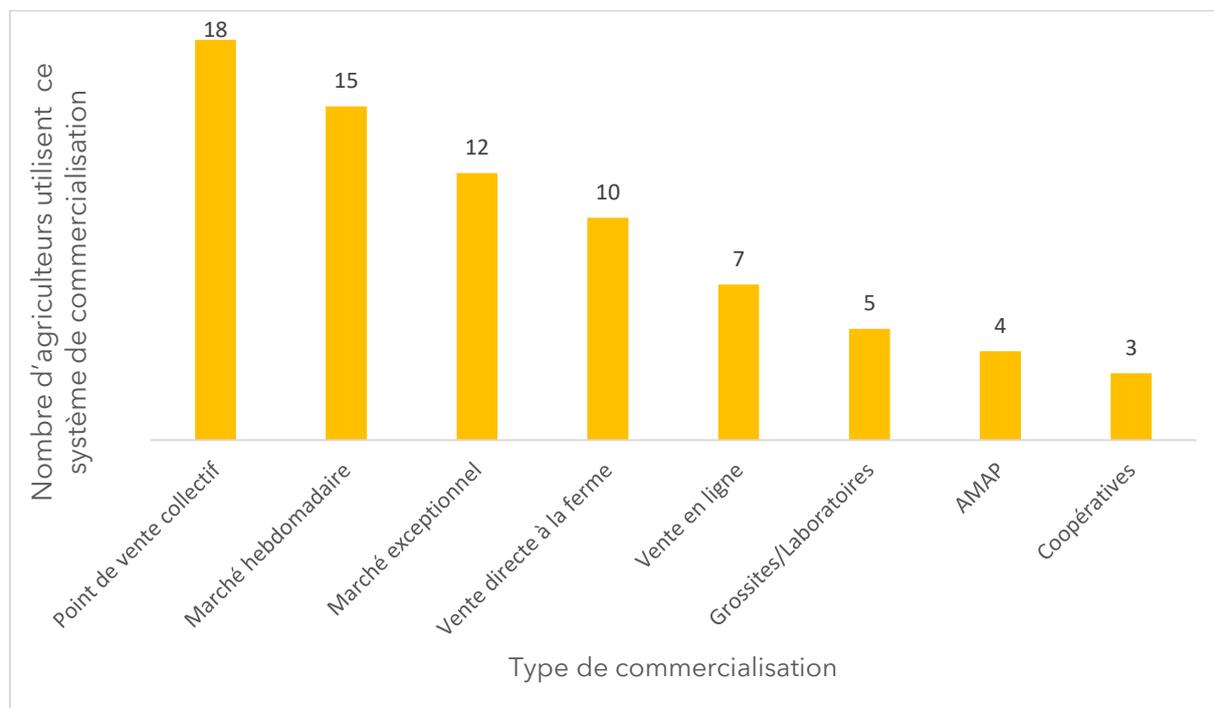


Figure 11 : Types de commercialisation au sein du GIEE

a. Les points de ventes collectifs

Les points de vente collectifs sont des dépôt-vente, et des lieux d'achat revente, comme des maisons de produits de pays, des magasins bio, des épiceries, mais aussi des gîtes ou des boulangeries...

Les 18 producteurs qui vendent dans des points de ventes collectifs, ont des nombres assez différents de points de vente à livrer avec en moyenne entre 3 et 4 points de vente par producteur et jusqu'à 10 pour certains.

i. L'organisation avec le point de vente

La plupart d'entre eux n'ont pas de contrat avec ces points de vente, mais le magasin réalise une marge sur le produit, autour de 30%, variable selon les magasins. Pour diminuer cette marge, beaucoup de producteurs réalisent des permanences, plusieurs fois par mois.

Le dépôt-vente peut parfois poser problème car cela n'assure pas la vente : Le producteur dépose ses produits dans la boutique, et ne sera payé que lorsque ses produits auront été achetés. Or parfois, laisser ces produits à disposition sans que les vendeurs soient engagés dans leur vente peut être un problème puisqu'ils ne sont pas présentés de manière à ce que le client veuille acheter, ce qui est un inconvénient pour la vente. Il est donc important de faire attention à cette présentation des produits. Pour s'assurer un revenu avant même d'avoir vendu des produits, certains tentent de négocier avec les

gérants du dépôt-vente pour avoir une avance, lorsqu'ils déposent leurs produits. Ainsi, le magasin est aussi engagé dans la vente du produit et fera donc plus la promotion des produits,

Attention à certains magasins, qui prennent du retard pour payer, il faut bien contrôler les stocks de manière rigoureuse, même si cela prend du temps, pour ne pas avoir de problème. Souvent, c'est aux producteurs eux-mêmes de s'assurer qu'il reste du stock de leur produit. Cela prend donc du temps d'aller vérifier les stocks et ensuite de rapporter des produits.

ii. La livraison

Tous les producteurs livrent eux même chacun leurs points de vente. Il y a différents types d'organisation. Certains ont des circuits de livraisons qu'ils font régulièrement pour livrer en même temps tous leurs points de vente et d'autres livrent occasionnellement, selon le besoin du magasin et réussissent à coupler le trajet avec une autre nécessité pour optimiser le temps.

Les points de ventes sont pour certains très proches et pour d'autres très éloignés, sans être dans le même secteur, d'où le fait que les temps de livraisons sont très différents entre les producteurs, et prennent entre 2h et 1 journée entière pour le trajet, les livraisons et la préparation de la ou des commande(s). Cela dépend aussi du nombre de magasin à livrer et de la quantité à livrer.

Concernant la livraison, une idée est ressortie lors des entretiens : mettre en place un système de livraisons en commun. Un petit groupe de producteurs du même secteur, livrant à peu près les mêmes magasins à la même fréquence, pourrait mettre en commun leur livraison. Une personne, qui tournerait pourrait récupérer les produits des autres tous les 15 jours par exemple et les amener aux magasins. Cela permettrait de diminuer pour chacun le temps lié au trajet.

iii. Retours des producteurs sur ce type de vente

Selon les exploitations et le développement de leur activité et commercialisation, la part du chiffre d'affaires lié à ce type de vente est très différent, allant de 15% à 80% et étant en moyenne de 40%. Et pour la plupart, leurs ventes augmentent depuis les/la dernière(s) année(s).

75% en sont satisfaits et 7 personnes du GIEE souhaitent développer cette voie de commercialisation.

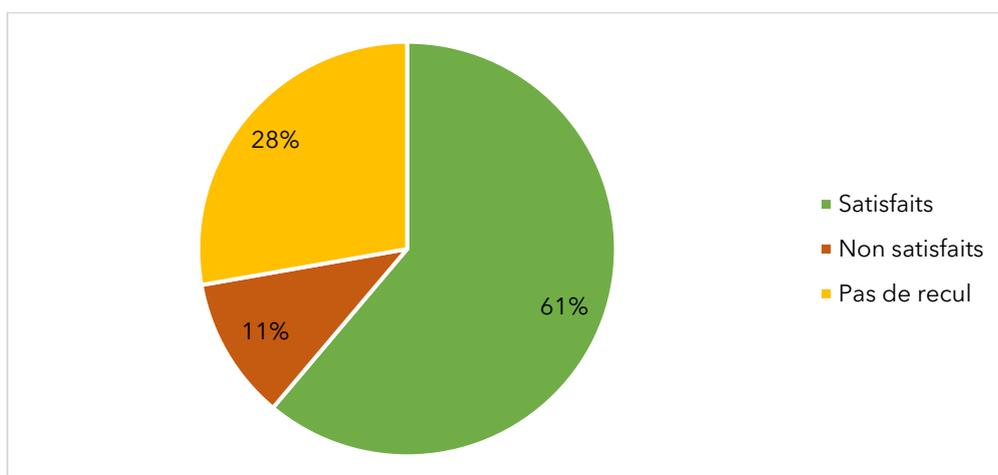


Figure 12 : Ressenti sur la commercialisation en point de vente collectif

Raisons de satisfaction	Raisons de non-satisfaction
Pas besoin de gérer la vente Rentable	Pas de revenu fixe Marge des magasins Popularité des magasins Permanences à faire

Figure 13 : Tableau des raisons de la satisfaction des producteurs pour ce mode de vente

Selon la localisation des magasins, leur clientèle, leur ancienneté, les chiffres d'affaires obtenus ne sont pas les mêmes. Certains magasins situés dans des grandes villes vendent parfois mieux que ceux dans les petites villes, ou inversement. Il est donc important d'adapter la quantité de produits livrés dans les magasins de dépôts vente pour optimiser les ventes, sans livrer trop de produits, qui seront indisponibles pour d'autres modes de commercialisation.

b. Les marchés réguliers et hebdomadaires

Les personnes qui font des marchés régulièrement (toutes les semaines, 15 jours ou mois) en font en moyenne 1 tous les 15 jours, de mai à octobre.

i. Avantages et Inconvénients

Le principal inconvénient des marchés est que cela prend beaucoup de temps et que ce n'est pas toujours rentable compte tenu du temps investi. « C'est beaucoup de temps pour pas grand-chose ». En effet, le temps total pour un marché comprend les temps de préparation, d'installation, de tenu du stand, de désinstallation et le trajet, qui peut être très long en fonction de la localisation du marché. En moyenne, pour un marché, il faut compter 6h.

Le marché permet tout de même à l'agriculteur de décider de ses prix, de ses horaires et des produits qu'il propose sur son stand. Cela lui permet aussi un contact direct avec le consommateur final, qui bien souvent permet la valorisation de ses produits et de son travail, de façon plus significative qu'en point de vente. La majorité des personnes vendant sur les marchés aime l'ambiance, et apprécie d'être en contact avec le client, pouvoir lui raconter l'histoire du produit. Au contraire certains autres membres du GIEE ont préféré s'orienter vers d'autres types de commercialisation moins chronophages.

ii. Retours des agriculteurs

Parmi les agriculteurs qui ont des ventes stables avec ce type de vente, le chiffre d'affaires sur l'année correspond à 30% de leur CA. Cela est valable pour les producteurs déjà installés depuis quelques années qui tendent à diminuer les marchés au profit de plus de points de vente collectifs.

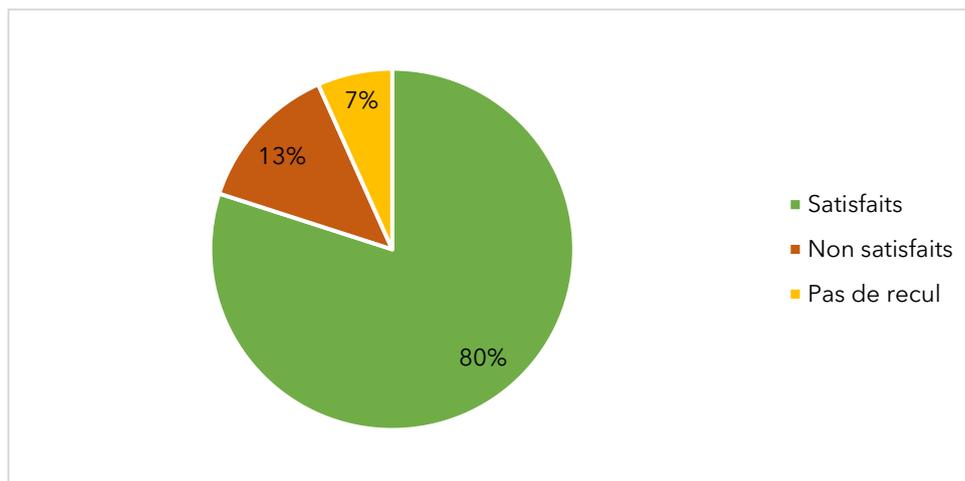


Figure 14 : Ressenti sur la commercialisation en marché hebdomadaire

Raisons de satisfaction	Raisons de non-satisfaction
Contact avec le client	Chronophage
Fidélisation de la clientèle	Beaucoup de concurrence
Marge faite sur les produits	Peu de vente
	Frein du Covid

Figure 15 : Tableau des raisons de la satisfaction des producteurs pour ce mode de vente

c. Les marchés exceptionnels ou foires

12 producteurs du GIEE participent à des foires, qui ont plutôt lieu à Noël ou pendant les périodes touristiques en été. On peut distinguer 2 sous-groupes de producteurs dans ce type de vente, ceux qui font des foires de façon ponctuelle, de 1 à 4 fois dans l'année et les autres qui, en périodes festives et touristiques font des foires régulièrement, de 1 fois par mois à 1 fois par semaine sur 2 ou 3 mois.

Ces foires prennent généralement plus de temps que les marchés hebdomadaires, notamment car les producteurs n'hésitent pas à se déplacer plus loin, jusqu'à 2h de route pour certains. Pour la plupart, ce type de marché fonctionne bien. « Les gens qui viennent dans ce genre de marché viennent pour consommer, acheter des produits locaux et ramener des souvenirs et des cadeaux ». Ce type de vente est plus avantageux à faire que des marchés « simples » pour une même distance. Mais cela demande du temps.

L'année 2020 a été compliquée avec la crise sanitaire donc il n'est pas évident d'avoir un avis objectif quant au bon fonctionnement de ces marchés. Mais globalement, pour ceux qui en ont fait, les producteurs sont contents d'être en contact avec les clients et de l'ambiance générale de ces événements. C'est aussi efficace pour se faire connaître.

« Les places dans les foires bio ou les salons bien-être sont parfois plus dur à obtenir, il faut s'y prendre en avance et payer pour la place, mais c'est un lieu de rencontre avec de nombreux autres professionnels, et cela permet de se constituer un réseau. »

Mais certains producteurs estiment que ce type de commercialisation ne leur correspond pas ou ne fonctionne pas assez bien pour eux. Pour certains, les marchés nocturnes seraient une bonne alternative aux foires habituelles, car cela permet de travailler aussi la journée. D'autres préfèrent diminuer leurs types de marchés et de cibler ceux où ils seront sûr de bien vendre. « Il vaut mieux cibler les marchés qui valent le coup »

En moyenne, pour ceux qui font des marchés depuis longtemps, ce type de vente correspond à 35% de leur chiffre d'affaires.

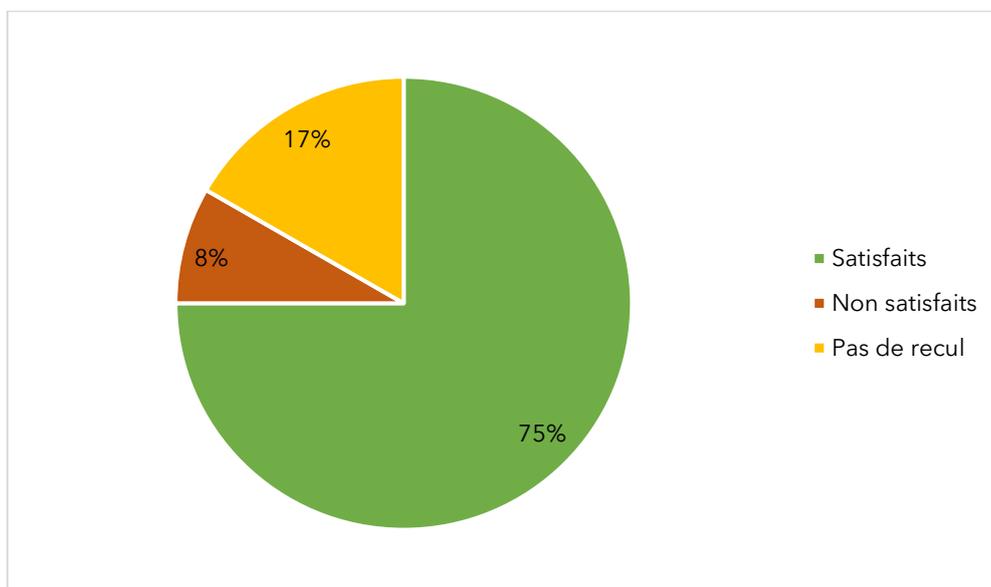


Figure 16 : Ressenti sur la commercialisation en marché exceptionnel

Raisons de satisfaction	Raisons de non-satisfaction
Contact avec le client Rentable Apporte de la visibilité Bonne ambiance festive Touristes = bons clients	Chronophage

Figure 17 : Tableau des raisons de la satisfaction des producteurs pour ce mode de vente

d. Vente directe à la ferme

10 producteurs font de la vente directe à la ferme. Au niveau des horaires, selon les producteurs, les « boutiques » ne sont pas ouvertes toute l'année et à toute heure. Certains ont des horaires fixes, qu'ils ne changent pas, d'autres s'adaptent en fonction des clients. Mais parfois, il est compliqué d'être toujours disponible pour le client et cela devient oppressant.

Ce type de commercialisation est en augmentation globale, bien que pour certains ce ne soit que le début de leur commercialisation.

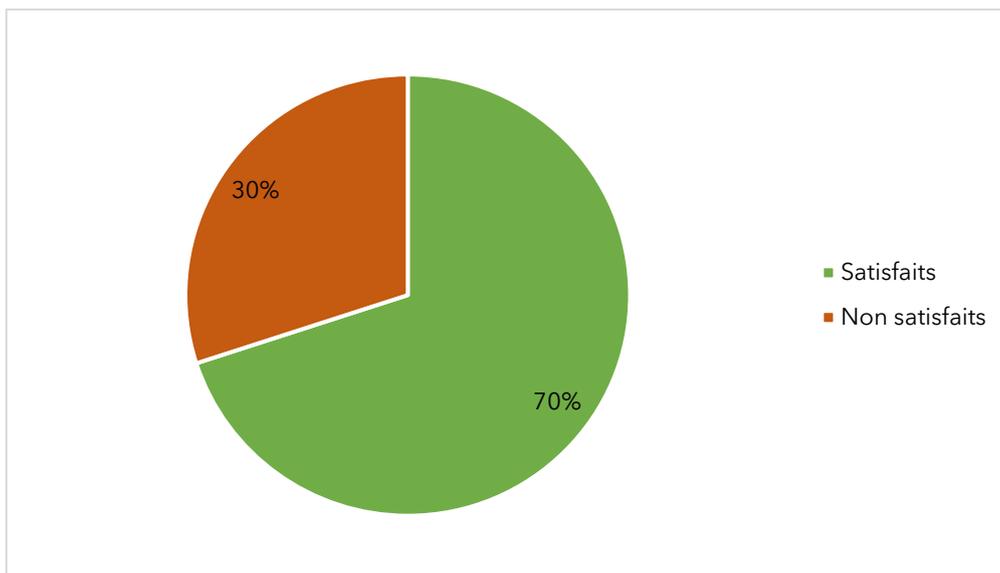


Figure 18 : Ressenti sur la commercialisation en vente directe à la ferme

Raisons de satisfaction	Raisons de non-satisfaction
Contact avec le client Permet de concilier travail et vente Bien au début pour se faire une marge	Compliqué s'il n'y a pas d'endroit dédié à la vente

Figure 19 : Tableau des raisons de la satisfaction des producteurs pour ce mode de vente

Globalement, ceux qui font de la vente directe l'ont fait par choix, car ils aiment être en contact direct avec les consommateurs. « C'est important d'avoir ce contact pour partager ce qu'on déguste ».

e. Vente en ligne

7 producteurs font de la vente en ligne. Les producteurs proposent leurs produits sur un site internet, qu'ils créent eux-mêmes ou sur lequel ils travaillent avec un professionnel. Le client peut alors commander en ligne et ils expédient les commandes eux-mêmes. Il y a aussi d'autres systèmes de vente en ligne par site internet mais sans possibilité de commander en ligne, uniquement par mail ou téléphone. Dans ce cas-là, les producteurs envoient aussi les commandes eux-mêmes. Ils peuvent aussi proposer des produits sur un site à la manière d'un « dépôt vente en ligne ». Ces 3 types de ventes en ligne ont été pris en considération pour ce type de vente.

Ce type de vente là n'est pas encore très développé pour la plupart des producteurs et pour ceux qui l'utilisent, ça reste rare, avec parfois moins de 5 commandes sur l'année. Une augmentation des commandes à tout de même été observée suite au confinement pour certains. Pour d'autres, ça ne marche pas du tout pour l'instant, car ce n'est pas connu.

Concernant l'organisation de l'envoi des commandes, il faut une bonne organisation : faire les colis et les envoyer est ce qui prend le plus de temps dans une journée. Il faudrait se réserver un créneau par semaine destiné à cette tâche, pour ne pas s'éparpiller.

L'évolution souhaitée pour de nombreux producteurs est maintenant de développer leur communication sur les réseaux pour se faire connaître. En effet, la majorité des gens qui achètent en ligne sont souvent déjà des clients ou connaissent le producteur. Et pour se faire connaître, il faut développer ses moyens de communications.

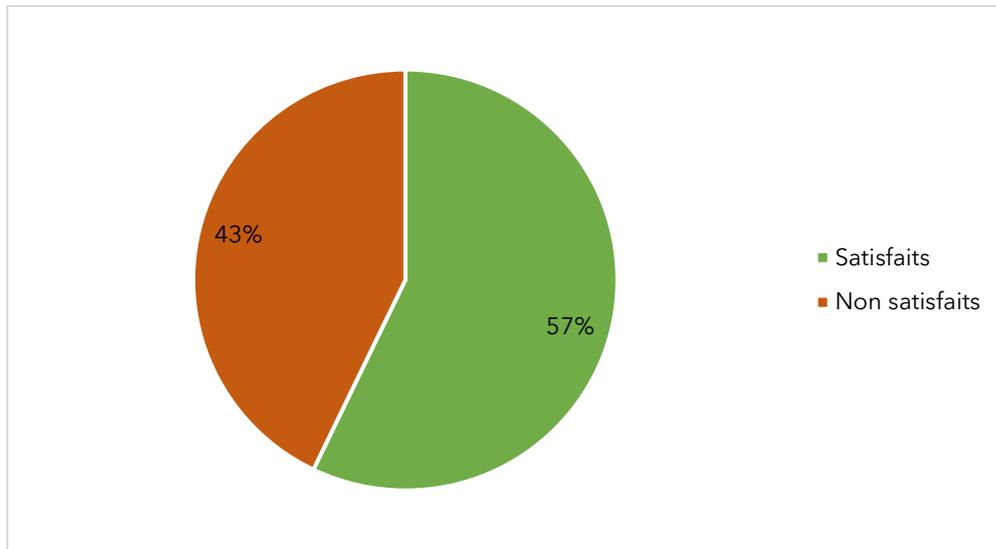


Figure 20 : Ressenti sur la commercialisation en vente en ligne/à distance

Raisons de satisfaction	Raisons de non-satisfaction
Permet de toucher un public plus large	Nécessite une bonne organisation Chronophage Complicé si le producteur est peu connu par le public

Figure 21 : Tableau des raisons de la satisfaction des producteurs pour ce mode de vente

f. Vente en circuits longs : Laboratoires, grossistes, coopératives

i. Comment s'organisent les achats-reventes entre laboratoires, grossistes et coopératives ?

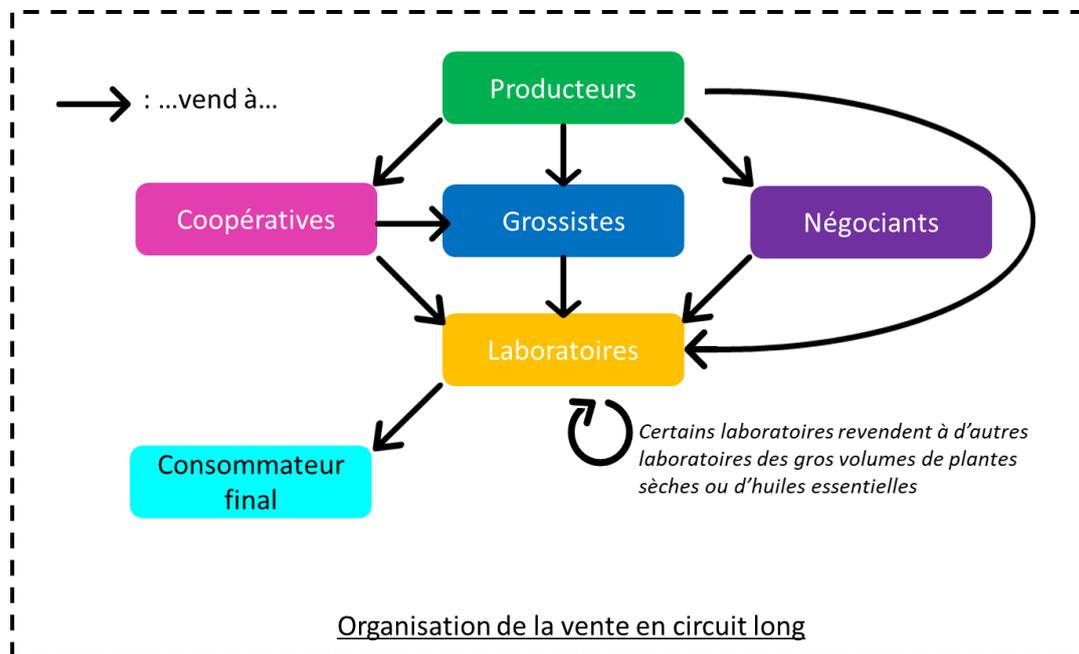


Figure 22 : Schéma simplifié de l'organisation de la vente en circuit long

ii. Les Laboratoires, les grossistes et les négociants

Les laboratoires, fabricants et conditionneurs achètent les matières premières à des producteurs, groupes de producteurs (coopératives) ou négociants pour ensuite les transformer et/ou les conditionner et les revendre à des particuliers, sous leur propre marque. Ils peuvent aussi réaliser une première transformation pour revendre à d'autres laboratoires qui commercialiseront leurs produits sous leur propre marque.

On compte aussi dans ce type de vente les grossistes et les négociants qui achètent aux producteurs des matières premières. Les grossistes achètent en grosses quantités à quelques producteurs et revendent en plus petites quantités à plusieurs clients. Les négociants achètent à un ensemble de producteurs différents, en petits lots, pour revendre à quelques clients en plus grosses quantités.

4 personnes au sein du GIEE vendent à des laboratoires, grossistes et négociants. Actuellement, une seule personne fournit de manière régulière des laboratoires ou des négociants, uniquement sur des gros volumes de plantes sèches, allant de 1 à 200kg de plantes sèches. La plupart du temps, il expédie sa marchandise par transporteurs et cela lui évite de perdre du temps à faire le trajet. Organiser une expédition est simple, ça consiste simplement à imprimer un bordereau d'expédition et appeler un transporteur. La livraison est très rapide. Ce type de vente fonctionne bien pour ce producteur, mais le devenir des produits n'est pas forcément connu.

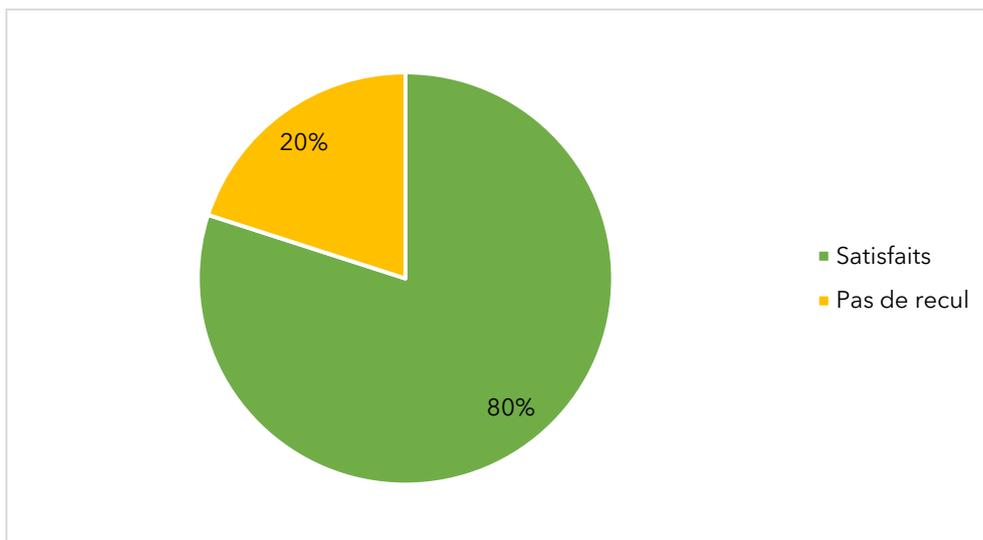


Figure 23 : Ressenti sur la commercialisation en vente à des grossistes et laboratoires

Raisons de satisfaction	Raisons de non-satisfaction
Rapide	Marge plus faible

Figure 24 : Tableau des raisons de la satisfaction des producteurs pour ce mode de vente

Beaucoup de producteurs aimeraient réfléchir à une organisation collective autour de cette thématique dans le cadre du GIEE. En effet, il est plus simple de fournir à plusieurs un volume de plante suffisant pour accéder à ce type de marché.

Aujourd'hui plusieurs laboratoires souhaitent s'approvisionner directement auprès de producteurs, ce qui peut être intéressant pour le GIEE. Cela leur permet de garantir une qualité de produit, d'assurer la traçabilité de leur matière première, de se créer une bonne image auprès des clients. Le laboratoire Acanthis a notamment un projet de ce type, porté par le projet Végét'Alpes dont font partie Agribio05 et Agribio04. Ce projet consiste à développer un réseau de producteurs partenaires afin d'approvisionner le laboratoire en espèces précises pour créer des produits, pouvoir les commercialiser sous sa marque mais aussi pour fournir d'autres laboratoires.

iii. Les coopératives

Les coopératives sont des groupements de producteurs qui leur permettent de s'associer pour commercialiser leur production et d'utiliser des services mutualisés (outils de production, transformation, approvisionnement en intrants divers...). la coopérative est donc capable de fournir des volumes importants de matières premières, souvent pré-transformés (plantes sèches ou d'huiles essentielles) à d'autres acheteurs intermédiaires,.

Les clients de ces « acheteurs intermédiaires » peuvent être des pharmacies, des grandes et moyennes surfaces, des magasins spécialisés, d'autres grossistes, qui revendent ensuite les produits aux particuliers.

Les 3 personnes qui font de la vente à des coopérative sont satisfaites. Les 3 coopératives fournies par les producteurs du GIEE sont la SCA3P à Simiane-la-Rotonde (04), la Coop des Baous de Coursegoules (06), Le Marché de nos Collines au Rouret (06) et avant, il y avait aussi Les Aromates de Provence (13).

Raisons de satisfaction	Raisons de non-satisfaction
Simple Assure un revenu	Préparations des commandes longues

Figure 25 : Tableau des raisons de la satisfaction des producteurs pour ce mode de vente

g. AMAP

Les 3 personnes qui font de la vente en AMAP sont satisfaites.

Raisons de satisfaction	Raisons de non-satisfaction
Bonne alternative Rapide	

Figure 26 : Tableau des raisons de la satisfaction des producteurs pour ce mode de vente

C'est un moyen simple et rapide de commercialisation, sans avoir à faire la communication. Cela permet aussi aux clients de se faire connaître, si ces clients-là ne se rendent pas au marché. C'est une bonne alternative à la vente directe.

De plus, de nouveaux systèmes d'AMAP se développent, notamment avec des réservations. Cela permet de savoir quelle quantité de produit apporter à l'AMAP chaque mois ou chaque semaine et donc de faire des choix de productions en fonction de ces quantités.

Bien sûr, les AMAP ne suffisent pas pour rendre l'activité rentable : ce n'est qu'un mode de vente complémentaire pour l'instant, pour la plupart des membres du GIEE enquêtés. En effet, même s'il y a de la demande, cela ne reste pas très important et sur de petites quantités. De plus, les réseaux d'AMAP restent moins nombreux que les marchés et les clients sont limités.

2) La fixation des prix

La fixation des prix est un point difficile, beaucoup de facteurs entrent en compte : le travail fourni, le coût des matières premières et emballages, mais aussi l'adaptation du prix par rapport à celui des autres producteurs, pour ne pas être « trop cher ».

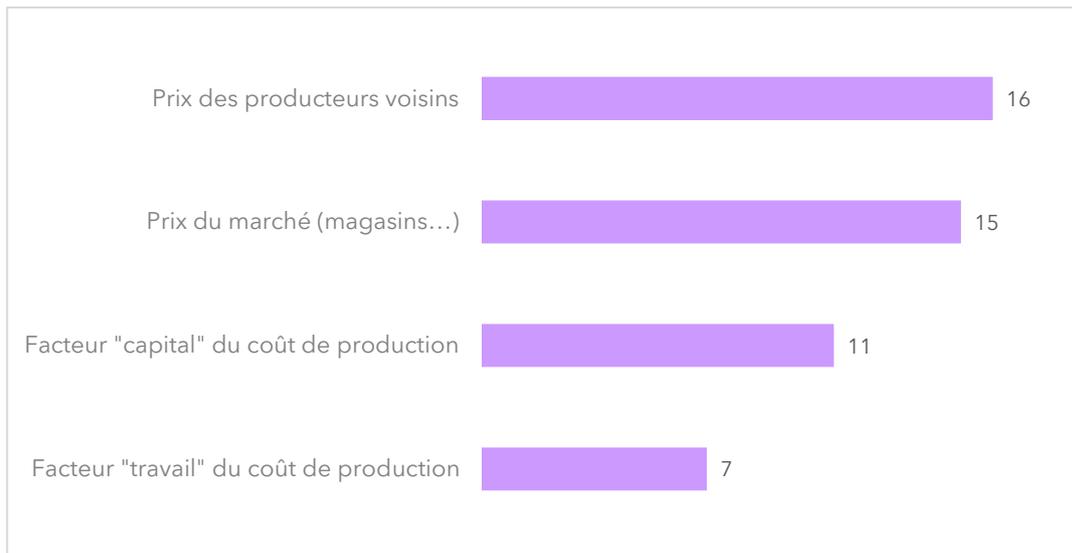


Figure 27 : Facteurs pris en compte pour la fixation des prix des produits - Le coût de production d'un produit comporte 2 facteurs de production : un facteur de travail qui permet de rémunérer le travail et un facteur capital qui correspond à toutes les dépenses faites pour arriver au produit final (achat de matières premières, amortissements du matériel...)

Bien que la plupart des producteurs soient conscients de l'importance de se rémunérer, beaucoup choisissent ne pas augmenter les prix de leurs produits afin d'assurer leur vente. « Je préfère vendre pas cher que de ne pas vendre du tout ». Ainsi, beaucoup abaissent leur prix en dessous de leur prix de revient et ne peuvent plus se payer à terme. Le prix de revient correspond à la somme de l'ensemble des dépenses mises en œuvre pour arriver au produit final.

Plusieurs producteurs ont estimé de façon plus ou moins précise leur prix de revient. Mais il est tellement élevé par rapport aux prix appliqués sur le marché qu'aucun agriculteur, ou presque n'applique ce prix-là.

Un des producteurs en particulier s'est rendu compte que ses prix étaient trop bas par rapport au temps et à l'énergie qu'il fournissait et à décider d'augmenter ses prix, pour pouvoir se rémunérer correctement, quitte à refuser des offres, à des prix trop bas. Ce producteur n'est qu'au début de sa commercialisation et pour l'instant n'a pas encore un réseau de client assez stable pour voir le résultat de cette stratégie.

« Un prix élevé est aussi important pour le côté psychologique du consommateur : c'est un produit cher, donc c'est un produit de qualité. »

3) Communication : promotion des produits et de l'activité agricole

12 membres du GIEE n'ont pas encore commencé leur commercialisation et travaillent actuellement sur leur communication et 1 ne fait pas de communication. Il y a donc 20 producteurs qui ont déjà un système de communication mis en place.

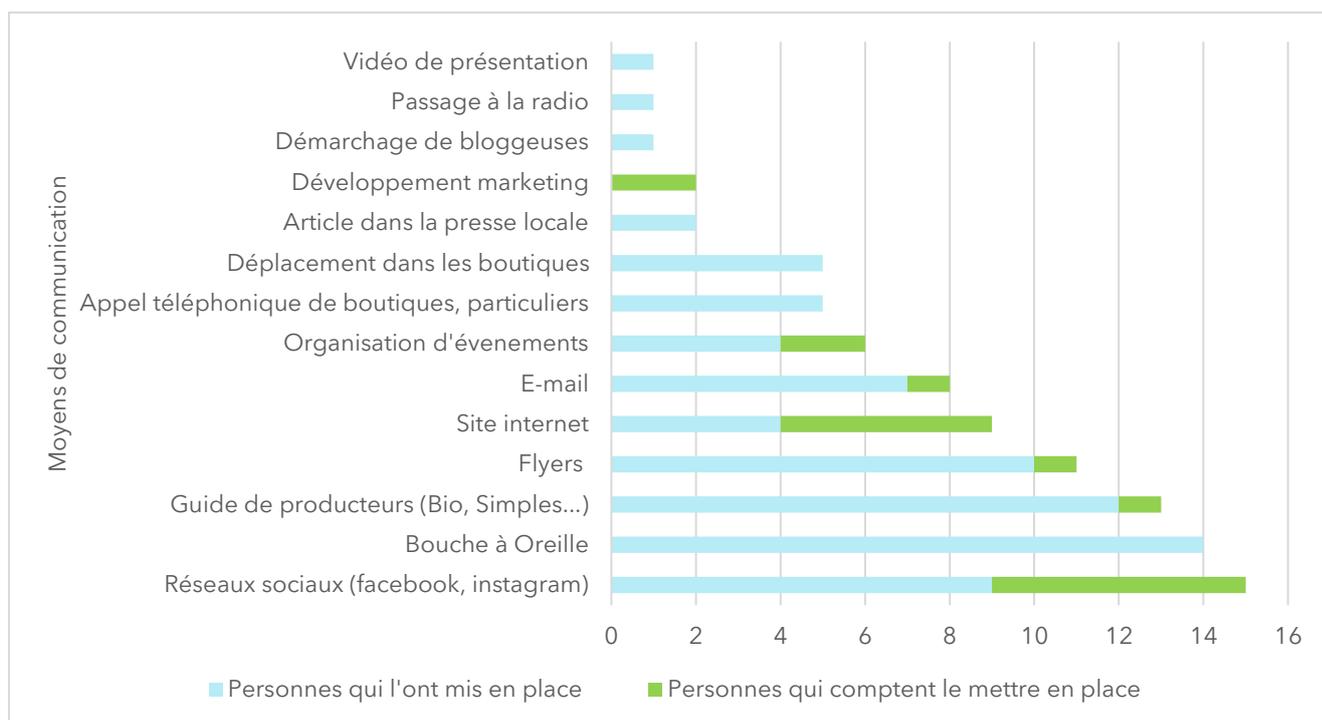


Figure 28 : Moyens de communication utilisés par les membres du GIEE - Uniquement 20 personnes ont pu répondre à ce sondage. Les flyers sont distribués dans les boutiques, les offices de tourisme, les chambres d'hôtes. Le développement marketing correspond au développement du produit et de son image (contenant, logo, couleurs...) pour favoriser sa vente.

L'idée du développement de la communication par les réseaux sociaux revient souvent. « Il faut utiliser des outils modernes ». Facebook est plus facile d'utilisation et les agriculteurs qui l'utilisent semblent assez satisfaits. Instagram est plus dur à mettre en place, c'est une application de téléphone avec beaucoup d'options, dans laquelle, on se met en valeur grâce à des photos. Il faut y être dynamique et présent pour qu'une « communauté de fan » se forme et se maintienne. Or, les agriculteurs n'ont pas beaucoup de disponibilité pour s'occuper de ça. Dans les 2 cas, cela demande de la régularité dans les publications et la création de contenus, et donc du temps. Cela permet tout de même de créer un lien avec le consommateur, qui suit la vie de la ferme à distance. Mais pour d'autres ça ne marche pas aussi bien, et des producteurs n'ont pas l'impression que cela change beaucoup de chose. « Ce qui fonctionne bien, c'est laisser le numéro de téléphone sur l'étiquette. » Cela dépend beaucoup de la façon de communiquer par les réseaux sociaux mais aussi de la clientèle cible. En effet, 35% des utilisateurs de Facebook ont 50 ans et plus en 2020, et 50% ont entre 25 et 49 ans. Les utilisateurs d'Instagram sont plus jeunes. Il s'agit alors de réfléchir à comment interpeler le consommateur, comment lui donner envie, et d'entretenir cette « relation virtuelle » et d'adapter son contenu à son public. Par exemple pour une jeune population, être assez présent.

La mise en place de site internet semble fonctionner aussi, mais au début, cela peut prendre du temps à « démarrer » car bien souvent les sites ne sont pas assez référencés. Le problème du temps revient aussi, mettre en place le site, puis répondre à toutes les demandes est très chronophage. Mais d'un autre côté, avoir des bons retours de visiteurs du site est quand même encourageant.

Beaucoup d'agriculteurs, certains plus que d'autres, apprécient le fait de communiquer directement avec les clients, notamment lors de marchés, et parler de leur activité, leurs valeurs, expliquer comment ils ont mis en place leur activité. Ce lien direct avec le client semble bien fonctionner,

ce qui rend le « bouche à oreille » assez efficace, les agriculteurs en sont satisfaits. « Il est important de se créer un réseau autour de soi », que ce soient des particuliers ou des magasins.

L'organisation d'évènements est aussi un bon moyen de se créer un réseau de client : « cela permet aux gens de nous connaître, en créant des souvenirs ».

Le travail sur la communication pousse les agriculteurs à changer leur posture face aux clients, pour mieux promouvoir leurs produits et leur activité : « Je dois proposer des choses plutôt que de les laisser choisir ». Mais c'est bien souvent quelque chose de compliqué pour eux, ils n'ont pas assez confiance dans ce qu'ils font car ils sont installés depuis peu de temps. Finalement, tout cet investissement dans la communication prend souvent beaucoup de temps et les agriculteurs sont nombreux à trouver qu'ils ne passent plus assez de temps à travailler dans leurs parcelles.

Globalement, les producteurs sont moyennement satisfaits de leur communication et souhaitent s'améliorer, quitte à développer un outil de communication en commun. Car beaucoup d'entre eux disent ne pas avoir de compétence « artistiques » pour développer des flyers ou des étiquettes avec un visuel attractif.

D'autres producteurs ne considèrent pas comme nécessaire de développer plus leur commercialisation, car leur production est petite, locale et pas encore très développée.

4) Description de la clientèle

Les clients sont en générales assez fidèles, surtout lorsqu'il s'agit de vente, quand il y a un contact direct avec l'agriculteur. En moyenne, les clients sont autant des locaux que des touristes. Ça dépend de la période de l'année et de la localisation géographique. Les touristes achètent surtout car les produits sont locaux, emblématiques du territoire et semblent de qualité en termes de goûts, de vertus thérapeutiques. Les locaux qui achètent sont souvent des femmes ou des familles/couples sensibilisés au bien-être et au bio, qui apprécient aller acheter directement les produits aux producteurs.

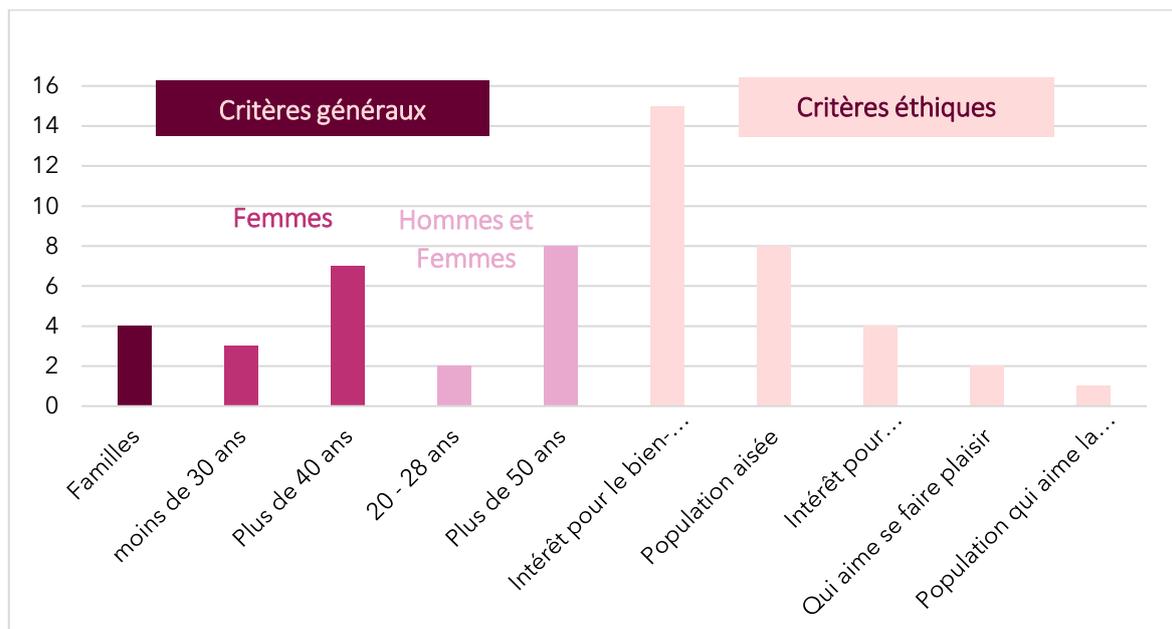


Figure 29 : Principaux critères de la clientèle

La culture et l'éducation ont permis de sensibiliser les individus au bien-être, au respect de l'environnement ou à un mode de vie sain. Et c'est grâce à cette éducation que les personnes s'intéressent à des bons produits, bio, locaux et de qualité. Ce sont notamment les personnes les plus intéressées par le bien-être qui semblent revenir le plus souvent vers ce type de produit.

L'âge est aussi un facteur important. En effet, selon l'âge, le budget alloué à la santé ou au plaisir n'est pas le même. Des personnes plus jeunes auront sûrement moins de moyen pour acheter ces produits. Les femmes semblent aussi davantage intéressées par les produits sains et bien-être.

5) Satisfaction des producteurs sur leurs modes de commercialisation

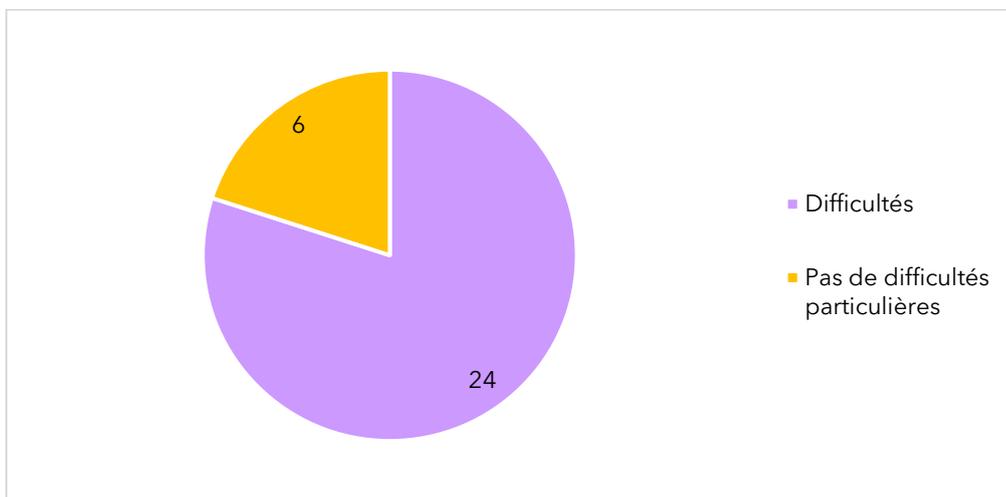


Figure 30 : Pourcentage de producteurs ressentant des difficultés ressenties pour la commercialisation

Seulement 6 agriculteurs ne ressentent pas de difficultés particulières pour leur système de commercialisation. « Il faut pouvoir s'adapter à la situation, rebondir. Il y a toujours des hauts et des bas ».

24 se sentent en difficulté par rapport à leur commercialisation, et ne se sentent pas légitimes de vendre leurs produits. Ils n'ont pas l'impression d'avoir assez d'expériences/connaissances pour ça, n'ont pas confiance en leur produits, et bien souvent n'osent pas se lancer pour aller démarcher des clients et vendre leurs produits.

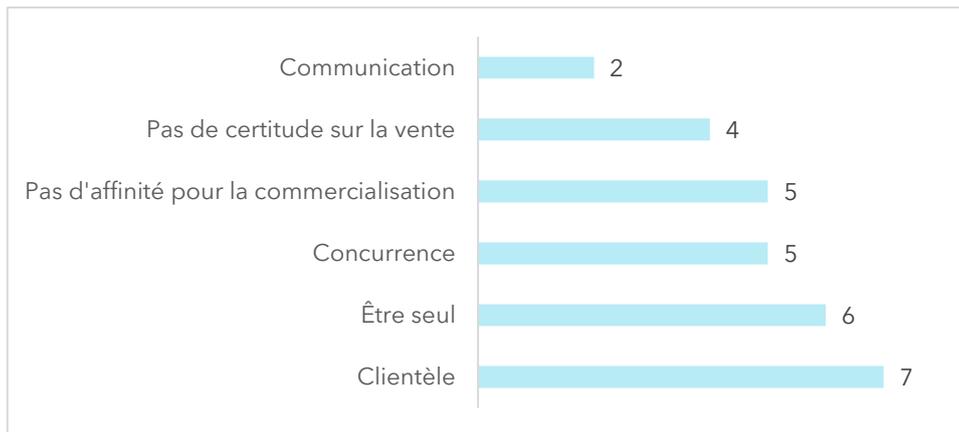


Figure 31 : Différentes difficultés ressenties pour la commercialisation

7 producteurs n'ont aucune certitude d'avoir des clients et 4 craignent de ne pas assez vendre et cela pose un problème pour eux : ils n'ont pas de visibilité sur la quantité de produit qu'ils vont vendre ou le chiffre d'affaires qu'ils vont faire. Ils n'ont donc aucune certitude du bon fonctionnement de leur système et cela peut les faire douter de ce système.

Tous sont conscients du développement de la filière et du fait que de plus en plus de monde s'installe en PPAM. La plupart ne voient pas ça comme une menace, mais une occasion de travailler ensemble, dans la bienveillance, même si cela peut paraître compliqué. « La demande est croissante, il y a de la place pour tout le monde ». Certains ont plus d'appréhensions vis-à-vis de toute cette concurrence et n'ont pas assez confiance en leur activité pour l'instant.

Le fait d'être seul pour gérer tout le système commercialisation est aussi un problème pour 6 agriculteurs. C'est dur de prendre seul les décisions alors qu'on doute sur beaucoup de choses. Mais il faut aussi les prendre pour pouvoir avancer. De plus, lorsqu'on est seul il faut trouver une assez bonne organisation pour tout faire dans les temps, ce que plusieurs agriculteurs pensent avoir du mal à faire. C'est pourquoi le GIEE apparaît pour beaucoup comme une « solution » en ce qui concerne la commercialisation. C'est un moyen de se regrouper pour ne plus être seul face à ces difficultés.

Malgré le fait que les agriculteurs ressentent des difficultés dans leur commercialisation, les producteurs du GIEE se satisfont de leur système de commercialisation, ils ne savent pas forcément comment l'améliorer, mais beaucoup souhaite ne compte pas conserver leur système actuel et souhaite évoluer vers autre chose.

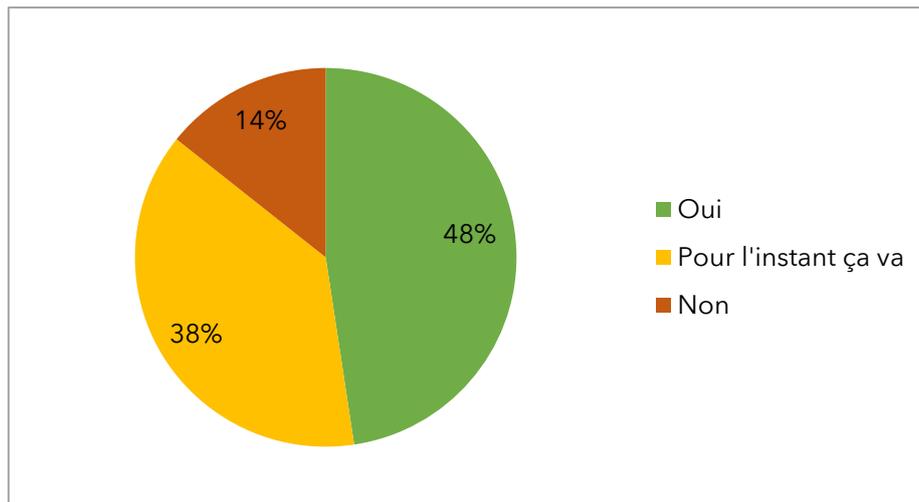


Figure 32 : Ressenti des producteurs par rapport à leur système de commercialisation

La commercialisation est un point faible de la plupart des producteurs du GIEE. Ça prend en effet beaucoup de temps et d'énergie de faire la vente, contacter des magasins ou des clients, organiser des rencontres, réfléchir au marketing et faire la promotion de ses produits. Et c'est un point à ne pas négliger avant de s'installer, mais qui bien souvent est laissé de côté. « Et même lorsqu'on pense être préparé, en réalité ça ne se passe pas du tout comme prévu ».

La plupart des agriculteurs veut encore améliorer son système de commercialisation :

- Développer leur gamme de produits ou la restreindre aux produits les plus rentables
- Diversifier leurs lieux de ventes : faire plus de marchés, livrer de nouveaux magasins bios ou de producteurs.
- Créer un espace dédié à la vente pour accueillir du public
- Développer la communication (site internet, réseaux sociaux, événements...)
- Développer le marketing, le packaging et les étiquettes, peut-être en lien avec le GIEE
- Fidéliser et diversifier la clientèle
- Proposer des nouvelles formules de produits (box...)
- Mieux prévoir les volumes demandés pour adapter la production
- Se regrouper pour vendre ensemble, permettant une plus grande diversité de produits
- Améliorer l'impact sur l'environnement : vendre plus local, utiliser des matériaux plus durables pour la communication, les conditionnements...

6) Intérêt du GIEE : Vers une commercialisation commune ?

A la création du GIEE PACKAPPAM, un des principaux objectifs étaient de développer la commercialisation des producteurs du groupe, notamment vers une commercialisation commune, quelle que soit la forme que cela puisse prendre. Après avoir discuté avec presque tous les producteurs du GIEE, plusieurs idées de « commercialisation commune » reviennent. Dont 4, plus que les autres : développer une marque commune avec une gamme de produits, mutualiser uniquement un logo à apposer sur les produits des producteurs, vendre ensemble leurs propres produits ou des produits de la marque commune dans un lieu commun et enfin, rassembler une partie ou la totalité de leur

production pour vendre une grosse quantité de plantes sèches ou huiles essentielles à des laboratoires ou grossistes.

Cette commercialisation commune, quelle que soit sa forme, présenterait de nombreux avantages pour les producteurs :

- Cela permet aux agriculteurs de s'assurer un débouché et donc d'exercer leur activité sans appréhension et sans perte de temps.
- Quel que soit le type de démarche choisie, les producteurs devraient être solidaires et s'accorder entre eux pour tirer les prix vers le haut auprès des clients.

a. Développer une marque commune ensemble

Développer une marque commune consiste à élaborer une gamme de produits ensemble. Pour exister, une marque commune doit être portée par une entité commerciale, de type GIE, SICA ou SCA, c'est cette entité qui autorisera les producteurs à utiliser cette marque.

i. Que peut apporter une marque commune ?

La création de marques communes par un groupement de producteurs donne plus d'importance aux produits de la marque. Cela permet aux clients d'identifier une ou plusieurs caractéristiques communes : l'origine du produit, la qualité, les modes de productions... Le fait d'avoir un logo commun, un packaging commun, facilite la mémorisation de la marque et des produits pour le consommateur. « Il n'y a qu'une seule étiquette et elle est valable toute l'année ».

Elle permet aussi d'indiquer l'appartenance à un groupe de producteurs, qui met le consommateur en confiance, car le produit ne dépend pas que d'un producteur. « Inconsciemment le consommateur est plus en confiance »

Avoir une marque commune permet aussi de gagner de l'importance auprès de magasins spécialisés, de magasins bios, comme les Biocoop par exemple. Le fait que ce soit une marque qui engage plusieurs producteurs suppose que les volumes de produits disponibles seront plus importants, mais aussi que si un producteur rencontre un imprévu et perd sa production, le produit sera quand même fabriqué et livré, grâce aux autres producteurs de l'entité commerciale. Etant donné que c'est le groupement qui s'engage et pas un seul producteur, l'ensemble des producteurs sont concernés en cas de succès ou de problèmes, ils doivent tous se soutenir et s'entraider. Pour les magasins, ça sécurise les livraisons.

De plus, le fait d'avoir un plus gros volume de produit qu'un producteur individuel, permet à accéder à des réseaux de magasins : Pour un producteur seul avec une petite production, il y aura moins de probabilité pour que ses produits soient proposés à d'autres magasins d'une même chaîne.

Avoir une structure commerciale permettrait aussi de déléguer le travail de « commercialisation », dont le contenu serait à définir par les producteurs : conditionnement, démarchages, communication, livraisons à des magasins... Les personnes en charges de cette commercialisation pourraient être des membres du GIEE volontaires, rémunérés pour leurs services, ou bien des salariés, embauchés par la structure juridique.

ii. Les points complexes sur lesquels il faut réfléchir

- Pour quel statut juridique opter ? GIE ? SCA ? SICA ?
 - Faut-il établir des contrats entre agriculteurs ?
- L'élaboration d'un cahier des charges pour homogénéiser les productions. Il faut que tous les producteurs respectent les mêmes critères s'ils veulent pouvoir commercialiser sous une même marque.
 - Comment définir les critères ?
 - Quels critères à définir sur les modes de production ? travail du sol, techniques de mise en cultures, désherbage, fertilisation, gestion des maladies et ravageurs, récoltes.

« Les exigences pourront être très diverses et il sera difficile de trouver un terrain d'entente. Mais il faut être patient et trouver un compromis, ça vaut le coup ».

Exemple de « règles » : Minimum sous serre, pas de plastique dans les champs, pas d'outils thermiques avant récoltes, être certifié AB..

- Transformation individuelle ou dans un lieu commun partagé ? Matériel partagé ? Quels critères à respecter sur le mode de transformation ? Où serait ce lieu commun ?
 - Conditionnement : Quels critères à respecter sur le mode de conditionnement ? Individuel ou dans un lieu commun partagé ? Peut-être faire plusieurs groupes, mais comment ? Affinités ou secteurs ?
- Quels produits proposer ensemble : création d'une gamme ensemble ou chacun fait des produits à soi avec un logo commun ?

Pour des personnes qui font des tisanes par exemple, elles pourraient se regrouper dans une des exploitations du groupe « tisane » pour faire les mélanges en commun, 1 fois par mois.

 - Comment faire pour la formulation du produit ? Comment faire valider la formulation ? (Si produit cosmétique)
- Si une personne a un produit qui fonctionne bien, peut-il rentrer dans la gamme ? Est-ce qu'il utilise le même packaging ? Peut-on prendre sa formulation ?
- Comment garantir la qualité des produits des autres ?

iii. Les points de vigilances pour cette commercialisation commune

- Les producteurs sont très nombreux dans le GIEE, et ils ne sont pas sûrs de partager les mêmes valeurs avec les autres et donc que les produits ne respectent pas le niveau de qualité exigé par chacun
- Si un des produits marchent moins bien, ça peut tirer les autres vers le bas ? Que faire dans ce cas ?

- Donc peut-être rester sur des produits simples ? Il faut être sûr que les consommateurs apprécient.
- Est-ce que commercialiser en commun une partie de ses produits implique de devoir arrêter sa commercialisation personnelle ? Et si c'est possible de faire les 2 ensembles, comment gérer le fait que les 2 produits soient très proches ? Possibilité de le commercialiser au même endroit ?
- Comment seraient rémunérés les producteurs qui acceptent de faire partie de cette commercialisation en commun ? Chacun en part égal si mélange des produits ?

b. Développer un logo commun

Développer uniquement un logo ou une étiquette commune est une solution alternative intéressante à la création d'une marque commune. Cela permettrait d'apporter une valeur ajoutée au produit, de signifier l'appartenance à un groupe de producteurs de PPAM, sans avoir le côté plus contraignant de devoir s'organiser collectivement et juridiquement pour la commercialisation.

De plus, plusieurs producteurs ont déjà créé un logo, une étiquette et commencé leur propre communication, et préféreraient ne pas rejoindre cette « marque commune » pour ne pas à avoir à refaire ce qu'ils ont déjà fait. D'où l'idée d'un simple logo, qui est intéressante, car ce serait facile à ajouter sur l'étiquette.

Si ce logo est créé, il faudrait fournir en même temps que les produits un flyer explicatif avec un descriptif de chaque producteur, pour permettre aux consommateurs de comprendre la raison du regroupement des producteurs.

i. Les points complexes sur lesquels il faut réfléchir

- Elaboration d'un cahier des charges, pour fixer des critères, qui là encore sont nécessaires pour définir quels produits peuvent porter le logo et quels produits ne peuvent pas.
 - Quels modes de production ?
 - Quels modes de transformations ?

Comme pour la marque commune, beaucoup de producteurs pensent qu'il sera difficile de mettre en place ces critères à respecter en étant si nombreux dans le GIEE.

- Comment garantir la qualité des produits des autres ?

ii. Les points de vigilances pour cette commercialisation commune

- Si un des produits marchent moins bien et « tire les autres vers le bas », comment réagir ? Demander au producteur d'enlever son produit de la liste des produits pouvant porter le logo ?
- Est-ce qu'appliquer le logo sur une partie de ses produits implique de devoir le faire sur toute sa production ? Sinon, comment gérer le fait que 2 produits soient très proches ? Possibilités de les vendre au même endroit ?

- Comment s'organiser pour la rémunération des producteurs ? Chacun pour soi si uniquement une étiquette ?

A priori, chacun pourrait rester dans sa propre entreprise. Par contre, il faut quelqu'un pour payer le temps passé à travailler sur l'élaboration et l'impression du logo et tout ce qui sera à faire. Il est aussi possible de créer une association entre producteurs pour toucher des subventions, ou à laquelle les producteurs versent de l'argent annuellement pour payer tous les services utilisés par l'association.

c. Commercialiser ensemble dans un point de vente commun

Beaucoup de producteurs réfléchissent à commercialiser dans un lieu commun sous forme de point de vente ? Ce qui peut être compliqué selon la localisation géographique de chacun.

Dans un premier temps il est important pour les producteurs qui veulent monter un point de vente collectif en commun de se rencontrer et de discuter de leurs objectifs et de ce que chacun peut investir dans le projet.

Points de réflexion :

- Choix d'une structure de vente :
 - Créer un groupement de producteurs ? (SCA/GIE/SICA)
 - Créer un magasin de producteur ?
Auquel cas il faut choisir un statut juridique adapté pour pouvoir vendre en collectif, et établir un plan de commercialisation en faisant une étude de marché.
 - Rejoindre un magasin de producteurs tous ensemble ? (Mais cela reviendrait à rentrer dans un magasin avec la marque commune)
 - Développer un réseau de vente en ligne ensemble
 - Commercialiser ensemble sur des marchés, des foires, en tant que GIEE.
- S'il y a un point de vente collectif, il faut que le temps de vente soit égal, de même que le temps de conditionnement, de transformation...Ou bien il faut que les producteurs qui y passent plus de temps soient rémunérés par l'entité commerciale
- Comment garantir la qualité des produits des autres ?

d. Commercialiser ensemble en regroupant des productions

Certains producteurs sont intéressés pour regrouper leurs productions de plantes sèches ou d'huiles essentielles et les proposer à des laboratoires ou des grossistes. Ce regroupement permettrait d'avoir des plus gros volumes de produits à proposer qu'un producteur tout seul.

Ce type de commercialisation « commune » peut se faire sous différents types de statut : une coopérative, un GIE ou une SICA. Cela peut aussi se faire en tant qu'association au début, avant

d'évoluer en autre structure juridique. C'est le cas de Frédéric Deboissy, un agriculteur de Charente qui participe aux commissions PPAM de la FNAB. Il a notamment créé une association avec d'autres producteurs puis créé un site internet de partage de stocks entre producteurs pour pouvoir répondre à des demandes de laboratoires ou fabricants.

Points de réflexion :

- Là encore, il faut un cahier des charges. Il est très important pour rassembler les productions qu'elles soient le plus semblables possibles. Il faut donc définir des normes à respecter en termes d'itinéraires techniques, récoltes et transformations.
Comment être sûr que les produits sont de qualités similaires ?

Deux points restent importants pour que cette commercialisation en commun reste un atout. Il ne faudrait pas que la gestion de ce système de commercialisation prenne trop de temps ni ne demande une charge administrative plus importante qu'elle ne l'est déjà. Et il faut aussi être vigilant au niveau des normes d'hygiène et sur les allégations santé, points sur lesquels, certains agriculteurs sont très rigoureux.

Beaucoup de producteurs ont encore du mal à imaginer quelle forme pourra prendre cette commercialisation en commun. Et même si beaucoup trouvent l'idée intéressante, ils ne sont pas tous prêts à se lancer dans le projet sans savoir ce qu'il pourrait en ressortir. « C'est un vrai défi de lâcher ses peurs et de se lancer. »

« Pour cela il faudrait peut-être se regrouper par affinité entre producteurs, organiser des visites de fermes entre chaque petit sous-groupe. Cela permettrait de faire connaissances entre nous et d'affiner notre perception des choses » L'idée de faire des petits groupes ressort souvent, pour apprendre à se connaître et définir en direct ce que chacun veut pour la commercialisation (pour ceux qui sont concernés).

e. Autres types de mutualisation touchant la commercialisation en commun

Les producteurs sont nombreux à ressentir le besoin d'une communication en commun. En effet, pour beaucoup la communication prend beaucoup de temps et ils n'aiment pas forcément réfléchir à cela, alors que c'est indispensable pour que l'activité se développe. Ainsi, organiser ça à plusieurs pourrait être intéressant pour eux, car cela prendrait peut-être moins de temps et serait plus efficace.

Pourquoi pas, faire de la communication sur certains produits ou/et certaines plantes du GIEE, dans le cadre d'une marque commune, ou pas. L'idée serait de faire un guide de producteurs avec une description de chaque produit, des plantes correspondantes et des producteurs. Cela pourrait aussi se faire sous la forme d'un site internet en commun. Ça semble être une bonne alternative pour ne pas que la marque masque totalement le producteur et ça permet de garder une commercialisation plus facile qu'individuelle.

Des coffrets de produits communs du GIEE pourraient être intéressants aussi, à distribuer dans des chambres d'hôtes ou à proposer en marché lors de la saison des touristes ou des fêtes, lorsque les gens achètent pour faire des cadeaux.

Il est aussi important de faire des événements ensemble : des foires, des fêtes locales, de plantes aromatiques, médicinales, pour se faire connaître et prendre de l'importance. « C'est

important car ça marque les esprits ». C'est ce qui aura lieu pour la Fêtes des Plantes le 19 juin 2021 à Pertuis.

Certains producteurs pensent aussi à faire des partenariats avec des associations locales : parc du Luberon, offices de tourisme ou mettre en place un cercle vertueux avec d'autres acteurs du territoire, mais cela reste encore flou. La priorité est laissée au projet de commercialisation en commun.

Moyen d'améliorer la commercialisation	Idées concrètes
Commercialiser en commun	Marque commune
	Logo commun
	Point de vente commun
	Vente commune en circuit long
	Proposer des coffrets de produits
S'organiser ensemble	Livraison en commun
Communiquer ensemble	Flyer en commun
	Guide de producteurs
	Site internet commun
	Faire des évènements ensemble
Développer des projets	Partenariat avec le PNR Luberon ou autres associations locales

Figure 33 : Tableau récapitulatif des idées concernant la commercialisation

D - Système de production

13 agriculteurs ou porteurs de projets enquêtés ont ou auront uniquement l'atelier PPAM sur leur ferme, 8 ont 2 ateliers, 8 en ont 3 et 4 en ont 4. Les ateliers autres que les PPAM dans le GIEE sont l'apiculture, la vigne pour le raisin de table surtout, les céréales et les oléagineux, les poules pondeuses, le maraichage, l'arboriculture ou la pépinière.

1) Surface

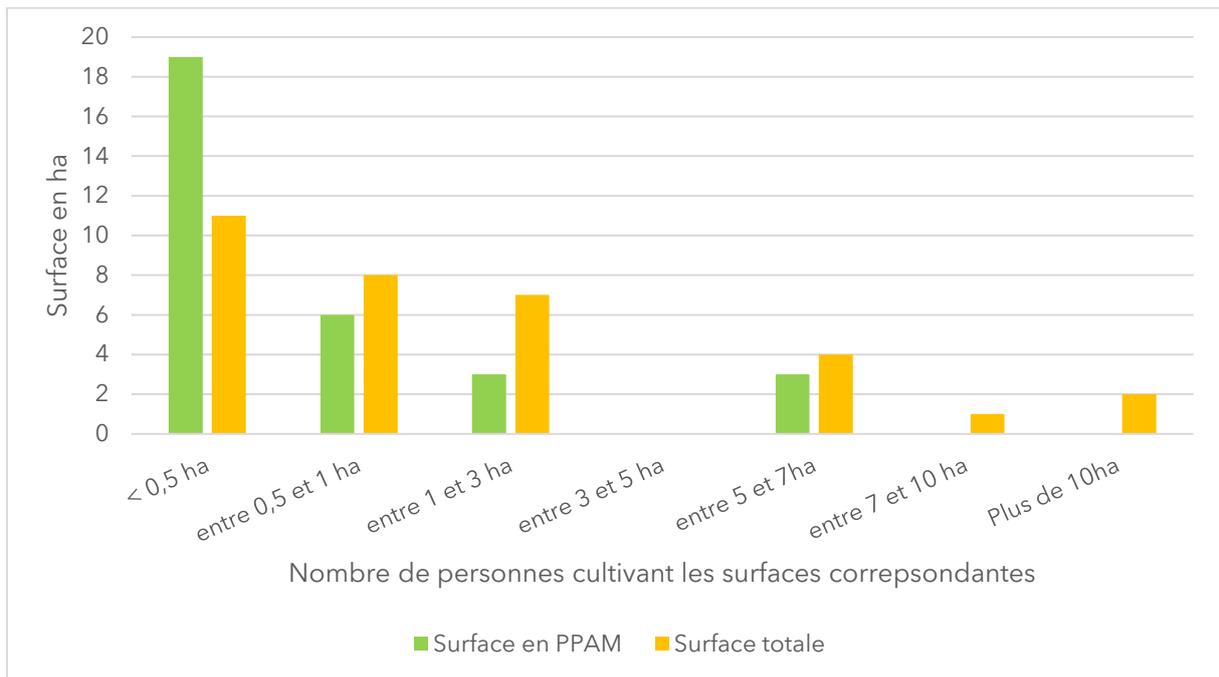


Figure 34 : Surfaces cultivées par les producteurs du GIEE

La surface de la majorité des exploitations est inférieure à 1ha. Cela peut aussi s'expliquer par le fait que de nombreux producteurs, ou porteurs de projets, aient choisi de commencer sur des petites parcelles et de s'agrandir plus tard, s'ils le peuvent. Il y a tout de même des plus gros systèmes de production de PPAM, avec des surfaces se rapprochant de 10ha.

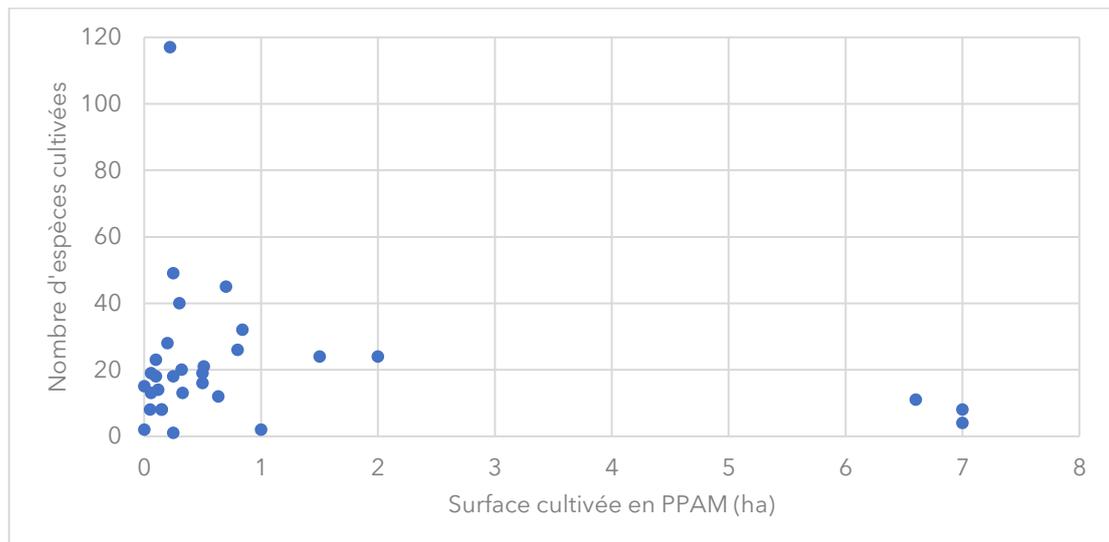


Figure 35 : Nombres d'espèces cultivées en fonction de la surface cultivée

1 agriculteur est isolé du groupe car il cueille une très grande diversité d'espèces, en possédant une petite surface. Au contraire, 3 agriculteurs se distinguent par des plus grandes surfaces que les autres en produisant « peu » d'espèces. Ils sont sur des systèmes plus mécanisés, au vu de la taille des surfaces.

Le reste des agriculteurs suit un modèle plus similaire sur des petites surfaces, d'en moyenne 5000m², avec 2 plus grandes exploitations (1,5ha et 2ha). 2 producteurs de ce groupe sont uniquement cueilleurs et n'ont pas de surfaces cultivées. Le modèle des systèmes du GIEE semblent donc s'approcher de productions de PPAM cultivées sur petites surfaces inférieur à 2ha pour la plupart).

2) Espèces

a. Une grande diversité d'espèces

Les plantes produites par les membres du GIEE sont très diversifiées, avec au total 202 espèces différentes dont 101 espèces sont produites par au moins 5 personnes différentes. Certaines espèces reviennent beaucoup plus que d'autres, comme le thym ou la lavande avec notamment beaucoup de variétés différentes, qui sont rassemblés dans le graphique suivant.

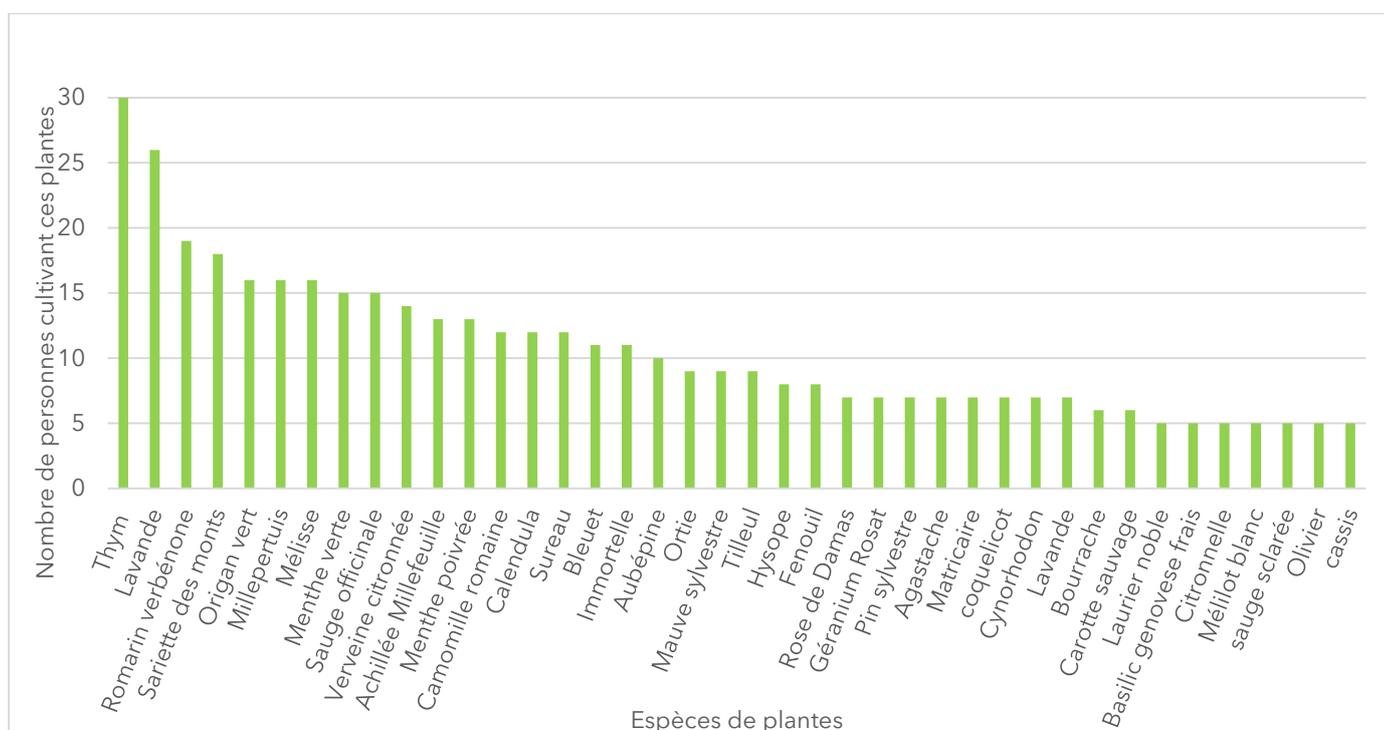


Figure 35 : Espèces de plantes les plus cultivées/cueillies par les producteurs du GIEE - Les autres plantes sont disponibles en annexes.

Cette diversité importante reflète aussi le fait que les fermes du GIEE sont réparties dans tout PACA, et que selon les milieux, en haute montagne, ou en plaine, il n'y aura pas les mêmes plantes disponibles en cueillette et pas les mêmes conditions pour la culture.

Selon les systèmes de chacun, il y a plus ou moins d'espèces produites (cueillies ou cultivées) par ferme. Cela dépend de l'avancement de chacun dans son activité et de ses choix. Un agriculteur en début d'activité peut cultiver et/ou cueillir une grande diversité de plantes pour tester ce qui marche le mieux en culture et/ou en transformation, puis diminuer son nombre de plantes en se concentrant sur les espèces les plus rentables ou les plus faciles, ou les deux. Un agriculteur qui a plusieurs années de pratique peut proposer une grande diversité de plantes car il a appris à connaître chacune d'entre elles, et il est capable de toutes les entretenir ou les cueillir, et les transformer.

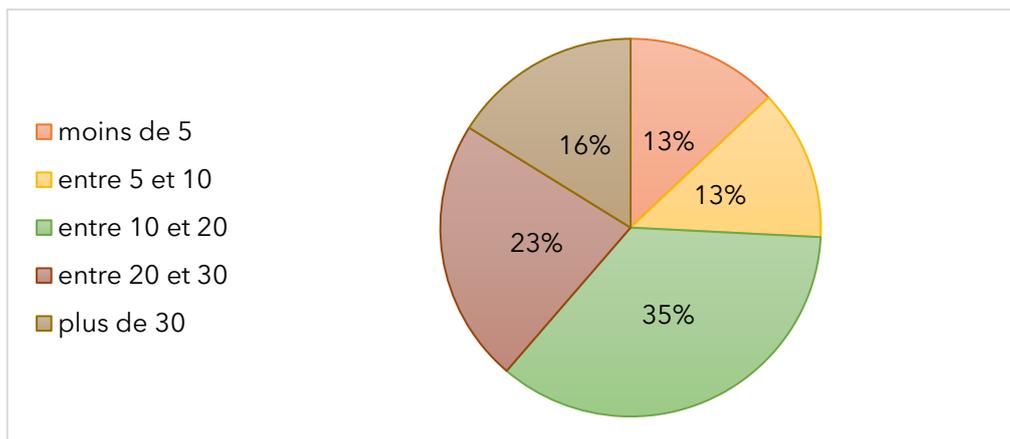


Figure 36 : Nombres d'espèces produites dans les fermes du GIEE

Seulement moins d'un tiers des exploitations membres du GIEE produisent moins de 10 espèces, et 35 % produisent entre 10 et 20 espèces différentes. Les producteurs du GIEE produisent donc en moyenne une grande diversité de PPAM sur, la plupart du temps une surface relativement petite. Cela correspond au motif principal de la création du GIEE : accompagner des producteurs qui ont une diversité importante de plante.

b. Différentes motivations

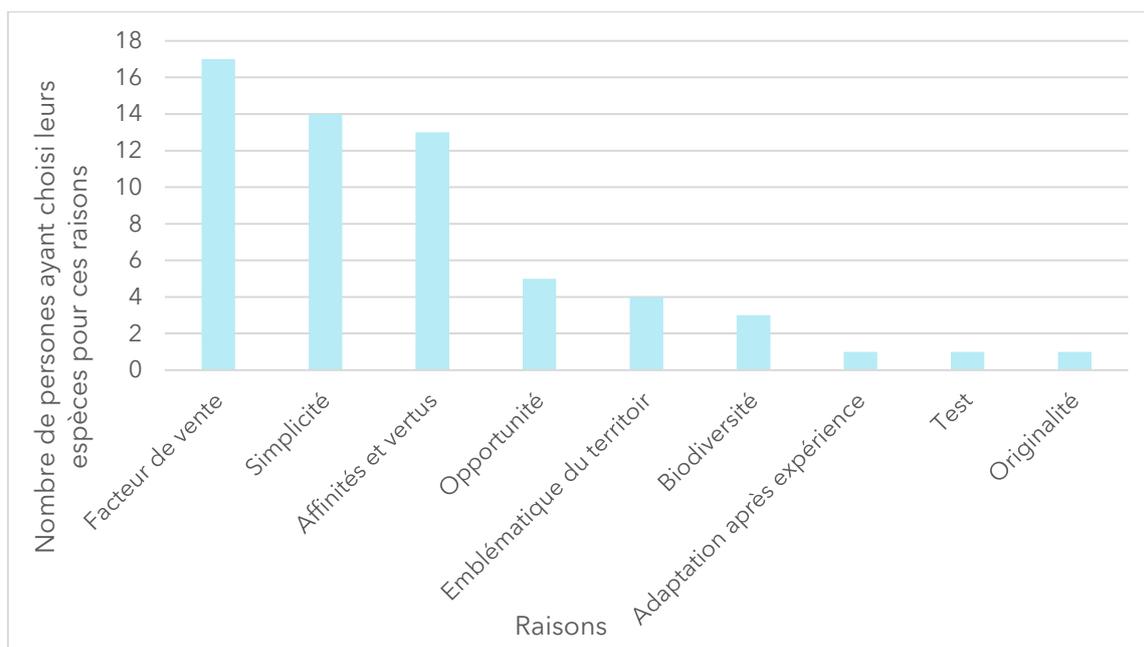


Figure 37 : Raisons pour lesquelles les espèces sont cultivées

Facteurs de vente : L'agriculteur met en culture certaines espèces pour favoriser sa vente de produits finaux : réponse à des demandes de clients, diversification pour attirer le client, expérience/connaissance d'un produit qui se vend bien. **Simplicité** : plante adaptée au milieu, peu de réglementation, facilité technique de culture et de transformation. **Affinités et vertus** : 13 agriculteurs ont planté leurs plantes car elles les intéressaient, notamment par leurs propriétés thérapeutiques. **Opportunités** : 5 agriculteurs n'avait pas prévu de planter certaines de leurs espèces, mais ont eu l'opportunité de le faire, grâce à un voisin qui leur a fourni des plants par exemple. **Emblématique du territoire** : Les plantes cultivées sont adaptées aux milieux et déjà présentes dans le milieu naturel. **Biodiversité** : 3 agriculteurs ont choisi certaines de leurs espèces pour favoriser la biodiversité, par exemple des plantes mellifères pour les abeilles.

c. Différents rendements

Tous les producteurs n'ont pas pu fournir les mêmes données concernant les rendements : certains les expriment en plantes sèches, en plantes fraîches, en volumes ou poids de produits (HE, HA...). Il a fallu choisir un moyen d'utiliser ces données. 16 producteurs n'ont pas pu fournir du tout de chiffres concernant leurs rendements. Certains ne sont pas encore installés ou ne sont pas installés depuis assez longtemps pour avoir un rendement représentatif de leurs cultures. D'autres cueillent une trop grande diversité de plantes, en petite quantité et ne prennent pas le temps de noter pour chaque plante ce qu'ils produisent.

Afin de comparer les rendements des différents producteurs, il a fallu se concentrer sur certaines plantes : nous avons choisi les 5 plantes les plus cultivées : Thym, Mélisse, Millepertuis Lavande et Origan vert.

Dans un premier temps il est important de distinguer la récolte d'une culture de la cueillette sauvage, dont les quantités récoltées ne nous donnent pas les mêmes informations. 50kg d'une plante produite sur une parcelle d'1ha indique un rendement, qui dépend de la culture (itinéraire techniques, conditions du milieu...) et 50kg de la même plante cueillie en sauvage dépend du temps de cueillette, en plus du fait que la plante doit être accessible.

On s'intéressera à différents indicateurs. Pour les plantes sèches, Le rendement en kg de plantes sèches/ha sera utilisé pour ceux qui produisent sur des surfaces supérieures à 5000m², pour ceux cultivant sur des surfaces inférieures à 5000m², on utilisera un rendement en kg de plantes sèches /m², Pour les huiles essentielles, on utilisera le rendement en huiles essentielles/ha.

Pour les cueilleurs où ceux dont les surfaces ne sont pas connues, on utilisera des poids de plantes sèches ou des volumes d'huiles essentielles par an.

i. Exemple du Thym

Dans le GIEE, 30 producteurs produisent du Thym. 6 variétés de thym au total sont produites : Thym linalol, thymol, thujanol, commun, carvacrol et citron. Le Thym linalol est le plus cultivé et cueilli, avec 14 personnes.

Parmi les 30 producteurs de thym, uniquement 8 savent combien ils en récoltent, ou cueillent. Un producteur a un rendement de thym sec de 880 kg/ha pour l'année culture 2020, une productrice a un rendement en huile essentielle de thym 13L/ha pour l'année 2020 et une autre de 1,7L/ha la même année. On peut distinguer ensuite 2 groupes de cueilleurs de thym : 4 producteurs cueillent des petites quantités de thym, entre 3 et 0,3 kg par an avec un qui produit 200mL d'huile essentielle par an avec ce thym. Un autre cueilleur produit des volumes beaucoup plus importants de thym : 256kg pour l'année 2020.

Si on s'intéresse à l'exemple de ce cueilleur, il met l'équivalent de 120h pour une personne, sachant qu'il embauche en moyenne 4 personnes par jour (sans le compter lui), pour 5 jours de récolte, ce qui revient au final à 24h par personne pour 5 jours. Dans ce temps, sont inclus la cueillette et la mise au séchoir. Son rendement en temps de travail revient donc à 2 kg/h de thym sec.

ii. Exemple de la Mélisse

3 producteurs cultivent de la mélisse et obtiennent les rendements suivants en plante sèches : 40 g/m², 13,8 g/m² et 28 g/m². Un cueilleur cueille 115kg de mélisse fraîche, soit 40kg de mélisse sèche par an en 3 jours de cueillette. La mélisse est utilisée en tant que plante sèche

iii. Exemple du Millepertuis

2 personnes du GIEE cueillent du Millepertuis en sauvage pour des poids de 1,5kg et 4,8kg de plantes sèches par an.

iv. Exemple de la lavande

Une personne cultive de la lavande pour un rendement de 17kg d'huile essentielle/ha. 4 personnes cueillent dans des volumes différents : 2 pour 1,5kg et 8kg de plantes sèches par an et une personne cueille pour produire 1,7L d'huile essentielle de lavande par an. Le dernier cueilleur met l'équivalent de 41h au total, pour cueillir ses 317kg de plantes fraîches par an, ce qui lui donne un rendement de 7,7 kg/h de lavande fraîche.

v. Exemple de l'origan

3 producteurs d'origan ont des rendements par hectare allant de 20 kg/m² à 200 g/m² d'origan sec, leur culture d'origan n'étant pas encore en phase de croisière. Un autre producteur, sur des surfaces plus importantes, produit 666kg d'origan sec et battu (ou sec mondé) par hectare, sa culture étant en phase de croisière, là où elle sera la plus productive.

De nouveau, pour les plantes de culture, indique toujours si le rendement donné est une moyenne sur la durée de la culture ou bien le nombre d'années de culture qui correspond au rendement.

Ainsi, il est compliqué de comparer toutes ces données, puisqu'elles ne s'expriment pas toutes dans les mêmes unités. De plus il y a de grands écarts entre les systèmes de production, au niveau des quantités produites mais aussi de l'organisation interne du travail et du suivi des récoltes. Les stades de développement des plantes pour les espèces pérennes sont aussi à prendre en compte, ainsi que les milieux de chaque exploitation.

d. Evolution souhaité de l'atelier de culture/cueillette PPAM

70% des membres du GIEE ont déjà une idée, plus ou moins précise, de nouvelles espèces, qu'ils pourraient potentiellement planter dans les prochaines années. Parmi toutes les espèces citées, uniquement 20% des espèces sont évoquées plus d'une fois. Cela montre bien la volonté de beaucoup d'agriculteurs de vouloir se démarquer des autres en cherchant des espèces originales, tout en faisant en sorte qu'elles soient adaptées au milieu. Envisager de produire de nouvelles espèces demande une réflexion importante, qui s'appuie sur plusieurs points.

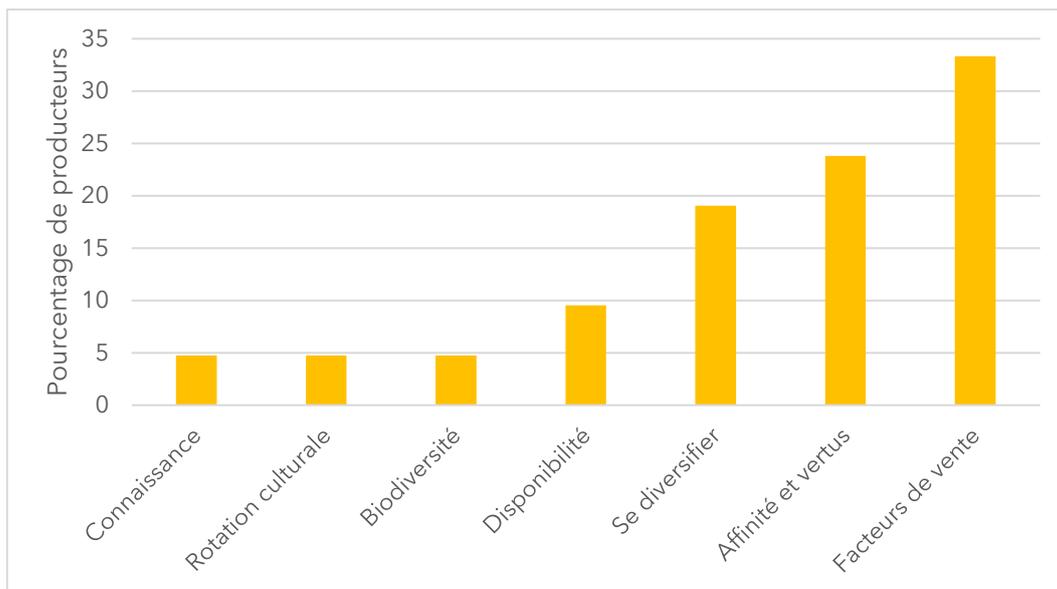


Figure 38 : Raisons de commencer à produire de nouvelles espèces

Certaines raisons pour lesquelles les membres du GIEE veulent développer de nouvelles espèces reviennent plus que d'autres. La plantation de nouvelles espèces dépend beaucoup du consommateur final, lorsqu'il fait des demandes directes mais aussi lorsque le producteur mise sur le développement et de la diversification de la gamme complète de produits, pour attirer le client. Ces aspects sont regroupés dans la raison « Facteurs de vente ».

Plusieurs producteurs ont aussi un intérêt personnel à cultiver ces nouvelles espèces, que ce soit par affinité avec la plante, un intérêt pour ses vertus ou bien un engagement pour la biodiversité.

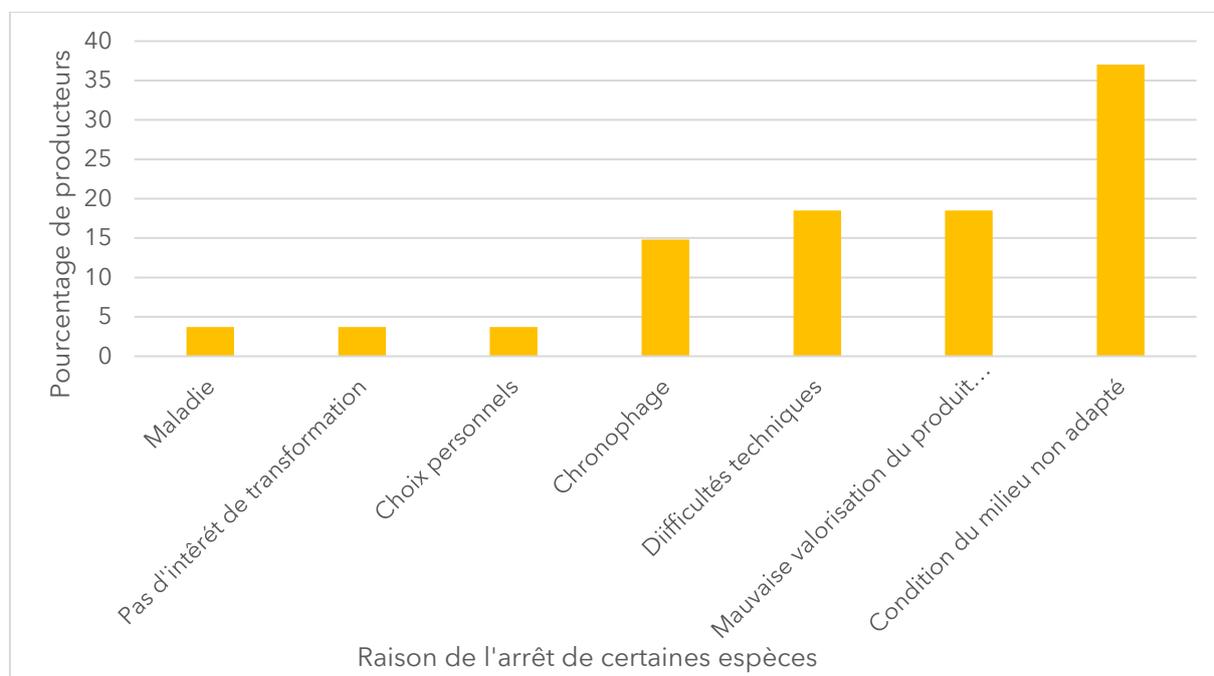


Figure 39 : Raisons d'arrêter de produire certaines espèces - Arrêter de produire une espèce par « choix personnels » signifie arrêter une espèce car elle ne plaît plus à l'agriculteur.

La décision d'arrêter de produire certaines espèces se basent principalement sur des facteurs affectant la valorisation du produit. Il faut que le produit se vende bien à terme, que sa production soit optimale avec une espèce adaptée au milieu et qui ne demande pas trop de temps. Sinon, la plante perd son intérêt à être produite. Ce sont souvent des choix difficiles, puisque les agriculteurs ont une affinité avec la majorité de leurs plantes.

Sur la totalité du GIEE, 5 plantes sont arrêtées plus que les autres. 3 personnes ont arrêté de produire du romarin et 2 personnes (différentes pour chaque plante) ont arrêté l'immortelle, la verveine, la monarde et la menthe.

Dans les 3 cas, le romarin a été arrêté pour des raisons similaires : les conditions du milieu, avec trop d'eau et un sol non adapté. L'immortelle a aussi été arrêtée dans les 2 cas car elle n'était pas adaptée au milieu, notamment au sol. « Il y a beaucoup trop de calcaire actif dans le sol ». Les verveines ont gelées. La menthe et la monarde n'ont pas été arrêtées pour les mêmes raisons par les producteurs : La monarde semble être trop compliquée à produire et ne présente pas d'intérêt particulier une fois transformée. La menthe était mal adaptée au milieu et il y a eu un problème technique lors du séchage.

Dans certaines situations, plusieurs producteurs ne savent pas comment réagir pour sauver leurs plantes. « J'ai plus l'impression d'être en échec qu'en développement ». Il est donc intéressant pour les producteurs d'avoir un réseau d'échange pour s'entraider au niveau technique de manière ponctuelle. Le réseau WhatsApp semble bien fonctionner pour ça, les producteurs l'utilisent régulièrement.

3) Matériel

Les chiffres ne seront peut-être pas représentatifs de la totalité du GIEE, étant donné la présence de beaucoup de porteurs de projets ainsi que de producteurs en installation, qui n'ont pas encore beaucoup de recul, notamment sur les itinéraires de culture.

a. Matériel de culture et de transformation

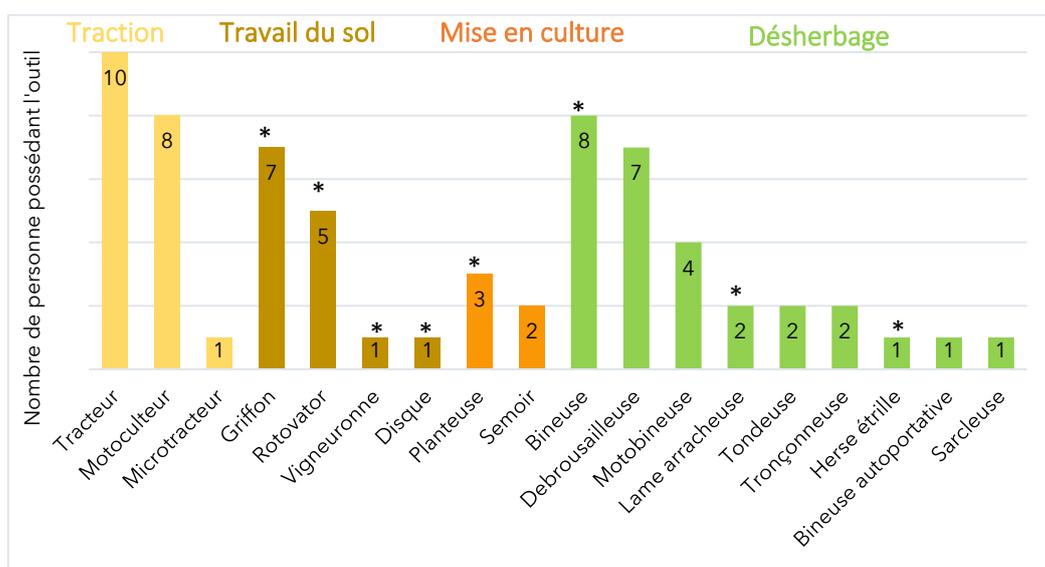


Figure 40 : Matériel agricole présent sur les fermes du GIEE - * : Outils tractés

Une partie seulement des agriculteurs est très mécanisée. Les outils les plus fréquents chez les agriculteurs sont le motoculteur, la bineuse attelée et la débroussailleuse, notamment pour ceux qui ont entre 1 et 3 outils. Le motoculteur permet de faciliter l'entretien des cultures, en diminuant le temps et la pénibilité du travail sans matériel, sans pour autant devoir investir dans un tracteur et de multiples outils tractés.

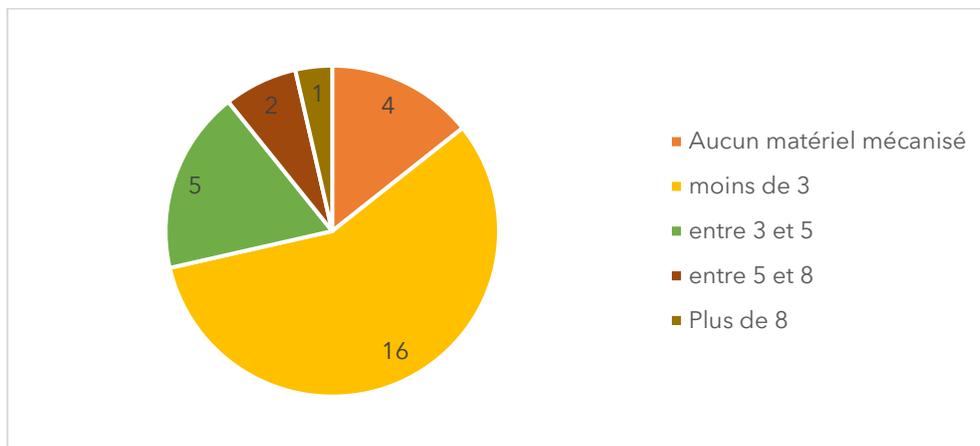


Figure 41 : Niveau d'équipement mécanisé sur les fermes du GIEE

En plus du gros matériel d'entretien des cultures, beaucoup d'agriculteurs, qui sont peu mécanisés, ont beaucoup de « petits » outils à main, bien souvent récupérés ou achetés d'occasion : binettes, bêches, pelles... Les 9 producteurs compris dans le groupe « aucun matériel mécanisé », comporte aussi 5 porteurs de projets qui n'ont pas encore investi dans du matériel. Il y a donc 4 personnes dans le GIEE ne possédant aucun matériel mécanisé et faisant tout à la main.

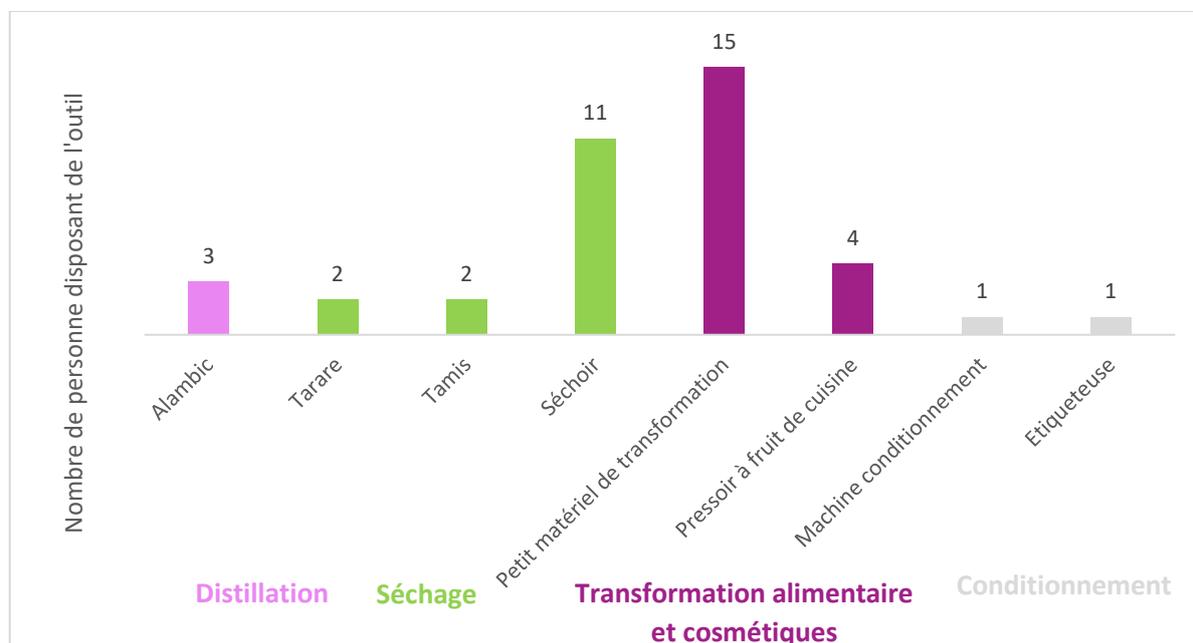


Figure 42 : Equipements de transformation - Inclus dans le « Petit matériel de transformation » : béccher, thermomètre, casseroles, bocaux, pots, fouets, plaques de cuissons, bols...

Globalement, la majorité des producteurs du GIEE PACKAPPAM n'ont pas beaucoup d'équipements. Mais les personnes qui ont peu de matériel pour les cultures ont souvent plus de matériel en transformation, ou des outils qui demandent un investissement plus important. Souvent, le matériel de transformation est aussi plus facile à auto construire, comme les séchoirs par exemple.

Certains types de transformations demandent aussi moins de matériel, puisqu'il est possible de fabriquer des produits cosmétiques ou alimentaires à domicile si c'est un espace propre, aux normes. Il est ainsi plus simple d'investir dans du petit matériel qui permet une bonne valorisation de petites quantités de produits que d'investir dans du gros matériel. De plus, de nombreux producteurs ont peu de matériel en transformation car ils font appel à des prestataires, notamment pour ce qui est de la distillation.

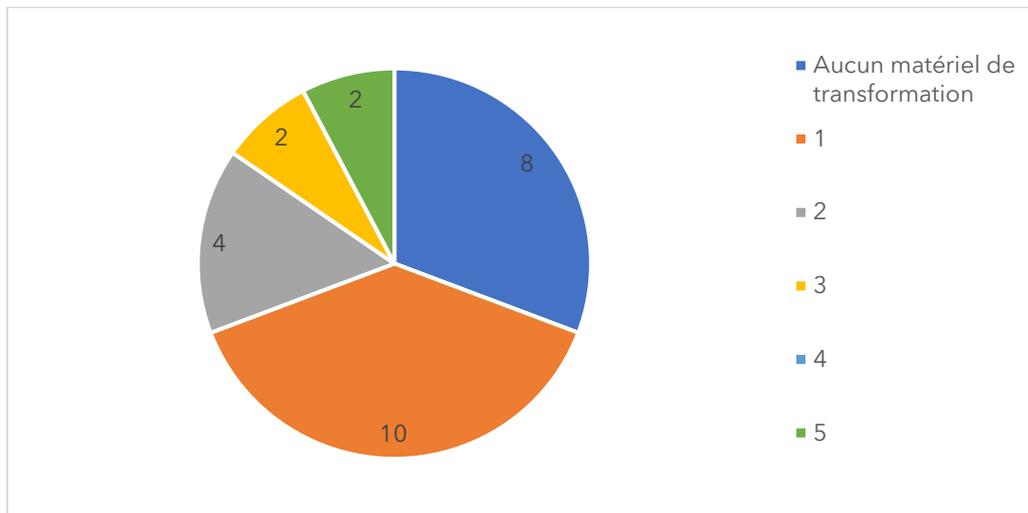


Figure 43 : Niveau d'équipement de transformation des exploitations

b. Mutualisation de matériel

Plusieurs membres du GIEE semblent intéressés pour mutualiser du matériel, mais la majorité d'entre eux a encore du mal à voir comment cette mutualisation pourrait se réaliser. L'éloignement est facteur important que soulèvent beaucoup de producteurs, les empêchant d'envisager une telle démarche. Les questions de l'entretien du matériel et de sa disponibilité se posent aussi : Mutualiser du matériel demande une organisation rigoureuse, qu'il faudra mettre en place avant même d'acheter du matériel.

Certains membres du GIEE se considèrent aussi comme trop petit, ou dans une dynamique différente et ne voient pas l'utilité de mutualiser du matériel pour le moment. Cependant l'idée de mutualiser du matériel a l'air appréciée, cela permettrait de mieux rentabiliser le matériel notamment mais aussi de posséder moins de matériel.

Parmi les gens interrogés, 6 sont très motivés pour la mutualisation et 4 ne veulent pas y participer. Les personnes motivées pour la mutualisation de matériel, sont plus ou moins éloignées géographiquement, comme on peut le constater sur la carte suivante.

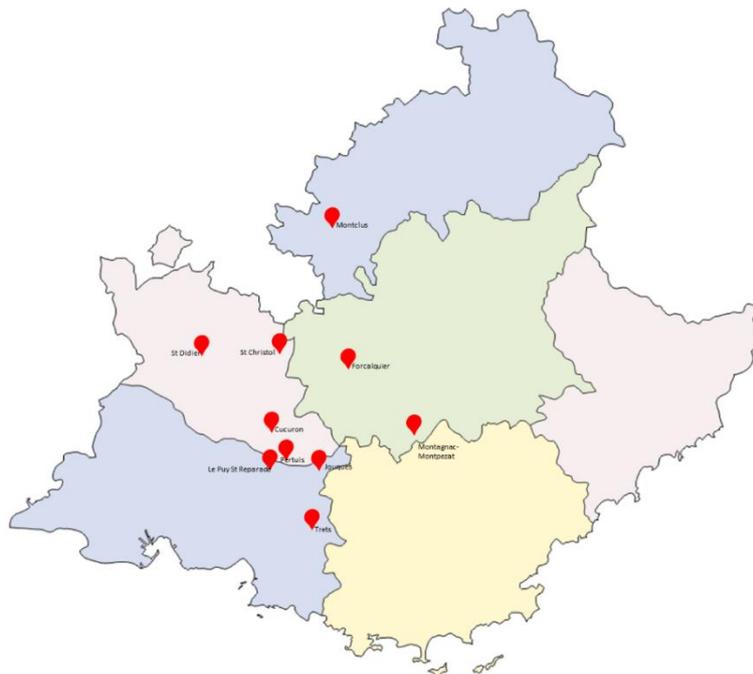


Figure 44 : Répartition dans la région PACA des producteurs intéressés par la mutualisation de matériel

Afin de mettre en place une mutualisation de matériel entre ces différentes personnes, il s'agirait dans un premier temps de déterminer une organisation précise et un cadre à respecter par chacun de ses membres.

Les producteurs présents sur la carte ci-dessous sont notamment prêt à mutualiser le matériel suivant :

- Récolteuse (Olmucci)
- Tracteur (Estelle, Laure : 1h15)
- Récolteuse GIEE tractée (Blandine), poussée (Magali)
- Planteuse (Magali, Eve : 55 min)
- Hangar de stockage (Magali)
- Séchoir (Olivia)
- Petit matériel de transformation (Olivia)
- Petit laboratoire de transformation (Estelle)
- Débroussailleuse (Laure)
- Tronçonneuse (Laure)
- Alambic (Laure)
- Motoculteur (Eve, Maryse)
- Microtracteur (Maryse, Adeline : 40min)
- Motobineuse (Maryse)
- Batteuse de laboratoire (Simon)

La récolteuse du GIEE : beaucoup de producteurs ont du mal à suivre et n'envisage de prendre la récolteuse que si elle vaut vraiment le coup. Certains sont quand même bien intéressés et apprécient que ce soit un petit modèle.

« Le partenariat est intéressant, pourquoi pas travailler sur un outil de battage, et binage pas cher ? »

4) Itinéraires techniques globaux

a. Plantation

La plantation se fait manuellement pour 22 membres du GIEE, dont 15 sont satisfaits de leur système. Pour beaucoup, cette première étape de culture est importante et agréable. « Ça donne un premier contact avec la plante », « C'est le meilleur moment de l'année ». Ce sont surtout des plantations qui ont lieu sur des surfaces, qui peuvent aller jusqu'à 2ha. 7 des producteurs qui plantent manuellement ont choisi ce système car il était plus simple au début et souhaitent à terme évoluer vers quelque chose de mécanisé, plus simple et rapide. Une personne n'est pas mécanisée sur une surface supérieure à 1ha, ce qui devient dur physiquement et mentalement, pour organiser et mettre en place la mise en culture.

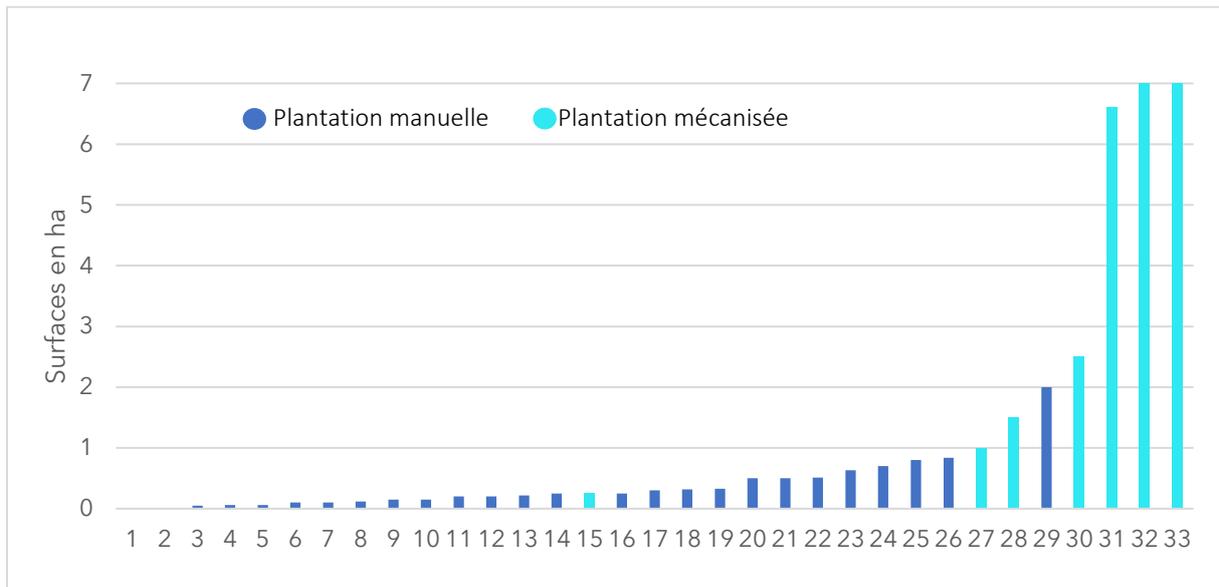


Figure 45 : Surfaces de PPAM cultivées des producteurs du GIEE

Dans les 7 exploitations mécanisées, 6 producteurs sont satisfaits de leur système. La plupart possède leur propre planteuse, mais certains d'entre eux en empruntent à des voisins ou amis agriculteurs.

28 membres achètent leurs plants et 13 les font eux-mêmes. La production de plants par soi-même a plusieurs avantages :

- Être sûr de la qualité de ses plants : chénotypes et viabilité
- Meilleure rentabilité économique

Mais cela prend du temps et demande une certaine minutie, ce qui rend ce travail impossible pour certains autres membres du GIEE.

Etant donné la répartition des exploitations au sein de la région PACA, certains fournisseurs pépiniéristes reviennent à plusieurs reprises :

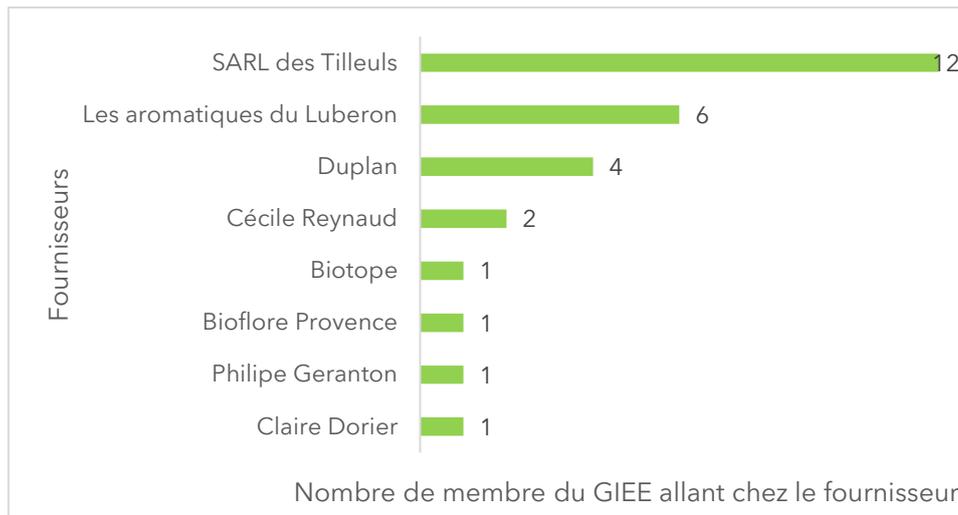


Figure 46 : Fournisseurs principaux de plants

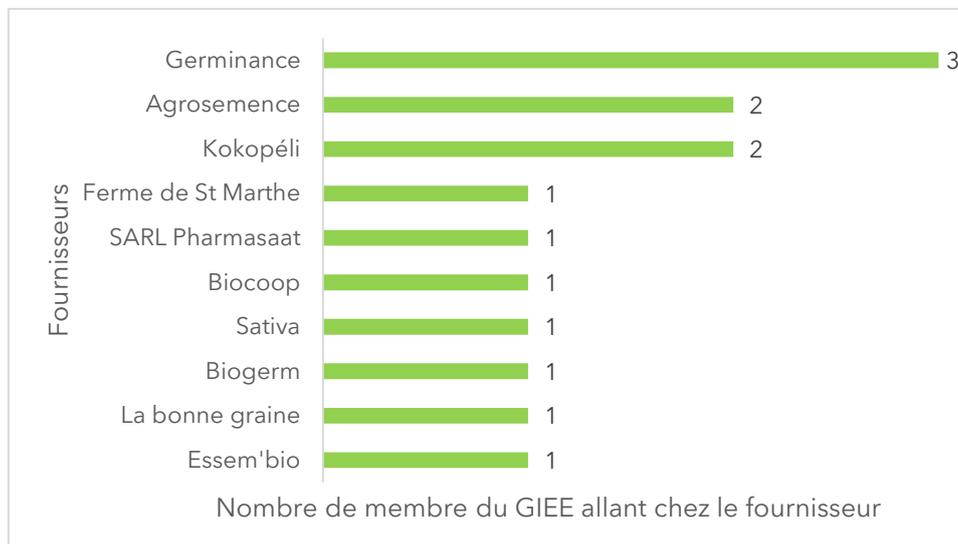


Figure 47 : Fournisseurs principaux de semences

Les producteurs qui ont pris leurs graines sur Agrosemens et Essem'bio ne sont pas très satisfaits car ce ne sont pas des semences spécifiques aux PPAM.

Beaucoup de membres du GIEE seraient motivés pour échanger des graines et des espèces. Dans le même sens, beaucoup seraient motivés pour des commandes groupées de plants, si toutefois cela est intéressant financièrement. Les pépiniéristes font souvent des tarifs plus intéressants quand ce sont des commandes groupées.

4 personnes sont motivées pour faire des commandes groupées, mais la majorité des autres n'en voit pas l'intérêt. Les prix ne seront pas forcément abaissés, l'éloignement géographique sera compliqué à gérer et il faudrait s'y prendre bien à l'avance pour que les commandes s'organisent bien. Mais beaucoup de producteurs sont motivés pour s'orienter davantage vers des petites pépinières locales s'ils le peuvent.

b. Irrigation

11 personnes cumulent plusieurs systèmes d'irrigation en fonction des zones de leur parcelle, des périodes de l'année ou selon les plantes. Beaucoup sont aussi en irrigation gravitaire, voir n'irriguent pas par choix ou par un accès à l'eau impossible. Parmi eux, environ 40% utilisent à la fois de l'irrigation goutte à goutte et par aspersion et 30% préfèrent le goutte à goutte et l'irrigation manuelle.

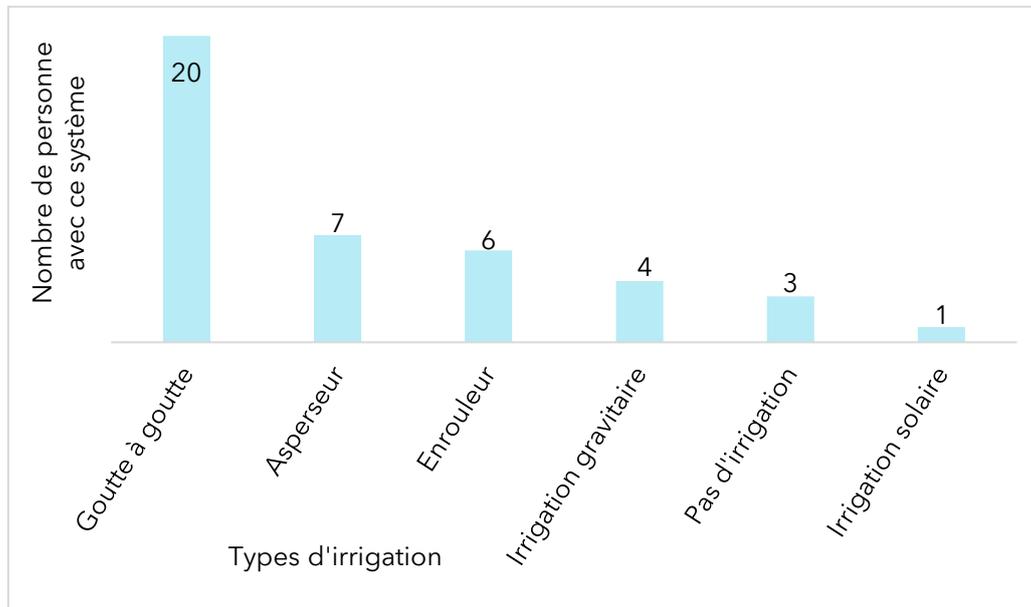


Figure 48 : Système d'irrigation présents sur les fermes

2/3 des producteurs enquêtés utilisent l'irrigation goutte à goutte. Parmi ces 20 producteurs, la moitié est satisfaite de ce système. L'autre part n'a pas forcément de visibilité quant à cette technique, et pour certains, il y a aussi plusieurs inconvénients : système cher à installer, qui nécessite une certaine pression et qui est susceptible de se boucher à cause du calcaire présent dans l'eau.

Sur le système d'irrigation global, 14 personnes sont satisfaites de leur système, 6 en sont insatisfaites et 12 ne se prononce pas, par manque de recul. Finalement, un bon système d'irrigation semble être un système :

- Avec de l'eau propre disponible facilement, ce qui dépend beaucoup du terrain et de son milieu
- Qui ne demande peu de temps, d'énergie et d'effort physique
- En cohérence avec le système de production global
- Durable sur le long terme
- Pas trop cher
- Sans perte d'eau, et d'arrosage des adventices
- Pas contraignant pour le travail du sol

Ainsi, ce sont des facteurs importants à prendre en contact lors de l'installation et la prise de décision quant au système d'irrigation.

c. Fertilisation

Concernant la fertilisation et l'amendement des sols, les fermes du GIEE sont très différentes, dans leur choix mais aussi leur développement. Aujourd'hui, seulement 19 membres du GIEE sont installés depuis assez longtemps pour avoir une visibilité sur leur système.

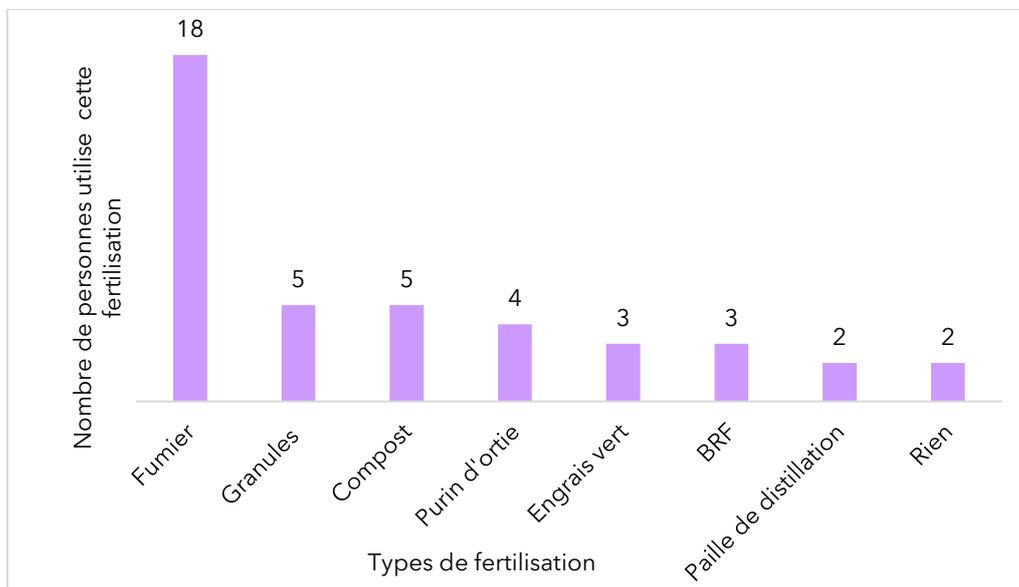


Figure 49 : Fertilisations utilisées dans les exploitations du GIEE

Le fumier est ce qui reste le plus utilisé, et lorsqu'il est composté les agriculteurs en sont satisfaits. Selon les exploitations, il s'agit de fumier de cheval, de vache ou de mouton. Pour certains, c'est parfois compliqué de trouver un fournisseur de fumier, dont les activités sont traçables pour rentrer dans le bio. En bio, il est possible d'utiliser du fumier issu d'élevage conventionnel, s'il ne s'agit pas d'élevage industriel. L'engrais organique de type granulé est aussi beaucoup utilisé, de marques différentes :

- Itapollina
- Terre et Traditions
- Vegethumus
- Ovinalp

Sur les personnes ayant pu répondre 12 disent être satisfaits de leur fertilisation, car c'est facile à mettre en place, ça fonctionne bien, ça permet de valoriser des matériaux à dispositions et tous est en bio, sans produits chimiques.

« Il faut diversifier ses fertilisants et les apporter de la bonne façon »

« En fait, pour les PPAM il ne faut pas beaucoup de fertilisation, mais c'est bien d'en mettre pour ne pas épuiser le sol. »

7 restent insatisfaits, ils ne voient pas de différence avec ou sans fertilisation. Ils pensent manquer de matériel, qu'ils devraient prendre plus le temps de s'en occuper. Beaucoup ont des projets pour améliorer cette partie de l'entretien des cultures et semblent motivés pour essayer de nouvelles choses.

d. Rotations

La plupart des producteurs du GIEE étant encore en installation ou même à l'étape de porteur de projet, a très peu de visibilité par rapport aux rotations. Beaucoup prévoient de faire des rotations, en s'appuyant sur l'aide d'Agribio par exemple, mais ils ne savent pas encore ce qu'ils vont mettre en place exactement.

Les rotations mise en place ou réfléchies sont différentes en fonction des plantes pérennes ou annuelles. Souvent, les plantes annuelles sont déplacées d'une année à l'autre dans la parcelle et à terme, elles tourneront avec les pérennes. « Ça dépend beaucoup des espèces, il faut réfléchir aux rotations en fonction des espèces mais aussi de l'exposition et du sol, certaines plantes vont naviguer entre 2/3 parcelles. Beaucoup de facteurs sont aussi pris en compte, comme les racines de la menthe qui permettent de nettoyer certaines zones du sol ».

Certains souhaitent aussi mettre en place des rotations plus complètes incluant des céréales comme du petit épeautre, mais ce n'est pas forcément possible sur de petites surfaces. Certains producteurs choisissent aussi de mettre un engrais vert à l'époque de l'année où le sol est nul et on ne peut pas planter. Ce pourrait-être un sujet intéressant à aborder avec le GIEE.

e. Gestion de l'enherbement

19 producteurs sur 33 disent être confronté à beaucoup d'enherbement. Les 14 autres ont moins de problèmes ou encore trop peu de recul.

Le chiendent est une des principales adventices retrouvées chez les producteurs GIEE, très compliquée de s'en débarrasser. Il y a aussi d'Erigeron du Canada, le séneçon, le sorgho d'Alep, le plantain, liseron et d'autres graminées.

Quelles techniques sont utilisées pour s'en débarrasser ?

« Les 3 premières années sont celles qui demandent le plus de travail concernant le désherbage : les plants sont encore petits et donc espacés, ce qui laisse la place aux adventices. »

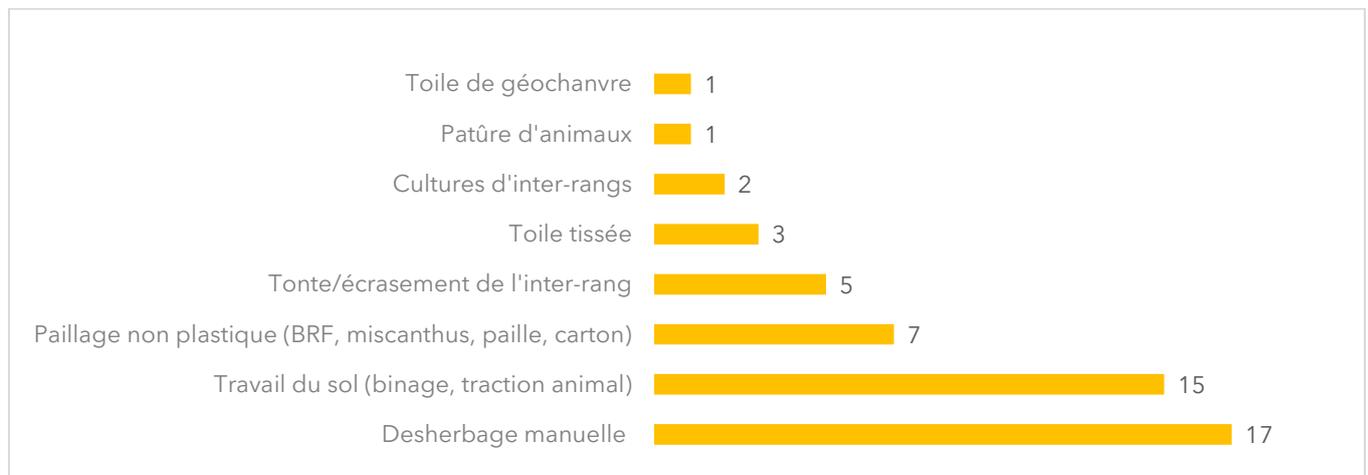


Figure 50 : Techniques pour éviter l'enherbement

Les agriculteurs sont globalement satisfaits de leurs techniques, même elles ont toutes des points négatifs et positifs. Par exemple, le désherbage manuel prend beaucoup de temps et entraîne un épuisement physique, mais c'est efficace. Parfois, il est inévitable lorsqu'il y a un manque de matériel mécanisé adapté. Il est aussi facile à mettre en place et certains producteurs valorisent leurs adventices, comme les racines de chiendent pour leurs propriétés thérapeutiques.

L'utilisation d'outils de désherbage ou de tonte sont aussi appréciés car ils sont faciles d'utilisation, mais cela a un coût. D'autres techniques comme l'utilisation de paillage plastique ou de toiles tissées sont appréciées car elles sont efficaces et ne prennent pas trop de temps, mais ces solutions sont souvent chères et ne sont pas en cohérence avec l'éthique des producteurs. Parfois, ces techniques ne sont pas aussi efficaces que ce que les agriculteurs souhaitaient.

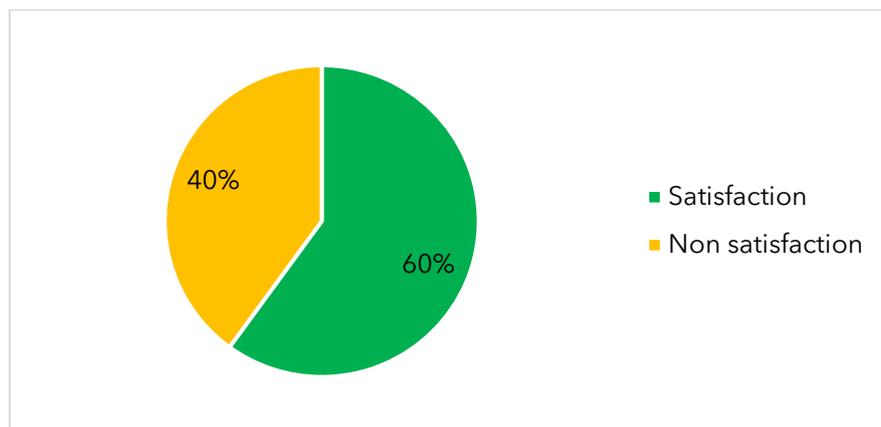


Figure 51 : Ressenti de la gestion de l'enherbement

L'enherbement est une problématique importante de la filière PPAM en bio. En effet, c'est une des choses qui prend le plus de temps et il faut être très rigoureux et régulier pour ne pas se laisser dépasser.

Plusieurs producteurs envisagent de nouvelles techniques pour être plus rapide sur le désherbage et éviter d'être trop enherbé et donc réduire la charge mentale et financière liée au désherbage.

- Adaptation des outils et Mécanisation
- Amélioration des connaissances
- Être plus régulier et prendre plus de temps
- Paillage plastique
- Demander à plus de personnes de l'aider
- Semer un inter-rang compétitif
- Utilisation de plantes maraichères pour couvrir le sol : courges, plantes rampantes...

f. Protection des cultures

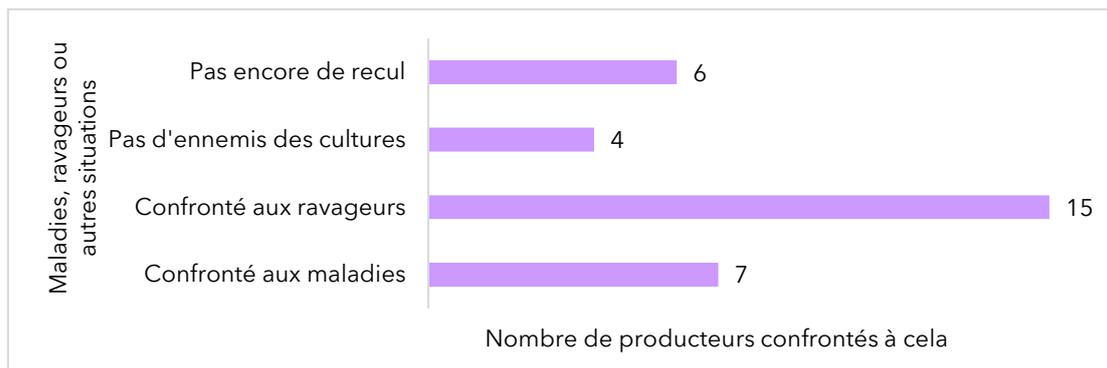


Figure 52 : Présence de maladies ou ravageurs dans les cultures

La majorité des producteurs sont confrontés à de nombreux ravageurs différents.

Ravageurs	Personnes confrontées	Techniques de gestion	Satisfaction
Sangliers	10	Barrières électriques Enherbement inter-rangs pour les attirer hors des cultures Cheveux	50% satisfaits
Pucerons	7	Coupe/ arrachage des plants Purins d'ortie Plantation d'absinthe	90% satisfaits
Coléoptères	5	Apport de cuivre Elimination manuelle Lutte biologique	80% satisfaits Contraignant
Chevreuil	4	Prendre un chien Mettre des haies ou des hautes barrières	Voir avec les nouvelles mesures
Campagnol	4	Installation pour faire du bruit dans le sol Attirer des serpents Prendre un chat Piège à ultrason	20% satisfaits « Je ne vois pas comment faire autrement »
Escargot	1	Ferramol Terre de diatomées autour des pieds	90% satisfaits

Figure 53 : Tableau synthétique des techniques utilisées pour lutter contre les ennemis des cultures

Sur les 23 personnes ayant assez de recul pour exprimer leur avis sur leur système de protection des cultures, la plupart sont satisfaits. Certaines techniques sont efficaces, simples à mettre en place et limitent les pertes, mais d'autres sont plus complexes et demandent des investissements plus importants, sans donner des résultats à 100%, comme pour la clôture contre les sangliers.

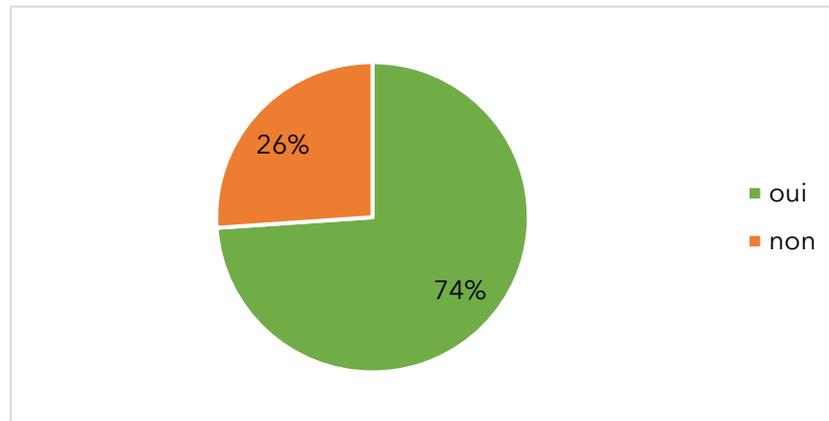


Figure 54 : Ressenti des agriculteurs par rapport à leurs techniques de protection des cultures

Beaucoup d'agriculteurs testent beaucoup de choses, comme des purins, des hydrolats ou d'autres mélanges pour essayer d'éloigner les parasites ou éviter les maladies. « Pour que ce soit réellement efficace, il faudrait être très régulier et rigoureux dans le traitement. ». « Il faudrait mettre en place un planning pour mettre du purin régulièrement et s'y tenir »

Beaucoup d'agriculteurs souhaiteraient approfondir leurs connaissances pour savoir faire face à ces menaces.

g. Intérêt du GIEE

Plusieurs fois il est ressorti des entretiens que des conseils techniques seraient appréciés par les producteurs. Cela pourrait être sous forme de fiche technique de cultures, mise en commun où chacun peut ajouter des conseils ou des expériences (ou pas). Cela permettrait aussi à un agriculteur en installation d'avoir une base de données techniques.

Pourquoi pas aussi mettre en place une liste interactive avec des personnes à contacter en cas de besoin (pour les agriculteurs), avec des fournisseurs de plants, machines (prestataires), fertilisants... Avec des adresses et des numéros de téléphone, que chacun pourrait contacter en cas de besoin.

Le groupe WhatsApp est très bien aussi pour poser des questions, partager des techniques.

E - Système de transformation

1) Transformations

a. Les différents types de transformations

Il y a 4 principaux types de transformations réalisées par les producteurs du GIEE.

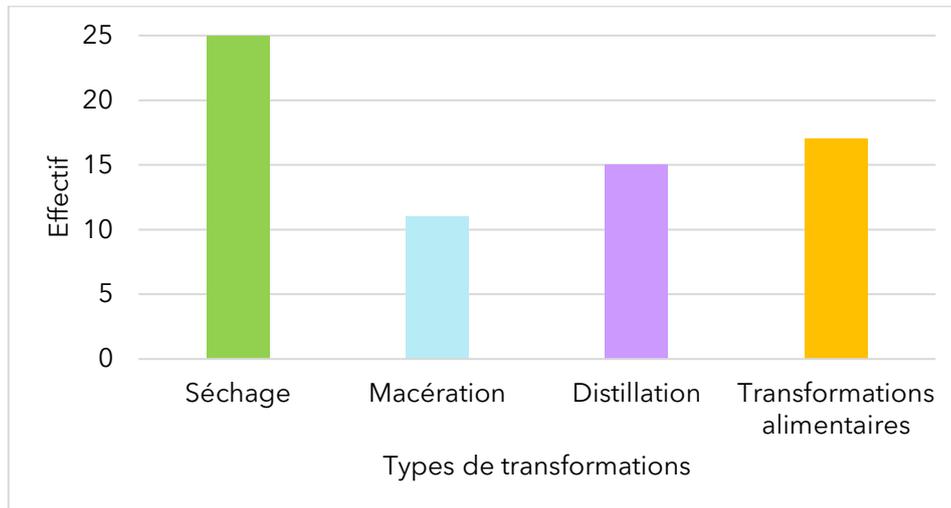


Figure 55 : Types de transformations faites au sein du GIEE

Le séchage est la transformation la plus effectuée par les membres du GIEE. Tous, peuvent le faire chez eux, en ayant construit ou acheter un séchoir ou en ayant aménagé un petit local adapté pour pouvoir sécher les plantes. Tous les membres du GIEE ont leur propre matériel pour sécher leurs plantes. C'est aussi la transformation la plus simple à mettre en place.

De la même façon, lorsqu'il y a de la transformation alimentaire pour des sirops, des confitures ou des sauces, le matériel d'une cuisine normale suffit parfois ce qui facilite la mise en place de ce type de transformation, au moins dans un premier temps.

Au contraire en ce qui concerne la distillation, l'investissement dans un alambic est indispensable, ou il faut se rendre à une distillerie, ce qui implique un temps de trajet et un coût souvent non négligeable. Seulement 3 personnes du GIEE disposent de leur propre alambic et son autonome sur leur distillation. Pour la distillation il y a aussi la PAPAMOBILE, à laquelle adhèrent plusieurs personnes du GIEE, pour distiller eux même dans une distillerie mise à disposition des adhérents. Tous les autres font faire leur distillation par des prestataires.

Parmi les personnes ayant le recul, seulement 1 n'est pas satisfaite de sa distillation parce qu'elle ne dispose pas du matériel adapté. Pour les autres, leur organisation pour distiller les satisfait, qu'ils aient ou pas leur propre alambic. Faire appel à un prestataire n'est pas un problème, le matériel est disponible facilement, c'est simple et efficace comme technique. De plus, adhérer à la PAPAMOBILE permet d'être autonome sur la distillation, ce qui est un plus pour certains producteurs.

Concernant le séchage, parmi les 13 personnes ayant assez de recul pour exprimer leur ressenti, 9 sont satisfaits de la technique, qui permet des produits de qualité et est plaisant à réaliser. 4 sont moins satisfaits, car leur organisation implique une non-séparation des lieux de vie et de travail, cela

peut demander un peu de matériel, notamment pour le tri, et sans matériel, le temps investi n'est pas forcément bien rentabilisé.

Beaucoup de membres du GIEE n'ont pas encore véritablement commencé leurs macérations, mais ceux qui l'ont fait en sont satisfaits.

Pour l'aspect transformation alimentaire qui est plus large que les autres types de transformations, la plupart des producteurs sont satisfaits, car ils ont le matériel adapté et que cela permet une bonne valorisation des matières premières.

Cependant, pour beaucoup la transformation « en chaîne » entraîne une impression de s'éloigner de ses valeurs et d'être trop tourné vers le commercial. « Il faut prendre soin de faire ses transformations dans un bon état d'esprit pour avoir de meilleurs produits. »

b. Mutualisation pour la transformation

Concernant la mutualisation, les avis sont encore une fois partagés. Beaucoup sont intéressés mais l'éloignement entre les producteurs apparaît comme une contrainte importante. Les producteurs motivés pour cette mutualisation de matériel de transformation imaginent un espace commun qui renfermerait un petit laboratoire de transformation alimentaire et pourquoi pas un petit espace de séchage.

2) Conditionnement

a. Comment s'organise les producteurs du GIEE pour leur conditionnement ?

Les 2 types de conditionnement qui reviennent le plus sont la mise en sachet pour les tisanes ou les herbes et le flaconnage pour les huiles essentielles et les hydrolats. Il est important pour la majorité des producteurs que ces emballages favorisent la conservation du produit et donc que les sachets soient sans fenêtres et les flacons en verre teinté.

Il est important que les emballages soient jolis pour donner envie aux consommateurs d'acheter le produit, ainsi beaucoup de producteurs portent une attention particulière à l'image de leur produit, par un contenant original, une belle étiquette, une belle présentation...

Pour les huiles essentielles, souvent, les producteurs flaconnent au fur et à mesure qu'ils vendent et qu'ils ont besoin de produit. La vente étant parfois aléatoire, cet en-flaconnage peut être très irrégulier parfois. Pour les plantes sèches vendues en direct, il est aussi important de mettre en sachet rapidement pour pouvoir vendre. Le temps de conditionnement est là encore à ne pas négliger. « Il faut faire les étiquettes, les imprimer, les coller, faire le mélange de plantes sèches et les mettre en sachet, pour une cinquantaine de sachet je prends environ 3h ». Pour beaucoup c'est encore difficile de savoir comment organiser cette étape : quand prévoir le conditionnement ? Comment acheter les emballages ? Comment faire les étiquettes ?

Un membre du GIEE a essayé d'embaucher de la main d'œuvre pour s'occuper du conditionnement, mais ce n'était pas rentable pour le moment. D'autres producteurs ont le projet d'embaucher quelqu'un pour cette partie lorsqu'ils auront des volumes plus importants.

Pour l'achat des consommables, chaque producteur achète ce dont il a besoin lui-même. S'ils ont un espace de stockage, ils achètent souvent en gros pour baisser les coûts et peuvent utiliser ces

consommables pour plusieurs années, ou plusieurs mois, selon le produit et leur vente. S'ils n'ont pas de lieux de stockage, c'est difficile d'acheter en gros, ils achètent au fur et à mesure des quantités moyennes de consommables. Pour certaines commandes, le syndicat des Simples propose des commandes « groupées » de sachets par exemple, mais il faut s'y prendre très en avance.

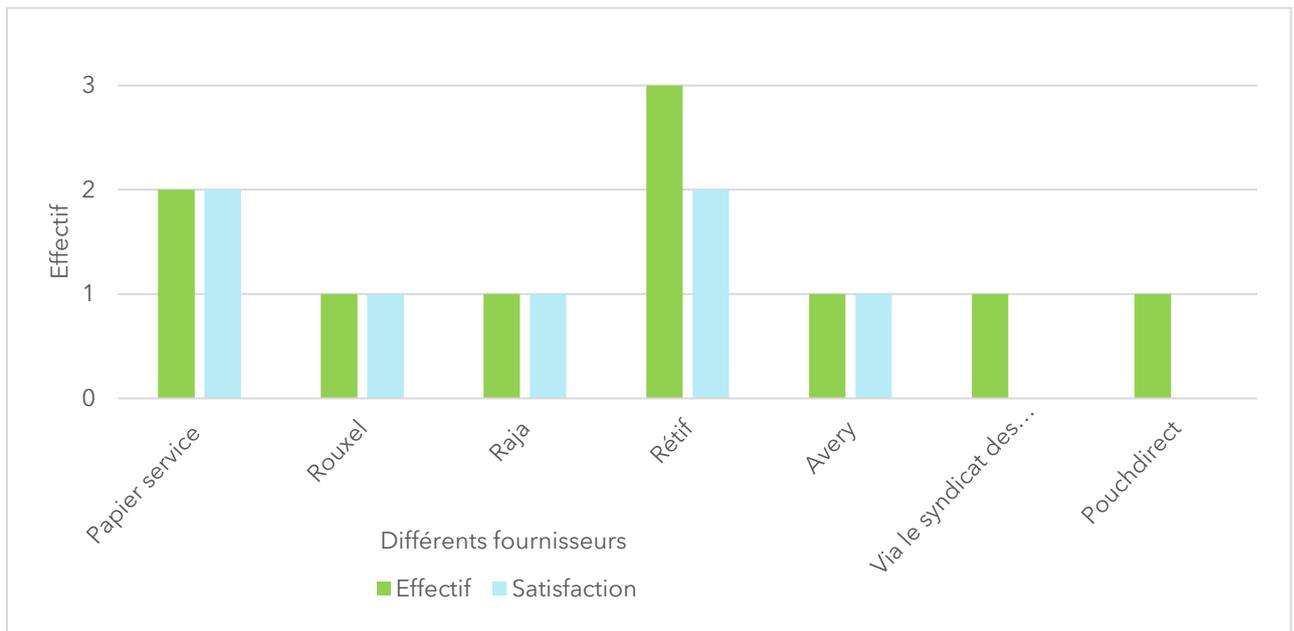


Figure 56 : Fournisseurs d'emballages papiers et ressentis des agriculteurs

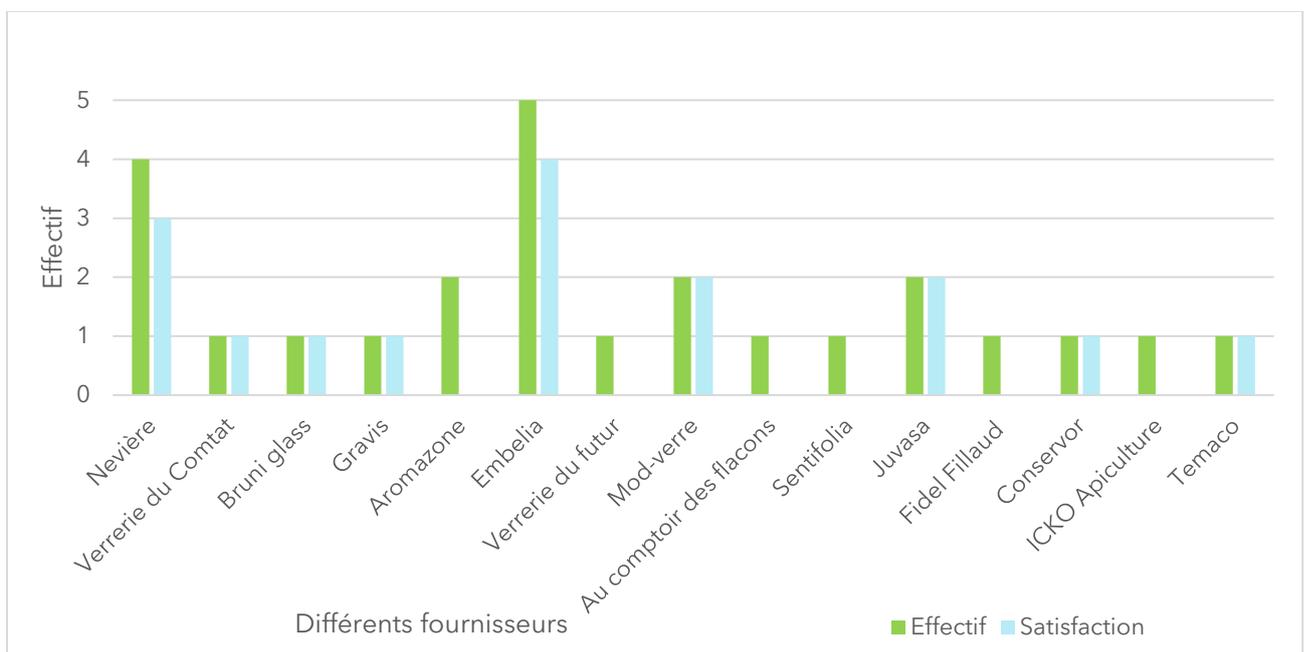


Figure 57 : Fournisseurs de verrerie et ressentis des agriculteurs

La plupart des producteurs sont satisfaits de leurs fournisseurs, mais quelques-uns ne sont pas totalement convaincus.

Pour les sachets :

Raisons de satisfaction	Raison de non-satisfaction
Pas cher (Papier service)	Fenêtre en plastique (Raja, Rétif)

Figure 58 : Raison de la satisfaction des producteurs pour les fournisseurs de sachets krafts

Pour les flacons

Raisons de satisfaction	Raison de non-satisfaction
Bel esthétique (Aromazone) Possibilité d'acheter en petites quantités Abaissement des prix si on passe plusieurs commandes ou des grosses commandes (Nevière) Bon rapport qualité prix (Embelia, Mod 'Verre, Juvasa)	Pas de possibilité de passer des commandes en tant que professionnels (Aromazone) Emballages non locaux Mauvais collage de l'étiquette sur le flacon. (Embelia)

Figure 59 : Raison de la satisfaction des producteurs pour les fournisseurs de flacons

Pour des transformations spécifiques, comme les jus de fruits, la transformation peut être faite par un prestataire et les bouteilles de jus sont fournies directement par le prestataire. Pour les personnes qui se lancent dans la commercialisation, trouver le bon fournisseur demande beaucoup de temps, surtout sans visibilité sur tout ce qui est proposé sur le marché. Il serait intéressant d'avoir une liste de fournisseurs partagé, sur la Dropbox par exemple, où les producteurs peuvent ajouter leurs fournisseurs, leur ressenti.

b. Points intéressants

Pour le conditionnement, il faut faire attention de ne pas mettre la DLUO trop en avance, si la vente n'est pas sûre, car la production peut être perdue par la suite, car plus vendable.

L'idée de faire de la vente en circuit court en vrac, pour des plantes sèches a été évoqué plusieurs fois lors des entretiens. C'est intéressant car il n'y a plus d'étape de conditionnement et cela permet de gagner du temps.

3) Intérêt du GIEE

27 personnes du GIEE sur 33 sont intéressées par des commandes groupées de consommables. Pour mettre en place ces commandes groupées, il est important que ce soit rentable et que l'organisation ne soit pas trop compliquée

Il faut peut-être dans un premier temps que les producteurs s'accordent sur un emballage précis à acheter en commun. En effet, s'il y a une réduction des prix, elle se fera si c'est le même produit qui est commandé en quantité importante. Les producteurs doivent donc faire un compromis par rapport au modèle d'emballage, s'ils veulent faire des commandes groupées. Cela s'applique davantage aux flacons qu'aux sachets kraft, pour lesquels il y a moins de modèles. Ce choix pourrait être fait bien avant les premières commandes, pour ne pas perdre de temps et pouvoir commander le moment voulu.

Les producteurs devront alors sélectionner plusieurs fournisseurs qui proposent leur modèle et leur demander un devis avec une estimation des prix pour voir si les commandes groupées sur le produit sont vraiment avantageuses par rapport à des commandes individuelles. Beaucoup d'agriculteurs ne seront plus intéressés si les prix ne sont pas particulièrement intéressants par rapport à une commande individuelle.

Le lieu de livraison est aussi important à réfléchir, faudrait-il plutôt faire des regroupements de producteurs par localisations avec plusieurs commandes groupées ? Ou bien faire une seule commande groupée avec tous les membres, mais ce sera sûrement plus contraignant de faire le trajet pour récupérer la commande pour certains ?

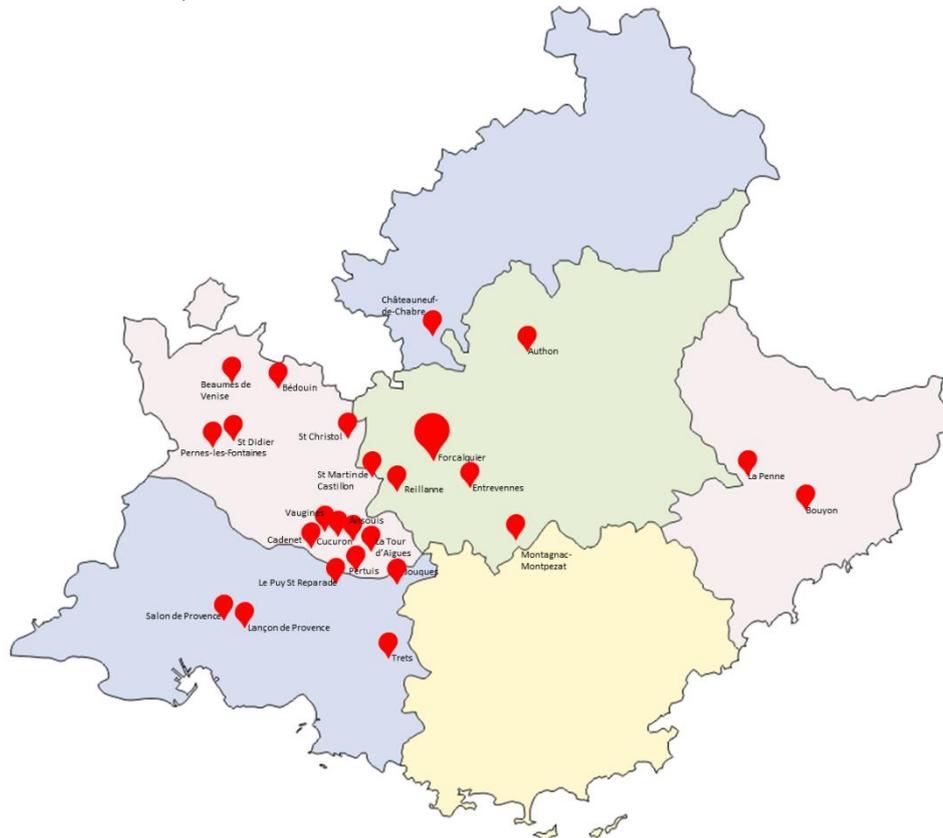


Figure 60 : Répartition dans la région PACA de tous les membres qui souhaitent participer aux commandes groupées de consommables - A Forcalquier, 3 producteurs sont intéressés.

Faire des plus petits groupes seraient peut-être une solution plus simple qui « rassurerait » aussi certains producteurs. Une fois ces décisions prises, il faudra aussi, au moment de la commande que chacun se décide dans un certain délai de temps pour ne pas retarder la commande des autres.

F - Diagnostic social

1) Temps et charge de travail

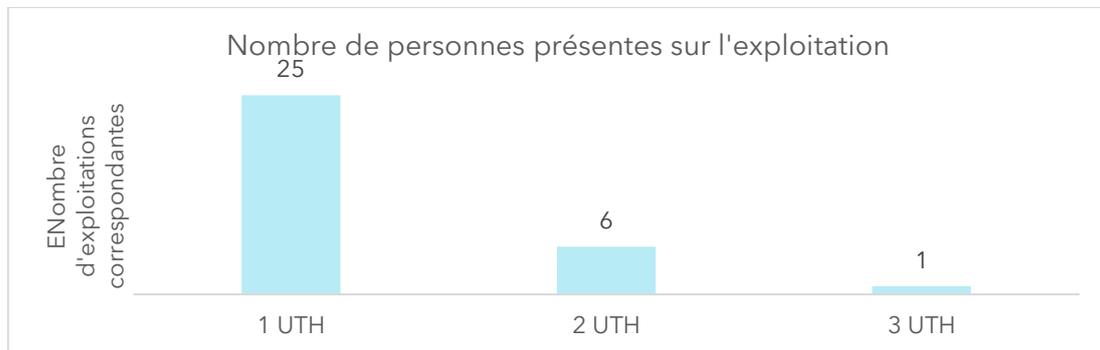


Figure 61 : Nombre de personnes présentes sur l'exploitation - Un UTH correspond à un agriculteur ou un salarié. Les stagiaires et/ou woofers ne sont pas pris en compte

Malgré le fait que beaucoup de producteurs soient seul sur leur exploitation, beaucoup reçoivent de l'aide extérieure : 2 personnes embauchent à l'année 1 salarié. 4 embauchent des saisonniers une partie de l'année uniquement. 7 producteurs reçoivent de l'aide de stagiaires et 3 de woofers, ce système paraît un peu contraignant pour certains, car il faut prendre le temps de « former » la personne

2) Organisation du temps de travail

17 producteurs du GIEE ne se fixent pas de limite de temps de travail, ils travaillent jusqu'à avoir fait tout ce qu'ils avaient à faire ou bien jusqu'à ce qu'ils ne puissent travailler. Beaucoup aimeraient déterminer une limite de temps à ne pas dépasser mais c'est très dur de s'arrêter quand il y a encore du travail. Beaucoup pensent travailler trop, et aimeraient diminuer leur charge de travail, mais ça paraît compliqué en étant seul sur l'exploitation, face à tout le travail à faire. « Tout prend du temps, il faut trouver un équilibre ».

7 producteurs ont un rythme de vie adapté pour avoir du repos, avec une limite de temps par jour. Certains d'entre eux ont des enfants ou une vie de famille, c'est pourquoi ils ont besoin de fixer des limites pour que la vie professionnelle n'empiète pas trop sur la vie privée. Parfois c'est très compliqué car c'est un travail quand même très physique où il y a beaucoup à faire. Mais être agriculteur permet aussi de gérer soi-même son temps de travail, « il faut choisir ses priorités ».

Mais globalement, selon les périodes de l'année, les grosses périodes de travail sont ponctuelles (même si parfois elles sont très longues). Il y a donc naturellement des périodes de l'année plus éprouvantes que d'autres : le mois d'avril par exemple avec les semis et les mois de juin, juillet pour les récoltes.

Les horaires de travail suivent souvent le rythme du jour avec des journées de 8h, jusqu'à 15h pour certains pendant la saison chaude (d'avril à septembre) et des journées plus tranquilles l'hiver, d'environ 5 ou 6h. Et la majorité des agriculteurs réussissent à prendre quelques jours de repos dans l'année. 7 producteurs essaient de se fixer un jour de repos par semaine : « Il faut arrêter un peu de penser au travail ! ».

La plupart des agriculteurs s'organisent au jour le jour, en fonction de la météo pour prévoir leurs activités. 11 personnes font des listes et des plannings à l'avance pour répartir les tâches dans le temps. « Mais même en écrivant les tâches à faire, on n'utilise pas vraiment les listes, on garde tout dans nos têtes ». Donc beaucoup de personnes ont une grosse charge mentale qui à long terme devient pesante.

3) Satisfaction

Globalement, beaucoup d'agriculteurs ne sont pas satisfaits de leur charge de travail. « Il y a trop de travail et tout se fait dans l'urgence ». Beaucoup d'agriculteurs sont divisés. Il y a beaucoup de moments difficiles moralement, avec des doutes ou de remises en question et ce n'est pas facile de surmonter ça seul : le travail est dur physiquement, pesant mentalement et pas assez rentable pour l'investissement personnel fourni.

Faire les choses sous pression a changé la façon dont les producteurs voient leur activité, qu'ils ont commencé à faire par passion. Et plusieurs agriculteurs soulignent que ce n'est pas normal, « ça devrait me plaire, mais ça ne me plaît plus autant ». Ils voudraient avoir plus de temps pour eux et leur vie privée, mais aussi pouvoir prendre le temps de faire des choses « se libérer de ce stress permanent. ». Par ailleurs, dans l'action, les agriculteurs ne se rendent pas forcément compte qu'ils dépassent leurs limites physiques : « Ce n'est qu'après que je me rend compte que j'ai mal au dos et que je relâche la pression ». Il faut donc savoir s'arrêter pour se préserver.

Mais d'un autre côté, les agriculteurs aiment ce qu'ils font et ne veulent pas abandonner leurs projets. Certains d'entre eux ont réalisé qu'ils ne pouvaient plus continuer dans ces conditions de stress permanent et ont ainsi décidé d'accepter la non-rentabilité de leur activité, et ils la trouvent à présent beaucoup plus agréable. Ces personnes peuvent faire ce choix car elles ont de l'argent de côté ou une autre activité en parallèle. Certaines périodes sont aussi plus chargées que d'autres. Mais il ne s'agit pas non de ne plus travailler. Il faut trouver le bon équilibre, viable sur le long terme, humainement et économiquement.

Il y a un autre profil d'agriculteurs, qui ont l'impression de ne pas s'être assez investis dans leurs cultures et leur commercialisation et qui aimerait travailler davantage à présent.

4) Astuce de gain de temps

Plusieurs agriculteurs ont partagé quelques astuces, permettant une meilleure organisation et une économie de temps.

L'organisation :

- Faire 2 choses en mêmes temps (par exemple l'émondage et passer des appels)
- Se définir des créneaux réservés à certaines tâches
- Rassembler les déplacements
- Habiter sur l'exploitation est un plus pour se reposer plus facilement
- Pendant des moments isolés des autres (entre 2 rendez-vous téléphoniques...) faire les tâches rapides et pénibles.

Transformation

- Mettre les récoltes directement dans des big bags pour faciliter le transport et la décharge à la distillerie

5) Relation avec d'autres agriculteurs

Pour la plupart des agriculteurs, le GIEE constitue aussi un moyen de communication et d'échange entre producteurs. Cela permet de partager des expériences, de poser des questions et ça crée une solidarité au sein du groupe. Plus généralement, l'entraide avec d'autres agriculteurs, même hors GIEE permet une entraide et un soutien important.

Plusieurs agriculteurs enquêtés ont des réseaux de « partenaires », et appartiennent à des groupes comme des associations, des magasins de producteurs ou sont plusieurs à travailler dans leur exploitation. Et beaucoup des producteurs ont une bonne relation avec les autres producteurs de PPAM et les agriculteurs voisins. D'autres n'ont que peu d'interactions avec les autres agriculteurs.

Les avis sont partagés vis-à-vis du soutien par les structures d'accompagnement de type chambre d'agriculture ou GAB. La plupart sont très satisfait de l'accompagnement par Agribio04. « Agribio04 a su faire le lien entre les agriculteurs et les organismes publics ». Mais ils ne reçoivent pas forcément d'aide intéressante de la part des chambres d'Agriculture, mais cela dépend aussi de la localisation géographique. Les chambres d'agriculture ne sont souvent pas assez développées au niveau de la filière PPAM et malgré leur intérêt et leur bienveillance, ne sont pas capable d'apporter des réponses. Plusieurs agriculteurs sont aussi satisfaits de l'aide apportée par l'ADEAR.

VI - Bilan des activités agricoles du GIEE

A - Comment évaluer la viabilité d'un système ?

Le bon fonctionnement d'une exploitation se base sur une stratégie efficace et durable dans le temps. Les producteurs développent leur activité jusqu'à trouver un système qui leur convient. Selon un livret de références techniques de maraichage de Normandie*, une bonne stratégie de fonctionnement se base sur 3 facteurs : la rentabilité, le temps et les valeurs transmises.

Le système doit être rentable, c'est-à-dire assurer un chiffre d'affaires suffisant pour le bon fonctionnement de la ferme et son développement éventuel, et pour une rémunération suffisante pour le ou les travailleurs.

Un fonctionnement durable inclus une bonne répartition du temps de travail pour chaque activité. Il s'agit de passer assez de temps sur la commercialisation, mais il faut en laissant suffisamment pour production et la transformation. De plus, il faut trouver le compromis pour avoir un rythme de vie durable à long terme.

* : *Maraîchage bio en Basse Normandie : Des clés pour se repérer*, par Agribio Basse Normandie, Edition 2015

Enfin, c'est un système identitaire, qui est en accord avec les valeurs du producteur, avec la dynamique du territoire. Le producteur travaille en accord avec ses idées. Cela permet d'atteindre un système de fonctionnement durable à long terme.

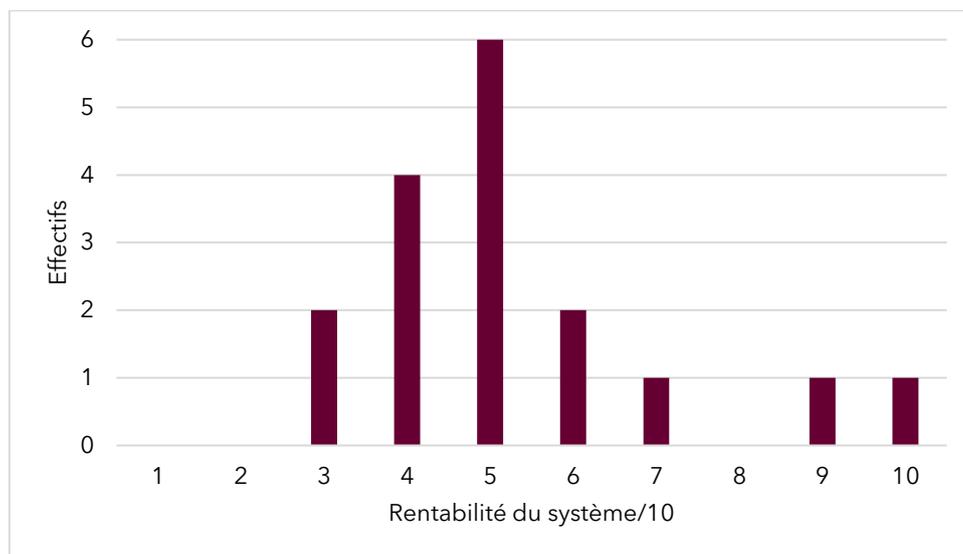


Figure 62 : Autoévaluation de la rentabilité des exploitations sur 10

Globalement, de ce que ressentent les producteurs, leurs exploitations ne sont pas encore assez rentables, à l'exception de 2. « L'investissement personnel est énorme en comparaison au prix auquel on vend nos produits, il faudrait augmenter les prix, mais comment être sûre que les gens continuent à acheter chez nous ? ».

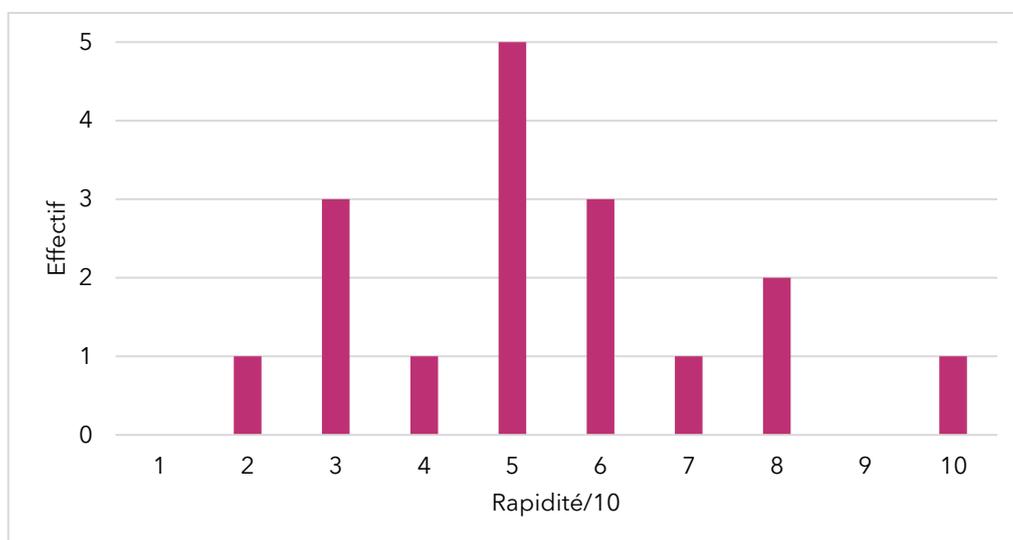


Figure 63 : Autoévaluation sur 10 de la gestion du temps

Le temps est un enjeu majeur pour les producteurs enquêtés du GIEE. Les avis sont très diversifiés, mais pour la majorité, ils ressentent le besoin d'améliorer leur gestion du temps, leur efficacité.

« Au début, c'est dur de s'organiser, on n'a pas l'habitude, tout prend du temps et c'est compliqué d'optimiser son temps. »

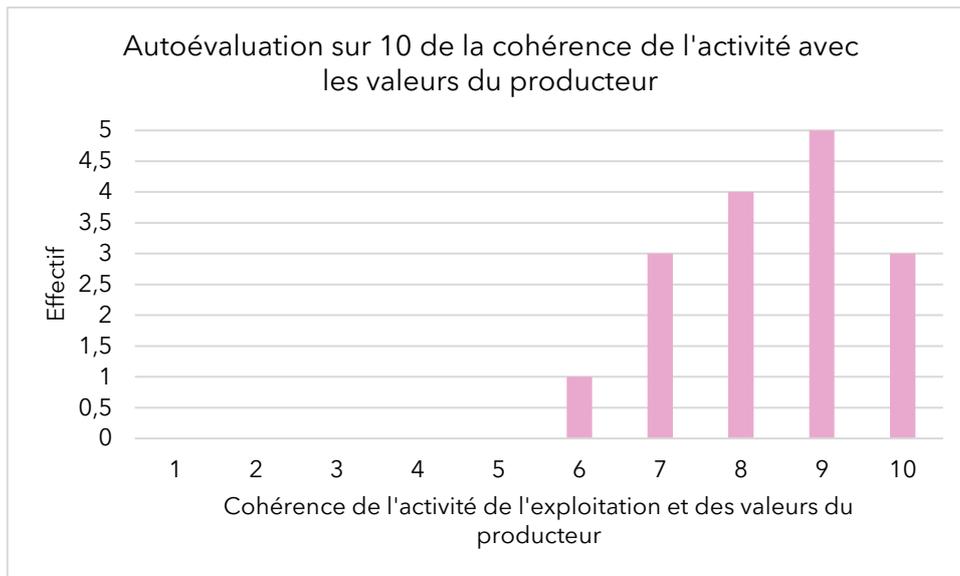


Figure 64 : Autoévaluation sur 10 de la cohérence de l'activité avec les valeurs du producteur

La majorité des membres du GIEE ont le sentiment de travailler en accord avec leurs valeurs. C'est un point très positif.

Pour trouver un système de fonctionnement optimal, il faudrait que les 3 indicateurs soient élevés. La rentabilité du système et la gestion du temps sont encore à améliorer pour plusieurs agriculteurs qui en sont conscients. Pour les porteurs de projet, il est important de bien réfléchir à son organisation en amont pour être capable de s'adapter et réagir plus rapidement s'il y a des difficultés ou des imprévus et se maintenir un rythme de vie viable sur le long terme et satisfaisant.

B - Freins et forces des systèmes généraux de production de PPAM

Le modèle agricole des producteurs du GIEE, que l'on peut qualifier de « cultures de PPAM diversifiées sur petites surfaces » entraîne des freins et des forces liés. La diversité des espèces cultivées et de la gamme de produits finis peut représenter autant un frein qu'une force. Elle implique une charge de travail plus importante et nécessite de plus vastes connaissances techniques. Mais elle permet aussi d'élargir son offre, d'attirer davantage de clients, que ce soient des particuliers ou des magasins, et d'augmenter sa visibilité, en répondant à un plus grand éventail de demandes des clients.

Avoir une petite surface implique a priori moins de travail ou un travail à la main possible, ce qui demande au final plus de temps et d'énergie.

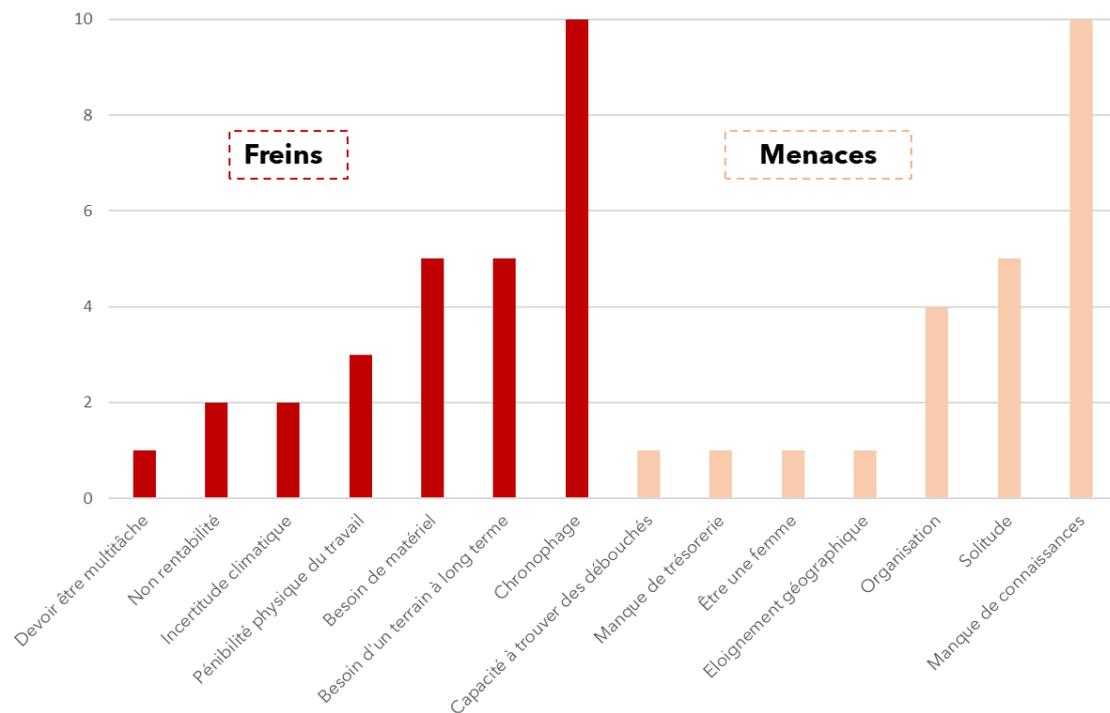


Figure 65 : Freins et menaces du système des producteurs enquêtés

On distingue ici les « freins », qui dépendent uniquement du système de culture, des points de vigilances, propres à chacun, qui dépendent des exploitations et des producteurs, donc des personnes. De la même façon, on distinguera les forces du système et les facteurs de réussites qui dépendent de l'agriculteur et de sa ferme.

Pour la majorité des producteurs de PPAM du GIEE, c'est le manque de temps, de connaissances techniques et d'expériences qui est le plus contraignant.

Le problème du temps

En tant qu'agriculteur, beaucoup d'entre eux n'avaient pas réalisé avant de se lancer, qu'ils devraient, en plus de s'occuper de tout l'aspect culture de PPAM, prendre le temps pour gérer toute la partie administrative, la commercialisation, le marketing. Au final, le temps passé sur cette partie est souvent proche du temps passé à s'occuper des cultures et faire la transformation. « Il faudrait des journées de 48h pour pouvoir faire tout ce qu'on aimerait ». A cette nécessité d'être multi-tâches, s'ajoute le fait d'avoir une production très diversifiée, et donc de devoir accorder une attention particulière à chacune des différentes espèces cultivées, cueillies et transformées.

L'éloignement géographique entre le domicile et l'exploitation, le lieu de transformation ou le lieu de commercialisation est aussi un facteur déterminant vis-à-vis de la gestion du temps. Le fait de devoir se déplacer fréquemment pour aller sur son terrain, aller sur son lieu de transformation ou à son lieu de vente constitue un temps non négligeable. La commercialisation en circuit court est aussi une source de perte de temps, notamment pour la vente directe : marchés, livraisons de points de vente collectifs qui impliquent une bonne organisation et occupent une bonne partie de la journée.

Les forces d'un tel système sont beaucoup plus diversifiées. Chaque exploitation a sa particularité, qui permet le bon développement de l'activité. Les forces sont propres au système de et les facteurs de réussites dépendent des personnes et de l'environnement extérieur de l'exploitation C'est sans doute

pour cela qu'il y a une telle diversité d'avis au sein des agriculteurs. Certaines forces reviennent néanmoins dans le discours des agriculteurs.

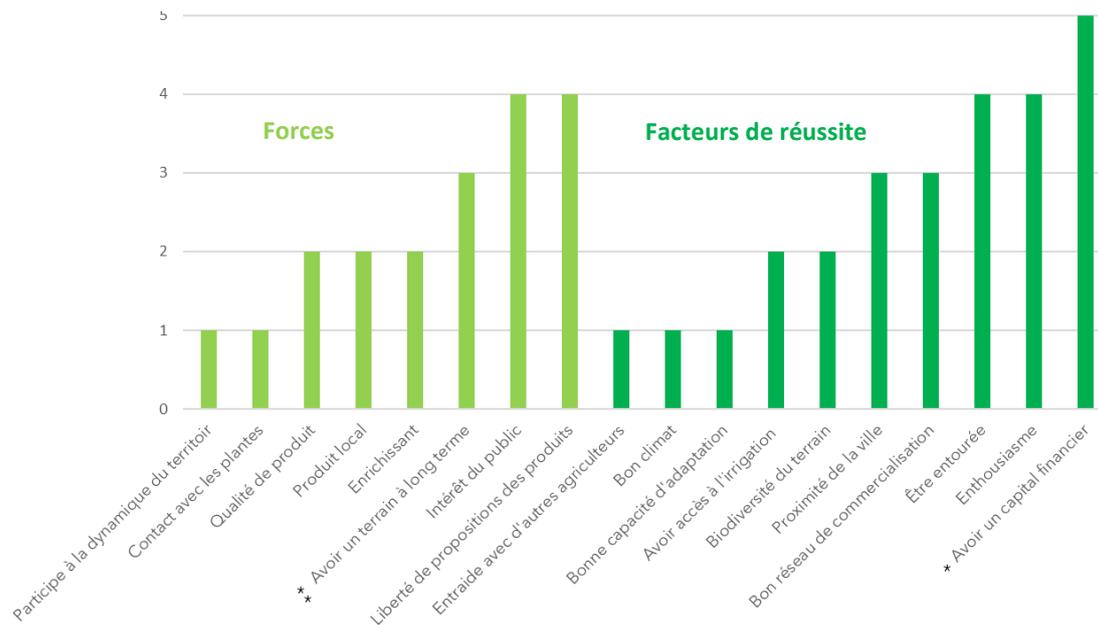


Figure 66 : Forces et opportunités du système des producteurs enquêtés

*Avoir un capital financier : avoir de l'argent de côté ou conserver une activité professionnelle en parallèle de l'activité PPAM. **Avoir un terrain à long terme : Avoir un terrain, permettant de se projeter.

L'entourage et la motivation sont des atouts majeurs pour le bon développement de l'activité PPAM sur un modèle petites surfaces diversifiées. A cela s'ajoute aussi le fait d'avoir un bon réseau de commercialisation, mais qui bien souvent ne se développe qu'au bout de quelques années après le lancement de l'activité.

C- Retour des producteurs sur la restitution

Lors de la restitution de la synthèse des Diagnostics d'Exploitations du GIEE, les producteurs présents ont été satisfaits et intéressés par tous les points abordés. Cela leur a permis d'appréhender les différences et similitudes au sein du groupe et de mieux se situer au sein du GIEE, pour ensuite s'organiser ensemble et envisager des projets en commun, comme une commercialisation commune ou de la mutualisation de matériel. Les agriculteurs présents ont soulevés plusieurs idées de choses à faire simple :

- Faire une liste de fournisseurs en commun
- Faire une liste de toutes les espèces cultivées et cueillies dans le GIEE
- Faire une liste de la somme des surfaces par espèces de plantes

D- Synthèse des potentiels projets communs dans le GIEE



VII. ANNEXES

Annexe 1 : Liste des plantes cultivées et cueillies par le GIEE

Case blanche : Plante cultivée

Case jaune : Plante cueillie

Case rose : Plante à la fois cueillie et cultivée

Absinthe
Achillée Millefeuille
Agastache
Aigremoine
Ail des ours
Alchémille
Alliaire
Aloe arborescens
Aloe Vera
Amandier
Aneth
Anis
Argousier
Armoise Vulgaire
Aubépine
Aulne
Avoine
Bardane
Basilic Genovese frais
Basilic grand vert
Basilic tulsi
Berce
Bisapp
Bleuet
Bouillon blanc
Bouleau
Bourrache
Bruyère
Bulge de Genève
Busserole
Caillet lait
Calamenthe
Calendula
Callune
Camomille romaine
Carotte sauvage
Carvi
Cassis
Cataire
Cèleri
Centaurée petite

Cerfeuil
Cerisier
Chardon Marie
Chêne
Chèvrefeuille
Chicorée
Chiendent
Ciboulette
Ciste
Citrus
Citronnelle
Citronnier
Cognassier
Consoude
Coquelicot
Coriandre
Cumin
Cynorhodon
Cyprès de Provence
Echinacée
Epilobe en épi
Epine-vinette
Estragon commun
Estragon Mexique
Fenouil
Fenugrec
Figuier
Framboisier
Frêne
Fumeterre
Gaillet blanc
Gaillet jaune
Gatillier
Gaulthérie
Genévrier commun
Géranium Bourbon
Géranium Robert
Géranium Rosat
Germandrée petit chêne
Gingko
Goji
Grande camomille
Grande mauve
Gratteron
Guimauve

Hémérocalle
Hêtre
Hibiscus
Hysope
Immortelle
Immortelle stoicas
Inula montana
Inule odorante
Laurier noble
Laurier sauce
Lavande
Lavande bleue
Lavande fine
Lavande grosso
Lavande maillette
Lavande rapido
Lavande vraie
Lavandin
Lavandin sumian
Lichen
Lierre terrestre
Lilas
Livèche
Lotier corniculé
Mais
Marjolaine
Matricaire
Mauve de Mauritanie
Mauve sylvestre
Mélèze
Mélilot blanc
Mélilot jaune
Mélicite
Menthe aquatique
Menthe douce
Menthe marocaine
Menthe orange
Menthe poivrée
Menthe pouliot
Menthe verte
Millepertuis
Monarde
Nepeta
Noisetier
Noyer

Olivier
Origan carva
Origan vert
Orme
Ortie
Osier
pâquerette
Passiflore
Patience
Pavot de Californie
Pêcher
Persil
Piloselle
Piment
Piment d'Espelette
Pin sylvestre
Pissenlit
Plantain
Poirier
Pommier
Prêle grande
Prêles des champs
Primevère
Prunelles
Raifort
Réglisse
Reine des prés
Romarin à camphre
Romarin cinéole
Romarin verbénone
Romarin vulgaire
Ronce
Rose de Damas
Rose de mai
Rose de provins
Rouge
Rue officinale
Safran
Salcaire
Salsepareille
Sapin
Sarriette des montagnes
Sarriette annuelle
Sauge anana
Sauge apiana
Sauge cassis

Sauge feuille de lavande
Sauge officinale
Sauge sclarée
Saule
Serpolet
Serpolet citron
Sureau
Thym Cravacol
Thym citron
Thym commun
Thym linalol
Thym thujanol
Thym Thymol
Tilleul
Trèfle
Trifolium
Tussilage
Valériane
Vergerette du canada
Verveine citronnée
Verveine odorante
Verveine officinale
Vigne
Vigne rouge
Violette

Annexe 2 : Liste de la somme des surfaces par espèces, pour certaines espèces

Uniquement pour les espèces les plus cultivées, pour lesquelles, il y a des données par rapport à la surface de plante cultivée.

Ci- dessous, un tableau présente la somme de l'ensemble des surfaces du GIEE pour plusieurs espèces cultivées. Uniquement quelques agriculteurs ont pu me donner les surfaces exactes sur lesquelles ils cultivent ces espèces. Pour le calcul de la somme des surfaces, uniquement les surfaces exactes ont été prise en compte, la somme des surfaces pour une espèce est donc forcément supérieure à la valeur de la case correspondante.

Espèces cultivées par plusieurs agriculteurs	Nombre de personnes qui cultivent ces espèces	Nombre de personnes dont on connaît la surface pour l'espèce correspondante	Surface totale minimale en ha
Thym linalol	30	3	0,61
Thym thujanol	26	5	2,52
Romarin verbénone	19	5	2,4135
Origan vert	18	7	2,8181
Sariette des monts	16	4	1,3535
Mélisse	15	4	0,0268
Menthe verte	12	3	0,00278
Menthe poivrée	12	4	0,0079
Sauge officinale	10	2	0,15
Verveine citronnée	9	2	0,0335
Camomille romaine	8	3	0,0118
Immortelle	7	1	0,25