



Circuit court alimentaire : vente à la ferme

mots clés: Agro-écologie, Agriculture Bio, amont & aval, vente directe,

Pascal JEAN-CHARLES-Chef de service Pôle Développement & Environnement

Le 20/01/2021

Contexte

- ❖ Ce que nous constatons par rapportaux mouvements sociaux de 2009....à la crise sanitaire COVID actuelle..... aux exigences environnementales sociétales... :
 - poussée de la consommation de proximité et circuits courts alimentaires avec une demande croissante de produits de qualité ou labellisés (bio) :
 - vente directe croissante dans exploitations, marchés communaux,
 - drive fermier, vente ambulante (livraison), panier, via réseau réseaux sociaux...
 - les pouvoirs publics, les collectivités locales, la Chambre d'agriculture et ses partenaires prennent en main la structuration de l'amont et de **l'aval** (transformation et distribution) en usant de nouveaux leviers que les lois offrent :
 - Mobilisation pour l'agro-écologie
 - Encourager les productions vivrières dans les territoires ultramarins afin d'y développer les circuits courts
 - Plan alimentaire territoriaux (PAT) : Lyzin Santral, cantine & produits avec critères environnementaux
 - Marché d'excellence Régional : produits de terroir de qualité supérieur
 - AgroPark : agro-transformation de produits de qualité et de niche

Contexte

*Une agriculture
pour de nouveaux
défis*

*Soutenir les
démarches en aval*

Réflexion débouchés

Que souhaitons nous ?

une agriculture pour de nouveaux défis

Contexte

**Une agriculture
pour de
nouveaux défis**

*Soutenir les
démarches en aval*

Réflexion débouchés

Unanimité à poursuivre l'agriculture avec un modèle durable qui pourrait rétablir, induire:

- une triple performance (agro-écologie) dans les systèmes productifs agricoles ...
 - La feuille de route et les travaux de la Chambre d'agriculture aux côtés de ses partenaires (Séminaire Transact, étude circuit court, prospective agriculture 2040, code rural, COP)
 - PSTA de la région Guadeloupe -développement d'une économie verte locale
 - Le plan de relance National et Régional
- Une souveraineté alimentaire- agir en tant que maillon fort de la chaîne alimentaire (amont – aval) jusqu'au consommateur
- Le renforcement du tissu socio-économique des zones rurales

Des démarches à encourager en amont mais aussi en aval ?

Contexte

Une agriculture
pour de nouveaux
défis

Soutenir les
démarches
amont & aval

❖ en amont

- Accompagnement de la production de qualité et en quantité par des programmes de recherche-développement, de la pédagogie (des échanges AGAPE-Ferme Songhai), de conseils et d'accompagnement technique (MAEC, GIEE), des financements adaptés aux démarches de labellisation ...

❖ en aval

- Distribution et débouchés commerciaux par rapport aux structurations alimentaires territoriales publiques
Problématique : qui peut répondre efficacement ?
fournisseurs de gros et demi gros (OP)?... exploitations en circuit long avec critères environnementaux... et quid des autres exploitations hors circuit long ?

Des démarches à encourager en amont mais aussi en aval ?

Contexte

*Une agriculture
pour de nouveaux
défis*

**Soutenir les
démarches en
aval**

❖ en aval

Quelle distribution et débouchés commerciaux pour le petit producteur labellisé AB ou en démarche agro-écologique non adhérent au structure?

La diversification des activités non agricoles :

- Vente régulière, événementiel à la ferme, ferme pédagogique
 - ✓ Vitrine de produits AB ou issus de pratiques favorable à l'environnement

La vente directe à la ferme Bio ou agro-écologique, utopie ou réalité ?

Quelques initiatives en conventionnel ou en démarche agro-écologique

Contexte

*Une agriculture
pour de nouveaux
défis*

*Soutenir les
démarches en aval*

- Vente régulière + ou – 50 % du CA (Association Jardin de l'Ecluse, petits maraichers ...)
- Vente événementielle & pédagogie aux consommateurs et autres publics (thématique agroécologie)–
 - Manifestation à la ferme / initiatives portées par le GIEE Tropicales Fleurs et autres associations d'agriculteurs (Jardin de l'Ecluse, BTSG...)

**Vente à la ferme
AB : Utopie ou
réalité ?**

- **Interrogation : développement de la vente directe en AB ou agro-écologie pour créer de l'attractivité des zones rurales (dynamisme, lien avec les consommateurs) ..?**

Quels besoins ? aide à la création de stands, vente directe, magasin collectif

- Aide à la création de stands de vente directe, magasin collectif, promotion : 75 ou 90 % ? comme pour l'amont AB)

Qu'elle représentation à l'échelle de la Guadeloupe ?
Combien de ferme en vente directe, cartographie ?

Réflexion « un exemple de réseau

bienvenue à la ferme BAF »

❖ Agri-Tourisme et circuit court alimentaire

- Le réseau BAF intègre des activités lucratives et de loisirs (visites d'exploitations, activités récréatives), vecteur d'activités de location (hébergement gîtes)
- Le Réseau BAF Guadeloupe de demain pour une grande diversité d'activités : service d'hébergement mais **aussi fermes pédagogiques thématiques agro-écologie, restauration table d'hôte et de vente directe de produits frais, transformés issus des innovations.....agro-écologiques:**
 - ✓ Des concepts de marketing expérientiel à utiliser : Théâtralisation de l'espace de vente ou de services, création d'ambiance expérientielle...

Contexte

Une agriculture
pour de nouveaux
défis

Soutenir les
démarches en aval

Réflexion et
piste de
solution



C
D
E
F
G
H
I
J

Mer
des Caraïbes

Vivez la campagne de plus près en Guadeloupe

Reproduction: Agence Estuaries 01 44 29 23 25

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14



Pour en savoir plus :
www.bienvenue-a-la-ferme.com

Bienvenue à la Ferme
Chambre d'Agriculture de Guadeloupe
BP 35 Convenance - 97122 BAIIE MAHAULT
Tél. : 0590 25 17 17 - Fax : 0590 26 07 22
E-mail : cda_direction@guadeloupe.chambagri.fr



Merci de votre attention