

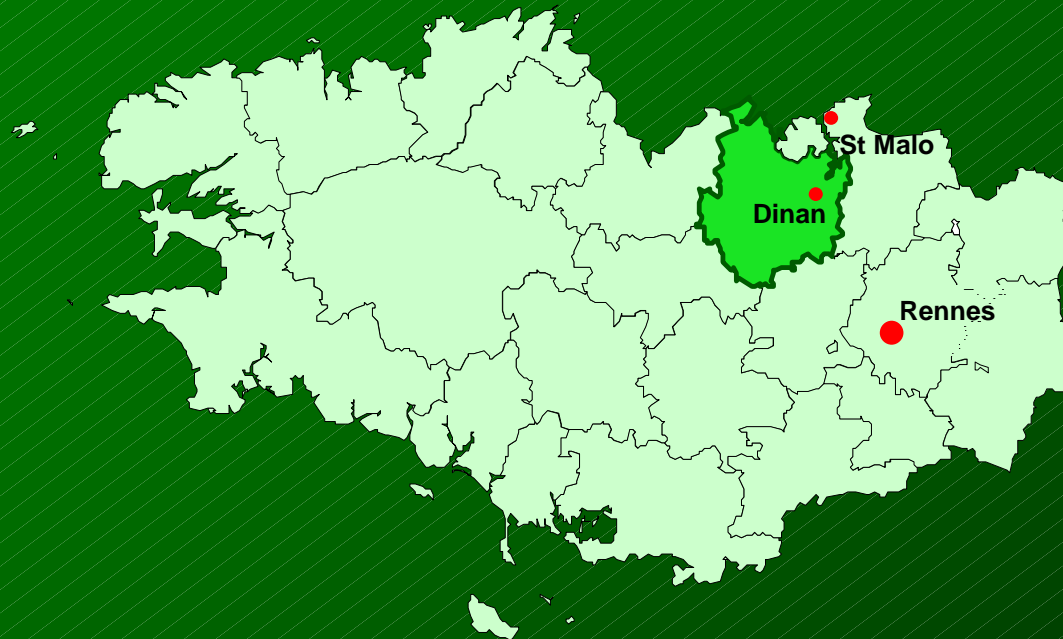
La vente directe en pays de Dinan.



Plan:

- Présentation du pays de Dinan.
- Etat des lieux de la vente directe en pays de Dinan.
- Données économiques.
- Analyse

Présentation du pays de Dinan:



Informations sur le pays de Dinan (INSEE, 1999).	
Nombre de communes	79
Nombre d'habitants	95000
Superficie	1305 Km ²
Densité	73hab. /Km ²
Revenu fiscal médian par UC	14 252€ dans la zone d'emploi de Dinan.

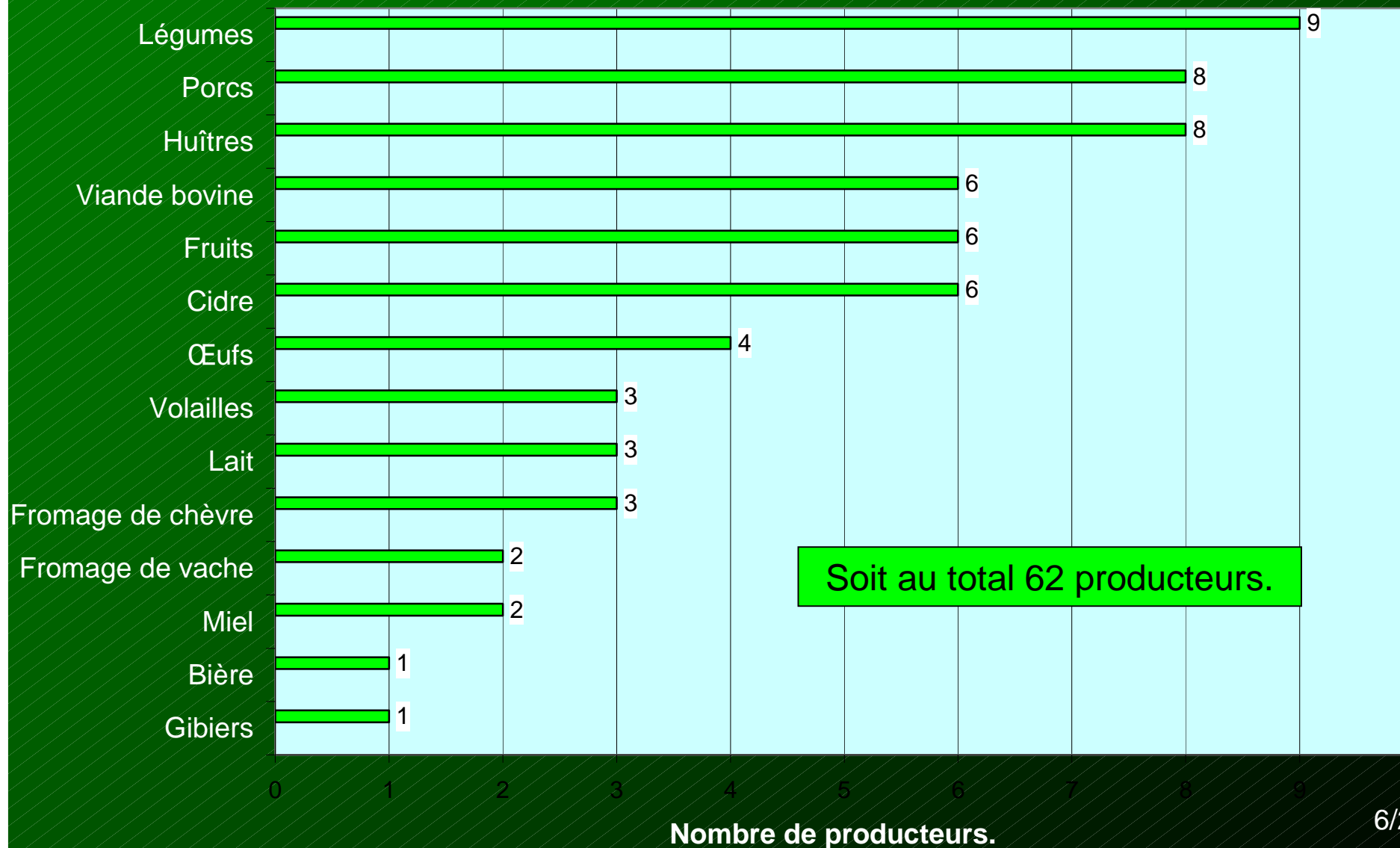
Etat des lieux de la vente directe en pays de Dinan

La vente directe:

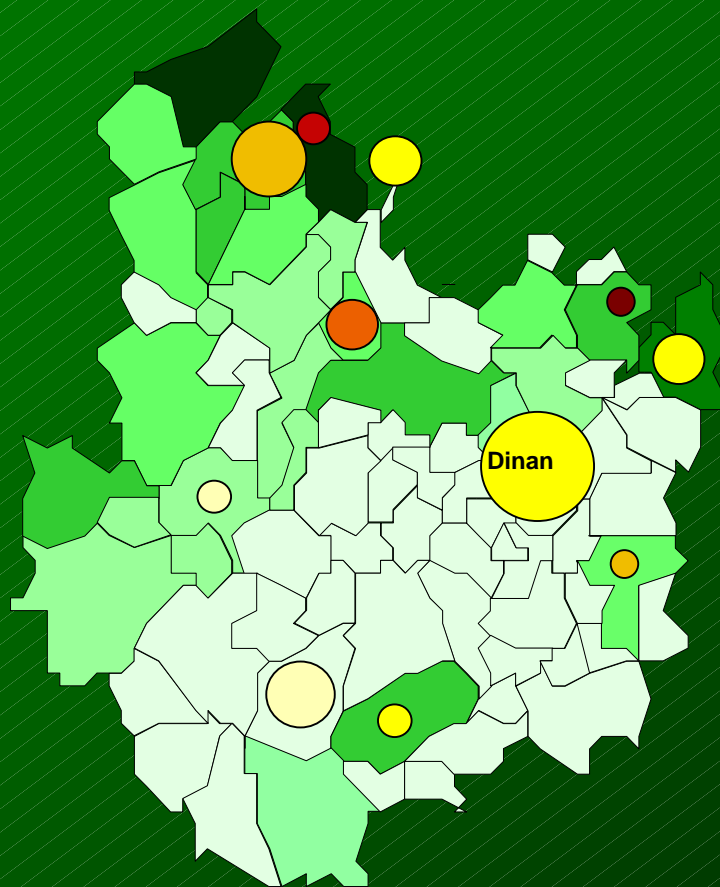
3 modalités de vente directe en pays de Dinan:

- La vente à la ferme.
- La vente sur les marchés hebdomadaires.
- La vente dans des points relais livraison.

Nombre de producteurs pratiquant la vente directe en pays de Dinan par catégorie de produits, Sources étude(2007) et Chambre d'agriculture (2004).



Répartition des producteurs par communes et part de la vente directe sur les marchés en pays de Dinan.



Nombre de producteurs en vente directe :



Tailles des marchés en nombre d'étals :

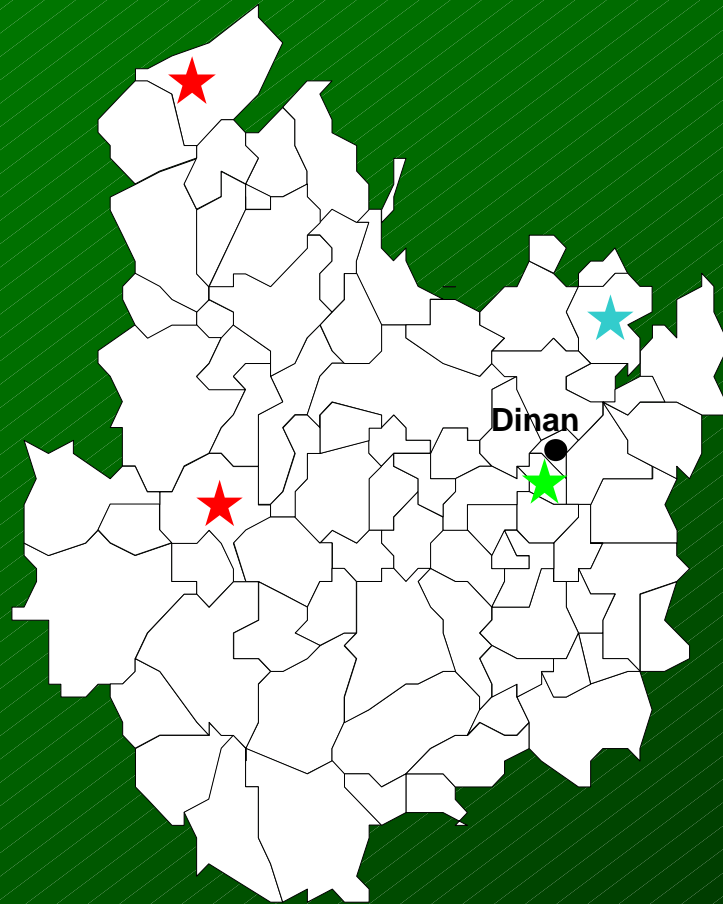


Pourcentage de vente directe par rapport au nombre total d'étals :



6 Km

Dispositifs collectifs de vente directe en pays de Dinan:



- ★ Points relais de la Binée paysanne.
- ★ Jardins de Cocagne.
- ★ AMAP.

6 Km

Données économiques.

3 profils de producteurs en vente directe selon les stratégies de diversification:

- Vente directe = 2% du Chiffre d'Affaire.
- Vente directe = 40 à 60% du Chiffre d'Affaire.
- Vente directe = 75 à 100% du Chiffre d'Affaire.

- Objectif en termes de chiffre d'affaire pour un couple de producteur de fromages de chèvre pour 2008: 2 SMIC par mois.

- Chiffre d'affaire mensuel en 2007 d'un producteur de porcs et volailles bio: 1672€

- Chiffre d'affaire par semaine d'un maraîcher bio installé depuis 3 mois :

Mises en marché	Temps consacré à la vente	Chiffres d'affaire
2 marchés hebdomadaires	2 x 5h	2 x 150€
Paniers dans un groupement d'achat	1h	300€
Paniers fixes pour une Biocoop	1h	150€

Analyse



Des changements à l'œuvre dans un secteur agricole sous l'emprise de règles.

- Cheminement vers de nouveaux modes de commercialisation.
 - Mauvaises conditions de travail en circuits longs.
 - Manque de sens du travail en circuits longs.
 - Trajet important lors des livraisons aux distributeurs.

« [...] On va jamais tenir dans des situations pareilles... Alors on a cherché des solutions... Comment va-t-on pouvoir faire pour pouvoir rester en agriculture?... Donc, moi, à la limite, ça m'était égal, j'étais prête à partir. [Pour mon mari] partir de ce métier-là, c'était quelque chose qui aurait pu lui faire courir de gros risques...» (Maraîchère, 49 ans).

Producteur, une profession en mutation?

-Adapter la production au mode de commercialisation.

« On a monté un tunnel, au départ c'était pour faire des plants... Des plants de chou-fleur, qu'on produisait... Et puis petit à petit, on s'est dit "et si on faisait ça, et puis ça, et puis ça"... Et puis on s'est aperçu que les clients nous disaient : "Ah ben vous faites pas ça"... Et puis on s'est dit "ah ben oui : effectivement il faut faire, il faut faire"... Et puis petit à petit, on a pris notre place dans la vente directe... » (Maraîchère, 49 ans).

-Développer des compétences commerciales.

« Le truc c'est que, jusque là, la vente c'était pas... enfin... la vente c'est vraiment pas mon truc, ça c'est sûr !

Et quand vous êtes à la ferme, c'est à égalité, vous allez tous les deux (son épouse et lui) vendre au magasin ...enfin à côté ?

Ben, moi, si je peux éviter ! (Rires). Je me planque ! » (Producteur de fromage de chèvre, 37 ans).

Une certaine résistance au changement

-Des procédés de production et de commercialisation conventionnels ancrés dans les mentalités et le territoire.

« Un jour, on nous a dit : vous vous êtes vu avec vos Froment du Léon, vous accueillez les touristes l'été, mais c'est quoi ? C'est pas un zoo, le lycée agricole de Caulnes. » (ex-directrice du CFPPA lycée agricole de Caulnes.)

-Une innovation difficile à valoriser.

« ... On y est tout le temps, tout le temps, tout le temps, pourtant, on n'a pas de pause si vous voulez... Parce qu'il y a toujours à ensemer, ramasser, à entretenir la terre, à vendre... Si vous voulez, chez nous il y a ... moi, la vendeuse et mon mari, le producteur... Et bon, les vacances, on connaît pas, on n'en prend jamais de vacances, les week-ends, on ne connaît pas... » (Maraîchère, 49 ans).

Les consommateurs, partenaires des producteurs.

- La vente directe attire des consommateurs exigeants en terme de qualité.

« Nous, on attend que Mme Villa ait des fraises, pour en manger, parce que j'ai une fille qui adore les fraises... Au supermarché... une fois, j'en ai acheté au supermarché, ça n'a pas de goût ! Pas du tout ! Là, au moins, ça sent la fraise ! » (Consommatrice d'un point de vente à la ferme, 67 ans, Retraitée).

- Les consommateurs accordent une grande confiance aux producteurs.

« On a l'impression, qui s'avère vrai ou fausse je ne sais pas trop, que la qualité est meilleure, tout simplement. » (Consommatrice du Jardin de Cocagne, habituée de la vente directe, 43 ans).

- Le contact avec les consommateurs: une valorisation de la profession.

« *Tous mes amis sont des anciens clients. On a des relations fantastiques. Si je fais ça, c'est pour ça, ce n'est pas parce que j'adore faire des moules. Cuisiner des moules pendant 22 ans... je m'en passerais [...] (rires)...* » (Épouse de mytiliculteur, en charge de la vente des produits et de la restauration, 42 ans).

- Les consommateurs, porte-paroles des producteurs.

« *[...] ce sera du bouche-à-oreille. Quand les gens voudront venir, ils viendront et puis voilà... Je ne vais pas les inciter à venir : "Bon, ben, venez, j'ai des légumes" !... Non, c'est un choix qu'ils font et puis voilà...* » (Maraîchère installée depuis le 1^{er} janvier 2007, 26 ans).

Les organismes d'accompagnement face à une nouvelle configuration de la gouvernance locale?

- Emergence de nouveaux acteurs: l'association APPETIT.

- Compétition pour la définition des règles d'un marché émergent:

La Chambre d'agriculture/ Les associations alternatives.

- Des acteurs alternatifs en quête de légitimité.

En Bref...

- Le secteur agricole et la profession de producteurs connaissent certains changements dans leur organisation.
- Ces mutations font apparaître de nouveaux partenaires.



Merci de votre attention.