



5 à 7 du **SYRPA** avec l'économiste Jacques MATHE le mercredi 18 mai 2011

Quand les agriculteurs produisent localement !

Ou : les « **Locavores** » sont parmi nous.

Regards croisés sur les productions locales de l'Amérique du Nord à l'Europe

Jacques Mathé est co-auteur du livre « **Une agriculture qui goûte autrement** » paru le 17 mai, en France et au Québec

Qui sont ces agriculteurs qui prennent leurs destins en main ?

Jacques MATHE présente des expériences de productions locales et de circuits courts que des exploitants ont réussi à mettre en œuvre, tenant toujours compte des attentes du consommateur.

Jacques Mathé est économiste du réseau CER France, spécialisé dans l'économie agricole et rurale. Professeur à l'université de Poitiers, il anime de nombreuses conférences pour les organisations agricoles et les collectivités sur la diversité des modes de production et du fonctionnement des exploitations agricoles. Il mène aussi ses activités aux USA et au Québec.

Son constat est la forte évolution, depuis quelques années du système alimentaire aux USA. Il se pose la question de savoir si celle-ci est une préfiguration de ce que sera la gastronomie à grande échelle, dans quelques années. En parallèle il s'interroge sur les raisons de ce mouvement. Jacques Mathé a rencontré 100 acteurs de ces évolutions et a choisi de raconter dans son livre 35 histoires originales de réussite.

Rappel sur la dynamique de l'évolution de la production agricole

1950-1990 L'agriculture française change

Une politique agricole commune se met en place. Elle encourage les agriculteurs à produire. Nos assiettes n'étaient pas pleines et nous avions très peu de diversité d'aliments.

Le défi de la production agricole de l'après guerre et d'atteindre l'autosuffisance alimentaire qui n'est obtenue qu'en 1975.

L'agriculture organise un formidable développement des techniques qui réussissent au-delà des objectifs, grâce à la forte réactivité des producteurs et de l'agroalimentaire.

Le modèle agricole construit un modèle alimentaire mais avec un modèle agricole unique.

Avec l'urbanisation la déconnexion se fait entre régions productrices et régions consommatrices.

La ménagère peu à peu déserte la cuisine. Se crée une méconnaissance de la production compensée par le marketing de l'agroalimentaire.

C'est l'avènement du prêt à réchauffer et la montée de la restauration hors foyer.

Le manger plaisir devient un manger besoin de couper la faim

Le lien est de plus en plus distant entre productions agricoles et contenu de l'assiette

Le productivisme connaît certains excès

Les crises sanitaires remettent en cause les pratiques agricoles (vache folle, ...)

La société développe des crises existentielles au tournant du 3^{ème} millénaire, ce qui favorise des logiques alternatives.

L'alimentation Bio passe d'un statut militant à celui de grand public maintenant.

Concept de l'aliment bon, propre et juste dans slowfood qui insiste sur l'origine et le goût.

L'aliment local se développe pour retrouver du lien, des repères, du plaisir.

En même temps la tendance est de retourner dans la cuisine et de respecter une certaine éthique, c'est l'avènement de ce qui est appelé le « Locavore » aux Usa.

Les productions locales ont la côte.

La proximité rassure.

Alliance objective citoyen – producteur qui dépasse la simple consommation.

Les démarches militantes s'intensifient

Les liens sociaux apparaissent aussi importants que les relations marchandes.

Auparavant, le producteur était dans une logique de l'offre pour développer son marché. Pour les productions locales, la logique de la demande tire le marché.

Les agriculteurs ne sont pas sur le devant de la scène, on vient les chercher.

Il s'agit d'un mouvement de fond observable dans tous les pays occidentaux. Par exemple en Suisse 30 % de fruits et légumes achetés sont soit bio soit de production locale. En Italie le « slowfood » a pris beaucoup d'importance et la Toscane a dans ses gènes d'acheter des productions locales. En Allemagne et pays du Nord on observe plus de bio et moins de produits locaux. En Grande Bretagne, la population découvre un aliment plaisir et d'origine.

En France cette dynamique de production locale est moins forte. Il y a sans doute des raisons. Il est peut être plus difficile pour un agriculteur de sortir des sentiers battus ? En France la relation avec l'alimentation est très différente, car historiquement, nous avons un lien avec la gastronomie. Nous n'avons pas l'industrialisation de l'élevage comme aux Etats-Unis.

Aux USA, 10 % des fermes, soit 140 000 fermes, seraient en vente directe pour leurs productions locales, dont 12 549 en CSA (agriculture soutenue par une communauté), soit + 45 % depuis 2002. En 1995, les fermes en ventes directe étaient au nombre de 30 000. Il faut savoir que les statistiques aux USA sont extrêmement précises sur les circuits courts. Alors qu'en France on connaît parfaitement les rendements mais pas du tout ce qui se fait en circuits courts. Les USA recensent en 2009, 5 700 marchés de producteurs alors qu'il n'y en avait pas un seul il y a 10 ans. On estime à 7 milliards de dollars les ventes l'an dernier en productions locales. Au début il s'agit d'une demande des citoyens. Puis la dynamique s'est intensifiée. Le consommateur établit un lien fort entre alimentation et sa santé, d'où la recherche d'aliments sains et comme solution au

problème d'obésité. Des acteurs ont vu le business possible qu'ils pouvaient en tirer. Les pouvoirs publics locaux s'y sont alors intéressés et un budget a été mis sur ce secteur. Des solutions innovantes sont mise en place face au contraintes. Par exemple l'invention d'un camion abattoir mobile pour passer dans les fermes, a été mis au point avec 50% d'aides fédérales. Le phénomène se diffuse dans tous les Etats. Les politiques bougent pour accompagner le mouvement. Les américains investissent sans état d'âme. En 2010 le plus fort développement de ce secteur s'est fait dans l'Iowa.

2 éléments clés

1) programme d'accès au foncier par le « **Land Reserve** » qui gère un total de 14 millions d'hectares par des achats privés de terre pour préserver les productions locales (+ 1,2 millions d'ha par an depuis 2005. 1,7 millions d'hectares ont été acheté en 2010

2) Rôle fondamental du système scolaire, des associations locales de citoyens et des restaurateurs qui font la promotion de l'alimentation par la pédagogie. La consommation de produits locaux bénéficie de relais médias, de penseurs, des restaurateurs, des universités, des leaders d'opinion ...

L'incitation des producteurs :

En 2010 la moitié des High School géraient un potager contre aucune il y a cinq ans.

Le program Farm to School représente 2 257 écoles dans 47 états

Le phénomène est semblable au Canada. Vancouver s'intitule la ville du bio et du développement durable. L'état d'Ontario mène une politique sur les productions locales qui a débouché sur la création d'une marque de produits locaux qui représente 35 % de la consommation alimentaire et dispose d'une notoriété de 91 %. La marque est présente dans tous les magasins.

Le Québec est engagé dans une démarche de gastronomie.

Quels modèles ?

5 logiques se dégagent :

1) Logiques territoriales sur l'origine le savoir faire

2) Logique collective à travers des coopératives

3) Logique entrepreneuriale qui nécessite un projet des compétences

4) Logique militante à travers les AMAP, A C, Bio

5) Logique festive festival du bien manger, sur une thématique, événement, phénomène assez fort en France.

Réussir dans les productions locales

- Trouver le bon dimensionnement du projet (difficile en France).
- Qualité du business plan
- Qualité du mix marketing
- Capacité à déléguer, gérer, manager

➤ Commercial et communication au cœur de la réussite

Aux USA les américains lancent des projets plus denses et plus forts qu'en France où on s'use vite

Produire en local : pour réussir on peut dire que le candidat fera face aux travaux d'hercule et mais que pour percer dans ce royaume il faut être astucieux.

De fait ce métier est réservé aux meilleurs. Il faut innover. Etre un géo-trouve-tout. Avec la production locale le développement ne se fait plus comme avant.

Les exemples :

Pierre Oteiza Vallée des Aldudes

<http://www.pierreoteiza.com/catalogue/jambons/jambon-de-la-vallee-des-aldudes/>

Fils d'agriculteur, **Pierre Oteiza** est aujourd'hui éleveur, producteur et artisan charcutier implanté dans son village natal des Aldudes (300 habitants environ), au Pays Basque, à une cinquantaine de kilomètres de Bayonne en pleine montagne pyrénéenne.

Dès l'âge de 15 ans, en vue de préparer son CAP de boucher, Pierre OTEIZA part à Paris en apprentissage chez son oncle, qui exerçait ce métier. Il obtiendra son diplôme et travaillera à ses côtés pendant cinq ans.

Au terme de cette expérience, Pierre OTEIZA revient aux Aldudes pour gérer la ferme familiale qui comprend 200 brebis laitières de race « manech tête noire », 10 blondes d'Aquitaine et 30 porcs traditionnels élevés en liberté. En complément de cette activité, il travaille dans une charcuterie artisanale voisine.

En 1987, très attaché à sa vallée natale, et persuadé des atouts qu'elle porte en elle, il décide de créer son entreprise « Gastronomie de la Vallée des Aldudes ». L'entreprise démarre avec un atelier de transformation de jambons secs et de salaisons, complété d'une conserverie ainsi qu'un magasin de vente à Saint-Jean-Pied-de-Port.

L'année suivante, il découvre, à l'occasion du SIA de Paris, les derniers spécimens d'une **race locale de porcs de Porc Basque**. Il décide d'en acheter deux pour les ramener aux Aldudes, avec un désir d'observer son comportement en montagne et de voir sa production relancée localement.

En 1990, avec quelques éleveurs passionnés, il met en place l'association des éleveurs de porc basque « le porc basque en vallée des Aldudes ».

Pierre Oteiza s'associe, en 2000, avec 4 artisans charcutiers du Pays Basque pour créer un séchoir à jambons : **le séchoir collectif de la vallée des Aldudes**. Il emploie alors 3 salariés.

En 2001, la SARL OTEIZA compte plus de 30 salariés. La filière porc basque, forte d'une cinquantaine de producteurs, lui fournit près de 2000 porcs par an.

En 2007, la SARL OTEIZA renforce son implantation à Paris et ouvre en novembre une seconde boutique au boulevard Saint Michel suivie en 2009 de celle de Biarritz.

Au printemps 2009, le Séchoir Collectif des Aldudes engage d'importants travaux d'extension lui permettant de doubler sa capacité de production. A cette occasion, il couvre son toit de 400 m² de panneaux photovoltaïques. Le Séchoir Collectif des Aldudes emploie désormais 5 salariés.

En 2010, l'Entreprise et la Filière du porc basque redoublent d'efforts dans leur démarche de reconnaissance **en Appellation d'Origine Contrôlée**.

A ce jour, Pierre OTEIZA emploie une cinquantaine de salariés dont 25 aux Aldudes, et propose **en direct** ses jambons, salaisons et plats cuisinés dans **ses 10 boutiques**. Les ventes

s'effectuent également **sur Internet, par correspondance** ainsi que **dans quelques salons et foires** (salon d'agriculture à Paris et à Bordeaux, foire de Metz,..)

Pierre OTEIZA a également tissé un **réseau de partenaires** ou de **revendeurs** dans les épiceries fines et restaurants haut de gamme, en France, en Europe, en Asie du Sud Est (Japon, Hong Kong,...) et sur le continent nord américain (Canada).

Moulin de Perrine dans le Lauragais

<http://www.lesmoulinsdeperrine.com>

Perrine Alibert, après ses études décide de valoriser les productions de l'exploitation de grandes cultures de son père Guy Alibert. Dans les vastes collines du Lauragais poussent le blé, le colza, le tournesol, le seigle, l'épeautre.... « Des Moulins de Perrine ». Guy ALIBERT et Guillaume FONTERS travaillent les 165 hectares de l'exploitation. Les grains sont semés, moissonnés, stockés sur place dans des silos, la conservation se faisant par ventilation, exempt de tout insecticide. La transformation des graines se fait à la meule de pierre pour les farines (blé dur, maïs, seigle, épeautre) ces dernières sont riches en éléments nutritifs et possèdent une couleur naturelle et un goût authentique.

Rémy ALIBERT, s'occupe de la fabrication des pâtes de la ferme simplement avec du blé dur, de l'eau et du sel. Ce sont des pâtes sans œufs.

Le pain est bien sûr fabriqué avec la farine de la ferme, sur l'exploitation par Cédric GUIBAL. Sa couleur est doré, et son goût étonnant, cela étant dû à une recette de pain particulière

La partie vente à la ferme est assurée par Perrine ALIBERT. Vous trouverez dans la boutique toutes nos productions ainsi que des produits du terroir (miel, charcuteries, conserves, vins, jus de fruits...) des accessoires de cuisine, des idées cadeaux. Boutique ouverte au public du Lundi au Samedi de 9H à 12H30 et de 14H30 à 18H

Aux USA Le plus grand marché des producteurs locaux : Installé dans l'ancienne gare de la Reading Company à Philadelphie (la gare du Monopoly) : 280 producteurs y viennent tous les jours.

Aux États-Unis : Land Trust Alliance protège les terres agricoles

<http://www.cerfrancedordogne.fr/telechargement/journal/agri.pdf>

Aux États-Unis, 850 000 hectares sont préservés tous les ans de la spéculation foncière et des atteintes environnementales grâce aux Land Trust Alliances. Ces associations contribuent à la vitalité des productions agricoles de proximité. Illustration chez Jennifer et Jim Pike, maraîchers dans les Hamptons :

Long Island, État de New-York. Les Hamptons sont réputés comme région de villégiature et de résidences ultra luxueuses, à 2 heures seulement de Manhattan. La route est magnifique. Elle traverse des forêts centenaires qui laissent place, de temps à autre, à d'imposantes parcelles de pommes de terre ou à des prairies herbagères. Ici, l'agriculture semble résister à la pression foncière. Jennifer Pike se tient derrière son comptoir de vente, une vieille remorque en bois, où elle fait étalage de ses premiers légumes de saisons. "Je réalise 80 % de mes ventes au mois d'août. Je suis sur la route qui mène à la plage, et je profite ainsi des nombreux vacanciers".

Jennifer est associée avec son mari, Jim. Le couple gère une exploitation maraîchère de 30 hectares et emploie une quinzaine de saisonniers de mai à octobre. Plus de 500 000 € de ventes

sont réalisés grâce au stand ! Des milliers d'hectares protégés Pourtant, la petite exploitation a subi les assauts des promoteurs. "Nous ne sommes que locataires" précise Jennifer. "Nos terres sont constructibles. Leur prix atteint près d'un million d'euros par hectare ! Notre propriétaire voulait vendre. Heureusement, nous avons bénéficié du programme de préservation des terres agricoles : Peconic Land Trust. L'association locale qui gère ce programme a fait l'acquisition des terres. Elle nous les loue avec un bail de trois ans reconductible". Les programmes de conservation des terres agricoles sont extrêmement développés dans le Nord-Est des Etats-Unis. Ils sont particulièrement présents dans les régions proches des villes et dans des zones à fort potentiel agronomique ou faunistique. Ces programmes permettent aussi de maintenir des secteurs boisés ou à forte sensibilité environnementale. Dans le Maryland, 145 000 hectares sont protégés pour une valeur de 500 millions de dollars. Le programme bénéficie à plus de 2000 fermes.

Des productions de proximité dynamiques. Cette politique de préservation reçoit des soutiens publics grâce au prélèvement d'une taxe de 2 % sur l'ensemble des transactions immobilières, payée par les acheteurs. Mais, ce sont des Fondations locales qui organisent l'ensemble du processus de préservation. Elles collectent des fonds par donation de membres bienfaiteurs. Les dons peuvent se faire en nature.

Des propriétaires de terres apportent leurs terrains en contrepartie de détaxations fiscales. La fondation achète au prix du marché les espaces à protéger. Les terres cultivables sont louées à des agriculteurs. Beaucoup de fondations assortissent le bail de conditions d'exploitations respectueuses de l'environnement ou d'objectifs de production particuliers (maintien des prairies et de l'élevage, production bio, maraîchage...).

À l'instar de la ferme maraîchère de Jennifer et Jim Pike, ces programmes sont des véritables leviers du développement des productions fermières. À Long Island, on ne compte plus le nombre de producteurs de légumes, de fromages, de viande, de fruits qui pratiquent la vente directe, la plupart du temps en bio. Ces fondations sont aussi impliquées dans l'éducation à la saine alimentation. Elles aident les écoles à créer des jardins et des serres où les élèves redécouvrent le goût des légumes. Un retour de balancier dans l'univers aseptisé de l'alimentation américaine.

Marché Jean Talon à Montréal

<http://www.montrealplus.ca/montreal/venues/marche-jean-talon-fr>

Véritable institution, le marché Jean-Talon a été inauguré en mai 1933. Se distinguant des autres marchés par sa formule essentiellement extérieure, une centaine de producteurs se déplacent durant la belle saison pour aller exposer leurs récoltes au marché Jean-Talon. Couleurs, saveurs et odeurs éveillent les sens des nombreux clients venus de partout dans la région.

Multiethnique, le marché Jean-Talon a mille visages. En s'arrêtant devant les épis de maïs bien dorés, on a l'impression de se sentir à la campagne. Avec sa multitude d'épiceries fines, on jurerait être en Italie, ou même au Maroc, en voyant les tajines, les clémentines et les montagnes de dattes de certains commerces.

Entouré de commerces de toutes sortes, le marché est ouvert à l'année, comme tous les marchés publics de la ville. Parmi les boutiques environnantes, on retrouve des épiceries fines, une SAQ, une fromagerie Hamel, des poissonneries, boulangeries et boucheries artisanales, fruiteries,

chocolateries, et l'étonnant Marché des saveurs (plaque tournante des produits du terroir québécois).

Envahi par la clientèle de mai à octobre, les adeptes du marché peuvent maintenant avoir accès à un stationnement souterrain abordable. De nouvelles installations ont permis à plus d'une vingtaine de petites boutiques spécialisées de voir le jour dans un nouveau bâtiment construit au-dessus du stationnement. Des salles ont également été aménagées, et elles sont disponibles pour des lancements de produits et démonstrations culinaires. Notons que des activités sont organisées à l'année, dépendamment des saisons.

Portland en Oregon, la ville du Bio depuis 40 ans

http://www.france-amerique.com/articles/2009/09/23/portland_le_poumon_vert_des_francais_ecolos.html

La sève de l'écologie coule dans les veines des habitants de Portland depuis plus d'un siècle. Dès 1912, la ville fait appel à un urbaniste de renom, qui lui propose un plan de développement centré sur les espaces verts. Depuis, Portland a fait de la préservation de ses parcs et de l'urbanisme contrôlé son mot d'ordre. Dans les années 1970, le gouverneur Tom Mc Call a fixé les limites géographiques au-delà desquelles la ville ne pourra plus s'étendre : la commune doit donc retaper et rénover les quartiers abandonnés pour utiliser au mieux l'espace dont elle dispose.

Portland l'écolo peut aussi se targuer de posséder l'un des plus grands réseaux de pistes cyclables des États-Unis (400 kilomètres de pistes cyclables). Ici, le vélo fait partie intégrante de la culture de la ville. Chez Intel, le plus gros employeur de l'Oregon, Elizabeth fait partie du «sustainable group», un collectif de discussion sur l'environnement. À la maison, son mari américain et elle recyclent et compostent. Ils mangent les produits de leur potager. «C'est la répétition au quotidien de petits gestes simples qui permettront à long terme d'obtenir des changements pour la cause environnementale», explique-t-elle. «La moitié de mes amis n'utilise plus de sacs plastiques; ils ont pris l'habitude d'emporter leur propre cabas quand ils vont faire les courses.»

Le combat écologique commence dans l'assiette et même avant. Le mouvement «Farm to Table», de la ferme à la table, défend l'importance de cuisiner et manger des produits locaux et saisonniers. Au lieu de s'approvisionner sur des marchés de gros, les restaurateurs, préfèrent se fournir auprès des fermiers de l'Oregon, dont la qualité des produits est reconnue.

En chiffre

Portland recycle 52 % de ses déchets, l'un des taux les plus élevés aux États-Unis.

3,5 % des habitants de la ville se rendent en vélo à leur travail, soit huit fois plus que la moyenne nationale. En tout, 5000 personnes prennent leur bicyclette chaque jour.

Portland possède plus de 200 espaces verts dont le plus grand parc urbain des États-Unis.

La ville est à l'origine du système de partage de voitures « Zipcar ».

Les parcmètres de la ville fonctionnent grâce à l'énergie solaire.

En 2001, Portland fut la première ville américaine à créer un système de tramway aérien électrique.

Leon Gendre relance le sel de Ré par l'installation de jeunes sauniers

