

TABLE DES MATIERES

TABLE DES ILLUSTRATIONS.....	p 13
LISTE DES ABREVIATIONS.....	p 15
INTRODUCTION.....	p 17

Première partie : LA PRODUCTION FERMIERE EN FRANCE

I. De la difficulté de s'accorder sur le sens du terme « fermier ».....	p 20
A. L'image du produit fermier auprès des consommateurs.....	p 20
B. Règles actuelles d'utilisation du terme « fermier » par type de produit... p 20	
1. Les fromages	
2. Les œufs	
3. Les volailles	
4. Les autres productions animales	
5. La charcuterie	
6. Les produits issus des palmipèdes gras	
C. Des positions institutionnelles qui ont du mal à converger.....	p 23
1. La doctrine administrative	
2. La jurisprudence	
3. Propositions de l'APCA	
4. Propositions de la FNAPF : le statut de producteur fermier	
a. Le producteur fermier est producteur et transformateur de sa propre matière première et vendeur de ses produits	
b. L'activité fermière est plafonnée	
c. Une certaine autonomie est exigée en matière d'alimentation animale	
d. Le producteur doit faire référence à un guide de bonnes pratiques hygiéniques	
II. Etat des lieux de la production fermière en France.....	p 28
A. Les producteurs fermiers.....	p 28
B. La production fermière en France.....	p 29
C. Les associations de producteurs et autres acteurs.....	p 33
D. L'agrotourisme.....	p 34
III. Atouts, réussites, échecs de la production fermière.....	p 34
A. Les atouts de la production fermière.....	p 34
1. Pour le producteur	
a. atouts économiques	
b. atout social	
c. atout concurrentiel	
2. Pour le distributeur	
3. Pour le consommateur	
a. Le goût	

b. Le rêve	
4. Pour la société	
B. Les conditions de réussite des démarches fermières.....	p 38
C. Les difficultés de la production fermière.....	p 38
D. Les causes d'échec.....	p 38

Deuxième partie : QUELS MARCHÉS POUR LA PRODUCTION FERMIERE ?

I. La consommation des produits fermiers en France.....	p 40
A. Généralités.....	p 40
B. Les consommateurs de produits fermiers.....	p 41
C. Les modes de consommation.....	p 44
1. Les produits.....	p 44
a. Produits achetés	
b. Qualités et défauts des produits fermiers	
i. qualités	
ii. défauts	
c. Test à la sensibilité aux prix	
d. Reconnaissance des produits fermiers	
e. Les dépenses annuelles (1989)	
2. La démarche d'approvisionnement.....	p 50
a. Lieux d'achat	
b. Les différents types d'acheteurs	
D. Le marché potentiel.....	p 53
1. Les acheteurs récents	
2. Les autres acheteurs	
II. Les formes de commercialisation des produits fermiers.....	p 56
A. La vente directe.....	p 56
B. La distribution traditionnelle.....	p 58
C. La grande distribution.....	p 59
1. Cas général	
a. Le point de vue des GMS	
i. leurs avantages à commercialiser des produits fermiers	
ii. les conditions de référencement des produits fermiers	
b. Le point de vue des producteurs	
2. Cas particulier : la région Midi-Pyrénées	
D. Les marchés étrangers.....	p 62
E. La vente via Internet	p 63

Troisième partie : ETUDE DE DEUX FILIERES DE PRODUCTION FERMIERE

I. La production laitière fermière.....	p 66
A. Les systèmes de production.....	p 67

1. Les systèmes de production laitière fermière caprine.....	p 67
a. Les petits ateliers	
b. Les producteurs diversifiés	
c. Les producteurs spécialisés	
d. Les producteurs livrant aux affineurs	
e. Les systèmes de production laitière mixte	
2. Les systèmes de production laitière fermière bovine.....	p 70
a. Les ateliers fermiers de beurre et de crème	
b. Les petits producteurs fromagers	
c. Les producteurs fromagers transformant et affinant plus de 50 000 L / an	
d. Les producteurs fromagers en blanc	
3. Les systèmes de production laitière fermière ovine.....	p 72
B. La charge de travail.....	p 72
C. La conduite d'élevage.....	p 75
1. Production caprine	
2. Production bovine	
3. Production ovine	
D. Les techniques fromagères.....	p 77
1. Le savoir-faire	
2. Les gammes de fromages	
3. Préserver des processus naturels	
E. La mise aux normes sanitaires	p 78
F. La commercialisation des produits laitiers fermiers.....	p 80
G. La valorisation des produits laitiers fermiers.....	p 80
H. Les perspectives d'avenir.....	p 82
1. En caprins, la stabilité	
a. Les diversifiés	
b. Les spécialisés	
2. En bovins, des perspectives nuancées	
3. En ovins, un avenir serein	
4. Les installations en production fermière	
 II. La transformation de porcs à la ferme.....	 p 84
A. Les exploitations.....	p 84
1. L'orientation des exploitations	
2. L'alimentation	
3. Les conditions d'élevage	
<i>B. Les ateliers de transformation.....</i>	<i>p 85</i>
1. Généralités	
2. Les volumes et proportions de porcs transformés	
3. Une dichotomie dans les ateliers	
4. La charge de travail	
5. La rentabilité économique de l'atelier	
C. La commercialisation.....	p 88
1. La gamme de produits vendus	
2. Les modes de commercialisation	
3. Les signes de commercialisation	
D. Les perspectives d'avenir.....	p 89

Quatrième partie : LES OBSTACLES ET LES SOLUTIONS AU DEVELOPPEMENT DE LA PRODUCTION FERMIERE

I. Les obstacles au développement de la production fermière.....	p 92
A. Les normes sanitaires.....	p 92
1. Nécessité d'agrément.....	p 92
a. En fonction de l'existence d'un intermédiaire	
b. En fonction des modalités de la vente lors de la remise directe	
c. Les tueries de volailles et de lapins	
2. Réglementation concernant les locaux.....	p 97
a. Généralités	
b. Le plan HACCP	
c. Les autocontrôles	
d. Les modalités de fonctionnement et d'équipement	
3. Réglementation concernant les marchés couverts et de plein air.....	p 102
4. Réglementation concernant le transport.....	p 101
5. Le coût de ces contraintes.....	p 102
B. Les textes relatifs à l'étiquetage.....	p 103
II. Les solutions	p 104
A. Vers une signalétique commune ?.....	p 104
B. Le réseau « Bienvenue à la Ferme » de l'APCA.....	p 104
C. Les propositions de la FNAPF.....	p 106
1. Historique	
2. La charte nationale d'engagement des producteurs fermiers	
3. Les cahiers des charges fermiers	
4. Les commissions d'organisation	
D. Les Contrats Territoriaux d'Exploitation.....	p 109
CONCLUSION.....	p 110
BIBLIOGRAPHIE.....	p 113
ANNEXES.....	p 119
Annexe A : Opérations non admises pour la fabrication des fromages fermiers.	
Annexe B : Règlement (CEE) n° 1538/91 : normes de commercialisation pour les volailles	
Annexe C : Cahier des charges Label Rouge Porc Fermier du Sud-Ouest (SCA Fipso)	
a) Annexe D : Charte des producteurs fermiers en Palmipèdes Gras	
Annexe E : L'agrotourisme dans les régions françaises	
Annexe F : Achat au producteur ou à la ferme par familles de produits (en % sur le budget alimentaire des ménages) en 1991	
Annexe G : Situation de la mise aux normes sanitaires de la fromagerie et statut sanitaire des fromageries	
Annexe H : Modalités de fonctionnement et d'équipement des établissements de préparation des denrées alimentaires	
Annexe I : La charte "Bienvenue à la Ferme, Produits de la Ferme"	

TABLE DES ILLUSTRATIONS

Liste des tableaux

Tableau n°1 : Exploitations procédant à la vente directe et à la transformation par région.....	p 29
Tableau n°2 : Evolution des recettes par rapport au mode de commercialisation.....	p 34
Tableau n°3 : Types de consommateurs.....	p 40
Tableau n°4 : Profil socio-démographique des acheteurs récents de produits fermiers.....	p 42
Tableau n°5 : Profil socio-démographique des acheteurs estivaux de produits fermiers.....	p 43
Tableau n°6 : Produits achetés.....	p 44
Tableau n°7 : Qualités attribuées aux produits fermiers.....	p 45
Tableau n°8 : Facteurs à l'origine de la qualité.....	p 45
Tableau n°9 : Défauts attribués aux produits fermiers.....	p 46
Tableau n°10 : Ecart de prix accepté par les consommateurs.....	p 47
Tableau n°11 : Garanties de qualité.....	p 48
Tableau n°12 : Reconnaissance des produits fermiers.....	p 48
Tableau n°13 : Les dépenses en produits fermiers.....	p 49
Tableau n°14 : Lieux d'achat des produits fermiers.....	p 50
Tableau n°15 : Lieux d'achat des produits fermiers selon les groupes de consommateurs.....	p 51
Tableau n°16 : Profil socio-démographique des acheteurs potentiels de produits fermiers (extrapolation).....	p 52
Tableau n°17 : Freins à l'acte d'achat.....	p 53
Tableau n°18 : Formules de vente souhaitées à l'avenir (1989).....	p 53
Tableau n°19 : Part du chiffre d'affaires fermier par rapport au chiffre d'affaires total en élevage laitier.....	p 65
Tableau n°20 : Historique de l'exploitation.....	p 65
Tableau n°21 : Unités de Travail Annuel en production laitière fermière	p 71
Tableau n°22 : Maintien de la saisonnalité en production laitière fermière.....	p 72
Tableau n°23 : Conduite des troupes de brebis selon les bassins de production.....	p 74
Tableau n°24 : Situation de la mise aux normes de la fromagerie.....	p 77
Tableau n°25 : Statut sanitaire des fromageries.....	p 77
Tableau n°26 : Valorisation des productions laitières fermières.....	p 79
Tableau n°27 : Répartition des ateliers selon le nombre de porcs transformés à l'année.....	p 84
Tableau n°28 : Répartition des ateliers selon la proportion de porcs transformés.....	p 84
Tableau n°29 : Fréquence des contrôles officiels et des autocontrôles en production laitière.....	p 97
Tableau n°30 : Quelques dispositions spécifiques aux locaux de préparation des denrées alimentaires.....	p 99
Tableau n°31 : Les activités d'agrotourisme proposées par le réseau « Bienvenue à la Ferme ».....	p 105

Liste des graphiques

Graphique n°1 : Exploitations procédant à la remise directe.....	p 30
Graphique n°2 : Exploitations transformant des produits pour la vente.....	p 30
Graphique n°3 : Les consommateurs de produits fermiers en 1989.....	p 41
Graphique n°4 : Les consommateurs de produits fermiers en 1994.....	p 41
Graphique n°5 : La qualité suivant trois axes.....	p 47
Graphique n°6 : Répartition du travail en production laitière fermière.....	p 71
Graphique n°7 : Orientation des exploitations porcines.....	p 82
Graphique n°8 : Conditions d'élevage des porcs.....	p 83
Graphique n°9 : Modes de commercialisation des produits transformés.....	p 86
Graphique n°10 : Signes de commercialisation des produits transformés	p 87
Graphique n°11 : Statut sanitaire de l'exploitation en fonction de l'existence d'intermédiaires.....	p 90

Graphique n°12 : Statut sanitaire de l'exploitation en fonction des modalités de la vente lors de la remise directe..... p93

LISTE DES ABREVIATIONS

ANDA : Association nationale pour le Développement Agricole
AOC : Appellation d'Origine Contrôlée
APCA : Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture
CEE : Communauté Economique Européenne
CNA : Conseil National de l'Alimentation
CNLC : Commission Nationale des Labels et Certifications agricoles
CTE : Contrat Territorial d'Exploitation
DDAF : Direction Départementale de l'Agriculture et de la Forêt
DDCCRF : Direction Départementale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes
DGAL : Direction Générale de l'Alimentation
DGCCRF : Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes
DSV : Direction des Services Vétérinaires
EARL : Exploitation Agricole à Responsabilité Limitée
FNAPF : Fédération Nationale des Associations de Producteurs Fermiers
FNCIVAM : Fédération Nationale des Centres d'Initiatives et de Valorisation de l'Agriculture en Milieu rural
FNGEDA : Fédération Nationale des Groupes d'Etudes et de Développement Agricoles
GAEC : Groupement Agricole d'Exploitations en Commun
GMS : Grandes et Moyennes Surfaces
GRET : Groupe de Recherches et d'Echanges Technologiques
HACCP : Hazard Analysis, Critical Control Point
INRA: Institut National de Recherche Agronomique
INSEE : Institut National des Statistiques et Etudes Economiques
MSA : Mutualité Sociale Agricole
OGM : Organismes Génétiquement Modifiés
ONILAIT : Office National Interprofessionnel du LAIT et des produits laitiers
PAC : Politique Agricole Commune
pH : potentiel Hydrogène
SARL : Société Anonyme à Responsabilité Limitée
SAU : Surface Agricole Utile
SCEES : Service Central des Enquêtes et Etudes Statistiques
TVA : Taxe sur la Valeur Ajoutée
UTA : Unité de Travail Annuel

INTRODUCTION

A la fin de la deuxième guerre mondiale, l'Europe se trouve dans une situation de pénurie, notamment dans le secteur agro-alimentaire. Pendant les « trente glorieuses », de 1945 à 1975, on assiste à la modernisation de l'agriculture, l'industrialisation et l'urbanisation du pays. La politique productiviste de la première PAC aboutit en 1975, après l'équilibre de l'offre et de la demande, à une saturation des marchés. Les produits alimentaires sont standardisés.

La transformation et la vente directe des produits de la ferme, pratiques traditionnelles qui ont existé de tous temps, sont à la fin des années 1970 marginales et signes de non modernité au sein d'une filière agricole toujours plus industrialisée et uniformisée. Cependant, suite à la crise agricole (baisse des prix agricoles, instauration des quotas), on assiste au début des années 1980 à un renouveau de la production fermière (et des signes officiels de qualité) en France et au sein de l'Union Européenne. A des pratiques traditionnelles vient se superposer une production fermière innovante, mise en place par les producteurs comme stratégie de diversification et de reconquête de la valeur ajoutée. A cette « nouvelle » offre correspond une vraie demande : les modes de consommation ont évolué. En effet, les consommateurs se sont très tôt méfiés des produits issus de l'agriculture intensive ; dans un contexte de crises alimentaires successives, ils ont la nostalgie des produits du passé et recherchent des produits naturels, sains, authentiques. L'agriculture, hier engagée dans une course à la quantité, relève aujourd'hui le défi de la qualité.

Nous allons en premier lieu nous intéresser à la définition des « produits fermiers » et à un panorama de l'activité fermière en France. Nous étudierons également la consommation et la commercialisation des produits fermiers. Nous aborderons ensuite les filières de production fermière laitière et porcine. Enfin, nous verrons à quels problèmes sont confrontés les producteurs fermiers, et quelles sont les solutions qui leur sont proposées.

Première partie :

**LA PRODUCTION FERMIERE
EN FRANCE**

I. De la difficulté de s'accorder sur le sens du terme « fermier »

Le qualificatif « fermier » est une mention valorisante, outil de la différenciation qualitative au même titre que les signes officiels de qualité ou les marques. Le statut réglementaire de son utilisation est complexe. Pour certaines productions, les conditions d'utilisation de ce terme, ou d'un équivalent, sont très précises. Pour d'autres subsiste un vide juridique. La loi d'orientation agricole de 1999, en posant une base législative avec son article n°76, annonce l'élaboration d'un décret, qui selon M. Jean Glavany, Ministre de l'Agriculture de l'époque, contiendrait une définition la plus rigoureuse possible [22] [56]. Mais il est nécessaire d'établir une étroite concertation avec les organisations professionnelles, afin de ne donner une définition ni trop stricte, qui pénaliserait certains producteurs, ni trop large, afin que le terme ne soit pas récupéré par certains industriels.

Il s'agit là d'un problème extrêmement sensible, et il est important de consulter tous les acteurs : producteurs, organisations de producteurs participent à l'élaboration de cette définition. Il sera nécessaire de faire du cas par cas selon les filières.

A. L'image du produit fermier auprès des consommateurs

Il s'agit d'un produit élaboré dans une ferme traditionnelle (bovins, ovins, caprins, porcs, volailles, lapins, fruits et légumes). Cette exploitation est de type familial, à taille humaine, et utilise des modes de production plutôt extensifs. Le produit est maîtrisé de la fourche à la fourchette par l'exploitant, qui s'occupe de la production, de la transformation et éventuellement de la commercialisation. Le lien direct qu'il entretient avec le consommateur est en effet une garantie de qualité.

B. Règles actuelles d'utilisation du terme « fermier » par type de produit

1. Les fromages

L'étiquetage des fromages peut comporter le terme « fermier » ou toute autre mention équivalente, lorsque le producteur transforme lui-même le lait de sa propre et seule exploitation sur place, selon des techniques traditionnelles [34]. L'affinage peut être assuré par un affineur extérieur.

Dans le cas des fromages AOC, les conditions d'emploi du terme « fermier » ou équivalent sont fixées par le décret AOC.

Il existe des opérations non admises pour la fabrication des fromages fermiers [cf annexe A].

2. Les œufs

Les dénominations de vente peuvent comporter des mentions se rapportant au mode d'élevage des poules pondeuses [63]. La mention « œufs de poules fermières » est donc autorisée.

Cependant ne sont pas soumis à cette réglementation les œufs cédés directement par le producteur au consommateur pour ses besoins personnels, sur le lieu de l'exploitation, sur un marché public local, ou par colportage, à condition que les œufs proviennent de sa propre production, qu'ils ne soient pas emballés et qu'ils ne portent aucune indication relative aux catégories de qualité et poids.

3. Les volailles

Seuls les produits bénéficiant d'une Appellation d'Origine Contrôlée, d'un Label Rouge ou d'une certification du mode de production biologique peuvent bénéficier des expressions « fermier élevé en plein air » ou « fermier élevé en liberté » [62] [20].

Pour les volailles « fermières élevées en plein air », des contraintes doivent être respectées en ce qui concerne la souche (croissance lente), les tailles et densités des bâtiments et parcours, le mode d'alimentation (70% de céréales minimum en engraissement), l'âge minimum d'abattage, etc [cf annexe B]. Tous ces critères sont contrôlés par des organismes officiels ou privés agréés.

Pour les volailles « fermières élevées en liberté », les contraintes sont les mêmes avec un parcours extérieur illimité.

Toutefois, les producteurs de volailles à petite échelle peuvent également utiliser ces termes, si leur production est cédée [20] :

- directement au consommateur final sur le lieu de l'exploitation,
- directement au consommateur sur les marchés hebdomadaires les plus proches de l'exploitation,
- à des détaillants de la même localité ou d'une localité voisine, en vue de la vente directe au consommateur final.

Sont donc exclues la vente ambulante, la vente par correspondance, la vente sur les marchés par un détaillant.

4. Les autres productions animales [2]

L'élevage fermier est un mode d'élevage :

- où les animaux ont accès à un parcours extérieur, ou dans des cas particuliers, sont élevés dans des bâtiments conformes à l'élevage traditionnel. Les taux limites de chargement, le nombre total de bâtiments et d'animaux en font une exploitation de type familial, c'est-à-dire sans main d'œuvre extérieure, qu'il s'agisse d'une activité principale ou complémentaire ;
- donnant des produits de qualité validés par des tests de dégustation ;
- où l'exploitation est approvisionnée en nourriture par des fabricants dûment référencés et contrôlés.

Ne peuvent bénéficier du terme « fermier » que les produits labellisés. Les critères imposés par le Label Rouge sont renforcés sur certains points contenus dans un cahier des charges validé par les pouvoirs publics. Les élevages font l'objet de contrôles externes par un organisme certificateur agréé.

- Bœuf :

- l'élevage est extensif avec 1.4 Unité Gros Bovin par hectare de surface fourragère principale (au lieu de 2 UGB en label rouge),
- la stabulation entravée n'est autorisée que pendant la phase de stabulation hivernale, ainsi que pendant une courte période de finition (précisée par le cahier des charges),
- l'alimentation provient essentiellement de l'exploitation sauf conditions exceptionnelles ; les apports extérieurs sont autorisés pour les concentrés complémentaires,
- le nombre de changement d'exploitation est limité à un, et ce avant l'âge de 12 mois, entre deux exploitations qualifiées appartenant au groupement détenteur du label ou à un autre groupement selon accord.

- Veau :

Il est nourri sous la mère pendant au moins trois mois.

- Porc [cf annexe C] :

- l'alimentation est un aliment complet avec plus de 70% de céréales,
- les bâtiments sont ouverts à l'extérieur,

- la surface minimale est de :

2.6 m² par animal pour le « porc fermier »

50 m² de sol nu par animal pour le « porc fermier élevé en plein air »

250 m² pour le « porc fermier élevé en liberté ».

- Agneau

Tout comme les agneaux Label Rouge, les agneaux fermiers Label Rouge restent au moins 60 jours sous la mère. Selon les cahiers des charges, les races doivent être locales ; les fourrages doivent être issus de l'exploitation ; les agneaux ne doivent pas recevoir d'antibiotiques...

5. La charcuterie [9]

Les produits de charcuterie fermiers sont fabriqués à la ferme, avec des viandes d'animaux élevés à la ferme. Ils sont vendus au consommateur final par l'exploitant.

La charcuterie industrielle élaborée à partir de porc fermier peut être vendue sous la mention « issue de porc fermier ».

6. Les produits issus des palmipèdes gras

Ils ne sont concernés par aucune réglementation en terme d'utilisation du qualificatif « fermier ». Des chartes locales existent, notamment celle de la FNAPF [cf annexe D].

C. Des positions institutionnelles qui ont du mal à converger

Nous allons maintenant nous intéresser aux points de vue de l'administration et des tribunaux, puis aux propositions de deux associations : l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture (APCA) et la Fédération Nationale des Associations de Producteurs Fermiers (FNAPF), en vue de l'élaboration du décret réglementant l'utilisation du terme « fermier ».

1. La doctrine administrative

Les objectifs de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) sont la juste information des consommateurs et la concurrence loyale entre producteurs. Elles s'appuie sur les définitions réglementaires et la jurisprudence. Elle estime une réglementation de l'usage du terme « fermier » non souhaitable en raison de la diversité des situations [2]. Une définition serait nécessairement très précise et

soit trop stricte, pénalisant certains producteurs fermiers, soit trop laxiste, risquant alors d'être récupérée par les industriels.

Les produits fabriqués par le producteur agricole sur le lieu de l'exploitation, avec des ingrédients provenant de la ferme, à une échelle non industrielle (sauf quand la réglementation le prévoit, exemple : volaille sous label) restent la référence des services de contrôle, référence basée sur le décret du 30/12/1988.

Par conséquent, les matières premières ne provenant pas de l'exploitation et la transformation à l'extérieur sont interdites, même si celle-ci est assurée par l'exploitant. L'alimentation des animaux doit provenir de l'exploitation : le producteur est donc obligé d'assurer plusieurs productions. Toute commercialisation autre que la vente directe sur l'exploitation, ou sur les marchés locaux est interdite. La vente collective et la vente de produits venant d'une autre exploitation ne rentrent pas dans le cadre de la production fermière. Les Exploitations Agricoles à Responsabilité Limitée (EARL) et Sociétés Anonymes à Responsabilité Limitée (SARL), dans la mesure où elles sont susceptibles d'accueillir des associés non exploitants, ne sont pas autorisées.

Toutes ces restrictions ne permettent pas, selon l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture (APCA), la viabilité économique d'une exploitation « fermière ». Elles reposent sur des modes de production dépassés.

2. La jurisprudence [2]

Selon plusieurs arrêts des Cours d'appel (8/10/92, 23/05/96...), la production fermière doit avoir recours à des méthodes de production traditionnelles dans un circuit intégré à la ferme, quels que soient le statut juridique de l'exploitation et les modalités de commercialisation. Les produits proposés à la vente doivent provenir principalement de l'exploitation, c'est-à-dire qu'ils peuvent également provenir des fermes voisines, si l'exploitant conserve un contrôle direct sur leur qualité.

Ces arrêts posent de nouvelles bases par rapport à la doctrine de l'administration.

En l'absence de notice technique « label » ou de cahier des charges, les animaux sont élevés à la ferme et nourris essentiellement avec des aliments de la ferme [9]. Les produits sont élaborés par le fermier avec des matières premières provenant essentiellement de l'exploitation. L'abattage à l'extérieur est autorisé, l'utilisation d'autoclaves hors de l'exploitation aussi, mais la traçabilité doit être assurée. Le mode de production est non industriel. Le producteur doit posséder un savoir-faire traditionnel, et donc exclure les

colorants, arômes, additifs à l'exception de ceux utilisés de façon habituelle (salpêtre par exemple). Si un ingrédient est mis en exergue dans la dénomination de vente, il doit provenir de l'exploitation.

3. Proposition de l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture [2]

Le producteur doit avoir le statut social d'agriculteur. Il peut s'agir d'une société si les producteurs sont majoritaires dans son capital, et en assurent la direction ou la gérance.

Un cycle de production doit être réalisé sur l'exploitation concernée. Les matières premières valorisantes et les produits vendus en l'état doivent provenir de l'exploitation du producteur. Des matières premières extérieures complémentaires peuvent être utilisées, à condition qu'elles soient de préférence de nature fermière.

Exceptionnellement (épizootie, mauvaises conditions climatiques), l'exploitant peut vendre les produits d'un autre producteur fermier si les productions sont menées de manière similaire, et si leurs exploitations sont situées sur le même territoire. Il en va de même si l'objectif est d'augmenter la gamme proposée.

La transformation par le producteur, par un membre de la famille ou un salarié se fait sous la responsabilité du producteur, dans un atelier de l'exploitation ou à l'extérieur. Le suivi et la traçabilité sont assurés par le producteur.

Pour les opérations essentielles à la spécificité du produit fermier, le travail à façon et la sous-traitance sont interdits.

La commercialisation, quelle que soit la voie choisie, est maîtrisée. L'étiquetage comporte le nom et adresse du producteur. Lorsqu'un transformateur extérieur à l'exploitation réalise les opérations essentielles à la spécificité du produit, l'étiquette et la dénomination de vente ne doivent pas comporter le terme "fermier" ou tout autre équivalent.

A côté de ces notions générales, l'APCA émet des revendications plus particulières :

- la reconnaissance des productions spécialisées : apiculture, héliculture, pisciculture...
- l'accès des élevages traditionnels de porcs sans parcours extérieur au terme « fermier ».
- la détermination des conditions de production du foie gras fermier.

Des fiches et notices techniques seront réalisées, précisant par exemple la liste des ingrédients autorisés, autorisés en quantité limitée, interdits...

Il reste cependant des interrogations au sujet de l'extension du qualificatif « fermier » aux produits végétaux, et surtout aux productions non traditionnelles : poissons, escargots, miel. Celles-ci n'ont en effet aucun lien avec la ferme telle que le consommateur urbain se la représente.

4. Propositions de la Fédération Nationale des Associations de Producteurs Fermiers : le statut de producteur fermier

Suite à plus de dix ans de réflexion des associations adhérentes, la FNAPF a pu proposer des conditions concrètes d'utilisation du qualificatif "fermier" en vue de l'élaboration d'un décret [19].

Elles reposent sur quatre principes qui correspondent aux attentes des consommateurs.

a. Le producteur fermier est producteur et transformateur de sa propre matière première, et vendeur de ses produits.

C'est un agriculteur en activité, inscrit à la Mutualité Sociale Agricole.

Les matières premières principales et discriminant le produit proviennent exclusivement de sa ferme. Des compléments de matières premières peuvent être issus d'autres exploitations fermières lors de circonstances exceptionnelles. Un cycle normal de production doit être réalisé sur son exploitation, sinon les animaux doivent provenir d'exploitations fermières. Le producteur participe et est responsable de chaque étape de la production, que celles-ci soient réalisées par lui, un membre de sa famille ou un salarié. S'il utilise un atelier en commun, il doit retrouver dans le produit fini sa propre matière première. Il participe et est responsable de la transformation. Le façonnage est autorisé seulement pour les interventions techniques ne modifiant pas les caractéristiques du produit. Il est réalisé sous sa responsabilité.

b. L'activité fermière est plafonnée.

Ce principe permet de conserver des méthodes traditionnelles, loin des techniques industrielles, et un savoir-faire personnalisé, ce qui correspond bien à la représentation que le consommateur se fait d'une ferme à taille humaine.

Pour chaque type de production et chaque terroir sont fixés des volumes maximaux par actif et par ferme. Le nombre maximal d'actifs à temps plein sera compris selon les cas entre cinq et dix. Il n'y aura pas plus d'un salarié pour un exploitant. On restera ainsi dans le cadre d'une

exploitation familiale.

c. Une certaine autonomie est exigée en terme d'alimentation animale.

Cependant des difficultés peuvent être rencontrées en zone de montagne et dans les petites exploitations, qui manquent de place pour les cultures. Un parcours minimum sera alors imposé, et des solutions locales seront envisagées : souches rustiques, entraide entre agriculteurs, encouragement à l'approvisionnement local en fourrages et autres.

d. Le producteur doit faire référence à un guide de bonnes pratiques hygiéniques

Ces guides sont validés par les autorités compétentes.

Conclusion

De nombreux points de vue existent. Aucun texte n'est encore préparé à ce jour. Il est pourtant nécessaire de réglementer la concurrence entre les "vrais producteurs fermiers" et les usurpateurs. Il en va également de la protection du consommateur contre des abus commerciaux.

II. Etat des lieux de la production fermière en France

A. Les producteurs fermiers

En AOC, outre les caractéristiques imposées pour profiter du sigle officiel, les produits fermiers doivent être issus d'une seule unité de production, et être fabriqués selon des procédés spécifiques avec des limitations de volume. Une distinction est faite entre la dimension fermière et la dimension artisanale : à échelle différente, produits différents.

En Label Rouge, des règles très précises sont définies pour parvenir à une qualité supérieure. Les producteurs indépendants conditionnant et commercialisant leurs produits en vente directe, pour des problèmes de contrôle interne, ne sont pas acceptés. On assiste donc à un certain paradoxe : seules les unités dépendant d'un réseau organisé peuvent accéder au terme « fermier » sous Label.

Les producteurs fermiers indépendants qui utilisent le qualificatif "fermier" peuvent se trouver dans des situations très variées du fait de l'absence de réglementation précise.

On recense des producteurs traditionnels avec plusieurs productions. Ils sont souvent âgés. Il sont de moins en moins nombreux car ces exploitations nécessitent beaucoup de main d'œuvre pour finalement ne produire que des petits volumes. Ils correspondent pourtant à l'image du vrai producteur fermier tel que le consommateur se le figure.

On trouve également des producteurs spécialisés dans un domaine, qui sont assez proches des producteurs AOC fermiers.

Il y a enfin les agriculteurs classiques qui, rencontrant des difficultés, se sont tournés vers la transformation fermière et la vente directe. Ils peuvent se spécialiser, ou conserver cet atelier de diversification comme revenu complémentaire. Certains choisissent de sous-traiter la production afin d'augmenter les volumes et de baisser les coûts de production. Ils ne s'occupent que de la transformation et de la commercialisation, parties les plus rentables. Ces agriculteurs se rapprochent donc de la logique de l'agriculture conventionnelle, à laquelle les consommateurs souhaitent justement échapper en achetant des produits fermiers. Ces exploitants se situent donc très loin des attentes des consommateurs qui s'adressent à eux.

B. La production fermière en France

On se base ici sur le recensement général de l'agriculture, qui a dénombré les exploitations procédant à la remise directe¹ [52]. Cet indicateur semble être pertinent pour le sujet qui nous intéresse.

La vente directe a existé et subsisté de tous temps. Sa part dans les ventes a régressé avec l'urbanisation et la modernisation de l'agriculture : spécialisation des exploitations, diminution de la main d'œuvre agricole, développement de l'industrie agro-alimentaire et des formes modernes de distribution. Elle s'est tout de même maintenue en Auvergne, dans le Nord-Pas-de-Calais, en Rhône-Alpes et en Corse. En 1979, 19 % des exploitations procèdent à la vente directe. En 1988, leur nombre s'élève à 27 % . Une des raisons à cette augmentation est l'élargissement de la définition. Mais cette évolution s'explique également par la crise agricole (quotas, baisse des prix agricoles), par la baisse de l'emploi dans les autres secteurs et la demande de la part des consommateurs de produits naturels, de tradition. Cependant, en 2000, seulement 15.4 % des exploitations vendent directement leurs produits (cf tableau n°1). Est-ce que cette évolution est le reflet d'une restructuration de l'agriculture française, qui s'industrialise de plus en plus, après une certaine résistance entrevue en 1988 ? Les nouvelles exigences en matière de réglementation sanitaire sont certainement aussi à l'origine de nouveaux abandons.

Une région se détache particulièrement (cf graphique n°1) : la Corse, avec 43.2% des producteurs qui vendent en direct. Puis viennent le Nord-Pas-de-Calais (24.9%) et la région Rhône-Alpes (24.1%) .

En 2000, on dénombre pour la première fois les exploitations qui procèdent à la transformation². Elles représentent 9.2% des exploitations françaises. Les régions les plus concernées sont de nouveau la Corse (27.9%), le Poitou-Charentes (20.3%) puis l'Aquitaine, la Bourgogne et le Rhône-Alpes (cf graphique n°2) .

Les régions les plus impliquées dans l'agrotourisme (restauration et hébergement sur l'exploitation) sont la Corse, l'Alsace, et la région PACA [cf annexe E].

¹ vente de produits de l'exploitation directement au consommateur (à la ferme, en bordure de route, sur un marché, en boutique, à la restauration, par correspondance...) Sont incluses : les ventes aux restaurants, cafés, comités d'entreprise et autres groupes de particuliers, ainsi que les ventes par l'intermédiaire d'un Groupement d'Intérêt Economique (GIE). Sont exclues : les ventes directes au consommateur exceptionnelles ou négligeables et les ventes à un négoce, grossiste...

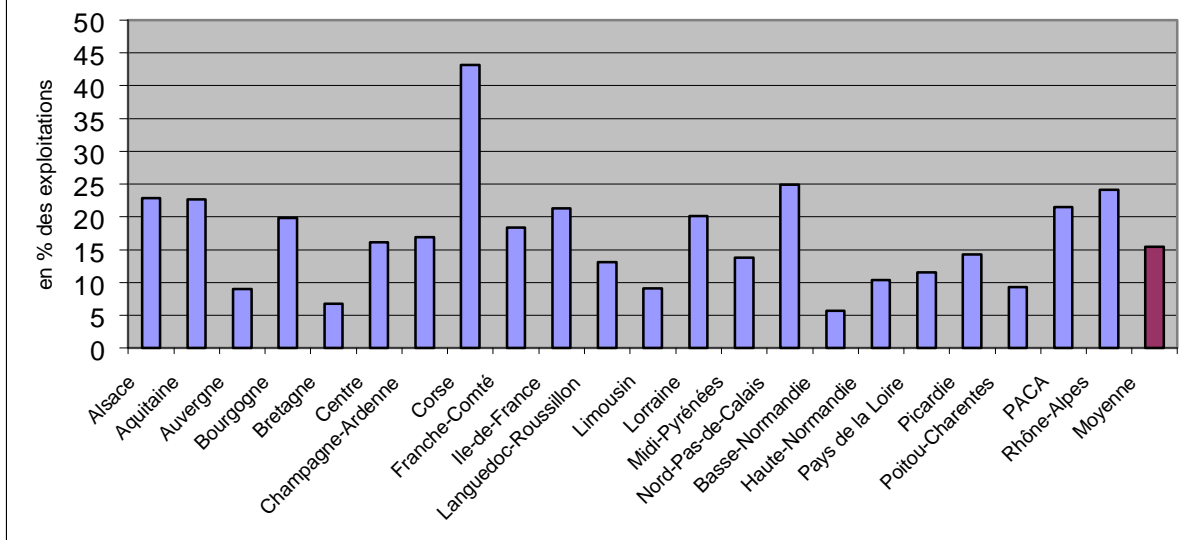
² vins compris.

Tableau n°1 : Exploitations procédant à la vente directe et à la transformation par région

en % d'exploitations sur la région	Vente directe		Transformation de produits pour la vente
	1988	2000	
Alsace	35.6	22.9	10.4
Aquitaine	39.7	22.7	18.8
Auvergne	32.8	9	5
Bourgogne	32.3	19.8	15.9
Bretagne	12.3	6.7	1.7
Centre	27.1	16.1	11
Champagne-Ardenne	27.6	16.9	9.3
Corse	53.4	43.2	27.9
Franche-Comté	29	18.4	4.2
Ile-de-France	29.4	21.3	4
Languedoc-Roussillon	13.1	13.1	9.6
Limousin	16.2	9.1	2.4
Lorraine	35.2	20.1	2.8
Midi-Pyrénées	32.5	13.8	8
Nord-Pas-de-Calais	35.8	24.9	5.1
Basse-Normandie	20.3	5.7	2.2
Haute-Normandie	31.7	10.3	3.4
Pays de la Loire	23.9	11.5	8.8
Picardie	24.6	14.3	2.5
Poitou-Charentes	19.1	9.3	20.3
PACA	24.8	21.5	9.2
Rhône-Alpes	38.7	24.1	13.1
Total France	27.1	15.4	9.2

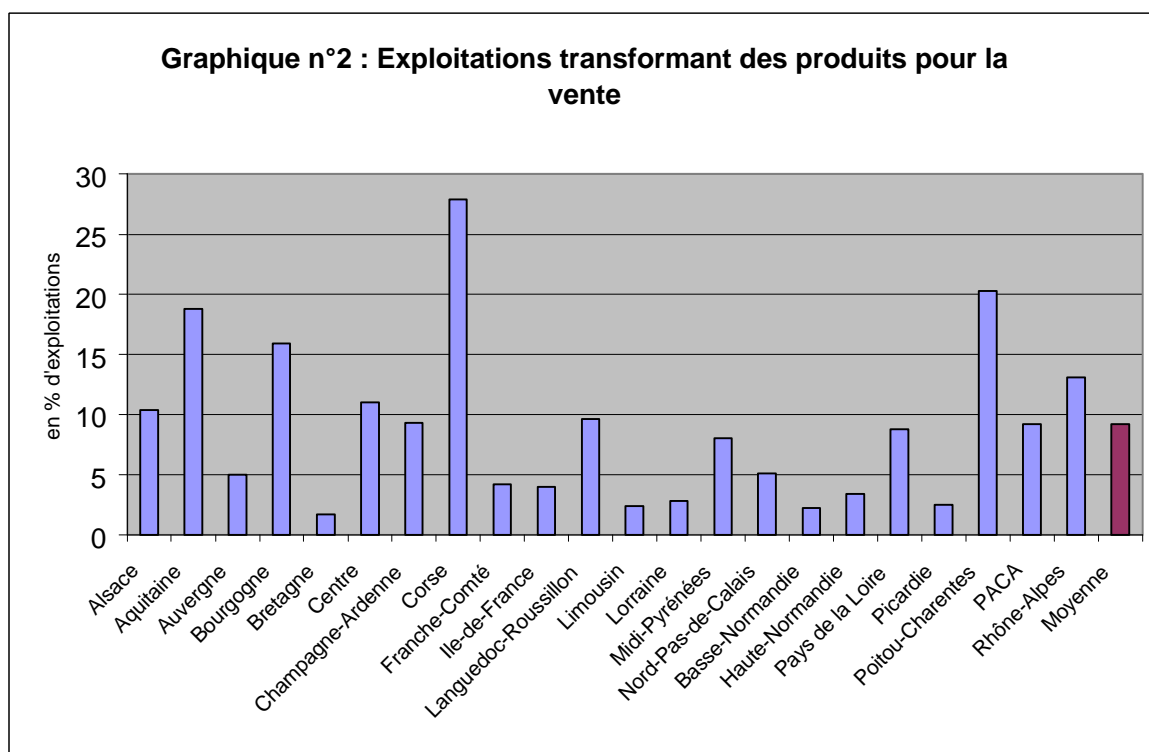
D'après [52]

Graphique n°1 : Exploitations procédant à la remise directe



D'après [52]

Graphique n°2 : Exploitations transformant des produits pour la vente



D'après [52]

Les exploitations fermières ont une SAU supérieure à la SAU moyenne nationale : ce sont de moyennes ou grandes exploitations.

La démarche produits fermiers est souvent entreprise individuellement mais 20% des producteurs fermiers transforment en commun, et plus de 20% vendent en commun.

La vente à la ferme représente 20 à 25% du chiffre d'affaires en moyenne ; il en va de même pour la vente sur les marchés. 50 à 60% du chiffre d'affaires est donc réalisé en dehors de la vente locale : on est face à une approche commerciale tout à fait nouvelle par rapport aux origines de la production fermière.

L'activité de transformation est une activité souvent récente au sein des exploitations. Elle concerne les agriculteurs installés après les années 1970 ; ils sont de plus en plus nombreux à s'y intéresser, surtout depuis 1984, année d'instauration des quotas laitiers [36].

Le chiffre d'affaires dégagé par cette activité est de 100 616 Euros (660 000 FF) en moyenne par atelier [37]. Il correspond en moyenne à 60% du chiffre d'affaires total. Ce n'est donc pas seulement un revenu complémentaire que la transformation apporte aux agriculteurs, mais bel et bien le maintien ou l'augmentation de leur revenu.

L'activité de transformation occupe au moins une personne à mi-temps dans 70% des exploitations, et au moins une personne à plein temps dans 23% des exploitations.

En moyenne, le nombre d'UTA présentes sur l'exploitation est de 2.5 contre 1.3 au niveau national : la transformation génère donc un emploi plein-temps annuel.

Plus de la moitié des producteurs-transformateurs fermiers est d'origine extra-agricole.

Deux-tiers des exploitants ont suivi une formation en début d'activité pour acquérir les compétences nécessaires à la transformation et à la vente. 64% souhaitent encore se former dans d'autres domaines (juridique, réglementaire...), mais ne disposent pas d'assez de temps. 57% ont un niveau d'études supérieures ou secondaires longues, contre 12.2% de l'ensemble des chefs d'exploitation au niveau national [36]. A noter qu'il existe depuis 2000 un certificat de spécialisation pour la production, la transformation et la commercialisation des produits fermiers [21].

La production fermière est bien présente en France, rentable, génératrice d'emplois.

C. Les associations de producteurs et autres acteurs

Une des caractéristiques des producteurs, qui a toujours été leur grande faiblesse, est leur individualisme. Ces dernières années cependant, les associations se multiplient et se fédèrent.

Qu'elles soient départementales ou locales, les associations de producteurs jouent de nombreux rôles :

- stages de formation (exemple avec les stages fromagers : aide à la maîtrise de la fabrication des fromages, formation des jeunes qui s'installent ou des producteurs qui ont un accident de fabrication...).

- organisation de stages, avec des intervenants qui sont soit des producteurs, soit des intervenants extérieurs (vétérinaires, techniciens d'hygiène...). L'expérience de chacun peut aider les producteurs à améliorer leur exploitation.

- collecte des échantillons (de lait, de fromage...), acheminement vers les laboratoires pour les autocontrôles.

- aide aux projets (signe de qualité).

- regroupement de l'offre : PVC, circuits touristiques...

- actions de promotion, de communication (salons, vitrines...)

- organisation des marchés locaux...

Le regroupement en associations permet en outre l'obtention d'aides financières de la part des collectivités locales et autres.

L'ANDA a mis en place un comité de pilotage destiné à améliorer la complémentarité des différents réseaux, et à en développer les actions communes.

Les Chambres d'Agriculture sont attachées à la définition, à la reconnaissance et à la protection du terme « fermier ». Elles apportent aux producteurs un appui technique à la transformation, la commercialisation et la connaissance des marchés. Elles coordonnent les initiatives et financent les démarches collectives.

Des dispositifs nationaux d'encadrement existent aussi, ils commencent à se fédérer, notamment au sein de la FNAPF. Ils accompagnent l'application de la réglementation sanitaire ou aident les producteurs à mieux cerner la rentabilité économique de leurs projets.

D. L'agrotourisme

L'agrotourisme peut découler de la volonté de s'ouvrir aux autres (visites de ferme...). Il peut aussi être un moyen de promouvoir la vente à la ferme, ou de valoriser le patrimoine immobilier.

Il permet de transmettre la tradition du monde paysan [1]. L'accueil à la ferme, entre autres, constitue un enrichissement culturel et humain pour le touriste.

Le producteur doit avoir le souci de l'innovation, c'est-à-dire élargir la gamme d'activités proposées, et de la transparence, à travers le contact direct avec le consommateur.

L'agrotourisme participe activement au développement touristique départemental en mettant en valeur le patrimoine bâti et humain, et l'environnement naturel.

Outre les initiatives individuelles, on dénombre plusieurs actions collectives : le réseau national « Bienvenue à la ferme », avec ses multiples déclinaisons, est un exemple tout trouvé [cf infra]. Le salon Paris fermier regroupe chaque année 200 producteurs et a drainé 20 500 visiteurs en 2000. On peut également citer le salon Massif Central et le grand marché fermier de Rambouillet. Tous les ans depuis 2000 a lieu un week-end portes-ouvertes : « la France de ferme en ferme », organisé par la FNCIVAM. En 2000, on a dénombré 250 000 visiteurs pour 265 fermes participant à l'opération.

III. Atouts, réussites, échecs de la production fermière

A. Les atouts de la production fermière

1. Pour le producteur

a. atouts économiques

Le producteur s'affranchit des contraintes de l'organisation commune des marchés, apparue avec la PAC, des cours du marché et des quotas de production. Il est moins dépendant de la politique de soutien de l'agriculture, soumise à des changements inévitables.

La production fermière lui permet de reconquérir de la valeur ajoutée, contrairement aux circuits de distribution classiques (cf tableau n°2).

Tableau n°2 : Evolution des recettes par rapport au mode de commercialisation

	Coefficient
Vente en gros	1
Vente directe	2
Transformation et vente directe	3 à 4
Tables d'hôtes, ferme-auberge	5 à 6

D'après F. Pernet, INRA Grenoble, 1982 [48]

Il ne faut cependant pas confondre recettes et marge brute : ces différentes activités nécessitent des investissements et ont un coût de fonctionnement.

b. atout social

L'agriculteur est valorisé dans la société, de par le lien établi avec le consommateur.

c. atout concurrentiel

La production fermière représente une stratégie de différenciation.

2. Pour le distributeur

Le distributeur, en s'approvisionnant localement, donne à ses clients une image de qualité, de fraîcheur. Il s'intègre dans l'économie locale et se démarque de ses concurrents.

3. Pour le consommateur

a. Le goût

Les consommateurs reconnaissent la typicité fermière dans le goût et le style de communication qu'ils entretiennent avec le producteur. Le goût est un facteur décisif de rachat du produit.

Une enquête a été réalisée dans sept pays européens (France, Irlande, Royaume-Uni, Belgique, Portugal, Allemagne, Grèce), au sein du programme agro-alimentaire paysan européen, qui avait pour objet d'étudier les caractéristiques spécifiques des produits fermiers. Il a été coordonné par le Groupe de Recherche et d'Echanges Technologiques (GRET). Cette enquête a consisté en l'étude de quatorze types de produits fermiers et leurs équivalents

artisanaux et industriels par un jury d'analyse sensorielle. Dans tous les cas, chaque produit a pu être distingué des deux autres catégories grâce à ses caractéristiques organoleptiques spécifiques.

On peut expliquer ceci par trois grands facteurs :

- les contraintes techniques : la technique de transformation fermière est souvent différente des techniques artisanale ou industrielle, et ce souvent par contrainte . Exemple : l'exploitant ne peut procéder à l'homogénéisation de son lait, et obtient donc des yaourts avec un surnageant de crème. La feta grecque fermière est produite à l'estive : le producteur ne dispose pas de moyens de réfrigération et rajoute de la saumure pour assurer la conservation des ses fromages ; la feta fermière est donc plus salée.
- les contraintes en matière première : exemple : le lait d'un troupeau a un goût différent d'un lait de mélange.
- le savoir-faire particulier de l'exploitant : les techniques sont choisies, transmises de génération en génération ; elles diffèrent, pour un même produit, d'un producteur à l'autre.

Pour les producteurs, interviennent :

- les méthodes de transformation : le lait cru non réfrigéré, sans attente, sans transport, avec des ferments d'origine, moulé à la louche, donnera un meilleur fromage ; en charcuterie fermière, les porcs sont abattus plus tard (à l'âge de 9-12 mois) qu'en charcuterie industrielle, ils sont donc plus lourds (90-110 kg) et contiennent moins d'eau : le séchage à l'air naturel est possible.
- l'alimentation et les méthodes d'élevage : en charcuterie fermière, dans un cas sur deux, les porcs sont élevés en plein air ; ils reçoivent une alimentation différente des porcs industriels.

b. Le rêve

La transformation fermière a existé de tous temps. Depuis les années 60 et surtout dans les années 90, les produits alimentaires conventionnels ont enregistré une baisse de confiance de la part des consommateurs, notamment du fait des crises alimentaires des veaux aux hormones, de l'ESB, des poulets à la dioxine, des OGM. Toutes ces dérives ont éveillé un réflexe sécuritaire, aujourd'hui très fort, chez le consommateur. L'augmentation de l'offre lui donne en outre le pouvoir de choisir. Il veut rompre avec la standardisation de l'offre et le stress de la vie moderne [42]. Il montre un engouement croissant pour les produits fermiers. Ceux-ci représentent pour le citoyen déraciné un moyen de se ressourcer, de retrouver ses racines perdues. Outre une recherche d'identité, ils peuvent aussi correspondre à une recherche d'originalité, ces deux points étant très présents dans le mode d'alimentation de notre société en pleine évolution.

D'après Claude Lévi-Strauss, « un aliment ne doit pas seulement être bon à manger, il doit aussi être bon à penser ». Les produits fermiers ramènent le consommateur à un imaginaire collectif, fait d'authenticité, de naturel, de typicité, de ruralité, de culture, de rêve. La dimension symbolique de l'aliment est en effet très importante, et intervient dans la décision d'achat et de rachat du produit. Lors d'une enquête du CTSCCV (Centre Technique de la Salaison, de la Charcuterie et des Conserves de Viande), menée par S. Issanchou en 1997 auprès des consommateurs, les produits industriels obtenaient une meilleure note en aveugle au score hédonique que les produits traditionnels. Les résultats étaient par contre inversés lorsqu'on informait les consommateurs du type de produit qu'on leur présentait. Ceci montre que l'aspect symbolique intervient chez le consommateur dans son appréciation du produit, et représente donc un facteur de rachat du produit.

4. Pour la société

La production fermière contribue à la réduction des excédents de la production agricole. Elle génère des emplois et des revenus, que ce soit pour les membres de la famille (conjoint), ou les locaux. Elle contribue au maintien des exploitations et à l'installation des jeunes. Elle permet le maintien d'un tissu social dans les régions défavorisées, notamment par l'intermédiaire des démarches collectives, qui peuvent faire intervenir des artisans, des restaurateurs...

Elle est un atout réel dans l'aménagement et la promotion du territoire.

Elle donne aux consommateurs, aux médias et aux défenseurs de l'environnement l'image d'une production moins polluante que l'agriculture conventionnelle.

B. Les conditions de réussite des démarches fermières

L'existence d'un marché, la proximité d'une population urbaine ou touristique, et la qualité des produits, voire leur caractère innovant, sont des conditions indispensables à la réussite d'une démarche fermière.

Le producteur doit également faire preuve de professionnalisme, d'un certain sens du contact ; il doit savoir organiser son travail, être motivé, et développer une stratégie commerciale.

L'environnement de l'exploitation intervient également : les projets collectifs sont bienvenus, le soutien financier des banques est souvent indispensable ; la volonté politique locale joue aussi un rôle dans les appuis technique, économique...

C. Les difficultés de la production fermière

Les producteurs rencontrent des difficultés d'ordre sanitaire : mise aux normes, manque d'information, coût des aménagements.

La concurrence vient essentiellement des faux producteurs fermiers : fraudeurs, revendeurs, produits industriels à image fermière... Ils souffrent également d'un manque de reconnaissance de la part des bouchers-charcutiers, boulangers et restaurateurs, qui les considèrent souvent comme des concurrents déloyaux.

Le manque d'accompagnement, de suivi, l'individualisme, sont des freins au développement des démarches fermières.

D. Les causes d'échec

Le manque de gamme, de disponibilité, une mauvaise connaissance du marché, une promotion insuffisante, un mauvais rapport qualité-prix, une présentation peu attractive, un sens du contact défaillant, sont autant de causes d'échecs.

Deuxième partie :

**QUELS MARCHÉS
POUR LA PRODUCTION FERMIERE?**

I. La consommation des produits fermiers en France

Il existe très peu de statistiques sur les produits fermiers, contrairement aux produits sous signes officiels de qualité. Les études présentées ci-après sont les seules ayant été entreprises à une échelle significative ; elles datent de 1989 et 1994. Elles sont très détaillées et représentent une véritable étude de marché.

La première enquête de consommation a été menée en 1989 par Bertil Sylvander, à l'instigation du Réseau Produits Fermiers [59]. Elle a porté sur un échantillon national représentatif de 5000 ménages, interrogés par un institut de sondage. Un questionnaire précis a été réalisé auprès de 767 acheteurs récents, c'est-à-dire ayant acheté des produits transformés à la ferme (vins, fruits et légumes exclus) dans les quatre semaines précédant l'enquête.

Une deuxième enquête a eu lieu en 1994, qui s'est étendue également à l'Allemagne, la Belgique et la Grande-Bretagne [49]. Elle intéressait 1971 personnes en France, dont 429 acheteurs récents (265 en excluant les consommateurs exclusifs de lait et beurre, ou achetant en GMS).

A. Généralités

L'ensemble des achats de produits fermiers s'élevait en 1989 à près de 13 milliards de francs (1.98 milliards d'Euros), c'est-à-dire 3.3% du budget alimentaire des ménages. Cependant, les légumes, fruits, vins et restauration hors foyer ne sont pas pris en compte dans ce chiffre. Louis Lagrange estimerait alors à 5 à 6% la part des produits fermiers dans le budget alimentaire des ménages [43], ce qui est nettement supérieur à la part des produits biologiques, aux alentours de 1%.

Il semble se détacher deux modèles de consommation des produits fermiers : le modèle de nécessité et le modèle de loisir.

Le modèle de nécessité est traditionnel, rural et semi-urbain, populaire. L'acheteur recherche les produits de la vie courante et est assez professionnel : exigeant sur la qualité et le prix, qui ne doit pas être supérieur à ceux rencontrés dans les circuits courants de distribution. S'il n'est pas satisfait, il fera jouer la concurrence en s'adressant ailleurs.

Le modèle de loisir est lui plus urbain, bourgeois. L'acheteur recherche des produits plus typés, stabilisés et transformés. Il accepte un écart de prix positif de plus de 30%. Il s'approvisionne chez le producteur, mais aussi en grande surface ou autre. Il est plus amateur et donc plus vulnérable sur l'authenticité et la qualité. Il achète souvent à l'occasion de loisirs, vacances et week-ends. Le gage de qualité est ici la relation de confiance instaurée avec le producteur.

B. Les consommateurs de produits fermiers

L'achat de produits fermiers est une pratique courante en France. Le profil global des consommateurs est proche de la moyenne nationale, ce qui signifie que le produit fermier est un produit ancien, notoire et socialement enraciné.

Entre les deux enquêtes, la consommation de produits fermiers s'est encore répandue et ancrée dans les habitudes (cf tableau n°3 et graphiques n°s 3 et 4).

Tableau n°3 : Types de consommateurs

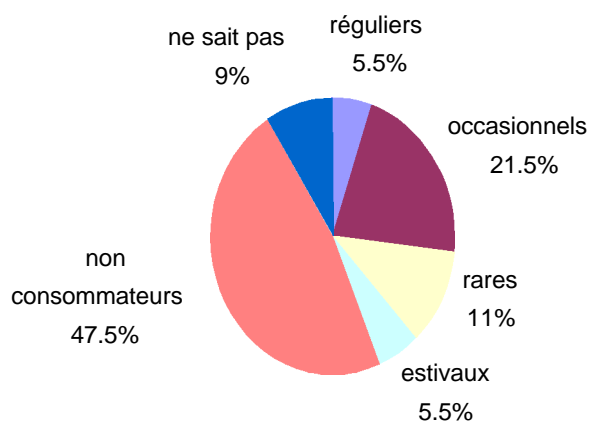
	1989	1994	Evolution
Consommateurs ³	43.5	51	
réguliers	5.5	10.8 ⁴	↗
occasionnels	21.5	15.8 ⁴	↘
rares	11	12.7 ⁴	↗
estivaux	5.5	11.7 ⁴	↗
Consommateurs de lait, beurre, en GMS exclusifs	.	8.4	
Non consommateurs	47.5	40.3	↘
Ne sait pas	9	0.2	

D'après [59] [49]

³ réguliers : au moins une fois par mois ; occasionnels : plusieurs fois par an ; rares : une fois par an ou moins ; estivaux : l'été seulement

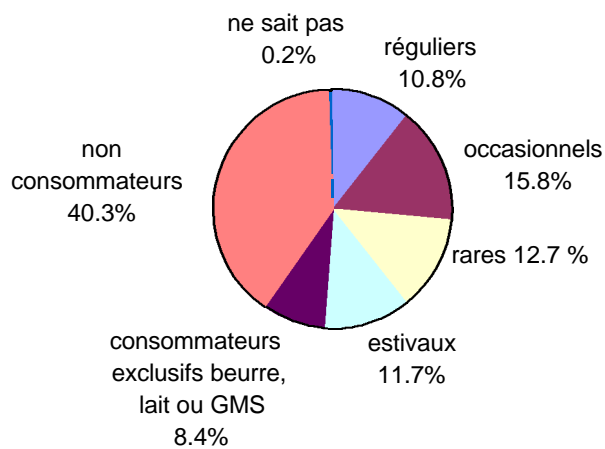
⁴ Sous-estimé : ne prend pas en compte les consommateurs exclusifs de beurre, lait, ou en GMS

Graphique n°3 : Les consommateurs de produits fermiers en 1989



D'après [59]

Graphique n°4 : Les consommateurs de produits fermiers en 1994



D'après [49]

Les consommateurs réguliers sont issus des catégories populaires, des villes petites et moyennes, du Bassin Parisien, du Nord et du Sud-Est. Les classes aisées réalisent des achats occasionnels ou estivaux. Dans cette dernière catégorie d'achat, on retrouve aussi des urbains proches de la Méditerranée.

La composition socio-démographique des acheteurs de produits fermiers⁵ est proche de la moyenne nationale, en termes de catégories socio-professionnelles, âge du chef de famille, type d'habitat, taille du foyer, région (cf tableau n°4). Toutes les catégories de ménages achètent des produits fermiers, ce qui souligne leur enracinement social, bien supérieur aux produits diététiques ou biologiques (produits plus récents). En 1994, les consommateurs sont un peu moins jeunes, plus aisés.

Tableau n°4 : Profil socio-démographique des acheteurs récents de produits fermiers

	1989	1994
CSP	classe moyenne : artisans, commerçants et ouvriers	légèrement plus aisés : cadres moyens, employés
Taille du foyer	3 ou plus	
Age	plus jeunes que la moyenne moins de 50 ans	un peu moins jeunes qu'en 1989
Type d'habitat	semi-urbain	rural
Région	Bassin parisien ouest, Sud-Est, Est	Sud-Est, Sud-Ouest, Méditerranée

D'après [59] [49]

L'acheteur estival est quant à lui beaucoup plus urbain, souvent francilien (cf tableau n°5).

⁵ Il faut noter que les résultats ne prennent en compte que les consommateurs récents, c'est-à-dire ayant effectué un achat dans les quatre semaines précédant l'enquête, afin que celle-ci ne soit pas basée sur de vagues souvenirs, mais sur une pratique récente et concrète.

Tableau n° 5: Profil socio-démographique des acheteurs estivaux de produits fermiers

	1989	1994
Catégorie socio-professionnelle	Classes aisées : supérieure et intermédiaire	artisan-commerçant, ouvriers, cadres moyens, employés
Taille du foyer	4 (ou 5)	
Age	< 50ans	< 35 ans ou 50 - 64 ans
Type d'habitat	Urbain : surtout agglomération parisienne	Agglomération parisienne, villes moyennes
Région	Région parisienne, Méditerranée, Nord	Ile-de-France, Méditerranée, Nord

Classe intermédiaire : profession libérale ou gros commerçant

Semi-urbain : petites villes (2 000 à 20 000 habitants), moyennes villes (20 000 à 100 000 habitants)

Urbain : villes de plus de 100 000 habitants, Paris.

D'après [59] [49]

C. Les modes de consommation

1. Les produits

a. Produits achetés

Les produits les plus représentés en 1989 sont les fromages, les produits laitiers frais, puis le miel, la charcuterie et les volailles (cf tableau n°6). Les fromages de chèvre et de brebis arrivent en tête. Les confitures, conserves et produits du gras sont marginaux mais occupent tout de même une place non négligeable.

En 1994, on note une évolution marquée : les fromages occupent toujours la première place, mais leur part dans les achats diminue nettement⁶ au profit des autres catégories ; puis viennent les produits laitiers frais, les volailles, la charcuterie, le miel, la viande. Les viandes de boucherie et de volaille sont beaucoup plus consommées qu'en 1989, en raison des crises alimentaires successives. Les produits du gras et à base de céréales voient également leur consommation augmenter. Un élargissement de la gamme proposée par les producteurs peut

⁶ Le ministère de l'agriculture indique une baisse de la consommation nationale des fromages [5]

en partie expliquer cette progression du marché.

Tableau n°6 : Produits achetés

en pourcentages des actes d'achat	1989	1994	Evolution
Fromages	51.6	25.8	↘
Produits laitiers frais	20.8	20	=
Produits sucrés dont miel	11.6 10	10.9 8	↘
Charcuterie	7.7	8.1	↗
Poulet	4.8	10.8	↗
Produits du gras	1.4	2.9	↗
Viande	1.1	5.9	↗
Conserves de légumes	0.09	0.07	=

D'après [59] [49]

On se reportera à l'annexe F pour consulter la part respective de chaque famille de produits dans le budget alimentaire des ménages en 1991.

Les produits de base (lait, beurre, fromage blanc, fromage frais, volailles) sont surtout recherchés par les ouvriers : ce sont des produits peu transformés et donc bon marché. La charcuterie, les fromages, les produits du gras, les conserves de légumes et de viande, le miel, les yaourts, les jus de fruits et sirops sont surtout consommés par les cadres supérieurs et les professions intermédiaires : ce sont des produits originaux, plus typés ; ils rentrent dans le budget loisirs.

b. Qualités et défauts des produits fermiers

i. qualités

Les principales qualités attribuées aux produits fermiers ont évolué : alors qu'en 1989, leur caractère sain et naturel l'emportait, c'est leur goût qui obtient la première place en 1994 : les consommateurs les considèrent plus comme des produits gastronomiques. On remarque que la charge affective attachée aux produits fermiers est en progression. L'aspect constitue un point à améliorer (cf tableau n°7).

Tableau n°7 : Qualités attribuées aux produits fermiers

2 qualités cumulées ⁷	1989	1994
sain et naturel	91 %	49.5 %
goût	64 %	63.7 %
équilibre	28 %	8.5 %
aspect	3.4 %	
artisanal		19.8 %
confiance		18.5 %
biologique		13.4 %
terroir		8.6 %
pas cher		4.4 %
facilité d'approvisionnement		3 %
respect de l'environnement		2 %
amis		1 %

D'après [59] [49]

L'origine de ces qualités, selon les consommateurs, tient avant tout au fait que les producteurs n'utilisent pas de techniques répandues dans l'agriculture intensive : engrais, pesticides, antibiotiques, conservateurs, colorants... Puis viennent comme arguments la fraîcheur du produit et son aspect artisanal. Mais de nombreux consommateurs, par manque d'informations, ne sont pas capables d'expliquer d'où proviennent ces qualités, et se contentent de répéter leur réponse à la question précédente (cf tableau n°8).

Tableau n°8 : Facteurs à l'origine de la qualité⁸

réponses multiples	1989
Naturel, sans colorant, sans additif	54%
Frais	30%
Sain	22%
Plus de goût	19%
Fabrication artisanale	17%
Contact avec le vendeur	6%
Aspect	6%
Produits régionaux	4%
Faible teneur en matières grasses	0.7%

D'après [59]

⁷ propositions au nombre de 4 en 1989, 12 en 1994.

⁸ question ouverte

ii. défauts

En ce qui concerne les défauts des produits fermiers, on peut schématiser en disant que le consommateur (surtout les cadres supérieurs) leur reproche en premier défaut à 51% de ne pas être un produit industriel : défaut d'hygiène, irrégularité de la qualité, présentation peu attractive.

Le deuxième défaut cité est le prix (en cumulé : 37%, cf tableau n°9). Les acheteurs annuels et estivaux émettent plus de doutes sur l'authenticité et trouvent la qualité irrégulière. Ce sont les consommateurs les plus vulnérables.

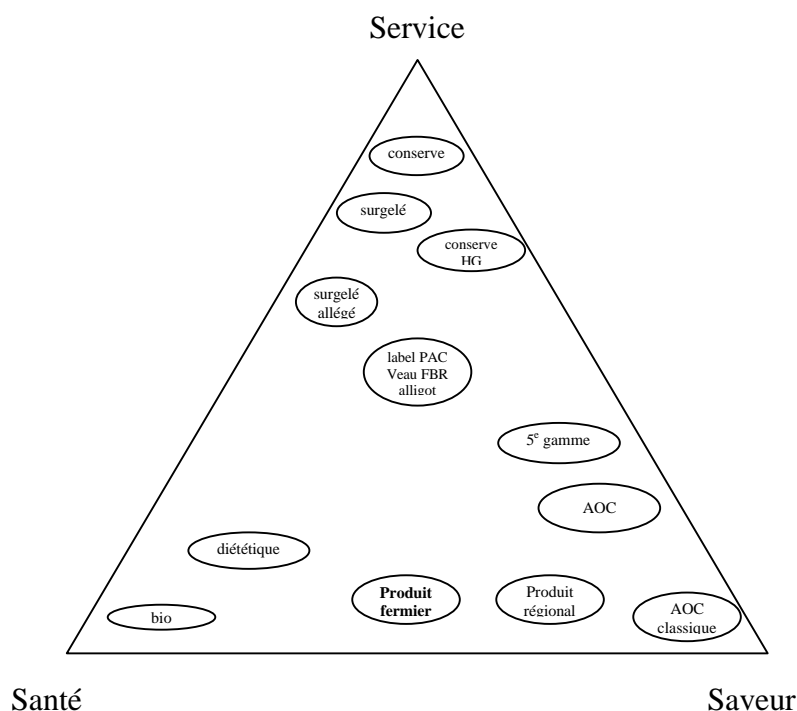
Tableau n°9 : Défauts attribués aux produits fermiers

2 défauts cumulés en %	1989
Prix exagéré	37
Qualité irrégulière	35
Hygiène mal assurée	34
Présentation	20
Doutes sur l'authenticité	17
Gras	15

D'après [59]

Ainsi, les produits fermiers sont des produits sains qui ont du goût, mais l'aspect "service" leur fait défaut. Les consommateurs qui privilégient l'aspect pratique leur préféreront par exemple des produits surgelés (cf graphique n°5).

Graphique n°5 : La qualité suivant trois axes



D'après B. Sylvander [50]

c. Test à la sensibilité aux prix (1989)

En effet, pour 20% des ménages, aucun écart de prix n'est toléré ; pour 32% des ménages, un écart de plus de 30% est toléré (cf tableau n°10).

Tableau n°10 : Ecart de prix accepté pour les consommateurs

	% de la population	Achat annuel moyen en Euros	Achat annuel moyen en FF
Ecart négatif	4.6%	240	1572
Ecart nul	16.4%	201	1318
Ecart positif de 0 à 10%	5.9%	224	1472
Ecart positif de 10 à 30%	20.7%	262	1717
Ecart positif de 30 à 50%	19.8%	338	2217
Ecart positif de plus de 50%	12.1%	312	2049

Les ouvriers et inactifs n'acceptent pas d'écart de prix. Les deux dernières lignes correspondent à des ménages aisés, qui ne sont dominants dans la clientèle que l'été en région parisienne et dans le Sud-Est. Ils représentent la locomotive de l'ensemble des consommateurs sensibilisés, c'est-à-dire ceux qui savent reconnaître la qualité.

d. Reconnaissance des produits fermiers

Les consommateurs qui font confiance au producteur sont toujours dominants (cf tableau n°11), et en développement ; ce sont souvent des cadres. Alors que les acheteurs avertis, « professionnels », sont en diminution.

Tableau n°11 : Garanties de qualité d'après le consommateur

	1989	1994
confiance	48 %	55 %
s'y connaître	21 %	15 %
label	19 %	14 %
marque	8 %	14 %
ne sait pas	4 %	2 %

D'après [59] [49]

Il est préoccupant de constater qu'une petite moitié seulement des consommateurs sait reconnaître un vrai produit fermier (cf tableau n°12).

Tableau n°12 : Reconnaissance des produits fermiers

	1989
Sait reconnaître un vrai produit fermier	48.7%
A parfois du mal	40%
A beaucoup de mal	6.7%
Rien de tout cela	4.6%

D'après [59]

e. Les dépenses annuelles (1989)

Elles s'échelonnent de 76 à 1524 Euros (500 à 10 000 FF). Les dépenses moyennes s'élèvent à 261 Euros (1710 FF) par an.

La fréquence de consommation correspond en fait à un mode d'approvisionnement plus qu'à un volume d'achat : les consommateurs occasionnels préfèrent grouper leurs achats, mais achètent finalement autant que les consommateurs réguliers (cf tableau n°13).

Les acheteurs annuels et estivaux ont une moyenne proche de celles des acheteurs mensuels et occasionnels, mais on trouve parmi eux une dispersion beaucoup plus importante : certains achètent peu, d'autres beaucoup.

Les consommateurs urbains, les agriculteurs, les cadres supérieurs et les artisans ont des dépenses élevées.

Les consommateurs achètent en moyenne 1.6 produits par acte d'achat.

Tableau n°13 : Les dépenses annuelles en produits fermiers

Type d'achat	Budget annuel		Part dans les dépenses annuelles liées à l'alimentation en %
	en Euros	en FF	
Ensemble	261	1711	6.1
Mensuel	300	1968	6.2
Quelques fois par an	261	1712	6.4
Une fois par an	246	1617	6.1
Moins souvent	84	549	2.1
Ne sait pas	229	1500	5.8

D'après [59]

2. La démarche d'approvisionnement

a. Lieux d'achat

L'approvisionnement auprès du producteur reste stable (68 %), avec l'apparition de « nouvelles » formes de vente : la livraison à domicile et le magasin fermier. Le passage par un intermédiaire (autre que famille et amis) reste stable lui aussi, à 22 %, avec une diminution de la part des ventes en GMS (cf tableau n°14).

L'achat via un intermédiaire est bien présent et représente un canal de distribution à exploiter.

Il est pratiqué surtout par les consommateurs urbains, parisiens et méditerranéens. L'achat en GMS est très répandu auprès des ménages d'une ou deux personnes de moins de 25 ans.

Le marché bénéficie d'une excellente image.

La vente via des amis, famille, collègues reste marginale mais tout de même bien implantée.

La vente par correspondance est quasi-inexistante.

Les cadres supérieurs sont les consommateurs qui ont les pratiques d'approvisionnement les plus variées : en 1989, leur recours à des boutiques spécialisées, à la vente par correspondance et aux réseaux d'amis s'élevait à 32% (19 % au niveau national).

Tableau n°14 : Lieux d'achat des produits fermiers

en %	1989	1994	Evolution
Ferme	38.6	38.1	=
Marché producteur	27.6	20.5	↘
Magasin fermier	0	3.4	↗
Bord de route	1.6	0.5	↘
Vente par correspondance	0.1	0.3	↗
Livraison	0	5.9	↗
<i>Total vente directe</i>	<i>67.9</i>	<i>68.7</i>	=
GMS ⁹	8.1	6.4	↘
Boutique	3.4	3.1	↘
Marché détaillant	9.9	12.7	↗
<i>Total intermédiaires</i>	<i>21.4</i>	<i>22.2</i>	=
Familles, amis	5.1	5.7	↗
Autre	5.5	3.4	↘

D'après [59] [49]

L'acheteur régulier a plus souvent recours aux intermédiaires que les autres types d'acheteurs (cf tableau n°15). Il s'approvisionne dans plus de 20 % des cas en GMS : l'aspect pratique est important, et lui permet de consommer régulièrement.

L'acheteur estival s'approvisionne plus auprès du producteur que la moyenne : les vacances représentent un retour aux racines, l'aspect « local » est privilégié.

⁹ Grandes et Moyennes Surfaces

Tableau n°15 : Lieux d'achat selon les groupes de consommateurs (1989)

en %	Acheteur récent	Acheteur régulier	Acheteur estival
Marché producteur	27.6	23.6	24
Ferme	38.6	36.6	58.2
Bord de route	1.6	0.4	5.9
Vente par correspondance	0.1	0	0
Total vente directe	67.8	60.6	88.1
GMS	8.1	21.2	3.7
Boutique	3.4	3.8	2.8
Marché détaillant	9.9	9.4	7.9
Total intermédiaires	21.4	34.4	14.4
Familles , amis	5.1	1.6	6.2

D'après [59]

Les produits vendus chez le producteur sont moins chers que la moyenne. Sur les marchés, qu'il s'agisse d'un producteur ou d'un détaillant, les prix sont supérieurs à la moyenne : le client paie le service : qualité, fraîcheur, ambiance. Dans les GMS, les prix se rapprochent de la moyenne.

b. Les différents types d'acheteurs

Face au mouvement général de la distribution qui s'oriente vers les grandes surfaces, on constate une force de résistance ou une riposte de la part des producteurs : sur l'ensemble de l'année, ils détiennent 68% du marché des produits fermiers, et ce chiffre s'élève à 88% l'été. Parmi les raisons qui poussent les clients à s'approvisionner chez le producteur, la première (près de 56%) est la fidélité, et ce malgré les dépenses en temps et en énergie qu'entraîne ce mode d'approvisionnement. Puis vient la recommandation par une connaissance (32%), l'essai spontané étant peu fréquent (7%). Le facteur publi-promotion est quasi-inexistant (0.4%).

On distingue trois types d'acheteurs :

- les professionnels (44%)

Pour eux, l'achat de produits fermiers requiert une certaine compétence, ce qui implique du temps passé à s'informer, à discuter des produits et des techniques. Ils sont plus exigeants sur

l'authenticité et savent la reconnaître. Ils acceptent un écart de prix de plus 30% (voire même pour un tiers d'entre eux de 50%), et achètent pour 312 Euros (ou 2050 FF) par an.

Ils recherchent dans les produits fermiers des produits naturels élaborés selon une technique particulière. Ils leur reprochent leur irrégularité, et leur présentation peu attrayante.

- les amateurs (36%)

Ils achètent, en fonction des occasions, pour 219 Euros (ou 1440 FF) par an en plusieurs fois.

Ils sont moins fidèles que les précédents : souvent, le prix fait l'occasion. Ils sont également plus difficiles. Ils acceptent un écart de prix de 20% en plus.

Ils apprécient avant tout le goût des produits fermiers, et leur aspect brut. Ils émettent souvent des doutes sur leur authenticité : pour eux, la présence d'une marque ou d'un label est un plus.

- les vacanciers (14%)

Ils achètent pour 226 Euros (ou 1480 FF) par an. La majorité accepte un écart de prix de plus de 30%.

Les qualités qu'ils attribuent aux produits fermiers sont leur goût, leur aspect, leur équilibre.

Ils doutent souvent de leur l'authenticité : pour eux, la présence d'une marque ou d'un label est encore plus importante que pour les précédents.

D. Le marché potentiel

Le profil des consommateurs potentiels est urbain, aisé, jeune (cf tableau n°16).

Tableau n°16 : Profil socio-démographique des acheteurs potentiels

	1989
CSP	Classes supérieure et intermédiaire
Taille du foyer	4
Age	35-64 ans
Type d'habitat	Urbain
Région	Paris

D'après [59]

1. Les acheteurs récents

Parmi les raisons qui empêchent les consommateurs d'acheter plus de produits fermiers (cf tableau n°17), la principale est celle de la distribution (les produits fermiers sont peu représentés dans les grandes surfaces, l'approvisionnement chez le producteur demande trop de temps, la gamme est faible). Ce qui ne veut pas dire que la seule solution se trouve dans les grandes surfaces : d'autres solutions existent telles que les marchés forains, les chaînes de boutique spécialisées (cf tableau n°18)... Le marché des produits fermiers a d'importantes réserves de croissance. Les consommateurs souhaitent une levée des obstacles à la consommation : infrastructure de vente, régularité d'approvisionnement, disponibilité des produits, largeur de gamme.

On remarque qu'un effort a visiblement été fait en ce sens entre 1989 et 1994 par les distributeurs puisque la proportion de consommateurs arrêtés par des problèmes d'approvisionnement a diminué.

Par contre, le prix représente un facteur dissuasif croissant. Il est en effet démontré que les consommateurs consacrent une part de moins en moins importante de leur budget à leur alimentation ; on comprend que le prix est un facteur décisif d'achat.

Tableau n°17 : Freins à l'acte d'achat

	1989	1994
approvisionnement	60%	50%
prix	18%	30%
qualité	5%	4%

D'après [59]

Tableau n°18 : Formules de vente souhaitables à l'avenir (1989)

Rayon en grande surface	34 %
Vente à la ferme	29 %
Vente sur les marchés	28 %
Boutique spécialisée	5 %

D'après [59]

2. Les autres acheteurs

En 1989, parmi les acheteurs anciens, 50% sont des « non-consommateurs absolus » : ils font de l'autoconsommation, se fournissent gratuitement auprès de leur famille ou de leurs amis, ne consomment qu'en vacances, leur consommation leur suffit, ou ils ne sont pas intéressés. L'achat qu'ils ont déclaré lors de l'enquête n'était que très ponctuel. Ils ne constituent pas une cible en terme de marketing.

Mais le reste des consommateurs anciens sont des acheteurs potentiels, motivés. Pour eux, les barrières à l'achat sont les mêmes que celles vues précédemment.

En 1994, on dénombre 53.5% de non consommateurs absolus.

Conclusion

Les produits fermiers intéressent de plus en plus les consommateurs, toutes catégories confondues. Les produits les plus consommés sont les fromages. On note une forte progression de la part de marché des volailles et autres viandes. Les consommateurs les considèrent comme des produits qui ont du goût, sains et naturels. Ils s'approvisionnent le plus souvent auprès du producteur, privilégiant une relation de confiance avec lui, un consommateur sur deux ne sachant pas reconnaître un vrai produit fermier.

On distingue deux modèles de consommation : le modèle de nécessité et le modèle de loisir. Ce dernier est en progression : le marché des produits fermiers est un marché en croissance qui évolue vers le haut de gamme. Tout ceci découle des efforts de la part des producteurs en termes de qualité, de gamme, de disponibilité, de promotion. Le marché des produits fermiers représente un **véritable segment**, c'est-à-dire qu'il n'entre pas en concurrence directe avec d'autres produits de qualité spécifiques.

II. Les formes de commercialisation des produits fermiers [44]

Autrefois traditionnelle, la production fermière est de plus en plus innovante, notamment en matière de commercialisation. A la vente directe et aux détaillants viennent désormais s'ajouter la vente aux grandes surfaces et à l'étranger.

Les exploitations de petite taille procèdent essentiellement à la remise directe. Les exploitations plus grandes se tournent également vers les détaillants, les GMS, les restaurants... Quelle que soit la taille de l'exploitation, le producteur participe à des points de vente et magasins collectifs.

A. La vente directe

La vente directe est très développée en Italie, Espagne, Portugal et Grèce. Elle est développée en France, Allemagne et Belgique, beaucoup moins au Royaume-Uni.

La voie de la remise directe est souvent empruntée suite à une remise en cause du système de production, ou suite à un défi local (les producteurs peuvent être sollicités par les consommateurs [10]). L'installation hors cadre familial représente souvent un facteur favorable dans le sens où elle amène des compétences variées : la vente directe nécessite en effet un sens du commerce et du contact certain.

La vente directe permet la création d'une valeur ajoutée supplémentaire grâce à la transformation et à la commercialisation. Elle peut être une nouvelle source de revenus, par exemple pour un membre de la famille qui s'installe au sein de l'exploitation. Elle ne nécessite souvent que peu d'investissement, surtout lors d'utilisation en commun du matériel. Elle est parfois le seul débouché dans les zones enclavées où la collecte de lait n'est pas assurée par l'industrie agro-alimentaire.

Elle est aussi un atout pour le milieu rural : elle permet le maintien, voire la création d'emplois dans des zones en difficultés, et donc l'installation de jeunes ménages. Elle participe à la dynamique locale en valorisant les ressources du terroir.

Elle entraîne cependant un surcroît de travail, qui n'est pas toujours bien vécu par la cellule familiale. Elle exige des compétences spécifiques en ce qui concerne la transformation et la commercialisation, ainsi que la connaissance et le respect des règles de l'hygiène. Le producteur doit élargir son assurance responsabilité civile pour couvrir les risques d'intoxication alimentaire. Elle est fortement liée à la demande. Les endroits privilégiés sont :

- les zones urbaines (Nord, bassin parisien, région lyonnaise)
- les zones touristiques de week-end : (bassin parisien, Sologne) ou saisonnières (Alpes, Corbières, Pyrénées).

Si les recettes qu'elle engendre sont supérieures à 30% du montant total des recettes, ou s'élèvent à plus de 30 490 Euros (200 000 FF) , elle doit être déclarée en tant qu'activité commerciale, ce qui exige une inscription au registre du commerce, le paiement de la taxe professionnelle, une comptabilité séparée, l'assujettissement à la TVA et une double déclaration d'impôts.

Il existe différentes formes de vente directe, qui peuvent être combinées.

Les formes de vente individuelles sont :

- la vente à la ferme : c'est un mode de vente opportun car il dégage une valeur ajoutée sensible le plus souvent (à étudier au cas par cas). Le local de vente doit être propre, signalé par une enseigne, voire du balisage ; sa décoration est simple. Il coûte de 500 à 2 500 Euros (3280 à 16 400 F).
- la vente sur les marchés : la clientèle y est fidèle ; il est préférable pour le producteur d'y être toujours présent, et de disposer de quantités suffisantes.
- la vente dans des foires : le producteur doit être sélectif, calculer les coûts engendrés et le temps passé ; cette forme de vente est souvent décevante, mais elle permet de constituer un fichier clients utile pour la vente par correspondance ou à distance. Il s'agit donc d'un investissement.
- la vente à distance et par correspondance : elles sont sous-exploitées. Elles permettent au touriste de disposer de produits fermiers l'hiver. Pour la vente à distance, où le client connaît déjà le producteur et ses produits, un catalogue simple suffit. Pour la vente par correspondance, le catalogue et la publicité nécessitent des investissements importants. Les petits producteurs ne doivent pas créer un tel service, mais s'associer à une entreprise existante.
- la vente en magasin : elle requiert une forte densité de population et 10 000 à 50 000 Euros (65 600 à 328 000 F) d'investissement pour le local (50 m² minimum).

- la vente par tournées, sur les bords de route, en campings, aux comités d'entreprise...
- la vente combinée à une prestation culturelle ou touristique...

Il existe plus de 200 points de vente collectifs en France (Source : FNGDEA 1993), dont 20 dans la seule région Rhône-Alpes, qui est pionnière dans ce domaine. Ils peuvent être permanents ou saisonniers.

De par la gamme et les quantités qu'ils proposent, les points de vente collectifs permettent de mieux attirer et satisfaire la clientèle. Chaque producteur amène des compétences différentes. Les investissements commerciaux sont mieux valorisés, les charges sont plus facilement amorties, le financement est plus facile. Le producteur passe moins de temps à la commercialisation : chacun s'y relaie et s'entraide en cas d'indisponibilité. La valorisation est meilleure que dans les circuits de grande distribution. Les points de vente collectifs, en tant que démarche collective, participent à la promotion du territoire. Cependant, ils engendrent des coûts : investissement, fonctionnement. Il faut s'occuper de gérer les stocks. C'est un activité commerciale.

Les problèmes relationnels sont à l'origine de 50 % des fermetures. Les autres échecs proviennent généralement d'une étude préalable insuffisante, voire inexistante : investissements trop élevés par rapport au chiffre d'affaires des premières années, mauvais choix d'implantation, gamme insuffisante, manque de professionnalisme commercial...

Les circuits courts, de par la relation de confiance établie entre le producteur et le consommateur, ont constitué pour ce dernier un refuge dans les situations de crise alimentaire [47].

B. La distribution traditionnelle

Il s'agit d'un canal intéressant, même s'il est en diminution par rapport aux GMS. Il comprend la vente à des détaillants, à des restaurants, avec ou non passage par des grossistes...

Elle peut représenter une opportunité pour l'écoulement d'un stock. Cependant, les faibles quantités commandées peuvent engendrer un coût de transport difficilement acceptable.

Les petites épiceries entretiennent une politique de qualité. Elles vendent souvent des produits locaux. Cependant, le débit est faible et la concurrence très présente.

C. La grande distribution

1. Cas général

En 1980, le recours à la grande distribution, repaire des produits banalisés et bon marché, aurait constitué une faute de goût pour les producteurs. Il n'en est plus de même aujourd'hui : la grande distribution s'est diversifiée, notamment vers les produits de qualité (exemple : stands de fromages à la coupe). Les GMS sont souvent des interlocuteurs obligés, difficiles à ignorer pour les producteurs locaux.

En outre, les relations grande distribution / producteurs sont en pleine évolution depuis 1993, suite à la signature de plusieurs accords [11] :

- accord-cadre national du 20/07/1994 sur les pratiques promotionnelles
- deux accords sur la démarche qualité et le partage de la valeur ajoutée signés en 1994 et 1995
- loi Galland 01/01/1997 interdisant la vente à perte, prônant de meilleures relations, plus équitables, avec une baisse des marges des distributeurs.

a. Le point de vue des GMS

i. leurs avantages à commercialiser des produits fermiers

Les GMS entretiennent souvent une politique de différenciation, d'identification au territoire. Le localisme et l'introduction de produits à image artisanale sont en effet les deux outils les plus prisés dans de nombreux pays (exemple : la marque « Reflets de France », très présente en GMS, entretient une image artisanale, de terroir, peu compatible avec les quantités produites). Les produits haut de gamme permettent de plus une marge supérieure aux autres produits, et intéressent donc fortement les GMS. Ceux-ci sont donc plus disposés qu'auparavant à négocier des conditions d'achat moins strictes, par rapport à d'autres références. Cependant, les volumes écoulés sont en général inférieurs à ceux des produits courants.

ii. les conditions de référencement des produits fermiers [50]

L'offre de la part des producteurs peut tout simplement être inexistante : ils ne sont pas prêts à négocier, ou connaissent les conditions et ne s'y engagent pas.

La zone d'implantation de la grande surface n'a pas d'influence sur la présence ou l'absence de produits fermiers, mais plutôt sur le type de produits fermiers présentés.

En zone urbaine, des stands ou rayons spécifiques sont souvent présents.

Selon la taille de la grande surface, le nombre de produits fermiers référencés varie :

- < 1500 m² : peu de produits fermiers

- 1500 à 2500 m² : présents mais faible gamme (fromages : 2 ou 3 références)

- > 5000 m² : 6 à 10 références, pour un chiffre d'affaires de 610 à 2287 Euros (4000 à 15 000 FF) par semaine.

Le degré de centralisation intervient également. Il est faible pour les enseignes suivantes : Leclerc, Intermarché, Champion. Les acheteurs locaux conservent une marge d'autonomie d'approvisionnement pour les produits régionaux. Ceux-ci doivent être différents de ceux de la centrale (type, prix, qualité).

Si le producteur désire démarcher auprès d'enseignes où le référencement direct n'existe pas, les délais seront plus longs, il aura à convaincre un interlocuteur supplémentaire (celui de la centrale), il aura des frais supplémentaires. Il est à noter que la centralisation physique n'existe pas pour les produits fermiers ; on ne parle ici que d'autorisation de référencement, de contrôle des produits et de gestion.

Le type de produits intervient également : ainsi, la centralisation est très présente pour les denrées non périssables (miel, confiture, liqueur). En effet, la centrale propose des prix très avantageux. Les fromages fermiers sont présents auprès de toutes les enseignes, surtout Leclerc, Intermarché, Carrefour. Ces trois enseignes sont les seules à référencer des volailles, yaourts et lait cru fermiers issus de producteurs locaux.

La politique du groupe peut jouer également. Ainsi, les politiques basées sur les prix (exemples : Leclerc et Intermarché) sont plutôt défavorables aux produits fermiers ; cependant, dans ces deux cas précis, le souhait d'intégration au niveau local prime.

Les politiques basées sur la qualité sont parfois favorables aux produits fermiers : Leclerc et « nos régions ont du talent », Carrefour et sa « politique produits fermiers ». Par contre, pour Casino, il s'agit plutôt d'une qualité industrielle, normalisée.

b. Le point de vue des producteurs

Certaines conditions d'accès pour les producteurs sont tout de même nécessaires.

Les quantités livrées doivent être suffisantes et constantes.

Les produits proposés doivent être typiques et constituer une gamme (sauf fromages) capable d'occuper plus de 60 centimètres de rayonnage, de manière à être visibles par le client.

Ils doivent permettre au vendeur de dégager un chiffre d'affaires certain.

Leur conditionnement doit être adapté aux GMS, c'est-à-dire qu'ils doivent pouvoir supporter cinq manipulations sans être abîmés. Ils doivent en outre se distinguer des autres produits par leur forme, leur étiquette. Dans le cas contraire, le producteur doit proposer des animations ponctuelles, périodiques, de manière à faire connaître ses produits.

La régularité doit être assurée en matière de qualité et d'approvisionnement : le consommateur est habitué à trouver continuellement les produits qu'il achète ; si ceux-ci sont absents, ils seront remplacés dans le rayon afin d'éviter une baisse du chiffre d'affaires au mètre carré. Les produits seront déréférencés.

En raison de toutes ces contraintes, peu de producteurs sont référencés en GMS, à moins de se regrouper. Il s'agit souvent d'un approvisionnement ponctuel. Dans les GMS locaux, l'accès est assez facile, alors qu'au niveau régional, le producteur doit déjà avoir acquis une certaine notoriété, être capable d'assurer de gros volumes et des prix intéressants.

Le producteur peut fournir les GMS de diverses manières [54] :

- suite à un état de crise, c'est-à-dire pour écouler un stock donné. Le distributeur profite d'une opportunité de prix. Cette pratique a cependant un effet pervers sur la filière fermière. Fréquente dans les années 1980, elle est beaucoup plus rare de nos jours.
- rayons produits saisonniers : les volumes sont limités, la livraison ponctuelle et limitée aux magasins locaux, sans passage par les centrales. Elle concerne des produits saisonniers locaux. Cette pratique est très répandue en Midi-Pyrénées, souvent à l'initiative du distributeur.
- l'agriculteur, fournisseur secondaire : en complément ou dépannage, surtout pour les

produits frais.

- l'agriculteur, fournisseur principal : les producteurs se regroupent pour pouvoir assurer toutes les contraintes exigées par la centrale d'achats. Ils fournissent des produits frais, qui occupent une niche commerciale.

2. Cas particulier : la région Midi-Pyrénées [50]

Les GMS implantés en zone rurale référencent 2 à 4 produits très locaux, fabriqués à moins de 30 km en général ; on trouve des fromages mais pas de volailles. Ce sont des produits typés (fromages affinés), qui sont en concurrence directe avec ceux vendus à la ferme ou sur les marchés : leurs prix doivent être équivalents. Les distributeurs ne les considèrent pas comme des produits haut de gamme, mais comme des produits de tous les jours pour lesquels il existe une demande locale.

Les conditions de référencement sont plus souples que celles vues précédemment, notamment en matière de régularité d'approvisionnement.

Les GMS implantés en zone urbaine font appel à un à trois producteurs, qui doivent être capables de présenter une gamme de 6 à 8 produits, parmi lesquels des fromages, des volailles, des œufs, du lait cru, des yaourts... Les produits sont moins typés qu'en zone rurale, mais la gamme est plus large. Leurs concurrents sont les produits standards.

Les produits fermiers sont ici considérés comme des produits haut de gamme ; des efforts de communication sont entrepris : stand particulier pour les volailles, qui servent de produits d'appel pour le reste du rayon. Même si la relation de confiance avec le producteur est rompue, les distributeurs recherchent de tels produits pour se démarquer des concurrents.

Le référencement est plus exigeant en matière de régularité et de gamme.

D. Les marchés étrangers

L'exportation nécessite du temps et engendre des coûts, ne serait-ce que pour l'identification d'un client et le début des relations commerciales. Le producteur peut recourir aux salons internationaux pour se faire connaître, ou à des organismes nationaux ou régionaux. Un organisme indépendant, la « mission d'exportation des saveurs des Pyrénées », utilise des

stagiaires, qui permettent aux producteurs de multiplier les contacts. Les résultats sont rapides, le coût est d'environ 2 300 Euros (15 000 F). La clientèle étrangère est plus longue à conquérir, mais plus fidèle.

E. La vente via Internet [6]

Des start-up proposent des accès payants aux producteurs pour les référencer sur leur site. Le panel de producteurs est large, la qualité fermière ne peut pas être garantie, un prélèvement sur les ventes est réalisé. Ce type de site intéresse donc peu les exploitants, qui préfèrent créer leur propre site. Ils utilisent également les courriers électroniques pour informer et fidéliser la clientèle rencontrée lors des foires, dans les points de vente collectifs, etc.

Conclusion

Les producteurs fermiers sont bien de vrais « entrepreneurs ruraux » (Muller, 1989), qui développent désormais des stratégies d'entreprise propres pour conquérir de nouveaux marchés, répondant ainsi aux attentes du consommateur.

Troisième partie :

**ETUDE DE DEUX FILIERES
DE PRODUCTION FERMIERE**

Quelle place prend l'activité fermière au sein des grandes productions françaises ? Nous allons voir, à travers l'exemple des filières laitières et porcine fermières, que la production fermière peut être très bien implantée ou marginale, en termes de volumes ou de chiffre d'affaires. Nous aborderons également les trois facettes du métier des « producteurs » fermiers : production, transformation, commercialisation. Nous nous attacherons à décrire leurs orientations techniques, leurs contraintes, leurs résultats économiques et leurs perspectives d'avenir.

I. La production laitière fermière [4]

En France, on dénombre 10 000 producteurs caprins laitiers possédant plus de dix chèvres, dont la moitié transforme à la ferme (source : enquête « structures » SCEES 1997). Les producteurs laitiers bovins sont au nombre de 128 336 (id.), dont 7% détiennent des quotas vente directe. En production laitière ovine, on compte 6070 exploitations (RGA 2000), parmi lesquelles 26% transforment à la ferme.

L'Institut de l'Élevage a mené une enquête de mai à septembre 1999 auprès de 273 producteurs (180 producteurs caprins, 72 producteurs bovins et 21 producteurs ovins), afin de dresser un aperçu de cette population en pleine mutation.

La plupart (42%) des producteurs caprins réalisent plus de 90% de leur chiffre d'affaires grâce à la production fermière : ils se sont spécialisés dans l'activité fermière. Cette dernière dégage un chiffre d'affaires de 30 à 90% du chiffre d'affaires total des producteurs bovins, et de plus de 60% du chiffre d'affaires total des producteurs ovins (cf tableau n°19). Les producteurs spécialisés en transformation fermière en bovins sont rares (12%).

Tableau n°19 : Part du chiffre d'affaires fermier par rapport au chiffre d'affaires total

	Caprins (extrapolation nationale)	Bovins	Ovins
90 %	42 %	12 %	38 %
60 à 90 %	12 %	26 %	38 %
30 à 60 %	18 %	26 %	14 %
0 à 30 %	27 %	32 %	10 %

D'après [4]

Chez les producteurs bovins, les exploitations sont en grande majorité issues d'une succession familiale, contre 50% chez les autres (cf tableau n°20).

Tableau n°20 : Origine de l'exploitation

	Caprins (extrapolation nationale)	Bovins	Ovins
succession familiale	48 %	79 %	52 %
hors cadre familial	23 %	17 %	19 %
néoruraux	28 %	4 %	28 %

D'après [4]

A. Les systèmes de production

1. Les systèmes de production laitière fermière caprine

Les exploitations caprines ne sont pas seulement localisées dans les régions traditionnelles de production caprines laitières (Centre, Bourgogne et Sud-Est), mais sur l'ensemble du territoire. Les exploitations se trouvent à 60% en plaine et à 40% en montagne, haute montagne et piémont. La consommation s'étend à toute la France en raison du développement urbain et touristique, de la diffusion de la consommation du fromage de chèvre, et de la création d'ateliers dans les années 1970-1980. A cette époque, en effet, de nombreux jeunes non originaires du milieu agricole se sont installés. On les appelle les « néoruraux ». Ils représentent 30% des producteurs fermiers caprins et plus de 50% des producteurs spécialisés en chèvre. Ils viennent d'horizons variés, ont acquis un bon niveau de formation et arrivent avec peu de moyens financiers. Leur installation constitue en fait un projet personnel de retour à la nature.

85% des exploitations sont individuelles, souvent en couple. Il y a peu de main d'œuvre extérieure. 15% sont des GAEC. L'organisation collective entre producteurs est quasi-inexistante.

a. Les petits ateliers

Ils représentent 18% des exploitations. Ils transforment moins de 10 000 litres de lait par an, avec une moyenne de 5000 litres et de 12 chèvres. Il s'agit d'une production laitière fermière traditionnelle, marginale, qui représente moins de 30% du chiffre d'affaires de l'exploitation. C'est l'épouse qui s'occupe des chèvres. Les fromages sont produits pour l'autoconsommation et la vente de proximité. Il s'agit d'un appoint financier.

On trouve ces ateliers à côté d'importants troupeaux de vaches allaitantes dans le Charolais et le Nord-Est du Massif Central ; en zone de montagne dans le Massif Central et dans le Sud-Est à côté de troupeaux de vaches de races allaitantes rustiques ou mixtes (Salers), ou à côté de troupes d'ovins viande.

b. Les producteurs diversifiés (28%)

- les petits ateliers avec diversification (20% des exploitations)

Ils transforment 10 000 à 35 000 litres de lait par an. La production laitière fermière est soit la poursuite d'une tradition, soit créée pour assurer un revenu complémentaire. Elle n'est pas marginale. Ce sont souvent des GAEC parents-enfants.

Un tiers de ces exploitations possède des troupeaux importants de vaches allaitantes, avec une SAU moyenne de plus de 100 hectares. On les rencontre surtout en Bourgogne et Auvergne, et aussi en Midi-Pyrénées, Aquitaine, Centre, Pays de la Loire ; en plaine ou milieu défavorable.

Les deux autres tiers de ces exploitations ont une SAU moyenne de 16 hectares. Il s'agit pour la moitié de néoruraux installés dans les années 70 et 80.

La production laitière fermière constitue le pivot de l'exploitation, qui comprend comme diversification des volailles, porcs, une production de laine angora, des polycultures ou une activité de tourisme.

Ces exploitations sont situées dans le grand Sud-Est, en Rhône-Alpes, en Provence Alpes Côte d'Azur et en Languedoc-Roussillon ; pour les deux-tiers en zone de montagne.

- les ateliers moyens avec diversification (8% des exploitations)

Ils transforment entre 35 000 et 70 000 litres de lait par an, avec une moyenne de 47 000 litres et de 80 chèvres.

Pour la moitié de cette catégorie, la production fermière est une activité secondaire qui assure une sécurité de revenu ; l'activité principale étant la culture de vente (la SAU moyenne est de 135 hectares), production souvent soumise à de nombreux aléas. On rencontre ce type d'exploitations dans le Centre et le nord de la Bourgogne.

Pour l'autre moitié, plutôt située en piémont et montagne (Rhône-Alpes, Alpes du Sud et Aveyron) la production fermière est l'activité principale avec plus de 60% du chiffre d'affaires. La SAU moyenne est de 50 hectares. Les activités complémentaires sont la production de vaches allaitantes, de volailles, les activités d'agrotourisme et les activités extra-agricoles.

c. Les producteurs spécialisés (35%)

Les producteurs spécialisés sont les exploitants pour lesquels la production fermière représente plus de 90% du chiffre d'affaires.

- les petits ateliers spécialisés (20% des exploitations)

Ils transforment de 10 000 à 35 000 litres de lait, avec une moyenne de 22 000 litres.

Plus de la moitié (56%) sont des néoruraux installés dans les années 80 dans des fermes délaissées. Au début, ils n'avaient qu'un petit troupeau qu'ils ont agrandi tout en le limitant volontairement à 44 chèvres. L'exploitation-type comprend un couple seul de 45 ans.

75% de ces exploitations se trouvent dans le Sud (Rhône-Alpes, Provence Alpes Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon).

- les ateliers moyens spécialisés (11% des exploitations)

Ils transforment de 35 000 à 70 000 litres de lait. Ce sont des néoruraux à 60%, de moyenne d'âge de 39 ans, qui se sont implantés dans le grand Sud-Est. Il existe quelques cas d'appoints salariés à temps partiel.

- les grands ateliers spécialisés (4% des exploitations)

Ils transforment plus de 70 000 litres de lait par an, avec une moyenne de 92 000 litres et 130 chèvres. Ils ont peu de surfaces et se consacrent presque tous à cette seule production.

Ils emploient un ou des salarié(s) à temps partiel ou complet.

La moitié ne sont pas issus du milieu agricole et ont créé leur exploitation à la fin des années 70 ou au début des années 80. On les rencontre partout en France, en plaine ou en montagne.

d. Les producteurs livrant aux affineurs (4%)

Ils livrent à des affineurs pour diverses raisons. La part de la production fermière dans le chiffre d'affaires est variable. Ils sont situés en zone de forte dynamique fermière ou appuyée sur des AOC : Centre, Bourgogne, Lot, Drôme.

e. Les systèmes de production laitière mixte

Ils associent le plus souvent chèvres et vaches laitières. Les surfaces sont modestes là aussi. Les vaches permettent de gagner du volume et les chèvres permettent une valorisation du travail à travers la vente de fromages. La gamme des produits proposés au client est un plus. La moitié est spécialisée en production fermière, l'autre moitié livre également en laiterie, ou produit des vaches allaitantes, des ovins viande, ou encore propose des activités d'agrotourisme...

La majorité de ces exploitations se trouve en Rhône-Alpes, le reste dans les régions traditionnellement mixtes (Bourgogne...).

2. Les systèmes de production laitière fermière bovine

L'activité fermière dans ce groupe est une tradition familiale (80 % de reprise d'ateliers parent / enfant).

Il y a 30% de GAEC, surtout parents-enfants. Ce chiffre est supérieur à la moyenne des producteurs laitiers bovins en France (17 % en 1998-99 selon ONILAIT)

On trouve quatre logiques différentes.

a. Les ateliers fermiers de beurre et de crème

Ils sont situés en Nord-Pas-de-Calais et en Haute et Basse-Normandie. Cette activité est marginale au sein d'une exploitation de grande dimension : 41 vaches laitières, 62 hectares de SAU.

Les deux-tiers réalisent moins de 30% de leur chiffre d'affaires grâce à la production fermière. Il s'agit soit de la poursuite d'une tradition, soit d'une évolution récente pour obtenir

un supplément de quotas.

La personne qui s'occupe de la transformation est en général une femme de plus de 50 ans.

b. Les petits producteurs fromagers

Leur quota est en moyenne de 170 000 litres de lait, dont 25% servent à la production fermière : ce sont avant tout des livreurs de lait, comme les précédents.

Le chiffre d'affaires lié à la production fermière est inférieur à 60% du chiffre d'affaires total et est compris entre 100 000 et 200 000 FF.

Ces producteurs sont en général de jeunes éleveurs très motivés par l'activité fermière. La moitié d'entre eux ont créé leur atelier fromager après 1990, soit pour compenser des pertes sur les anciennes ventes de lait cru, soit pour mieux valoriser le lait au lieu d'agrandir. La gamme de produits proposés est large.

c. Les producteurs fromagers transformant et affinant plus de 50 000 L par an

80% d'entre eux réalisent plus de 60% de leur chiffre d'affaires grâce à cette activité. Celle-ci est pour la moitié des producteurs de cette catégorie le seul débouché car ils ne disposent pas de quota de livraison en laiterie. Ils peuvent proposer également une activité d'agrotourisme.

Ils sont surtout situés en zone de montagne et d'AOC fromagère.

Il s'agit dans un cas sur deux d'un gros GAEC, familial ou non, avec une moyenne d'âge de 33 ans. La production moyenne y est de 225 000 litres de lait, avec 125 000 litres transformés.

Les exploitations individuelles produisent 115 000 litres de lait et en transforment 105 000.

La moyenne d'âge de ces exploitants est de 45 ans.

d. Les producteurs fromagers « en blanc »

Ils se trouvent tous en zone de montagne. 80% d'entre eux réalisent plus de 60% de leur chiffre d'affaires en livrant aux affineurs, auxquels ils sous-traitent la commercialisation. Ils transforment en moyenne 166 000 litres de lait. Ils sont très dépendants des filières locales AOC, IGP (Auvergne, les deux Savoie, Vosges). Leur exploitation est issue de la tradition familiale. Ils sont âgés de 40 ans en moyenne.

3. Les systèmes de production laitière fermière ovine

Il sont situés à 90% en zone de montagne.

Les dimensions de l'exploitation restent modestes: 5 000 à 80 000 litres transformés, la plupart entre 15 000 et 30 000 litres. La production fermière tient une place centrale avec plus de 60% du chiffre d'affaires dans 75% des cas.

La moitié se trouve au pied ou au cœur des Pyrénées. Il s'agit d'une succession familiale, avec également un cheptel de bovins laitiers ou allaitants. En général, c'est le blocage des quotas ou l'impossibilité de s'agrandir qui pousse les agriculteurs à fabriquer des fromages, le plus souvent des pâtes pressées non cuites.

Pour l'autre moitié, l'installation est récente, hors cadre familial, avec peu de capitaux. On les trouve en zone ovine laitière traditionnelle et aussi dans les Alpes, le Massif Central, les basses plaines du Rhône et en Poitou-Charentes.

Les systèmes de production laitière fermière sont très variés. En caprins et en ovins, les éleveurs sont le plus souvent spécialisés dans l'activité fermière.

B. La charge de travail

En production fermière, la charge de travail est lourde ; certains producteurs l'acceptent, d'autres s'organisent entre eux, dans certains cas ils abandonnent cette activité, ou au moins s'interrogent lors du changement de génération.

Dans les étapes de l'élevage et de la commercialisation, des allègements sont souvent aménageables, mais ce n'est pas le cas dans la partie transformation. La présence éventuelle d'autres activités alourdit souvent encore la charge de travail.

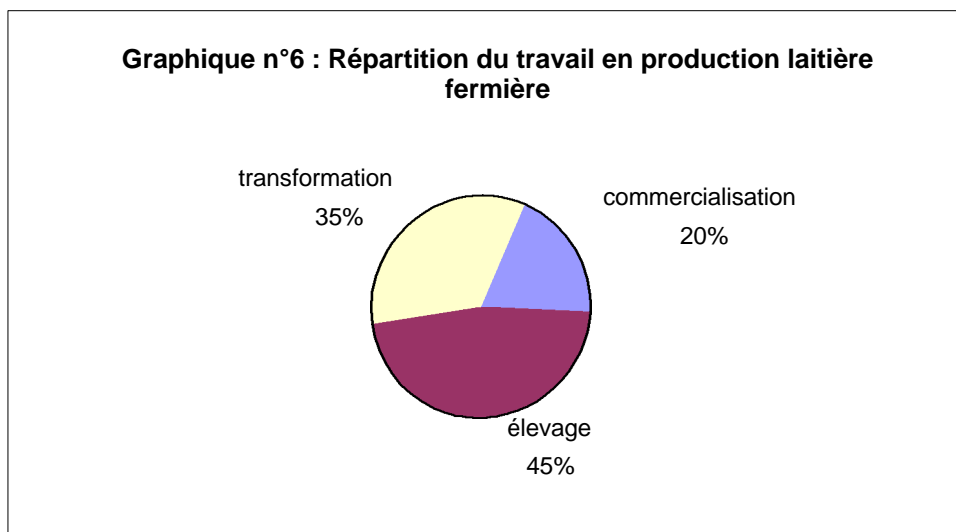
La main d'œuvre est essentiellement familiale (cf tableau n°21). Le reste du travail est effectué par des salariés ou des bénévoles.

Tableau n°21 : Unités de Travail Annuelles en production laitière fermière

	U.T.A.	U.T.A. familiales	
		en unités	en %
Caprins	2.2	1.8	82 %
Bovins	2.6	2.1	81 %
Ovins	2.6	2	77 %

D'après [4]

En caprins, le temps d'astreinte moyen est de 13 heures par jour, avec de grandes variations sur l'année : si les mises-bas sont groupées en début d'année, il peut s'élever à 20 heures par jour de janvier à avril [40]. L'élevage est en effet le poste le plus lourd (cf graphique n°6). La question du travail est centrale : la charge de travail entraîne des tensions continues sur la cellule familiale.



D'après [40]

La femme assure la quasi-totalité de l'activité fermière dans les groupes suivants:

- transformation fermière traditionnelle associée à un troupeau de vaches allaitantes
- ateliers de beurre, crème.

L'homme s'occupe de l'élevage et la femme de la partie fromagerie dans les groupes suivants:

- exploitations diversifiées avec un volume transformé important et des cultures de vente
- ateliers vendant en blanc ou en caillé.

Dans tous les autres groupes, surtout chez les fromagers spécialisés caprins mixtes et bovins, l'engagement du couple est très fort. La répartition des tâches est moins rigide. Les GAEC familiaux permettent de réduire la charge de travail. L'emploi d'un salarié n'est par contre pas toujours synonyme de réduction de charge de travail car il est souvent engagé à temps partiel.

Dans 18% des exploitations caprines, on emploie des salariés, le plus souvent à temps partiel (selon les volumes transformés).

25% des exploitations bovines et 50 % des exploitations ovines emploient des salariés, souvent là aussi à temps partiel, pour les travaux aux champs et la conduite du troupeau.

Dans un cas sur deux, les producteurs ont recours à de la main d'œuvre familiale bénévole, à l'occasion ou régulièrement. Cette pratique constitue une aide précieuse mais reste fragile en raison d'éventuelles évolutions familiales.

Les néoruraux, installés à la recherche d'un idéal de qualité de vie, sont souvent déçus par la contrainte du temps de travail. Il est en effet difficile de se faire remplacer, surtout à la transformation, qui nécessite un savoir-faire particulier. L'entraide est rare. Les producteurs fermiers sont en effet assez individualistes, et cultivent un fort souci d'autonomie.

La saisonnalité de la production permet cependant d'aménager une période de repos. En bovins, elle n'est que très rarement maintenue (cf tableau n°22).

Tableau n°22 : Maintien de la saisonnalité en production laitière fermière

en % d'exploitations	Maintien de la saisonnalité
Caprins	63%
Bovins	14%
Ovins	70%

D'après[4]

Elle est conservée lorsque cela est compatible avec les circuits commerciaux empruntés. La vente à des grandes et moyennes surfaces est souvent abandonnée pour pouvoir se préserver

une période de calme (décembre-janvier), et ne pas livrer en continu toute l'année.

Une autre solution pour alléger la charge de travail est de livrer en laiterie à un moment choisi au lieu de transformer.

Cependant, certains éleveurs préfèrent produire en continu : leur présence sur le marché est nécessaire pour déjouer la concurrence.

C. La conduite d'élevage

On rencontre surtout des systèmes de production peu intensifs, qui concordent avec l'image que s'en font les consommateurs.

1. Production caprine

Contre 765 litres par chèvre et par an pour la moyenne nationale de 1997/98 (source : contrôle laitier), les producteurs fermiers n'affichent que 600 litres. Quand les volumes transformés sont faibles, la conduite du troupeau reste traditionnelle, soit par manque de temps dans les élevages mixtes, soit par volonté de ne pas trop pousser les animaux dans le groupe des petits ateliers spécialisés. Quand les volumes transformés sont plus importants, le rendement atteint 700 à 750 litres de lait par chèvre et par an : une forte demande en fromages peut être à l'origine de ce choix, qui permet d'augmenter la production sans augmenter le nombre de chèvres, ni donc la surface en bâtiments.

Seulement 21% des producteurs adhèrent au contrôle laitier. Si celui-ci les a beaucoup aidés au démarrage, ils le délaissent cependant par la suite.

15% des éleveurs ont recours à l'insémination artificielle, souvent pour une partie seulement du troupeau.

37% des éleveurs pratiquent le désaisonnement. Ce pourcentage s'élève à 70% chez les ateliers transformant plus de 70 000 litres par an et chez les vendeurs à des affineurs, du fait de la nécessité de livrer en continu.

Le pâturage est pratiqué dans 82% des exploitations. C'est surtout dans les ateliers transformant plus de 35 000 litres de lait par an qu'il est délaissé. L'hiver, un tiers des éleveurs (surtout des spécialisés) achète régulièrement du foin : pas assez de surfaces, difficultés à les mécaniser, coût des équipements...La complémentation en concentrés est utilisée pour assurer une production laitière régulière.

2. Production bovine

Le but est de se démarquer des systèmes de production intensive, dont le seul but est de « faire du volume » pour livrer en laiterie.

Les races fromagères sont privilégiées : Montbéliarde, Abondance, Brune des Alpes, Vosgienne... Ainsi les Prim'Holstein ne sont exclusivement présentes que dans un quart des élevages, ceux-ci étant surtout des livreurs en laiterie qui produisent du beurre et de la crème. Ce choix de race peut être le fait de la volonté de l'éleveur de véhiculer une image cohérente entre un terroir et un produit, mais il peut aussi simplement être lié à une tradition ou à un cahier des charges.

L'utilisation de l'herbe dans l'alimentation, à l'exclusion de tout ensilage, domine : 70% des troupeaux en hiver (foin), 80% en été (pâturage). En plaine cependant, c'est l'ensilage de maïs qui est prépondérant.

La moyenne nationale est de 5 500 litres de lait par vache et par an. 37% la dépassent, et 30% se situent sous la barre des 4 500 litres. La moyenne en production fermière dans cette enquête est de 5 300 litres.

49% des éleveurs adhèrent au contrôle laitier, contre 52% au niveau national.

3. Production ovine

On rencontre deux types de conduite de troupeaux (cf tableau n°23).

Tableau n°23 : Conduite des troupes de brebis selon le bassin de production

Région	Races	Agnelages	Alimentation d'hiver	Stratégie
Béarn, Pays Basque, Roquefort	Basco-béarnaise, Lacaune	Brebis : automne, début d'hiver Agnelles : février à fin mars	Regains, un peu de pâturage ou ensilage de maïs	Lactation longue prolongée au pâturage et à l'estive
Pyrénées centrales et orientales, Alpes		Février à avril	Achat de fourrages grossiers, concentrés	Production maximale l'été (saison touristique) à partir d'herbe pâturée. Concentration du travail l'été.

D'après [4]

Les performances des brebis restent toujours modérées : 90 à 135 litres par brebis pour les Basco-béarnaises (standard de la race : 120 à 140 litres en six mois de traite), 135 à 250 litres pour les Lacaunes (standard de la race : 260 litres en 165 jours de traite).

Les producteurs privilégient la simplicité des conduites d'élevage aux performances. Ils préfèrent en effet centrer leurs efforts sur la fabrication

D. Les techniques fromagères

1. Le savoir-faire

En caprins, à part dans les très petits ateliers familiaux, notamment en Saône et Loire, la fabrication fromagère a été apprise lors de stages ou par relations de voisinage, et reste l'apanage des femmes, sauf dans les groupes spécialisés. L'appui technique fromager ne concerne que 20% des producteurs, qui sont plus demandeurs d'informations ponctuelles. En région non traditionnelle, l'encadrement technique fait défaut, tout comme en bovins dans l'Ouest et le Nord.

Dans 50% des cas en bovins, la tradition se transmet de mère en fille. Le reste du temps, l'atelier est né suite à une formation ou à un stage fromager. 40% des exploitations ont recours à un appui technique. Il s'agit plutôt des ateliers transformant plus de 50 000 litres.

En ovins, dans deux tiers des cas, l'atelier a été créé récemment pour gagner de la valeur ajoutée. Plus de la moitié des éleveurs est encadrée par un appui technique. Un tiers des ateliers est issu de la tradition familiale.

2. Les gammes de fromages

Plus de la moitié des producteurs caprins offrent à leurs clients une large gamme de fromages, que ce soit dans la forme : fromages ronds, bûchettes, crottins, pyramides, cendrés..., le degré d'affinage, la technologie pâte molle ou pâte pressée non cuite, ou encore l'ajout de condiments. C'est dans les grands ateliers spécialisés et chez les mixtes que cette diversité est la plus marquée.

Dans les petits ateliers, les exploitations diversifiées et chez les livreurs en blanc et en caillé, on retrouve la plupart du temps un seul produit, pour simplifier le travail. Cela est encore plus vrai en zone d'AOC.

En bovins, on observe des variations selon les groupes : peu de diversification dans les ateliers beurre et crème, un seul produit chez les producteurs de fromage en blanc. Par contre, plus de la moitié des fromagers affineurs diversifient leur offre. Cela leur permet entre autres d'adapter l'offre à la demande en jouant sur les durées d'affinage.

Dans les Pyrénées, le Massif Central et les Alpes, 70% des producteurs ovins se limitent à la fabrication de tomme de brebis, à affinage assez long. Dans le rayon de Roquefort, on trouve comme monoproduit le Pérail, pâte lactique à affinage rapide. Cependant, les producteurs engagés dans des circuits longs élargissent leur gamme : fromages frais ou au lactosérum, yaourts.

3. Préserver des processus « naturels »

Une des caractéristiques fortes des producteurs fermiers est de maintenir des ensemencements les plus naturels possibles pour se démarquer des techniques industrielles. L'utilisation de ferments du commerce est donc assez limitée et réservée à la sécurisation de la fabrication : début de fabrication, problème de fabrication, périodes orageuses, modernisation de l'atelier. C'est dans le groupe des livreurs de fromage de vache en blanc que cette technique est la plus répandue.

La fabrication fromagère fermière se situe donc entre tradition : ferments naturels, savoir-faire familial (surtout en bovins et ovins), et innovation : gammes de plus en plus originales.

E. La mise aux normes sanitaires

Depuis 1995, de nombreux investissements, le plus souvent de 15 244 à 30 489 Euros (100 000 à 200 000 FF), ont été engagés pour la mise aux normes des ateliers. Celle-ci n'est pas toujours accompagnée d'une demande d'agrément sanitaire, soit en raison du circuit commercial choisi, soit pour des problèmes d'approvisionnement en eau ou de gestion des effluents.

La mise aux normes sanitaires est bien avancée. 62% des producteurs caprins enquêtés l'ont effectuée, contre 58% des producteurs bovins et 76% des producteurs ovins (cf tableau n°24).

36% des exploitations caprines sont agréées contre 39% des exploitations bovines et 62% des exploitations ovines.

Lorsque les volumes sont importants (plus de 35 000 litres en caprins, plus de 50 000 en bovins), les exploitations sont proportionnellement plus souvent agréées [cf annexe G]. Pour la vente à des affineurs, l'agrément sanitaire est obligatoire.

Tableau n°24 : Situation de la mise aux normes sanitaires de la fromagerie

	Faite	Prévue	Non prévue	Non renseigné
Exploitations caprines	62%	9%	28%	1%
Extrapolation nationale	55%	7%	37%	1%
Exploitations bovines	58%	17%	21%	4%
Exploitations ovines	76%	9.5%	9.5%	5%

D'après [4]

Tableau n°25 : Statut sanitaire des fromageries¹⁰

	Agrément obtenu	Demande d'agrément en cours	Dispense d'agrément	Vente directe	Hors norme	Non renseigné
Caprines	36%	10%	29%	19%	4%	2%
Extrapolation	28%	10%	28%	24%	9%	1%
Bovines	39%	14%	13%	28%	6%	.
Ovines	62%	14%	14%	10%	.	.

D'après [4]

Les autocontrôles sont effectués par 75% des producteurs caprins, 80% des producteurs bovins et 70% des producteurs ovins. Ils sont considérés par la profession comme nécessaires au sérieux et à la qualité de la fabrication.

Certains exploitants regrettent que la réglementation ne prenne pas assez en compte la taille de l'atelier. Certaines contraintes leur paraissent incomprises ou injustifiées (réglementation pour les marchés, par exemple).

Le durcissement des normes bactériologiques est également une menace pour de nombreux exploitants, qui se demandent parfois si les méthodes telles que l'HACCP constituent une

¹⁰ cf quatrième partie

assurance suffisante. D'autant que les nouvelles normes sanitaires ont déjà entraîné des arrêts de production fermière, surtout dans certaines régions et pour certains types de production. Par exemple, le Saint Nectaire est un fromage sensible aux Listeria, et le nouveau principe "zéro Listeria" est bien difficile à appliquer. 50% des ateliers beurre-crème ont disparu car les investissements à engager pour la mise aux normes n'auraient jamais été rentabilisés. Les très petits ateliers caprins refusent d'investir, et sont donc obligés de se limiter à la vente directe. Enfin, chez certains producteurs proches de la retraite, la mise aux normes n'est pas prévue. Les producteurs craignent le renforcement illimité des règles qui entraînerait une perte de leur spécificité fermière, et des investissements continuels. Toutes ces contraintes laissent les producteurs inquiets quant à la reprise de leur exploitation par la génération suivante.

F. La commercialisation des produits laitiers fermiers

La vente directe occupe 60% des ventes en volume chez les producteurs bovins et ovins. Chez les caprins, elle s'élève à 70%. En caprins, 80 % des producteurs vendent à la ferme ; 40 % disposent d'un point de vente sur place. Plus les volumes augmentent, plus la part des circuits courts diminue.

La vente à la ferme représente la poursuite d'une tradition, surtout dans les régions traditionnelles de production. La vente sur les marchés est souvent payante, surtout près des centres urbains et des zones touristiques (Côte d'Azur, grand Sud-Est). Elle est surtout présente chez les caprins, sous l'influence des néoruraux. Lorsque les marchés sont saturés, la politique de gamme des fromagers mixtes est un plus.

Les ventes par intermédiaires sont un passage obligé lorsque les volumes augmentent (plus de 35 000 litres en caprins). Les restaurants, épiceries, crémiers de proximité sont privilégiés. Le recours aux GMS ne s'effectue que lorsque le producteur ne peut faire autrement pour écouler des volumes encore plus importants. Ce type de vente est très porteur en crème et fromages à forte notoriété (Abondance, Tomme des Bauges...).

G. La valorisation des productions laitières fermières

La valorisation est une combinaison entre le volume (sauf en caprins), le type de produit, la zone de production, la notoriété du fromage, la gamme proposée et le type de circuit. En

caprins, elle est également liée à la dynamique de la demande et au contexte de l'exploitation : la diversification est un plus.

La vente sur les marchés est, comme vu précédemment, très porteuse en zone touristique ou fortement urbanisée. La vente à des intermédiaires s'effectue à bon prix dans les restaurants, avec moins de marge dans les GMS, sauf fromage à forte notoriété.

Le type de produit est important : le beurre, la crème, la vente en blanc ou caillé obtiennent les moins bonnes valorisations (cf tableau n°26).

L'effet gamme joue un rôle important : un producteur gagne 1.40 FF de plus par litre de lait s'il a un éventail de produits à proposer, par rapport à un producteur de fromage unique.

Tableau n°26 : Valorisation des productions laitières fermières

catégories ¹¹	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆	C ₇	M	B ₁	B ₂	B ₃	B ₄	Ovins
Valorisation en F/litre de lait	6.8	9.9	9.6	9.7	8.4	9.6	4.4	BC 6.7 CO 11	2.65	6.8 (3.2 à 15 si yaourt)	4.4	3.5	12.50 (10 à 20)
Moyennes	<i>Extrapolation nationale : 8 F / litre de lait.</i>								4.70				12.50

D'après [4]

L'adhésion à une démarche AOC est intéressante pour la vente hors région. Elle a en outre un rôle structurant à travers les syndicats de producteurs. Les caprins sont cependant sur la réserve, même s'ils reconnaissent qu'elle aide à la sauvegarde de la typicité des fromages. Elle ne concerne chez eux qu'une partie de la production, et répond plus souvent à la demande de l'aval (GMS) qu'à une volonté personnelle, d'autant plus que la clientèle des circuits courts n'est pas demandeuse de ce type de garantie. Le prix de vente ne s'en voit pas modifié. Elle ne concerne donc que peu de producteurs caprins.

5.1 % des producteurs caprins font partie de la filière « Agriculture Biologique ». Ses valeurs sont en effet souvent à l'origine de leur installation, et renforcent l'image de leur produit. Chez les producteurs bovins, le mode de production biologique est présent en zone de plaine, et sert à se démarquer de la production intensive. La valorisation des produits n'en est que légèrement augmentée.

¹¹ cf annexe H

Le chiffre d'affaires total de la transformation laitière fermière caprine est assez proche de celui des livraisons en laiterie : 960 millions de francs (120 millions de litres à 8 FF le litre), contre 1023 millions de francs (330 millions de litres à 3.10 FF le litre). Cette activité occupe donc une place majeure au sein de la filière laitière française.

H. Les perspectives d'avenir

Les exigences sanitaires initient une restructuration de la production fermière.

1. En caprins, la stabilité

La tendance générale (44% des producteurs) est au maintien des volumes transformés, ainsi que du nombre de chèvres (53%).

a. Les diversifiés

Les très petits ateliers sont souvent (41%) voués à la disparition : le volume de production très faible ne justifie pas les investissements nécessaires à la mise aux normes.

Dans les petits ateliers, qu'ils soient associés à des vaches allaitantes ou à des cultures, la tendance est au maintien des volumes produits, en attendant une éventuelle restructuration au changement de génération.

b. Les spécialisés

Les petits producteurs spécialisés préfèrent maintenir leur production afin de ne pas alourdir la charge de travail.

Les moyens et grands ateliers maintiennent leur production en attendant la décision de la génération suivante, ou l'augmentent pour faire face à la demande.

Les producteurs qui livrent à des affineurs développent leur atelier (60%), la moitié d'entre eux en vue de la mise en place de la vente directe.

Les producteurs de fromages mixtes prévoient de maintenir ou d'augmenter leur production.

20 % des producteurs caprins vont prendre leur retraite d'ici huit ans, sans succession assurée.

Beaucoup d'entre eux sont des néoruraux.

2. En bovins, des perspectives nuancées

La tendance est à la hausse des volumes transformés (44 %).

Un quart des producteurs a plus de cinquante ans. Parmi eux, la moitié arrête la production fermière. Les autres ont une succession assurée, la mise aux normes est faite ou prévue, la tendance est à la hausse des volumes.

En production fromagère, les perspectives sont favorables : près de la moitié souhaite augmenter l'activité. Ils jouent la stratégie de la démarcation : changement de race pour se conformer aux notices AOC, pas d'ensilage, autonomie alimentaire plus importante, voire conversion au mode de production biologique.

En production de beurre et crème, par contre, l'avenir est plus sombre : 35 % d'abandons ; on note tout de même que 35 % des exploitations, souvent impliquées dans l'agrotourisme, vont augmenter leur activité fermière.

3. En ovins, un avenir serein

76 % souhaitent augmenter leur production. On ne dénombre qu'un arrêt de production sur les 21 élevages enquêtés. La conjoncture est très favorable et motive de nouvelles installations [45].

4. Les installations en production fermière

En bovins, la transmission familiale intervient encore plus que par le passé. On constate également des créations d'ateliers fromagerie à côté des livraisons en laiterie.

En caprins, les conditions d'installation ont beaucoup évolué depuis les années 1970-1980 : à l'époque, la création d'un atelier nécessitait peu d'investissements, les débuts étaient progressifs. De nos jours, une taille critique est nécessaire dès le début en raison des frais imposés par les contraintes sanitaires pour la mise aux normes. Cela implique de trouver les débouchés correspondants, et d'avoir une certaine maîtrise technique. Cependant, l'installation en caprins reste encore l'une des moins coûteuses. La reprise d'un atelier existant est plus facile. Une diversification de départ peut être un atout pour assurer un revenu.

II. La transformation de porcs à la ferme

Il n'existe pas, à l'heure actuelle, d'étude statistique aussi complète et détaillée pour les filières autres que celle des produits laitiers. B. Boulde, a toutefois mené pour le compte de l'Institut Technique du Porc (ITP) une enquête au niveau national sur la transformation des porcs à la ferme, à laquelle 82 éleveurs ont répondu [8]. Il a utilisé des questionnaires écrits, puis des entretiens avec les producteurs.

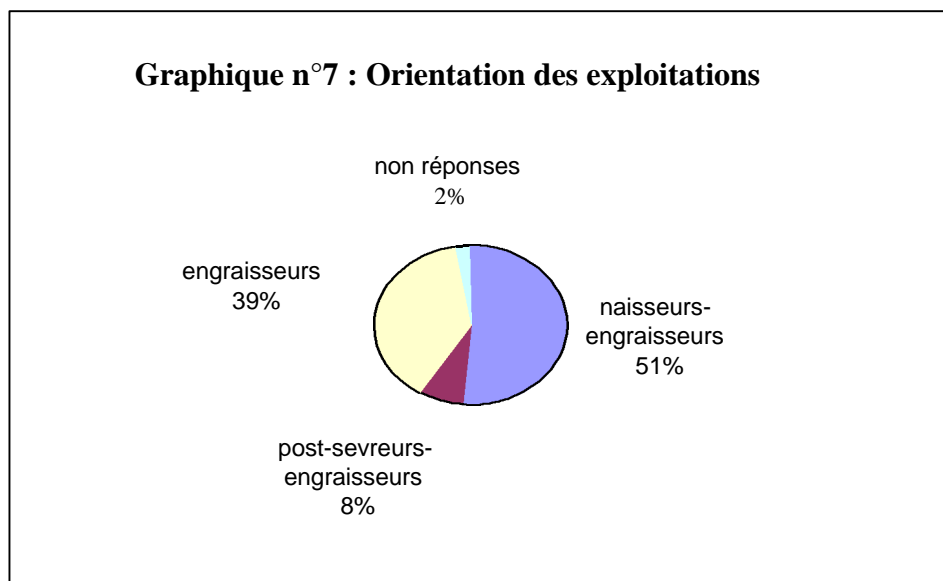
Cette activité est marginale au sein de la filière porcine en terme de nombre de porcs et de nombre d'éleveurs.

A. Les exploitations

Les élevages, comme au niveau national, sont peu spécialisés : ils ne sont que 7 % en mono-production porcs. Leur taille est par contre bien supérieure à la moyenne nationale : 1046 porcs contre 776 (source: RGA 2000). On rencontre dans 16 % des cas des races locales.

1. L'orientation des exploitations

Elle est proche de la moyenne nationale (cf graphique n°7).



D'après [8]

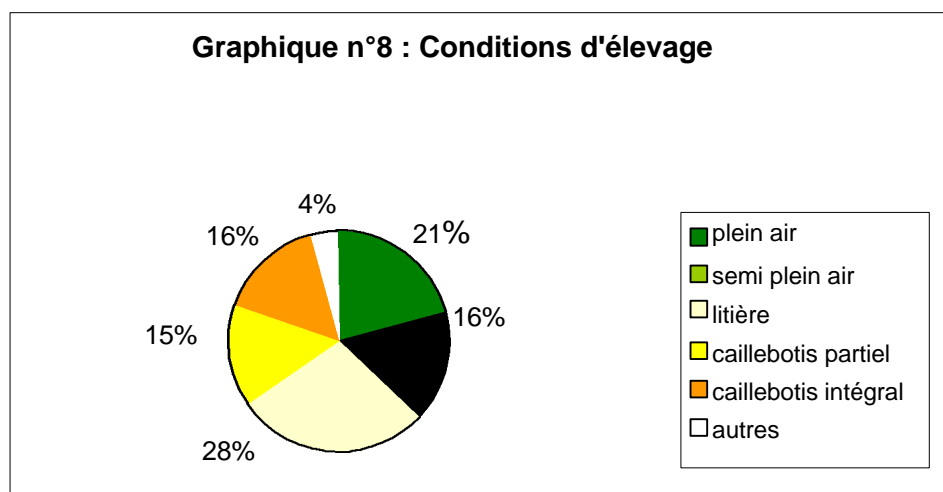
2. L'alimentation

Elle est dans 42 % des cas issue de la ferme, contre seulement 25 % des cas au niveau national. Cependant, selon une étude de R. Kérisit (2000), la qualité de la matière première présente dans l'alimentation n'intervient pas dans la qualité du tissu musculaire.

3. Les conditions d'élevage

Elles sont plutôt de type alternatif, avec peu de caillebotis (cf graphique n°8).

Les qualités organoleptique et technologique des viandes ne semblent pas liées au mode d'élevage, toujours selon le même auteur. Ce critère a cependant une grande influence aux yeux du public.



D'après [8]

B. Les ateliers de transformation

1. Généralités

Les créations d'ateliers, bien réelles depuis vingt ans, vont croissantes depuis la crise de 1998-99, surtout en ce qui concerne les petits ateliers. 75% des ateliers ont été créés après 1980.

La motivation des producteurs est à 70% financière, 24% philosophique (ateliers transformant moins de 100 porcs), 9% pour se démarquer de la concurrence...

39% des transformateurs ont appris le métier à travers un stage de quelques jours, 27% ont appris sur le tas, 21% sont bouchers, charcutiers ou cuisiniers.

84 % des ateliers sont individuels ; les producteurs transformant dans un atelier collectif envisagent de créer leur propre atelier.

60% des ateliers sont en dispense d'agrément ; ce sont surtout des petits ateliers, transformant moins de 300 porcs à l'année, et vendant surtout en direct. 30% bénéficient d'un agrément CEE à part entière ou dérogatoire.

80% des exploitants transforment toute l'année. 10% ne transforment que pendant une saison.

2. Les volumes et proportions de porcs transformés

La taille des exploitations est supérieure à la moyenne nationale, mais le volume de porcs transformés reste modeste (cf tableau n°27).

La plupart des producteurs transforme entre 95 et 105% de leur production (cf tableau n°28). Ceux qui traitent plus de 100% de leur production transforment en fait également des porcs d'autres producteurs.

Tableau n°27 : Répartition des ateliers selon le nombre de porcs transformés à l'année

Nombre de porcs	% d'ateliers
< 100	30
100 à 200	16
200 à 300	19
300 à 500	15
> 500	20

D'après [8]

Tableau n°28 : Répartition des ateliers selon la proportion de porcs transformés

porcs transformés / porcs produits	% d'ateliers
< 10%	13
10 à 50%	18
50 à 95%	18
95 à 105%	42
105 à 150%	2.4
> 150%	2.4

D'après [8]

3. Une dichotomie dans les ateliers

On distingue deux grands groupes d'ateliers :

- groupe 1

Ceux qui transforment de 75 à 105 % de leur production : ce sont des ateliers de petite taille, anciens, appartenant à des exploitations individuelles qui ne pratiquent que l'engraissement, rarement sur caillebotis. Ils vendent surtout en direct, de manière saisonnière ; la communication avec le client est basée sur la confiance. Les exploitants sont des éleveurs transformateurs. Ils doivent compenser leur petite taille par la transformation pour vivre.

- groupe 2

Ceux qui transforment moins de 75 % de leur production sont avant tout des éleveurs, l'atelier de transformation est un complément ; les ateliers sont plus grands, plus récents, issus d'exploitations de naisseurs-engraisseurs sous forme sociétaire. Le nombre de porcs produits ne leur laisse pas assez de temps pour tout transformer.

Enfin ceux qui transforment plus de 105 % de leurs porcs sont des artisans bouchers, l'activité d'élevage est annexe à l'atelier. Ce sont les moins nombreux : moins de 5% des producteurs.

On constate donc que la proportion de porcs transformés reflète des conceptions différentes du métier.

4. La charge de travail

La charge de travail s'élève à 2.1 UTH (unité de travail homme) dans l'atelier de transformation et 1.2 UTH pour la commercialisation. La rentabilité de la main d'œuvre est en moyenne de 95.7 porcs par UTH ; elle est très variable.

5. La rentabilité économique de l'atelier

Le coût de production s'élève à 1.25 Euro (soit 8.22 FF) par kilo de carcasse, contre, au niveau national, 1.03 Euro (6.75 FF) en 1998 et 0.96 Euro (6.29 FF) en 1999 au marché du porc breton. Le coût de production étant élevé, ces éleveurs ont fait le choix de transformer pour gagner de la valeur ajoutée.

La rentabilité est de 144.22 Euros (946 FF) par porc, soit 4.44 FF par kilo de carcasse et par personne. Si les porcs avaient été vendus sur pied, la marge n'aurait été que de 2.24 FF par kilo de carcasse et par personne. 2.21FF de valeur ajoutée ont ainsi été créés.

Certains gagnent beaucoup d'argent. Cependant, 8 éleveurs sur 20 réalisent une moins bonne

marge que s'ils commercialisaient leurs porcs entiers. Cela peut sembler paradoxal, mais il faut noter que la transformation permet de faire vivre plus de personnes que l'élevage seul. Ainsi l'atelier leur permet de maintenir la production de porcs, alors que les coûts de production sont supérieurs aux cours du marché.

Plus la taille de l'atelier augmente, plus

- les investissements augmentent
- la gamme est large
- les modes de commercialisation sont variés
- l'emploi de main d'œuvre est rentable.

C. La commercialisation

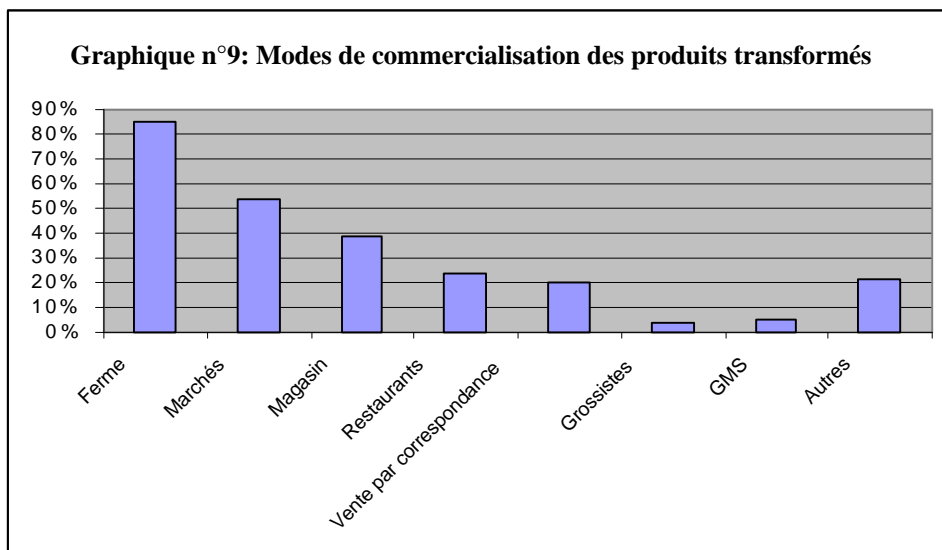
1. La gamme de produits vendus

La gamme de produits est très large : produits frais (90% des producteurs), cuits (81%), secs (76%), conserves (61%), fumés (10%), autres (12%). Mais il faut noter que certains pratiquent l'achat-revente.

2. Les modes de commercialisation

Ils sont très variés (cf graphique n°9).

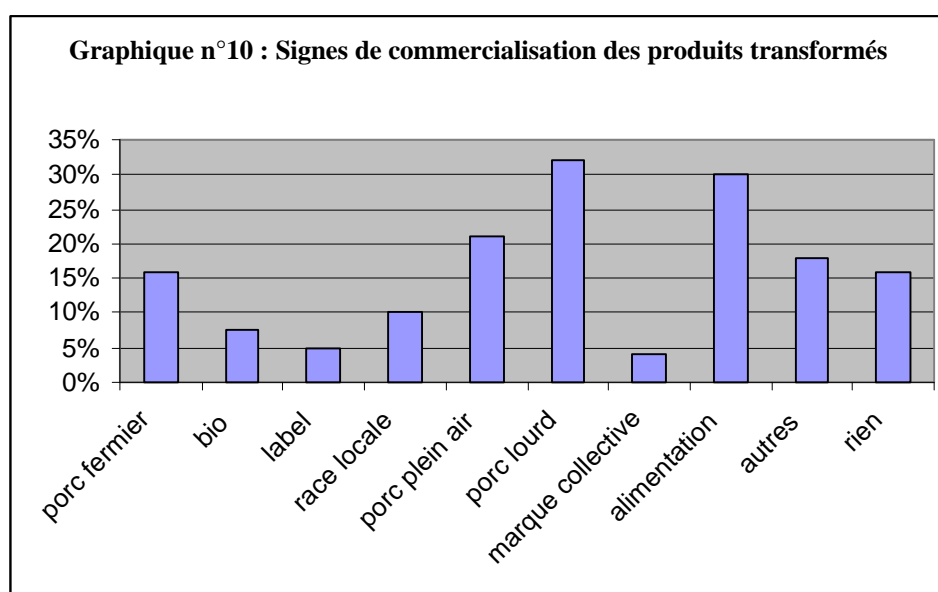
19% des producteurs vendent uniquement à la ferme et 4% uniquement sur les marchés.



D'après [8]

3. Les signes de commercialisation

Ils sont très variés (cf graphique n°10). A noter que seulement 30% des producteurs communiquent sur l'alimentation, alors que 42% la fabriquent eux-mêmes. De même, seulement 10% mettent en avant le fait qu'ils élèvent des races locales, alors que celles-ci sont présentes dans 16% des élevages ; 21% des dénominations de vente utilisent le terme « plein air », alors que ce mode d'élevage est présent dans 30% des exploitations.



D'après [8]

D. Les perspectives d'avenir

30% des producteurs n'ont pas de projet particulier d'avenir : ils ont atteint leur rythme de croisière, ont parfois peur de se développer ; 40% veulent développer leur activité, 30% ont des projets variés : la transformation à la ferme est bien d'actualité.

76% voient leur clientèle se développer.

Conclusion

La production fermière laitière est bien implantée, surtout chez les producteurs caprins. La transformation fermière en production porcine reste quant à elle marginale, malgré les récentes créations d'ateliers.

Ces activités sont rentables et génératrices d'emploi. Elles permettent de faire vivre plus de personnes sur une exploitation. De nombreux auteurs considèrent la production fermière comme une filière à part entière, intégrant les fonctions de production, de transformation et de commercialisation. Elle est présente au sein de toutes les productions et offre donc au consommateur une large gamme de produits, un peu à l'image de l'Agriculture Biologique. Il s'agit cependant pour l'instant plus d'une juxtaposition d'opérateurs individuels que d'une véritable filière organisée et coordonnée.

Quatrième partie :

**LES OBSTACLES ET LES SOLUTIONS
AU DEVELOPPEMENT
DE LA PRODUCTION FERMIERE**

Nous aborderons dans cette dernière partie les obstacles et les solutions au développement de la production fermière en France.

I. Les obstacles au développement de la production fermière

A. Les normes sanitaires

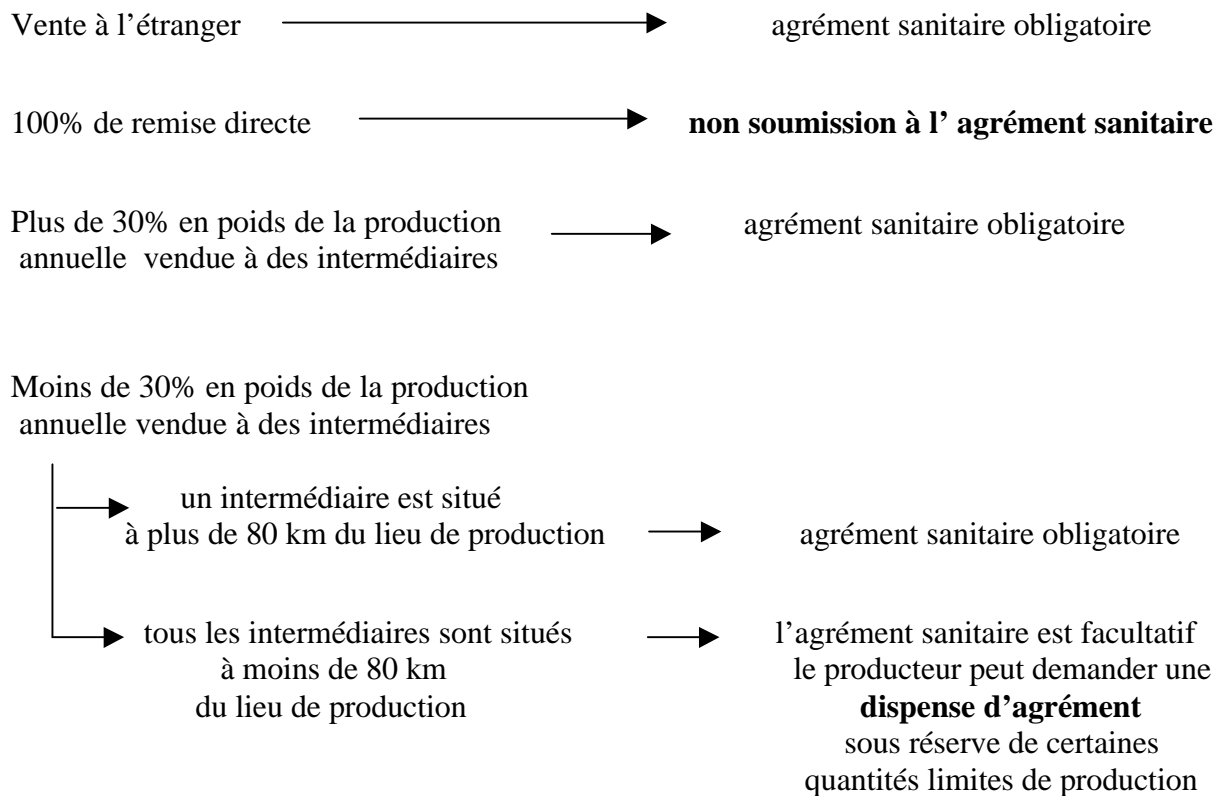
Dans les enquêtes citées précédemment, les difficultés de la mise aux normes sanitaires ont été maintes fois soulignées.

Cette partie a pour objectif d'indiquer les différents cas pouvant être rencontrés (cf graphique n°11).

1. Nécessité d'agrément

a. En fonction de l'existence d'intermédiaires[2]

Graphique n°11 : Statut sanitaire de l'exploitation en fonction de l'existence d'intermédiaires



En cas de vente à l'étranger, l'agrément sanitaire est obligatoire.

Si le producteur procède seulement à la remise directe¹², l'agrément sanitaire est facultatif. S'il ne souhaite pas le demander, il n'a aucune démarche administrative à remplir, si ce n'est la déclaration d'activité à la DSV. Néanmoins, la référence aux guides de bonnes pratiques hygiéniques est recommandée.

Pour la vente de lait cru de vache ou de produits à base de lait cru de vache, la patente sanitaire est obligatoire.

Si le producteur vend à des intermédiaires, annuellement, plus de 30% en poids de sa production totale, l'agrément sanitaire est obligatoire. Les intermédiaires sont les détaillants, restaurants commerciaux et collectifs, associations.

S'il vend indirectement sur un an 30% en poids de sa production totale ou moins [27][29],

- et qu'un de ses intermédiaires (détaillants, restaurants, collectivités) est situé à plus de 80 kilomètres de chez lui, l'agrément sanitaire est obligatoire.

- et que tous ses intermédiaires sont situés à moins de 80 kilomètres de chez lui, dans la limite de certaines quantités produites, l'agrément sanitaire est facultatif. Le producteur doit alors demander une dispense d'agrément, qui constitue un droit.

La distance de 80 km peut être majorée par le ministre de l'agriculture et de la pêche sur proposition du préfet en cas d'accès difficile dans le cas du lait et des produits laitiers.

Les quantités limites ne sont pas cumulables et sont exprimées par semaine. Elles s'élèvent pour la production laitière à 800 litres de lait traité thermiquement ou 250 kg de produits laitiers (à condition de satisfaire aux critères microbiologiques). Pour les produits carnés, à 800 kg de viande fraîche de boucherie désossée, viande hachée exclue, ou 250 kg de viande fraîche d'autres espèces, de produits à base de viande, de plats cuisinés, de préparations à base de viande à l'exclusion de viande hachée. L'inspection de salubrité est obligatoire, ce qui exclut les volailles abattues à la ferme et les produits qui en sont dérivés. Pour les plats cuisinés, lorsque la cuisson de la viande et des légumes a lieu séparément, on prend en compte le poids de la viande.

¹² « opération à titre onéreux ou gratuit, réalisée entre le détenteur d'un aliment et un particulier destinant ce produit à sa consommation ». Arrêté ministériel du 9 mai 1995.

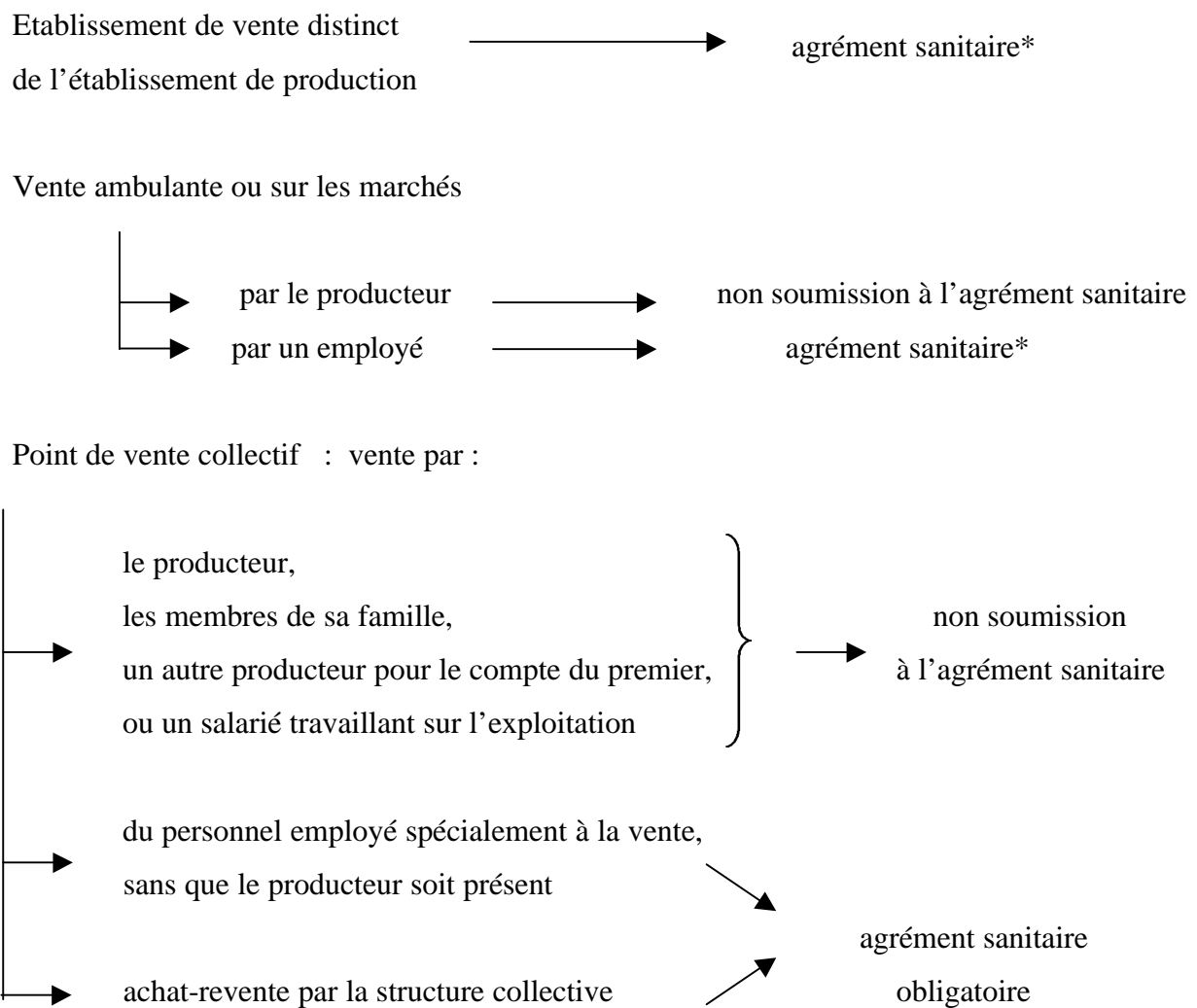
Si le producteur ne souhaite pas être agréé, il doit demander une dispense d'agrément au préfet. Il y indique la nature et les quantités de produits livrés ainsi que la liste et l'adresse de ses intermédiaires réguliers. Si un guide de bonnes pratiques hygiéniques existe pour ses productions, il doit montrer qu'il s'y réfère. Si un tel guide paraît après sa demande, il dispose de trois mois pour s'y référer.

La dispense d'agrément ouvre accès à un marché moins étendu que le marché local. Elle aide cependant au maintien d'une activité dans un milieu rural défavorisé en permettant aux petits producteurs de vendre à des intermédiaires sans pour autant être agréés. Elle permet l'entretien d'une clientèle qui ne peut pas toujours se déplacer. La dispense d'agrément existe seulement en France, elle n'est pas reconnue par l'Union Européenne. Le gouvernement français tient à maintenir ce principe, qui est un des facteurs de la pérennité des réseaux locaux d'agriculteurs et d'artisans.

Il existe un agrément sanitaire dérogatoire pour les établissements de faible capacité, attribué par dérogation à certaines exigences en matière de conditions sanitaires [30]. Sont concernés les abattoirs de volailles abattant moins de 150 000 oiseaux par an. Cet agrément autorise la mise sur le seul marché local, constitué par le département et les départements limitrophes, sauf en ce qui concerne les viandes de gibier à poils ou à plumes, qui peuvent être vendues sur le marché national. Les abattoirs dérogatoires de volailles peuvent livrer leur viande au consommateur final ou à un intermédiaire, dans la zone de commercialisation autorisée (marché local strict ou extension nationale). Il en va de même pour tous les produits à base de viande de volaille issue de ces établissements.

b. En fonction des modalités de la vente lors de la remise directe [2]

Graphique n°12 : Statut sanitaire de l'exploitation en fonction des modalités de la vente lors de la remise directe



* exceptions : cf infra

Lorsque les établissements de vente et de production sont géographiquement distincts, l'agrément sanitaire est obligatoire pour ce dernier.

Cependant, par dérogation, lorsque le nombre de points de vente est inférieur à 5 et qu'ils sont

gérés par le producteur, l'agrément sanitaire n'est pas obligatoire. Le producteur doit alors répondre à la définition d'un artisan : travailleur indépendant exerçant pour son compte un métier manuel seul, avec un membre de sa famille, ou avec un nombre très limité d'ouvriers ou apprentis.

De même, lors de vente ambulante ou sur les marchés effectuée par le producteur, l'établissement de production n'est pas soumis à l'agrément sanitaire. Si les produits sont vendus par un employé, il y a présence d'un intermédiaire. L'agrément sanitaire devrait être exigé, mais cela représenterait une contrainte trop importante. Ainsi, si le producteur se fait représenter sur moins de cinq marchés à la fois ou dans moins de cinq voitures-boutiques, son établissement de production n'est pas soumis à l'agrément sanitaire.

Pour ce qui est de la livraison à domicile, si la vente a lieu également sur le lieu de production ou dans un local contigu, l'établissement n'est pas soumis à l'agrément sanitaire.

La vente par correspondance, lorsque l'acheteur reçoit de la publicité chez lui, nécessite un agrément sanitaire : la vente a en effet lieu au domicile de l'acheteur. Il en va de même pour le télé-achat. Par contre, si l'acheteur a connu le producteur par une autre voie, l'agrément sanitaire n'est pas obligatoire.

Les offres commerciales par l'intermédiaire d'un catalogue, de la télévision, de la radio, du téléphone, du minitel ou d'Internet requièrent un agrément sanitaire.

Dans le cadre des systèmes de vente collective (points de vente collectifs, étalage collectif sur les marchés, marché collectif à la ferme...), les établissements de production ne sont pas soumis à l'agrément sanitaire pour :

- la vente directe effectuée par le producteur, un membre de sa famille, ou un autre producteur adhérent à la structure pour le compte du producteur de la denrée
- la vente effectuée par un salarié travaillant sur l'exploitation .

Par contre, lorsque du personnel est employé spécifiquement pour la vente sans qu'un des producteurs soit toujours présent sur le point de vente, l'agrément sanitaire est obligatoire pour les fournisseurs. Il en est de même lorsque la structure rachète les produits aux exploitants avant la revente. Il y a en effet présence d'un intermédiaire.

Ces systèmes de vente collective sont très importants dans le développement et le maintien des exploitations spécialisées, ne pouvant pas offrir une gamme de produits larges : le client n'est pas obligé de tourner entre toutes les exploitations pour acheter tout ce dont il a besoin.

c. Les tueries de volailles et lapins [30] [23] [32]

Les tueries de volailles (maigres, y compris les pigeons, palmipèdes gras) et lapins ne sont pas soumises à l'agrément sanitaire.

Elles préparent moins de 50 animaux par jour ouvrable, et moins de 10 000 par an. Ceux-ci proviennent seulement de l'exploitation. Les viandes y sont préparées en vue de la remise directe à l'état frais au consommateur sur le lieu même de l'exploitation, en livraison à domicile, ou sur un marché proche. La notion de « marché proche » est examinée au cas par cas. Il est toujours situé à moins de 80 kilomètres. Les viandes ne peuvent faire l'objet de vente ambulante en dehors des marchés, de vente par correspondance, ne peuvent être remises à un restaurateur ou à un intermédiaire en vue de la transformation.

Des dérogations peuvent être accordées en vue d'un usage gastronomique traditionnel reconnu si des mesures d'hygiène renforcées sont mises en place lors de l'élevage, l'abattage, la préparation. Mais ces viandes ne peuvent pas revêtir la marque communautaire de salubrité. Les services vétérinaires attribuent à la tuerie un numéro de recensement qui doit figurer sur les bagues ou étiquettes apposées sur les carcasses.

Il n'y a pas d'obligation réglementaire d'éviscération immédiate, ni de ressuyage des carcasses.

La découpe est possible à la demande du consommateur final. La découpe-transformation a lieu dans une salle réservée à cet effet, conforme à l'arrêté ministériel du 9 mai 1995, équipée au minimum pour assurer le respect des garanties de sécurité des aliments.

2. Réglementation concernant les locaux ¹³

Tout exploitant est soumis à une obligation de déclaration d'activité (article 7 du décret 71-636 détaillé par l'arrêté du 10/8/72). Celle-ci doit être renouvelée en cas de changement d'exploitant, d'adresse, dans la nature des activités, lors de changement notable dans l'aménagement ou l'équipement des locaux, lors de modification dans le procédé de commercialisation [7].

L'agrément sanitaire est délivré par le préfet après vérification par le directeur des services vétérinaires de la conformité des conditions sanitaires, des installations, des équipements, du

¹³ Dans cette partie, les expressions « si nécessaire », « au besoin » et équivalentes signifient « aux fins de la sécurité et de la salubrité des aliments ».

fonctionnement de l'établissement. Un numéro d'identification est attribué par la DSV, ainsi que la marque communautaire de salubrité, de forme ovale.

a. Généralités

Il y a quatre principes à respecter pour les locaux [39]:

- La marche en avant dans l'espace : le chemin d'un produit ne doit jamais croiser celui d'un autre produit moins avancé que lui dans la transformation. Si la marche en avant dans l'espace ne peut pas être respectée, il faut alors mettre en place une marche en avant dans le temps, avec nettoyage et désinfection des plans de travail entre chaque étape.
- La spécialisation des pièces : chaque étape correspond à des conditions différentes (température, humidité, technique...).
- Une dimension suffisante des pièces, en fonction des volumes à traiter, du nombre d'intervenants, des équipements. En outre, un atelier plus grand est plus rapide à nettoyer.
- La séparation des secteurs humide (laverie) et sec.

b. Le plan HACCP

Le système HACCP doit être appliqué [61]. Ce sigle signifie « Hazard Analysis and Critical Control Points », c'est-à-dire analyse des dangers et points de contrôle critiques. Ce système est reconnu comme le meilleur outil de maîtrise de la sécurité alimentaire. Il est basé sur une obligation de résultats et non plus de moyens techniques, et des autocontrôles. Son élaboration est complexe et nécessite l'intervention d'une équipe qualifiée.

Celle-ci doit procéder à une analyse des dangers microbiologiques, chimiques et physiques, et des risques potentiels. Les dangers proviennent des matières premières, du matériel, du milieu, des méthodes de travail, et de la main d'œuvre. Il faut déterminer les étapes du diagramme de fabrication où ces dangers peuvent se présenter. Les points déterminants pour la sécurité alimentaire (points critiques) doivent être recherchés : ils permettent d'éliminer le risque ou de le réduire à une probabilité acceptable (exemple : pasteurisation du lait).

Des procédures de vérification doivent être mises en place ; les moyens automatiques et continus sont préférables (exemple : thermomètre enregistreur). Pour un suivi efficace des points critiques, les paramètres mesurés (exemple : température), les valeurs limites et les tolérances de dépassement doivent être fixés.

Les services vétérinaires doivent être tenus informés du plan HACCP mis en place. Celui-ci doit être rédigé clairement, révisé périodiquement, au moins à chaque modification du processus de fabrication.

Si un résultat laisse penser à un risque sanitaire grave, les services vétérinaires départementaux doivent être informés. Si le risque sanitaire encouru est majeur : le responsable doit également organiser le retrait du marché des denrées alimentaires concernées. Elles sont alors détruites, utilisées à des fins autres que la consommation humaine, ou retraitées de manière appropriée après autorisation des services vétérinaires.

L'entreprise est responsabilisée. Les petites entreprises ne sont pas obligées d'appliquer formellement un plan HACCP. L'identification des risques et leur réduction sont alors basées sur l'application d'un guide de bonnes pratiques hygiéniques validé par les autorités compétentes.

c. Les autocontrôles

Le plan HACCP prévoit également des autocontrôles à la charge du producteur ; ils consistent en des contrôles microbiologiques réalisés par un laboratoire public (laboratoire départemental) ou autre.

En début de production, il est recommandé d'en faire souvent. Si une bonne amélioration est obtenue, le laps de temps entre deux contrôles augmente progressivement [7]. Pour la fréquence des autocontrôles, le producteur peut se référer au guide bonnes pratiques hygiéniques (cf tableau n°29).

Ils revêtent un caractère obligatoire s'ils sont prescrits par la DSV. Ils sont facultatifs si le producteur ne procède qu'à la remise directe, mais ils sont néanmoins recommandés.

Une trace écrite ou enregistrée des résultats doit être conservée au moins deux ans.

Tableau n°29 : Fréquence des contrôles officiels et des autocontrôles en production laitière

Transformation journalière moyenne		Contrôles officiels	Autocontrôles
Bovins	Ovins, Caprins		
< 200 L	<100 L	1 par an	minimum 2 par an
200 à 500 L	100 à 200 L	2 par an	minimum 3 par an
> 500 L	> 200 L	3 par an	minimum 4 par an

D'après [46]

d. Les modalités de fonctionnement et d'équipement

Nous allons maintenant aborder les prescriptions réglementaires concernant les installations et le fonctionnement des établissements de préparation des denrées alimentaires.

On trouve dans les textes de loi :

- les prescriptions générales de fonctionnement et d'équipement des ateliers (installations de ventilation, d'éclairage, d'évacuation des eaux usées et sanitaires, d'alimentation en eau, des vestiaires, des lavabos et WC, etc... ; règles d'hygiène du personnel et de sa formation)
- ainsi que des prescriptions spécifiques aux locaux où les denrées alimentaires sont préparées, traitées, transformées.

Dans le tableau n°30 sont reportées les recommandations concernant les surfaces en contact avec les aliments et les dispositifs en vue du nettoyage et de la désinfection des outils et équipements de travail. On peut constater, comme dans le plan HACCP, qu'il n'y a désormais plus aucune obligation de moyens, mais seulement de résultats : les surfaces doivent être en bon état de propreté, faciles à nettoyer et à désinfecter. L'exploitant est libre de choisir les matériaux qui conviennent [cf annexe H].

Tableau n°30 : Quelques dispositions spécifiques aux locaux de préparation des denrées alimentaires

	Surfaces en contact avec les aliments	Dispositifs en vue du nettoyage et de la désinfection des outils et équipements de travail
Hygiène des denrées alimentaires	Bien entretenues. Faciles à nettoyer et désinfecter. En matériau lisse, lavable, non toxique *.	Faciles à nettoyer. Alimentés en eau chaude et froide. Résistants à la corrosion. Le lavage des denrées alimentaires est réalisé dans un évier à part alimenté en eau chaude et/ou froide selon les besoins, nettoyé régulièrement.
Remise directe	Bien entretenues. Faciles à nettoyer et désinfecter. En état permanent de propreté. Lisses *.	<i>Idem.</i> Moyens adéquats de nettoyage et désinfection.
Production laitière	<i>Faciles à nettoyer et désinfecter.</i> <i>Résistant à la corrosion.</i>	Suffisants. L'exploitation doit disposer d'équipement pour le nettoyage et la désinfection des citernes utilisées pour le transport. Ces opérations peuvent cependant être assurées hors de l'exploitation dans des installations appropriées.
Produits à base de viande	En bon état de propreté et d'entretien. Faciles à nettoyer et désinfecter. Résistant à la corrosion.	Eau 82°C pour le nettoyage des outils, ou autre système de désinfection approuvé par les SV. Equipements appropriés pour le nettoyage et la désinfection des moyens de transport. Non obligatoire si a lieu dans des installations agréées.
Salle d'abattage agréée palmipèdes gras		Peuvent se trouver dans un local adjacent.

* : sauf si l'exploitant peut prouver à l'autorité compétente que d'autres matériaux utilisés conviennent.

D'après [61], [28], [31], [33], [30]

Figurent en italique :

- pour la remise directe : les conditions ne concernant pas les activités non sédentaires ou occasionnelles de distribution ou de restauration.
- pour la production laitière : les dérogations accordés par le ministère de l'agriculture pour les établissements fabriquant [25] :
 - des fromages à durée de maturation supérieure ou égale à 60 jours
 - des produits à base de lait présentant des caractéristiques traditionnelles, c'est-à-dire des produits à base de lait dont l'existence est historiquement reconnue et remonte à au moins cinquante ans, ou des produits fabriqués selon des références techniques ou méthodes codifiées ou enregistrées en France par un syndicat professionnel ou une association représentative de producteurs, ou encore des produits protégés par un texte réglementaire de portée nationale. Les dérogations sont accordées uniquement si le respect des conditions imposées porterait atteinte aux caractéristiques traditionnelles de ces produits.

Ces dérogations sont accordées par le ministère de l'agriculture (DGAL) à titre individuel, voire à titre collectif pour l'ensemble des établissements fabriquant le même type de produits laitiers, si elles n'affectent pas l'hygiène de la production et à condition que les produits à base de lait soient conformes, lors de leur sortie de l'établissement, aux critères microbiologiques figurant dans l'annexe B de l'arrêté du 30/03/1994.

Les équipements doivent être constamment dans un état de propreté satisfaisant, et nettoyés, voire désinfectés régulièrement.

Le rythme et la nature des opérations de nettoyage et désinfection des caves d'affinage et des salles de maturation sont adaptés pour tenir compte de leur flore spécifique.

Une liste des produits présentant des caractéristiques traditionnelles est parue au Journal Officiel (avis du 27 mai 1997).

3. Réglementation concernant les marchés couverts et de plein air [53] [41]

Suite à une période dérogatoire de cinq ans, depuis le 16 mai 2000, tous les artisans ou agriculteurs vendant sur les marchés doivent remplir les exigences de l'arrêté du 9 mai 1995 concernant la remise directe, ce qui implique notamment une continuité dans la chaîne du froid. Ils ont donc souvent dû acquérir du matériel (exemple : plaques eutectiques, caisses

isothermes, meubles réfrigérés).

Les municipalités ont amélioré l'approvisionnement en eau et en électricité des marchés. (Le nettoyage des mains des personnes manipulant les denrées peut se faire dans des dispositifs collectifs). Mais il faut noter que les communes de moins de 2 000 habitants ne peuvent pas investir dans cette mise aux normes. Leurs marchés seraient ainsi voués à disparaître.

De nombreux agriculteurs se révoltent contre ces nouvelles normes (affinage cassé, surcoûts...). La Confédération Paysanne a créé le collectif « Sauvons nos marchés », qui regroupe une quinzaine d'associations. Une pétition a reçu plus de 50 000 signatures ; elle demande aux pouvoirs publics de suspendre l'application de cette réglementation, et de trouver des règles adaptées aux petits producteurs.

Une étude a été menée pour vérifier le bien-fondé sanitaire de cette nouvelle réglementation [15]. Elle montrait que les températures d'exposition des fromages étaient inférieures aux températures d'affinage ; elles apparaissaient donc injustifiées, et pouvaient en outre « casser » ce processus. La température d'exposition n'avait pas d'influence sur les numérations de *Staphylococcus aureus* et d'*Escherichia coli*.

Il semble toutefois opportun d'interpréter ces résultats avec prudence.

4. Réglementation concernant le transport [17] [24] [28] [61]

Les équipements de transport doivent être correctement entretenus et constamment maintenus en état de propreté. Leur utilisation ne doit pas constituer un risque de contamination pour les aliments. Ils doivent permettre si nécessaire le maintien des températures de conservation.

Ils sont conçus de manière à protéger les aliments contre toute contamination ou détérioration. Ils sont faciles à nettoyer et désinfecter. Leur revêtement intérieur doit être fait de matériaux résistant à la corrosion, imperméables, imputrescibles, faciles à nettoyer et désinfecter, n'entraînant pas d'altération organoleptique des denrées. Le dispositif de fermeture du véhicule, la ventilation et l'aération doivent permettre le transport à l'abri de toute souillure, poussière, insecte ou autre animal indésirable. La partie recevant les aliments ne doit pas communiquer avec la cabine du chauffeur ; à défaut, un récipient clos ou une porte maintenue fermée peuvent convenir.

Un plan HACCP est mis en place, avec des autocontrôles, notamment en ce qui concerne le nettoyage et la désinfection, le respect des températures, etc. Le transporteur se réfère aux

guides de bonnes pratiques hygiéniques.

Les produits dangereux, à haut risque ou les animaux vivants ne doivent pas être transportés dans ces véhicules. Des marchandises autres sont admises si une séparation physique et l'hygiène sont assurées.

Les denrées nues et conditionnées doivent être séparées. Les températures réglementaires doivent être assurées au cœur de la denrée. Si le véhicule transporte des aliments dont les températures de conservation sont différentes, la température la plus basse doit être respectée. Le compartiment doit être mis à température avant le chargement. Des thermomètres sont prévus sauf dans le cas d'une collecte ou distribution locale ou de faibles volumes ; ils doivent permettre l'enregistrement des températures pour les produits surgelés, viandes hachées et préparations à base de viande à l'état réfrigéré, congelé, surgelé.

Il existe différentes catégories de moyens de transport selon la sensibilité des denrées alimentaires : isotherme, réfrigérant, frigorifique... Cependant, pour des distances parcourues inférieures à 80 km, sans chargement ni déchargement intermédiaire, d'autres moyens conviennent tels qu'une glacière...si ceux-ci permettent le maintien des températures réglementaires, et qu'un plan HACCP est mis en place de manière à le vérifier.

Le personnel ne doit pas être malade, doit porter un vêtement propre et recevoir des instructions précises.

Le véhicule doit avoir reçu les attestations de conformités sanitaire et technique (concernant les températures). Le transporteur fait une demande auprès de la DSV pour recevoir un certificat sanitaire de transport, qui lui est accordé après inspection, ainsi qu'une marque apposée sur le véhicule. Avant tout transport, un document d'accompagnement doit être rempli, stipulant la nature, l'état des denrées, leur point de départ, leur destination.

5. Le coût de ces contraintes

Les exploitants doivent investir pour respecter ces contraintes, et mettre leur atelier aux normes sanitaires. Les ateliers de fabrication du miel et des confitures sont ceux qui demandent le moins d'investissements, puisque aucune réglementation sanitaire spécifique n'existe dans ce domaine. Puis viennent les fromageries, et enfin les ateliers de fabrication des produits à base de viande [12].

Conclusion

On est donc passé d'une obligation de moyens à une obligation de résultats, via un plan HACCP ou le respect d'un guide de bonnes pratiques hygiéniques. Les producteurs sont cependant souvent hostiles à cette nouvelle réglementation, et la considèrent comme inadaptée aux petites structures. Nombreux sont pourtant les exemples d'exploitants qui ont découvert un système qui les aide dans leur travail de tous les jours, et les sécurise.

Les producteurs craignent un renforcement illimité des règles sanitaires, crainte qui semble fondée puisqu'il semblerait qu'une directive doive être mise en place dans les prochains mois, imposant un plan HACCP à tous les producteurs [18].

B. Les textes relatifs à l'étiquetage

Comme vu dans la première partie, les produits « fermiers » élaborés par des producteurs indépendants, ne bénéficiant donc pas d'un signe officiel de qualité, sont exclusivement destinés à la remise directe au consommateur, ou à la vente à un détaillant local (commune voisine).

Cette disposition n'est cependant pas valable pour les fromages. On observe donc une disparité entre les produits.

Dans les zones peu peuplées, peu touristiques, ces modalités de vente ne sont pas suffisantes pour assurer la viabilité de l'exploitation. Les producteurs choisissant de vendre à des intermédiaires doivent-ils pour autant abandonner la mention fermière? Si les ventes ont lieu à plus de 80 km, l'agrément sanitaire devient de plus obligatoire.

Certaines réglementations paraissent injustifiées aux yeux des producteurs, notamment en ce qui concerne les marchés. Le durcissement des normes bactériologiques, mis en place pour assurer la sécurité alimentaire des consommateurs, entraîne des arrêts de production fermière. Une surenchère réglementaire entraînerait une normalisation des exploitations, et donc à terme la perte de la spécificité fermière, ainsi que des investissements continuels.

De nombreux obstacles réglementaires et sanitaires lourds de conséquences se dressent sur le chemin des producteurs fermiers¹⁴. Ils ont ressenti le besoin de réagir et de s'unir au-delà de leur individualisme.

¹⁴ D'après Danièle Capt, c'est parce qu'ils ont été accusés de concurrence déloyale que des normes contraignantes de transformation et de commercialisation, ainsi que des restrictions de leurs aires de marché leur ont été imposées [12].

II. Les solutions

A. Vers une signalétique commune ?

Plusieurs auteurs ont évoqué cette idée. Pascale Parisot plaide pour la définition d'un label « produits fermiers », contrôlé par un groupement qui définirait une politique commerciale permettant aux producteurs de conquérir de nouveaux marchés, géographiquement éloignés [64].

Daniel Simon, animateur national du réseau « produits fermiers », propose la création d'une catégorie de produits alimentaires certifiés « produits fermiers », sous un logo commun [14].

Louis Lagrange évoque le souhait de nombreux agriculteurs de disposer d'une marque, voire d'une surmarque commune « produits de la ferme », réglementée par un cahier des charges, un agrément et des contrôles [43].

Enfin, 22 chambres d'agriculture sur 61, dans le cadre d'une enquête de l'APCA, ont répondu favorablement au sujet d'une signalétique commune [2].

Nous allons voir dans les chapitres suivants deux propositions concrètes : le réseau « Bienvenue à la Ferme » déjà en place de l'APCA et la proposition de création de cahiers des charges fermiers de la FNAPF.

B. Le réseau « Bienvenue à la Ferme »¹⁵ de l'APCA

Le réseau « Bienvenue à la Ferme » regroupe 4000 agriculteurs. Il est géré au niveau national par un service de l'APCA qui s'occupe du développement de la marque, de l'animation du réseau et du développement des relations avec les autres partenaires du tourisme rural. Aux plans régionaux et départementaux, des relais conseillent les agriculteurs, les forment à l'accueil, garantissent la qualité des produits et des activités par la délivrance d'un agrément et du logo, et s'occupent de la promotion du réseau : week-end portes-ouvertes en avril, édition de guides nationaux et régionaux répertoriant les adhérents, création récente d'un site internet.

Ce réseau propose tout un panel d'activités d'agrotourisme (cf tableau n°31), auxquelles correspondent des chartes spécifiques.

¹⁵ « Bienvenue à la Ferme » est une marque déposée à l'Institut National de la Propriété Industrielle.

Tableau n° 31: Les activités d'agrotourisme proposées par le réseau « Bienvenue à la Ferme »

Gastronomie	Ferme-auberge Goûter à la ferme Produits de la ferme
Loisirs	Ferme équestre Ferme pédagogique Ferme de découverte Chasse à la ferme
Hébergement	Ferme de séjour Camping à la ferme

D'après [1]

La charte « Bienvenue à la Ferme, produits de la ferme » a été révisée en juin 2000 [cf annexe I]. Elle exige une qualité supérieure au minimum réglementaire, ainsi qu'une spécificité fermière caractérisée par des modes de production et de transformation traditionnels, et un contact particulièrement développé lors de la vente, qui aura toujours au moins lieu à la ferme. Les produits vendus à la ferme revêtent tous la marque et proviennent principalement de l'exploitation. Des fiches techniques imposent les critères minimaux requis en terme de durée, de conditions d'élevage, de type d'alimentation pour les productions animales.

Les agriculteurs regroupés sous cette marque commune versent une cotisation annuelle, et bénéficient en retour d'une promotion au plan national, de panneaux de signalisation, et d'un logo commun représentant une fleur. L'étiquetage des produits doit revêtir les nom et adresse du producteur, ainsi que ce logo.



C. Les propositions de la FNAPF

1. Historique

Devant le manque de reconnaissance général des producteurs fermiers, ceux-ci ont ressenti un besoin d'organisation collective [60]. Lors des troisièmes rencontres nationales des producteurs fermiers à Dijon en avril 1998, organisées par la Fédération Nationale des Centres d'Initiative et de Valorisation de l'Agriculture en Milieu rural (FNCIVAM), la FNAPF est créée. C'est la seule structure nationale essentiellement centrée sur la production fermière. Son but est de faire connaître et reconnaître les producteurs fermiers, de les représenter et de les défendre au niveau national. Elle adopte la charte nationale d'engagement des producteurs fermiers, qui n'est pas une charte de qualité (qui dépendrait d'un cahier des charges et de contrôles formels), mais plutôt une preuve de la volonté des producteurs de s'engager dans une démarche où ils s'impliquent moralement face au consommateur, et instaurent avec lui un lien de confiance. Cette charte, qui informe les consommateurs sur le mode de production fermière, est en fait un condensé de chartes plus locales et plus techniques. Elle a plusieurs points communs avec les propositions de l'APCA. Elle est reconnue par des organismes nationaux comme l'Association Nationale pour le Développement Agricole (ANDA) et l'APCA, même si ceux-ci ne participent pas à sa mise en œuvre.

Au sixième salon national Paris Fermier en octobre 1998, le premier article du règlement pour les exposants leur impose de respecter la charte. Le catalogue du salon diffuse la charte auprès des consommateurs. Au salon des producteurs fermiers du Massif Central en novembre 1998, elle est affichée dans tous les stands, et signée par le producteur : l'information est visible et lisible pour les consommateurs. Ceux-ci peuvent contrôler l'engagement du producteur en le questionnant. C'est un moyen pour eux de mieux discerner la spécificité des produits fermiers et des producteurs fermiers, et pour ces derniers de mieux s'identifier.

L'engagement personnel du producteur ne serait-il pas un nouveau signe de qualité ? Le consommateur dispose là d'une garantie de la qualité et de l'éthique des produits fermiers.

2. La charte nationale d'engagement des producteurs fermiers

Les représentants des associations de producteurs fermiers réunis à Dijon ont retenu huit points essentiels permettant d'identifier les « vrais » producteurs fermiers :

1. Les producteurs fermiers sont des agriculteurs en activité, inscrits à la Mutualité Sociale Agricole (MSA).
2. Ils sont producteurs et transformateurs de leur matière première, et vendeurs de leurs produits.
3. Les matières premières principales et discriminantes du produit sont issues exclusivement de leurs fermes. En cas d'ateliers en commun, chaque producteur retrouve dans son produit fini sa propre matière première. Le façonnage est uniquement admis pour les interventions techniques ne modifiant pas les caractéristiques du produit. Il reste sous la maîtrise et la responsabilité du producteur.
4. Les producteurs fermiers élaborent leurs produits de façon non industrielle dans des ateliers de taille limitée. Ils participent ainsi à chaque étape du processus de fabrication du produit.
5. Ils gardent la responsabilité de producteur-transformateur-vendeur jusqu'à la présentation finale du produit.
6. En dehors du cadre de la vente directe, leurs nom et adresse sont obligatoirement inscrits sur le produit (dans une logique de transparence) sans surmarque du distributeur. Ainsi le produit est identifié au producteur et au territoire.
7. Ils appliquent la réglementation en vigueur, sous la responsabilité des services compétents. Ils s'engagent à respecter un cahier des charges descriptif par produit.
8. Ils travaillent dans une perspective d'agriculture durable et respectueuse de l'environnement.

3. Les cahiers des charges fermiers

Selon une enquête de l'APCA menée en 1998, les cahiers des charges sont rares ; s'ils existent, ils ne consistent souvent qu'en un document intérieur, sans contrôle externe. Celui-ci n'est ni envisagé, ni souhaité.

Dans le cadre de la préparation du « décret fermier », la FNAPF propose que tout producteur devra adhérer à un cahier des charges fermier. Celui-ci s'inscrira dans le cadre d'une AOC ou d'un Label Rouge préexistant, ou sera élaboré par une organisation de producteurs sous forme

d'une Certification de Conformité Produit.

Ces cahiers des charges devront être conformes à la charte nationale d'engagement des producteurs fermiers (cf supra). Ils concerneront une production donnée dans une région donnée. Ils devront imposer des méthodes non industrielles favorisant l'expression du terroir : espèces adaptées, densités faibles, le tout permettant un équilibre harmonieux avec le milieu naturel. Les OGM sont interdits pour les cultures et l'alimentation des animaux. Les farines animales, hormones, antibio-supplémentation sont interdites. La production fermière doit se faire dans le respect de l'environnement et du bien-être animal. La transformation doit mettre en évidence la qualité des matières premières sans correction ni masquage artificiels.

Certains redoutent l'introduction de nouveaux coûts liés aux contrôles par des organismes tiers, au risque de perdre l'intérêt économique de cette activité [57]. Une solution serait le contrôle interne dans un premier temps, à l'instar du groupe de produits fermiers basques « Idoki ».

Il sera nécessaire de maintenir une certaine cohérence au niveau national entre tous les cahiers des charges ainsi créés. C'est pourquoi la FNAPF prévoit la création de commissions d'organisation.

4. Les commissions d'organisation

Des propositions ont été faites pour mettre en place une commission nationale des producteurs fermiers. Elle serait composée à 50% de représentants des organisations de producteurs fermiers, à 25% de personnes du ministère de l'agriculture, de la pêche et de la forêt, et à 25% de représentants d'organisations de consommateurs et d'associations de défense de l'environnement. Elle définirait les critères à respecter pour obtenir le statut de producteur fermier (plafond de production, degré d'autonomie alimentaire : cf supra) et validerait les cahiers des charges fermiers.

Des commissions départementales seraient créées, présidées par la Direction Départementale de l'Agriculture et de la Forêt ; y participeraient également les Directions Départementales de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DDCCRF), les organismes de producteurs fermiers, les chambres d'agriculture et les représentants d'organisations de consommateurs et d'environnementalistes. Elles décideraient d'adaptations locales des plafonds de production et des degrés d'autonomie alimentaire en fonction des

contraintes du milieu. Ces décisions devront être agréées par la commission nationale, afin de permettre une cohérence au niveau national.

Par ces propositions, la FNAPF souhaite doter les produits fermiers d'un signe officiel de qualité, et ainsi en faire une véritable filière organisée, un peu à l'image de l'Agriculture Biologique. Grâce à cette reconnaissance officielle, les producteurs pourraient accéder à des marchés plus étendus qu'actuellement.

Le réseau « Bienvenue à la Ferme » et les propositions de la FNAPF représentent deux conceptions distinctes, mais qui se rejoignent dans leur recherche d'organisation, d'officialisation et de reconnaissance de la production fermière. La différence principale réside dans le fait que la marque « Bienvenue à la Ferme » privilégie le contact avec le consommateur et donc la vente directe.

D. Les Contrats Territoriaux d'Exploitation

Les Contrats Territoriaux d'Exploitation (CTE) sont des contrats individuels passés entre un exploitant agricole et l'Etat. L'exploitant s'engage à réaliser sur son exploitation des objectifs économiques et environnementaux, sur une période de cinq ans. L'Etat s'engage de son côté à lui verser des aides financières. Le CTE doit de préférence s'inscrire dans un projet collectif, lié par exemple au territoire ou à une filière de production. Il s'adresse principalement, dans sa conception, aux petites exploitations.

Le CTE comprend une partie économique et liée à l'emploi (diversification des activités, accompagnement de l'installation d'un jeune agriculteur...), et une partie environnementale et territoriale (meilleure gestion des fertilisants et pesticides, plantation de haies...).

Ce nouvel instrument répond aux attentes de la société concernant l'emploi, la qualité et la sécurité des aliments, le respect de l'environnement et l'équilibre du développement territorial. Il s'inscrit dans le projet de développement durable mis en exergue dans la dernière PAC.

Un CTE collectif « produits fermiers » a été élaboré en Lozère par l'association « Trésors de nos Fermes », sur la base de la charte de la FNAPF, afin notamment de structurer cette filière, d'améliorer la qualité des produits et de développer l'accueil des clients.

CONCLUSION

Le consommateur ne sait pas toujours reconnaître les vrais produits fermiers. La disparité de la réglementation et l'absence de garanties ne l'aident pas, bien au contraire. Il est donc nécessaire et urgent de fixer les conditions d'utilisation de ce terme, de manière à réglementer la concurrence et à protéger le consommateur.

La production fermière est un segment de marché en croissance qui évolue vers le haut de gamme. Elle offre au consommateur des produits répondant à ses attentes. Pour les citadins, les produits fermiers symbolisent le passé de nos campagnes, leur enfance, ou leur procurent un dépaysement culturel dans le cadre de leurs vacances. Les consommateurs ruraux, quant à eux, inscrivent leur achat dans une logique traditionnelle de circuits courts. Il existe donc un réel potentiel pour la production fermière.

L'activité fermière offre au producteur diversification, compétitivité et valeur ajoutée. Elle représente une chance pour le monde agricole : c'est en effet par la diversité et la différenciation que l'agriculture peut résister à la mondialisation des échanges et ainsi se soustraire partiellement à la logique de baisse des prix.

La production fermière est économiquement viable, ne remet pas en cause les ressources naturelles pour les générations futures, contrairement à l'agriculture conventionnelle, et représente un outil d'aménagement du territoire. Elle s'inscrit donc bien dans le concept d'agriculture durable.

Dans son rapport pour le compte du Conseil National de l'Alimentation (CNA), Bertil Sylvander estime difficile de codifier le mode de production fermière, ainsi que les caractéristiques du produit final. Il rapporte que la Commission Nationale des Labels et Certifications de conformité (CNLC) ne souhaite pas créer un nouveau signe officiel.

Le CNA, qui n'avait pas été consulté au sujet du décret « fermier » jusqu'en 2001, estime important de définir un concept général unique de « produit fermier », qui puisse être aisément cerné par le consommateur. Il souhaite que ce décret ne porte préjudice ni aux produits sous AOC, ni aux produits sous Label Rouge, ni enfin aux produits sans signe officiel. Devant le manque d'unanimité des propositions quant au dispositif de gestion des

produits fermiers, il estime une concertation encore nécessaire.

Le gouvernement quant à lui refuse de remettre en cause la législation actuelle sur les volailles fermières Label Rouge.

Le décret d'utilisation du terme « fermier », prévu pour début 2002, est toujours en préparation. Il reste à espérer qu'il apportera aux producteurs fermiers une reconnaissance officielle et un certain degré d'organisation.

AGREMENT ADMINISTRATIF

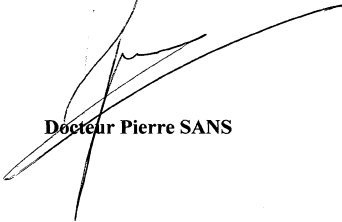
Je soussigné, M. BONNES, Directeur par intérim de l'Ecole Nationale Vétérinaire de Toulouse, certifie que
Mlle SAÏAG Carole, Léa, Lise, Marie
a été admis(e) sur concours en : 1996
a obtenu son certificat de fin de scolarité le : 9 juillet 2001
n'a plus aucun stage, ni enseignement optionnel à valider.

AGREMENT SCIENTIFIQUE

Je soussigné, Pierre SANS, Maître de Conférences de l'Ecole Nationale Vétérinaire de Toulouse,
autorise la soutenance de la thèse de :
Mlle SAÏAG Carole, Léa, Lise, Marie
intitulée :
"La production fermière en France : actualités et enjeux"

**Le Professeur
de l'Ecole Nationale Vétérinaire de Toulouse**

Docteur Pierre SANS



**Vu :
Le Directeur par intérim
de l'Ecole Nationale Vétérinaire de Toulouse**

Professeur Gilbert BONNES





**Vu :
Le Président de la thèse :**

Professeur Henri DABERNAT



**Vu le : 16 mai 2001
Le Président
de l'Université Paul Sabatier**

Professeur Raymond BASTID



BIBLIOGRAPHIE

1. ANONYME.
Tourisme à la ferme.
Bulletin agricole des Hautes-Pyrénées, juin 2000, 1310,14-16.
2. APCA.
Les produits fermiers.
Paris : APCA, 1998. 229 p. Collection « études et activités » des chambres d'agriculture.
3. BARBEZANT, M.
Les producteurs fermiers participent au développement des territoires.
In : Produits fermiers : des démarches collectives de développement, Cibeins, France, 8-10 mars 1994.
Paris : ADIR, 1994. 159-163.
4. BARBIN, G., COTTO, G., GUARRIGUES, B. pour l' Institut de l'élevage.
Les productions laitières fermières : une tradition qui se perd ou des systèmes porteurs d'avenir ?
Paris 12° : ACTA, 2000. 38 p.
5. BELLET, G., DE LA MARANDAIS, A., PAGIS, A., SCHMITT, C.
Le pays des fromages soucieux de sa renommée.
Bulletin d'information de la mutualité agricole, février 1999, 518, 38-40.
6. BERTRAND, M. pour l'INSEE.
Consommation et lieux d'achat des produits alimentaires en 1991.
INSEE Résultats, consommation et modes de vie, juillet 1997, 90, 118 p.
7. BOONE, A. pour le CNJA.
Produits fermiers : mode d'emploi pour les éleveurs. 1^e édition.
Issoudun : Laboureur, 1994. – 98 p.
8. BOULDE, B.
La transformation de porcs à la ferme : situation actuelle et perspectives.
Mémoire de fin d'études : Toulouse, ESAP : 2001. 88 p.
9. BRINBAUM, D., FOCQUE, F., LEUSIE, M., et al.
Les produits fermiers.
Chambres d'agriculture, juillet-août 1998, 867, 13-40.
10. CALMEJANE, C.
La vente directe, un choix qui séduit de plus en plus.
Jeunes agriculteurs, avril 1999, 538, 18-23.
11. CALMEJANE, C.
Agriculture et grande distribution, un partenariat difficile.
Jeunes agriculteurs, mai 1998, 528, 20-24.
12. CAPT, D.
Différenciation des produits de consommation finale et agriculture de service.
Economie rurale, novembre-décembre 1997, 242, 36-44.
13. CAPT, D., OBERGER, G., PEIFFER, A. et al.

Marchés des biens alimentaires fermiers et qualité.

In : la qualité dans l'agro-alimentaire, enjeux économiques et objets scientifiques, Paris, 26-27 octobre 1992.

14. CHANTEAU, J.P.

Comment définir la qualité fermière ?

In : Produits fermiers : des démarches collectives de développement, Cibeins, France, 8-10 mars 1994.

Paris : ADIR, 1994. 22-43.

15. DAVID, V., GUERIN, B.

Vente sur les marchés : température d'exposition et qualité sanitaire des fromages fermiers.

Réussir la chèvre, mai-juin 2001, 244, 31-33.

16. ETIENNE, S.

La fabrication fermière.

Réussir Pâtre, mai 1998, 454, 38.

17. FERNANDEZ, A.

Les règles du transport des produits alimentaires.

La France agricole, février 1999, p 55.

18. FNAPF.

Assemblée générale de la FNAPF.

L'info des producteurs fermiers, janvier 2002, 4, 2-4.

19. FNAPF.

Propositions sur les conditions d'utilisation du qualificatif "fermier".

L'info des producteurs fermiers, août 2001, 3, 2-9.

20. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche.

Loi du 4 janvier 2001 portant diverses dispositions d'adaptation au droit communautaire en matière de santé des animaux et de qualité sanitaire des denrées d'origine animale et modifiant le code rural.

Journal Officiel n°4 du 5 janvier 2001, p 214.

21. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche.

Arrêté du 10 juillet 2000 portant création et fixant les conditions de délivrance du certificat de spécialisation « production, transformation et commercialisation des produits fermiers ».

Journal Officiel n°193 du 22 août 2000, p 12818.

22. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche.

Loi du 9 juillet 1999 d'orientation agricole.

Journal Officiel n°158 du 10 juillet 1999, p 10231.

23. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche.

Note de Service DGAL du 14 avril 1999.

24. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche.

Arrêté ministériel du 20 juillet 1998 : conditions techniques et hygiéniques applicables au transport des aliments.

Journal Officiel n°180 du 6 août 1998, p 12044.

25. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche et de l'alimentation.

Arrêté ministériel du 10 février 1997 modifiant l'arrêté du 30 décembre 1993 relatif aux conditions d'installation, d'équipement et de fonctionnement des centres de collecte ou de standardisation du lait

et des établissements de traitement et de transformation du lait et des produits à base de lait et l'arrêté du 18 mars 1994 relatif à l'hygiène de la production et de la collecte du lait.

Journal Officiel n°56 du 7 mars 1997, p 3631.

26. FRANCE : Ministère de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation.

Arrêté ministériel du 2 août 1996 modifiant l'arrêté du 30 décembre 1993 relatif aux conditions d'installation, d'équipement et de fonctionnement des centres de collecte ou de standardisation du lait et des établissements de traitement et de transformation du lait et des produits à base de lait.

Journal Officiel n°190 du 15 août 1996, p 12400.

27. FRANCE : Ministère de l'agriculture, de la pêche et de l'alimentation.

Arrêté ministériel du 8 février 1996 fixant les conditions dans lesquelles certains établissements mettant sur le marché du lait traité thermiquement ou des produits laitiers peuvent être dispensés de l'agrément sanitaire.

Journal Officiel n°37 du 13 février 1996, p 2305.

28. FRANCE : Ministère de l'économie.

Arrêté ministériel du 9 mai 1995 : Hygiène des aliments remis directement au consommateur.

Journal Officiel n°114 du 16 mai 1995, p 8219.

29. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche.

Arrêté ministériel du 8 septembre 1994 fixant les conditions dans lesquelles certains établissements mettant sur le marché des viandes ou des produits à base de viande peuvent être dispensés de l'agrément sanitaire.

Journal Officiel n°218 du 20 septembre 1994, p 13419.

30. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche.

Arrêté ministériel du 14 janvier 1994 : conditions sanitaires auxquelles doivent satisfaire les établissements d'abattage de volailles.

Journal Officiel n°36 du 12 février 1994, p 2440.

31. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche.

Arrêté ministériel du 30 décembre 1993 : conditions d'installation, d'équipement et de fonctionnement des centres de collecte ou de standardisation du lait et des établissements de traitement et de transformation du lait et des produits à base de lait.

Journal Officiel n° 8 du 11 janvier 1994, p 606

32. FRANCE : Ministère de l'agriculture et de la pêche.

Arrêté ministériel du 19 novembre 1993 : Conditions sanitaires de production et de mise sur le marché des viandes fraîches de lapin et de rongeurs gibiers d'élevage.

Journal Officiel n°292 du 17 décembre 1993, p 17614.

33. FRANCE : Ministère des affaires européennes.

Arrêté ministériel du 22 janvier 1993 : conditions hygiéniques et sanitaires de production, de mise sur le marché et d'échanges de produits à base de viande.

Journal Officiel n° 63 du 16 mars 1993.

34. FRANCE : Ministère de l'économie.

Décret du 30 décembre 1988 : Décret portant application de la loi du 1er août 1905 sur les fraudes et falsifications en matière de produits ou de services et de la loi du 2 juillet 1935 tendant à l'organisation et à l'assainissement du marché du lait en ce qui concerne les fromages.

35. FRANCOIS, M., SYLVANDER, B., HOSSENLOP, J.

Typicité et mode de production : une typicité fermière ?

In : Socio-économie de produits labellisés d'origine dans la chaîne agro-alimentaire : aspects spatiaux, institutionnels et de coordination, Le Mans, 28-30 octobre 1999.

36. FRANCOIS, M.

Agro-alimentaire paysan européen. Un projet de recherche pour les produits transformés à la ferme.
In : Différenciation et qualité des produits alimentaires, Clermont-Ferrand, France, 15-16 mars 1995.
Clermont-Ferrand : ENITA, 1995. 73-78.

37. FRANCOIS, M.

Premiers éclairages sur l'activité fermière en France.
In : Produits fermiers : des démarches collectives de développement, Cibeins, France, 8-10 mars 1994.
Paris : ADIR, 1994. 119-126.

38. GAUDIOT, B.

En direct du terroir.
BIMA, janvier 1999, 1476, 14-17.

39. GERARD, P.

Produits fermiers : s'adapter aux normes.
La France agricole, avril 1999, 49-53.

40. GUINAMARD, C., CARMELLE-HOLTZ, E.

Fromagers fermiers : un travail pour trois métiers.
Réussir la chèvre, septembre-octobre 1998, 228, 18-23.

41. HOPQUIN, B.

Les nouvelles normes pour les marchés de plein vent inspirées par la NASA.
Le Monde, 20 mai 2000.

42. LAGRANGE, L., GIRAUD, G., TROGNON, L.

Les produits de terroir dans l'économie et le marketing alimentaires.
In : Economie et marketing alimentaires, Clermont-Ferrand, France, 20-21 juin 1997.
Paris : Tec et Doc, 1999. 137-147.

43. LAGRANGE, L.

Propos sur la production fermière ou problématique de la production fermière.
In : Différenciation et qualité des produits alimentaires, Clermont-Ferrand, France, 15-16 mars 1995.
Clermont-Ferrand : ENITA, 1995. 67-72.

44. LAGRANGE, L.

La commercialisation des produits agricoles et alimentaires. 2^e édition.
Paris : Tec et Doc, 1995. 447 p.

45. LE JAOUEN, J.C.

Les fromagers fermiers.
Réussir Pâtre, mai 1998, 454, 30-32.

46. LE JAOUEN, J.C. pour l'Institut de l'élevage.

Guide national des bonnes pratiques en production fromagère fermière. 1^e édition.
Montreuil-sur-Mer : Henry, 1993. 231 p.

47. LOUTREL, P.

Situation des pratiques collectives dans l'activité fermière.
In : Produits fermiers : des démarches collectives de développement, Cibeins, France, 8-10 mars 1994.
Paris : ADIR, 1994. 131-138.

48. LOUTREL, P.
Produire à la ferme, c'est assurer 3 métiers : producteur, transformateur, vendeur.
In : Les produits fermiers prennent de la hauteur, Villefranche-de-Lauragais, France, 7-8 novembre 1990.
Paris : Procivam, 1991, 32-37.
49. MELET, I., SYLVANDER, B.
L'agro-alimentaire paysan européen: enquêtes de marchés en Allemagne, Belgique, France, Grande-Bretagne.
Toulouse : ESR, 1995. 182 p. N° 95-01 P.
50. MELET, I., SYLVANDER, B.
La distribution des produits fermiers dans les GMS. Une enquête en région Midi-Pyrénées.
Toulouse : ESR, 1991. 145 p. N° 91-02.
51. MINISTERE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PECHE (page consultée le 23 avril 2002). Site du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, [en ligne]. Adresse URL : <http://www.cte.agriculture.gouv.fr/01/index.php>.
52. MINISTERE DE L'AGRICULTURE ET DE LA PECHE.
Recensement général de l'agriculture 2000. L'essentiel France métropolitaine par département.
Paris : Agreste, 2001. 4 vol.
53. NAIRAUD, D.
Mise en conformité des marchés en matière d'hygiène.
Notre alimentation, juin 2000, p 4.
54. PINEL, J.F.
Le développement des circuits courts de commercialisation des produits agricoles avec l'appui des coteaux de Gascogne.
Purpan, avril-juin 1997, 183, 120-123.
55. POUZET, C-H.
Des fromages fermiers toute l'année.
La France agricole, novembre 1999, 42-43.
56. SENAT (page consultée le 3 mars 2001). Site du sénat, [en ligne]. Adresse URL : http://www.senat.fr/Extense/bin/nph-cgi_view.cgi?file.
57. SERRE, G.
Produits fermiers : quelle identité ?
L'information agricole, septembre 1996, 692, 46-48.
58. SYLVANDER, B. pour le CNA.
Avis sur la notion de la qualité. 2001. 47p.
59. SYLVANDER, B.
Le marché de l'agro-alimentaire paysan : situation actuelles et perspectives.
Castanet-Tolosan : INRA, 1989. 186 p.
60. TRINTIGNAC, S., MARTY, F., DIETSCH, M., PILANDON, M.T.
Produits fermiers: l'engagement des producteurs comme signe de qualité. Exemple de la charte nationale des producteurs fermiers.
In : Signes officiels de qualité et développement agricole, Clermont-Ferrand, France, 14-15 avril 1999.



Paris : Tec et Doc, 1999. 333-338.

61. UNION EUROPEENNE : Conseil des communautés européennes.

Directive du 14 juin 1993 : hygiène des denrées alimentaires.

Journal Officiel des communautés européennes n° L 175 du 19 juillet 1993, p 1.

62. UNION EUROPEENNE : Conseil des communautés européennes.

Règlement du 26 juin 1990 : normes de commercialisation pour les volailles.

Journal Officiel des communautés européennes n° L 173 du 06 juillet 1990, p 1.

63. UNION EUROPEENNE : Conseil des communautés européennes.

Règlement du 26 juin 1990 : normes de commercialisation applicables aux œufs.

Journal Officiel des communautés européennes n° L 173 du 06 juillet 1990, p 5.

64. YOU, G.

La vente collective de produits fermiers se conjugue au pluriel.

In : Produits fermiers : des démarches collectives de développement, Cibeins, France, 8-10 mars 1994.

Toulouse : ADIR, 1994. 60-71.

ANNEXES

ANNEXE A : Opérations non admises pour la fabrication des fromages fermiers
(techniques « industrielles ») :

- ultrafiltration du lait
- emploi de lait concentré, en poudre, ou de protéines laitières ou sériques
- délactosage sauf pour les pâtes pressées non cuites, mi-cuites ou cuites
- enzymes coagulantes d'origine fongique ou microbienne. Seule la présure animale, ou des coagulants végétaux pour certains types de fromages sont admis.
- addition de sorbate dans les fromages frais (conservateur) ; coagulation en continu avec injection de présure
- moulage des caillés en boudineuses mécaniques
- affinage sous film ou atmosphère contrôlée pour accélérer l'opération d'affinage.

Liste non limitative.

Techniques modernes admises pour les fromages fermiers :

- addition de CaCl dans le lait
- pasteurisation du lait
- levains lactiques du commerce pour acidification du lait
- utilisation de multimoule
- ensemencement du lait ou des fromages par suspension de spores pour l'affinage
- utilisation des sels de fonte pour les fromages fondus
- utilisation de rocou pour colorer la mimolette fermière
- utilisation de chlorhydrate de lysozyme (contre le gonflement d'origine butyrique) dans les pâtes pressées cuites ou non.
- traitement des croûtes non consommées (fromage à pâte pressée) avec de la pimarinine.

Annexe B :

Règlement (CEE) n° 1538/91 de la Commission, du 5 juin 1991, portant modalités d'application du règlement (CEE) n° 1906/90 du Conseil établissant des **normes de commercialisation pour les volailles**, modifié par le règlement (CEE) n° 2891/93 de la Commission du 21 octobre 1993.

Journal officiel n° L 143 du 07/06/1991 p. 0011 – 0022.

Journal officiel n° L 263 du 22/10/1993 p. 0012 – 0030.

Article 10

1. Pour indiquer les modes d'élevage, à l'exception des modes d'élevage organiques ou biologiques, les expressions ci-après et les termes correspondants dans les autres langues de la Communauté énumérés à l'annexe III ne peuvent apparaître sur l'étiquetage au sens de l'article 1er paragraphe 3 point a) de la directive 79/112/CEE que si les conditions définies à l'annexe IV du présent règlement sont réunies:

- a) « alimenté avec . . . % de . . . »;
- b) « élevé à l'intérieur - système extensif »;
- c) « sortant à l'extérieur »;
- d) « fermier - élevé en plein air »;
- e) « fermier - élevé en liberté ».

ANNEXE IV

d) « Fermier élevé en plein air »

Ce terme ne peut être utilisé que si:

- la densité d'occupation du bâtiment par mètre carré de plancher n'excède pas:
 - pour les poulets : 12 sujets n'excédant pas au total 25 kg de poids vif. Toutefois, s'il s'agit de logements mobiles n'excédant pas 150 m² de plancher et restant ouverts la nuit, la densité d'occupation peut être portée à 20 sujets, étant entendu qu'elle ne peut excéder 40 kg de poids vif par mètre carré,
 - pour les chapons: 6,25 sujets (12 jusqu'à 91 jours) n'excédant pas au total 35 kg de poids vif,
 - pour les canards de Barbarie et de Pékin: soit 8 mâles n'excédant pas au total 35 kg de poids vif, soit 10 femelles n'excédant pas au total 25 kg de poids vif,
 - pour les canards mulards: 8 sujets n'excédant pas au total 35 kg de poids vif,
 - pour les pintades: 13 sujets n'excédant pas 23 kg au total de poids vif,
 - pour les dindes: 6,25 sujets (10 jusqu'à 7 semaines) n'excédant pas au total 35 kg de poids vif,
 - pour les oies: 5 sujets (10 jusqu'à 6 semaines), 3 sujets durant les 3 dernières semaines de l'engraissement s'ils sont élevés en claustration, n'excédant pas au total 30 kg de poids vif,
- la surface utilisable totale des bâtiments avicoles par site individuel d'élevage n'excède pas 1 600 m²,
- chaque bâtiment avicole ne compte pas plus de:
 - 4 800 poulets,
 - 5 200 pintades,
 - 4 000 canards de Barbarie ou de Pékin femelles, 3 200 canards de Barbarie ou de Pékin mâles ou 3 200 canards mulards,
 - 2 500 chapons, oies et dindes,
- le bâtiment est muni de trappes de sortie d'une longueur combinée d'au moins 4 m par 100 m² de surface du bâtiment,

- les volailles ont accès en permanence pendant la journée à un parcours extérieur, au moins à partir de l'âge de:
 - six semaines pour les poulets et chapons,
 - huit semaines pour les canards, oies, pintades et dindes,
- le parcours extérieur est recouvert en majeure partie de végétation et représentant au moins:
 - 2 m² par poulet, canard de Barbarie ou de Pékin, ou pintade,
 - 3 m² par canard mulard,
 - 4 m² par chapon, à partir du 92^e jour (2 m² jusqu'à 91 jours),
 - 6 m² par dinde,
 - 10 m² par oie.

Pour les pintades, le parcours extérieur peut être remplacé par une volière dont la surface de plancher soit au moins le double de celle du bâtiment et la hauteur d'au moins 2 m. Chaque oiseau dispose d'au moins 10 cm de perchoir en total (bâtiment et volière).

- les oiseaux engraisés appartiennent à une souche reconnue comme étant à croissance lente,
- la formule d'aliment administrée au stade de l'engraissement contient au moins 70 % de céréales,
- l'âge minimal d'abattage est de:
 - 81 jours pour les poulets,
 - 150 jours pour les chapons,
 - 49 jours pour les canards de Pékin,
 - 70 jours pour les canards de Barbarie femelles,
 - 84 jours pour les canards de Barbarie mâles,
 - 92 jours pour les canards mulards,
 - 94 jours pour les pintades,
 - 140 jours pour les dindes et oies à rôtir,
 - 95 jours pour les oies destinées à la production de foie gras et de magret.
- la finition en claustration ne dépasse pas
 - pour les poulets de plus de 90 jours: 15 jours,
 - pour les chapons de plus de 125 jours: 4 semaines,
 - pour les oies et les canards mulards de plus de 70 jours, destinés à la production de foie gras et de magret: 4 semaines.

e) « Fermier élevé en liberté »

L'emploi de ce terme répond aux mêmes critères que ceux définis au point d), à l'exception du fait que les oiseaux doivent avoir accès en permanence pendant la journée à un parcours extérieur illimité.

Annexe C : Cahier des charges Label Rouge Porc Fermier du Sud-Ouest (SCA Fipso)

- Génétique : truie Large White-Landrace, verrat Large White-Piétrain ou Large White, reproducteurs exclusivement issus du schéma Nucléus, CIA Inpig et semence Nucléus.
- Alimentation : organisme certificateur Qualisud pour les fabricants d'aliment.
Minimum : 50% de céréales, 70% de céréales plus issues de céréales, 10 UI de vitamines E par kg.
Maximum : 1.7% de la matière sèche d'acide linoléique, 100 mg de cuivre par kg.
Interdit : farine de viande, d'os et de poisson, huiles végétales et de poisson, manioc, eaux grasses, facteur de croissance antibiotique.
Origine : possible avec agrément et conservation de tous les documents, Actalim pour tout achat d'aliment du commerce.
- Médicaments vétérinaires : prescription vétérinaire obligatoire, fiche de suivi sanitaire tenue à jour, sulfamidine interdite, tranquillisants interdits 48 heures avant le départ, frappe 5 X pour porc malade et aiguilles cassées, armoire à pharmacie et réfrigérateur obligatoires.
- Hygiène : trempage, nettoyage, désinfection des salles et vides sanitaires des salles, vide sanitaire des parcs de 35 semaines pour 120 porcs par hectare et 8 semaines pour 60 porcs par hectare.
- Origine des porcelets : naisseur agréé PFSO.
- Identification : tatouage à l'oreille, avant la 11^e semaine : n° TVA, n° semaine de naissance, logo PFSO, si le porcelet provient de l'extérieur n° TVA du naisseur sur l'autre oreille.
- Production : mise en plein air au plus tard à la 17^e semaine (une évolution du cahier des charges label rouge pourrait imposer prochainement 13 semaines), âge à l'abattage : minimum 182 jours.
- Mise à jeun : 12 heures minimum modulables à la hausse si problèmes, tri et durée de stockage respectés avant le départ.
- Traçabilité : conservation de tous les documents d'enregistrement, factures, ordonnances, bons de livraison, DSA, pendant 2 ans.

Annexe D : Charte des producteurs fermiers en Palmipèdes Gras

La Charte des producteurs fermiers en Palmipèdes Gras reprend les 8 points de la Charte Nationale. En ce qui concerne la taille des ateliers, il a été établi comme principe que le nombre de salariés de l'exploitation ne devait pas dépasser le nombre d'exploitants afin de pouvoir garder la maîtrise de la production.

PARTIE ELEVAGE:

Il sera tenu une fiche d'élevage.

Alimentation :

- ☞ 60% de céréales minimum
- ☞ si l'alimentation n'est pas produite sur l'exploitation, il faudra respecter un cahier des charges où la composition est garantie et contrôlable.
- ☞ les farines animales sont prohibées
- ☞ sont interdits les activateurs de croissance, les colorants antioxydants, les antibiotiques.
- ☞ à partir du moment où les produits transgéniques seront identifiables, ils seront prohibés dans l'alimentation des palmipèdes.

Durée d'élevage :

- ☞ Pour les canards, la durée minimum d'élevage est de 13 semaines et le poids minimum est fonction de la race : 4 kg pour les mulards, 4.2 kg pour les barbaries, 3.8 kg pour les rouans.
 - ☞ Pour les oies, la durée minimum d'élevage est de 16 semaines. Il n'a pas été déterminé de critères de poids minimum.
- Il est évident qu'on peut toujours faire plus que ces critères qui ne sont que des minima.

Densité dans le bâtiment :

- ☞ 5 canards au m² maximum à partir de 3 à 8 semaines si barbarie.
- ☞ 5 canards au m² maximum si mulard.
- ☞ 2.5 oies au m² maximum.
- ☞ il faut un accès obligatoire à un parcours toujours enherbé.
- ☞ le vide sanitaire devra être de 21 jours minimum.
- ☞ débecage limité à la partie cornée et ne doit pas être une mutilation.

Prophylaxie :

- ☞ antibiotique autorisé exclusivement en cas de problème.
- ☞ vermifuge autorisé.
- ☞ vaccination admise.
- ☞ vitamines autorisées.

Taille des élevages :

La taille maximum des bandes sera de 800 canards par bâtiment. (Au delà, les parcs ne peuvent être maintenus enherbés.)

PARTIE GAVAGE :

Il est admis qu'on ne soit pas éleveur dans la mesure où on se fournit les canards dans la filière fermière suivant le cahier des charges établi ci-dessus. Cependant, le producteur est obligatoirement le gaveur.

Taille des ateliers :

- il est admis de transformer jusqu'à 1000 canards maximum par actif et par an avec une limite de 6000 canards par an quel que soit le nombre d'actifs sur l'exploitation.
- il est admis de produire jusqu'à 2000 canards maximum par actif et par an avec une limite de 6000 canards par an quel que soit le nombre d'actifs sur l'exploitation.

La mise en gavage ne peut se faire qu'à 13 semaines minimum pour les canards et 16 semaines pour les oies.

Le gavage doit être de 13 jours minimum pour les canards de race barbarie et de 11 jours minimum pour les mulards.

Le canard ou l'oie doit être gavé au maïs grain entier. Le maïs transgénique est interdit.

En ce qui concerne l'utilisation de la cage, le producteur se conformera à la réglementation CEE.

Les antibiotiques sont interdits au gavage.

Le producteur se conforme aux bonnes pratiques d'élevage, d'hygiène et de bien-être des animaux, il se préoccupera du recyclage des résidus.

Il sera tenu un registre du gavage par bande où seront mentionnés: provenance du canard ou de l'oie, provenance du maïs, jour d'abattage, taux de mortalité, traitements éventuels, liste des produits autorisés : maïs grain, bicarbonate, sel, ferments lactiques, argile, produits homéopathiques.

PARTIE TRANSFORMATION :

Le producteur doit participer aux différentes phases de la transformation y compris le plumage chez lui ou en CUMA. Possibilité de recourir à une aide pour des étapes techniques comme le dénervage du foie par exemple.

Sont exclus les abattoirs collectifs où il n'y a pas de suivi des travaux. Il est indispensable de suivre et d'être certain de retrouver sa marchandise.

Le producteur doit faire ses propres préparations culinaires selon les barèmes exigés.

La transformation se fait soit dans un atelier individuel, soit en CUMA. Dans une phase de démarrage de 3 ans maximum, il y a possibilité de transformer chez un particulier. Il y a traçabilité des produits tout au long de la transformation.

Pour les achats extérieurs, dans le cas où l'élément extérieur représente une part importante de la recette [exemples : terrine (le porc représentant plus de 40% du plat) ou cassoulet (où les haricots et la saucisse, s'il y a lieu, représentent un élément important de la recette)], il a été proposé que ces achats soient faits à des producteurs adhérents à une Charte ou bien dans le cas où il n'en existe pas, à des producteurs locaux.

PARTIE COMMERCIALISATION :

La vente de produits doit être assurée par le producteur.

Le souhait est de privilégier la vente en circuit court afin d'avoir un rapport direct avec le consommateur pour pouvoir lui garantir traçabilité et transparence. Le contact avec le consommateur est très important pour pouvoir maintenir la confiance, le prix et l'image du producteur fermier.

Dans le cadre d'un GIE, le producteur peut vendre les produits de ses collègues sur une foire par exemple à condition que tous les membres soient adhérents à la Charte des Producteurs Fermiers et précisent leurs conditions de travail.

Le producteur, sur le lieu de vente, doit s'engager à afficher la Charte et les éléments supplémentaires qui précisent ses conditions de travail.

Annexe E : L'agrotourisme dans les régions françaises

en % d'exploitations sur la région	Exploitations proposant une activité de restauration	Exploitations proposant l'hébergement	Exploitations proposant une restauration et un hébergement
Alsace	1	3	
Aquitaine	0.5	2.5	
Auvergne	0.5	1.5	
Bourgogne	0.4	1.3	
Bretagne	0.2	2	
Centre	0.3	1.5	
Champagne-Ardenne	0.2	0.6	
Corse	2	2.7	
Franche-Comté	0.6	1.6	
Ile-de-France	0.2	1.4	
Languedoc-Roussillon	0.7	2.4	
Limousin	0.5	2	
Lorraine	0.5	1.2	
Midi-Pyrénées	0.6	2.5	
Nord-Pas-de-Calais	0.2	1.4	
Basse-Normandie	0.3	1.9	
Haute-Normandie	0.3	1.8	
Pays de la Loire	0.2	1	
Picardie	0.3	0.8	
Poitou-Charentes	0.3	1.4	
PACA	0.7	3.4	
Rhône-Alpes	0.6	2.6	
Total France (1988)	0.45 (0.3)	1.9 (1.5)	0.3 (0.2)

D'après le RGA 2000

Annexe F : Achat au producteur ou à la ferme par familles de produits (en % sur le budget alimentaire des ménages) en 1991

	Moyenne nationale	Régions	Habitat (type de commune)
Boulangerie Pâtisserie Confiserie	0.16	Sud-Ouest : 0.7 Méditerranée : 0.29 Centre-Est : 0.27	< 100 000 habitants : 0.26 rurales : 0.23
Epicerie	0.06	Bassin Parisien : 0.35	rurales : 0.23
Crémerie	1.84	Nord : 3.17 Bassin Parisien : 2.73 Est : 2.6 Ouest : 2.41 Sud-Ouest : 2.36	rurales : 3.74
Fruits, légumes	1.75	Nord : 4.5 Bassin Parisien : 3.36 Ouest : 2.18	rurales : 3.04 < 100 000 habitants : 2.26
Charcuterie	0.79	Centre-Est : 2.49 Méditerranée : 1.77 Nord : 1.66	100 000 et + : 1.32 rurales : 0.79
Boucherie	1.09	Est : 5.09 Bassin Parisien : 2.83 Nord : 2.79 Autres : 0	100 000 et + : 3.41
Volailles Lapins Gibier	8.48	Sud-Ouest : 21.35 Bassin Parisien : 14.76 Nord : 12	rurales : 13.74 < 100 000 habitants : 10.20
Poissons, coquillages, crustacés	0.76	Ouest : 1.62 Sud-Ouest : 1.33	rurales : 1.24
Surgelés	0	0	0
Boissons	3.83	Bassin Parisien : 6.59 Méditerranée : 6.43 Région Parisienne : 5.95	UU de Paris sauf Paris : 7.81 UU de Paris : 6.05
<i>Ensemble</i>	1.53 1969 : 2.5 1979 : 2.4 1989 : 1.4	<i>Bassin Parisien : 2.5 Sud-Ouest : 2.17 Nord : 1.99 Est : 1.52 Ouest : 1.33 Méditerranée : 1.20 Centre-Est : 1.17 Région Parisienne : 0.86</i>	<i>Rurales : 1.99 100 000 et + : 1.60 <100 000 : 1.52 UU de Paris sauf Paris : 1.07 UU de Paris : 0.86 Paris : 0.16</i>

D'après [6]

Annexe G : Situation de la mise aux normes sanitaires de la fromagerie et statut sanitaire des fromageries

	Situation de la mise aux normes				Statut sanitaire					
	Faite	Prévue	Non prévue	Non renseigné	Agrément obtenu	Demande d'agrément en cours	Dispense d'agrément	Vente directe	Hors normes	Non renseigné
Caprines										
C1	18%		82%		4.5%		9%	54.5%	32%	
C2	61.5%	10%	25.5%	2.5%	31%	13%	38%	18%		
C3	52%	12%	36%		21%	6%	42%	21%		9%
C4	68%	24%	8%		40%	20%	32%	8%		
C5	88%	6%	6%		62.5%	12.5%	19%	6%		
C6	82%		18%		73%	9%	9%		9%	
C7	100%				90%	10%				
Mixtes	62.5%	12.5%	21%	4%	29%	8%	42%	21%		
<i>Total caprins</i>	<i>62%</i>	<i>9%</i>	<i>28%</i>	<i>1%</i>	<i>36%</i>	<i>10%</i>	<i>29%</i>	<i>19%</i>	<i>4%</i>	<i>2%</i>
<i>Extrapolation nationale</i>	<i>55%</i>	<i>7%</i>	<i>37%</i>	<i>1%</i>	<i>28%</i>	<i>10%</i>	<i>28%</i>	<i>24%</i>	<i>9%</i>	<i>1%</i>
Bovines										
B1	29%	24%	41%	6%	17.5%	6%	12%	47%	17.5%	
B2	50%	14%	27%	9%	18%	13.5%	23%	41%		4.5%
B3	81%	6%	13%		63%	6%	12%	19%		
B4	76%	24%			65%	29%			6%	
<i>Total bovins</i>	<i>58%</i>	<i>17%</i>	<i>21%</i>	<i>4%</i>	<i>39%</i>	<i>14%</i>	<i>13%</i>	<i>28%</i>	<i>6%</i>	
Ovines	76%	9.5%	9.5%	5%	62%	14%	14%	10%		

C₁ : très petits ateliers transformant moins de 10 000 litres par an

C₂ : petits ateliers spécialisés transformant entre 10 000 et 35 000 litres par an

C₃ : petits ateliers diversifiés transformant entre 10 000 et 35 000 litres par an

C₄ : ateliers moyens spécialisés transformant entre 35 000 et 70 000 litres par an

C₅ : ateliers diversifiés transformant entre 35 000 et 70 000 litres par an

C₆ : grands ateliers transformant plus de 70 000 litres par an

C₇ : vendeurs à des affineurs

M : fromagers mixtes

Annexe H : Modalités de fonctionnement et d'équipement des établissements de préparation des denrées alimentaires

Figurent en italique :

- pour la remise directe : les conditions ne concernant pas les activités non sédentaires ou occasionnelles de distribution ou de restauration.

- pour la production laitière : les dérogations accordés par le ministère de l'agriculture pour les établissements fabriquant [23] :
 - des fromages à durée de maturation supérieure ou égale à 60 jours

 - des produits à base de lait présentant des caractéristiques traditionnelles, c'est-à-dire des produits à base de lait dont l'existence est historiquement reconnue et remonte à au moins cinquante ans, ou des produits fabriqués selon des références techniques ou méthodes codifiées ou enregistrées en France par un syndicat professionnel ou une association représentative de producteurs, ou encore des produits protégés par un texte réglementaire de portée nationale. Les dérogations sont accordées uniquement si le respect des conditions imposées porterait atteinte aux caractéristiques traditionnelles de ces produits.

- pour les produits à base de viande : les dérogations, après autorisation du ministère de l'agriculture, pour les établissements n'ayant pas une structure et une capacité de production industrielles, c'est-à-dire une capacité de production inférieure ou égale à 7.5 tonnes de produits finis par semaine ou 1 tonne de foie gras transformé par semaine [32]. Ces établissements doivent respecter la marche en avant dans l'espace ou dans le temps, et la séparation des secteurs propre et souillé.

PRESCRIPTIONS GENERALES POUR LES LOCAUX	
Hygiène des denrées alimentaires [58]	Propres, en bon état d'entretien. Doivent pouvoir être nettoyés et désinfectés de manière convenable. Doivent prévenir l'encrassement, le contact avec des matériaux toxiques, le déversement de particules dans les denrées alimentaires, la formation de condensation et de moisissures indésirables sur les surfaces. Doivent pouvoir prévenir la contamination croisée entre denrées alimentaires, équipements, matériaux, eau, aération, personnel ainsi que les sources de contamination extérieure (insectes et autres animaux nuisibles).
Remise directe [26] Sauf abattage des volailles à la ferme	<i>Idem.</i> Doivent pouvoir prévenir la contamination <i>croisée entre aliments de niveaux hygiéniques différents.</i> <i>Si la préparation et la vente ont lieu dans le même local, elles doivent être séparées dans le temps, et les plans de travail doivent être nettoyés et désinfectés entre chaque opération.</i>
Production laitière [29] Sauf 100% de remise directe	Propres, en bon état d'entretien. Ne doivent pas constituer une source de contamination pour les denrées alimentaires. Conçus pour éviter toute contamination des denrées, notamment la contamination croisée du fait du matériel, de l'aération et du personnel. Les locaux doivent être de dimensions suffisantes pour que les activités s'y exercent dans des conditions hygiéniques convenables. Si besoin, ils sont séparés en zone sèche et zone humide, chacune avec des conditions de fonctionnement propres. Il y a au moins : <ul style="list-style-type: none"> - un local de fabrication - un local de conditionnement et d'emballage - des locaux distincts d'entreposage des matières premières* / produits finis / conditionnements et emballages - un local fermé à clé à disposition des services vétérinaires. } commun sous conditions spéciales * (réservé à cet usage si le lait ne subit pas de traitement thermique ou équivalent) Les locaux, matériel, outils et citernes sont réservés à l'élaboration du lait de consommation humaine et des produits à base de lait sauf autorisation. Ils sont nettoyés et désinfectés périodiquement suivant le plan HACCP. Les produits de nettoyage et de désinfection doivent être autorisés par la réglementation en vigueur, étiquetés ; leur utilisation doit être suivie d'un rinçage complet à l'eau potable. Ils doivent respectivement être stockés dans des locaux ou des armoires distincts (fermés à clé si substance toxique).
Produits à base de viande [31] Sauf 100% de remise directe	Les locaux doivent être de dimensions suffisantes pour que les activités s'exercent dans des conditions hygiéniques convenables ; ils doivent prévenir la contamination des denrées. Un local fermé à clé est réservé aux services vétérinaires ; un simple meuble fermé à clé suffit si leur présence permanente n'est pas requise. <i>Un local par tâche (sauf accord sous conditions particulières de la DSV), notamment pour l'entreposage respectif des matières premières et produits finis, emballés ou non.</i> Les produits de nettoyage et de désinfection doivent être autorisés par la réglementation en vigueur, étiquetés, leur utilisation doit être suivie d'un rinçage complet à l'eau potable sauf avis contraire. Ils doivent être stockés dans un local ou une armoire (fermé à clé si produit toxique). Ils ne doivent pas entraîner de contamination des denrées alimentaires. Les locaux, matériel et outils doivent être utilisés uniquement pour élaborer les produits pour lesquels l'agrément sanitaire a été accordé, sauf autorisation (produits destinés à la consommation humaine). Il est interdit de répandre de la sciure dans les locaux renfermant des denrées alimentaires. Le bois est autorisé dans les locaux de fumaison, salaison, maturation, saumurage, stockage, expédition quand cela est indispensable pour des raisons techniques, s'il n'y a pas de danger de contamination des denrées.
Salle d'abattage agréée palmipèdes gras [28]	Elle est située à la ferme d'engraissement, doit être séparée des locaux d'élevage et de dimensions suffisantes pour séparer d'une part l'étourdissement (par un procédé agréé sauf rite religieux) et la saignée (immédiate et complète) et d'autre part la plumaie (immédiate et complète) suivie éventuellement de l'échaudage. Les viandes doivent être réfrigérées dans les plus brefs délais. La chambre froide doit être attenante à la salle d'abattage ou située à proximité immédiate sur l'exploitation pour les salles installées avant le 01/07/93. Le transport des carcasses doit alors se faire de manière hygiénique. L'éviscération doit être réalisée dans les 24 h par un établissement agréé où elles subiront une inspection sanitaire. Lors du transport, les carcasses doivent être accompagnées d'un document spécifiant qu'elles proviennent d'une salle d'abattage agréée. Produits de nettoyage et de désinfection : cf abattoirs de volailles. Un convoyeur mécanique n'est pas nécessaire. Il est interdit de répandre de la sciure dans les locaux renfermant des denrées alimentaires.
Tueries de volailles [28] Tueries de lapins [30]	L'exploitant y abat uniquement des animaux issus de son propre élevage. Le local d'abattage doit être nettoyé et désinfecté aussi souvent que nécessaire et à la fin de chaque journée de travail. Les carcasses doivent être placées dans une enceinte réfrigérée avant la vente. Un numéro de recensement est attribué par les services vétérinaires et doit figurer sur les bagues et étiquettes portées sur les carcasses. Produits de nettoyage et désinfection conformes à la réglementation en vigueur.

	Vestiaires	Lavabos	WC
Hygiène des denrées alimentaires	En nombre suffisant.	En nombre suffisant. Avec eau chaude et froide ou prémélangée. Permettant le lavage et le séchage hygiéniques des mains. Distincts pour les mains et les denrées alimentaires.	Ne doivent pas donner directement sur les locaux où se trouvent les denrées alimentaires. En nombre suffisant.
Remise directe	<i>(ou penderies)</i> En nombre suffisant. Propres. Avant d'entrer dans les locaux de travail. Equipés d'une ventilation adéquate.	En nombre suffisant. Propres. Avec eau chaude et froide ou prémélangée. Permettant le lavage et le séchage hygiéniques des mains. Distincts pour les mains et les denrées alimentaires. Ventilation adéquate.	Ne doivent pas donner directement sur les locaux où se trouvent les denrées alimentaires. En nombre suffisant. Propres. Ventilation adéquate.
Production laitière	En nombre suffisant. Avec lavabos et WC. Murs et sols imperméables, faciles à nettoyer et désinfecter.	En nombre suffisant, respectivement dans les locaux de fabrication, de conditionnement et emballage, et les vestiaires. Avec eau chaude et froide ou prémélangée. Permettant le lavage et le séchage hygiéniques des mains. Avec produits ND. A commande non manuelle	Ne doivent pas donner directement sur les locaux où se trouvent les denrées alimentaires. En nombre suffisant.
Produits à base de viande	En nombre suffisant. Murs et sols lisses, imperméables, lavables. Avec lavabos et WC.	En nombre suffisant. Avec eau chaude et froide ou prémélangée ou procédé de nettoyage et désinfection sans eau suivant autorisation des SV départementaux. Permettant le lavage et le séchage hygiéniques des mains. Avec produits ND. A commande non manuelle	Ne doivent pas donner directement sur les locaux où se trouvent les denrées alimentaires.
Tueries de volailles Tueries de lapins		Avec eau chaude et froide. A commande non manuelle. Désinfectant. Essuie-mains à usage unique pour les tueries de lapins.	

	Ventilation	Eclairage	Evacuation des eaux usées et sanitaires	Alimentation en eau
Hygiène des denrées alimentaires	Suffisante, notamment dans les installations sanitaires. L'air ne doit pas aller de la zone contaminée vers la zone propre. L'accès aux filtres doit être aisé.	Suffisant.	Suffisante. Doit empêcher la contamination des denrées alimentaires.	Directive 80/778 CEE : l'alimentation en eau potable doit être suffisante. Pour la fabrication de glace, l'eau utilisée doit être conforme à cette même directive. L'eau non potable peut être utilisée pour la production de vapeur, la réfrigération, la lutte contre l'incendie... Les réseaux doivent être séparés, identifiables, sans raccordement ni reflux vers le système potable.
Remise directe	<i>Idem.</i> Ne doit pas être une source de contamination. Doit éviter la persistance des mauvaises odeurs.	Suffisant.	Suffisante. Doit empêcher la contamination des denrées alimentaires. L'évacuation doit être rapide.	<i>Idem.</i> Eau potable en quantité suffisante. La glace doit être fabriquée, manipulée et stockée dans des conditions prévenant toute contamination.
Production laitière	Suffisante. Doit si nécessaire permettre une bonne évacuation des buées.	Suffisant.	Doit satisfaire aux conditions de l'hygiène.	Idem.
Produits à base de viande	Suffisante. Doit si nécessaire permettre une bonne évacuation des buées.	Suffisant.	Doit répondre aux normes hygiéniques.	Idem.
Tueries de volailles Tueries de lapins			Le début des canalisations pour l'évacuation des eaux est équipé d'un siphon à panier. Ces canalisations débouchent dans le réseau public d'assainissement de la commune ou dans une fosse étanche, vidée aussi souvent que nécessaire. L'épandage s'effectue loin des puits et des maisons selon la réglementation en vigueur.	Eau potable pour le nettoyage et tous les besoins résultant des opérations d'abattage.

	Dispositions applicables aux denrées alimentaires
Hygiène des denrées alimentaires	<p>Aucun ingrédient ou matière première ne doit être contaminé par des parasites, micro-organisme pathogène, substance toxique le rendant impropre à la consommation humaine.</p> <p>Les matières premières, ingrédients stockés et denrées alimentaires doivent être conservés dans des conditions adéquates les protégeant contre toute détérioration néfaste ou contamination.</p> <p>S'il y a un risque de développement de micro-organisme pathogène ou de synthèse de toxine, les denrées doivent être stockées à des températures n'entraînant aucun risque pour la santé. Il est toutefois admis de soustraire les denrées réfrigérées à ces températures pour des périodes de courte durée quand cela s'avère nécessaire pour des questions pratiques de manutention lors de l'élaboration, du transport, du stockage, de l'exposition et du service, si la sécurité alimentaire est assurée.</p> <p>Les denrées alimentaires conservées et servies à basse température sont réfrigérées le plus tôt possible après un éventuel traitement thermique, ou après le dernier stade de l'élaboration.</p> <p>Les substances dangereuses ou non comestibles, y compris les aliments pour animaux, sont revêtus d'un étiquetage approprié et stockées dans des conteneurs sûrs, séparés.</p>
Remise directe	<p>Idem.</p> <p>L'entreposage des denrées sur le sol est interdit.</p> <p>Il est admis de soustraire aux températures recommandées, pour des périodes de courte durée :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les denrées réfrigérées quand cela s'avère nécessaire pour des questions pratiques de manutention lors de l'élaboration, du transport, du stockage, de l'exposition (en quantité limitée pour la remise immédiate) et du service, pour permettre le dégivrage des équipements. Le tout en accord avec les Guides de Bonnes Pratiques Hygiéniques. • les denrées congelées, surgelées, les glaces, crèmes glacées et sorbets dans la limite d'un écart de température de 3°C, lors du chargement, déchargement, aux interfaces entre l'élaboration, le transport, le stockage, lors de la présentation à la vente, et de l'exposition pour consommation immédiate des glaces et crèmes glacées. <p>Le réchauffage des denrées réfrigérées doit se faire rapidement pour assurer la sécurité alimentaire.</p> <p>Les aliments présentés non protégés doivent être tenus à l'abri de la pollution qui pourrait résulter de la proximité des consommateurs ou de leurs manipulations.</p> <p>GBPH.</p> <p>La décongélation doit se faire à l'abri des contaminations dans une enceinte réfrigérée (0 à +4°C). Les denrées sont présentées réfrigérées pendant une période limitée, et ne peuvent être recongelées.</p> <p>Les conserves de denrées de pH 4.5 sont appertisées dans des autoclaves et stérilisateur conformes au décret du 10/02/1955, équipés de thermomètres à mercure à lecture directe étalonnés ou d'un autre système fiable étalonné régulièrement. Des dispositions sont prises pour enregistrer les températures en fonction du temps.</p> <p>Le déconditionnement des produits en vue du tranchage et du service est fait au fur et à mesure des besoins, en quantités réduites, dans des conditions prévenant toute contamination. Les denrées microbiologiquement très périssables doivent être protégées de toute contamination pendant le stockage et la mise en vente.</p>
Produits à base de viande	<p>Les matières premières et ingrédients ne doivent pas entrer en contact avec le sol ni entre eux.</p> <p>+ art 36 à 38.</p>

	Equipements en contact avec les denrées alimentaires.
Hygiène des denrées alimentaires	Propres. Doivent limiter au maximum le risque de contamination. Doivent permettre le nettoyage et la désinfection. Doivent permettre le nettoyage de la zone environnante.
Remise directe	<i>Idem.</i>
Production laitière	<i>Lors du chargement et du déchargement, les équipements doivent permettre la manutention hygiénique des denrées alimentaires non emballées, non conditionnées. Les équipements et outils destinés à entrer en contact avec les denrées alimentaires doivent être faciles à nettoyer et désinfecter et résistants à la corrosion.</i>
Produits à base de viande	Lors du chargement et du déchargement, les équipements doivent permettre la manutention hygiénique des denrées alimentaires non emballées, non conditionnées. Les palettes en bois sont réservées aux produits emballés. Les métaux galvanisés sont autorisés dans les locaux de dessiccation des jambons et saucissons, s'ils ne sont pas corrodés et pas en contact avec les produits à base de viande.
Salle d'abattage agréée palmipèdes gras	Les équipements pour la manipulation des volailles vivantes et des viandes fraîches doivent être en bon état de propreté, nettoyés et désinfectés plusieurs fois par jour, à la fin de la journée de travail, et après toute souillure. Cages résistant à la corrosion, faciles à nettoyer et désinfecter. Nettoyées et désinfectées dès qu'elles sont vidées. Les locaux, matériels de travail, outils ne doivent pas servir à un autre usage sauf s'ils sont nettoyés et désinfectés avant leur réutilisation.
Tueries de volailles Tueries de lapins	Les installations, le matériel, les ustensiles nécessaires aux opérations d'abattage sont réservés à ces seul usage. Ils doivent être nettoyés et désinfectés aussi souvent que nécessaire, au moins à la fin de chaque journée de travail.

	Déchets alimentaires
Hygiène des denrées alimentaires	Entreposés dans un local sans denrée alimentaire, sauf quand le bon fonctionnement de l'exploitation l'exige. Stockés dans des conteneurs avec fermeture (sauf si d'autres types de conteneurs conviennent) , bien entretenus et faciles à nettoyer et désinfecter. L'aire de stockage doit être propre en permanence, et ne doit pas entraîner de contamination des denrées alimentaires, de l'eau potable, des équipements ou des locaux. Elle ne doit pas être accessible aux nuisibles et insectes.
Remise directe	<i>Idem.</i> Les déchets ne doivent pas être jetés sur le sol.
Production laitière	Récipients spéciaux étanches et inaltérables.
Produits à base de viande	Stockés dans des conteneurs spéciaux en matériau inaltérable, avec un couvercle et un système de fermeture Ou dans un local spécifique fermé à clé.
Salle d'abattage agréée palmipèdes gras	Les plumes et autres sous-produits impropres à la consommation humaine doivent être immédiatement évacués des locaux de travail par un dispositif répondant aux normes de l'hygiène.
Tueries de volailles Tueries de lapins	Doivent être stockés dans un ou plusieurs récipients à couvercle : les intestins, les déchets d'abattage, les carcasses et abats impropres à la consommation humaine. Un ou plusieurs récipient(s) est (sont) réservé (s) à la collecte du sang, qui ne doit pas se répandre au sol. Tous ces déchets sont envoyés à l'équarrissage, ou à défaut sont additionnés de chaux pour servir de compost.

Hygiène du personnel	
Hygiène des denrées alimentaires Remise directe	<i>Niveau élevé de propreté personnelle. Vêtements de protection propres adaptés. Si un employé est atteint d'une maladie pouvant être transmise par les aliments, de diarrhée, ou s'il a une plaie infectée, une infection ou une lésion cutanée, il n'est pas autorisé à travailler dans la zone de manutention des denrées alimentaires.</i>
Production laitière	Plus parfait état de propreté. Coiffure propre enveloppant complètement la chevelure. Vêtements de protection propres adaptés Se laver les mains autant que besoin, au moins à chaque reprise du travail et en cas de contamination. Les blessures cutanées doivent être protégées par un pansement étanche. Il est interdit de fumer, cracher, boire, manger dans les locaux de travail.
Produits à base de viande	Plus parfait état de propreté. Vêtements de travail appropriés et propres. Se laver les mains autant que besoin, au moins à chaque reprise du travail et en cas de contamination. Les blessures aux mains doivent être protégées par un pansement étanche. Il est interdit de fumer, cracher, boire, manger dans les locaux de travail et d'entreposage des denrées alimentaires. Un certificat médical d'embauche doit stipuler que rien ne s'engage à l'affectation de l'employé. Un suivi médical doit être assuré selon les prescriptions réglementaires en vigueur. Les personnes susceptibles d'entraîner une contamination des denrées doivent être écartées de la chaîne de production jusqu'à ce qu'il soit démontré qu'elles ne présentent plus de danger.
Salle d'abattage agréée palmipèdes gras	Plus parfait état de propreté. Pour les personnes manipulant des viandes fraîches, vêtement propre, clair ou autre vêtement de protection. Doit être changé chaque jour de travail ou plus souvent si nécessaire. Coiffure. Chaussures propres et faciles à nettoyer. Interdit de fumer. Nettoyage et désinfection des mains plusieurs fois par jour de travail, après chaque passage aux WC, au moins à chaque reprise du travail. Les personnes en contact avec des animaux malades ou des viandes infectées doivent se laver les mains et les bras à l'eau chaude puis les désinfecter.
Tueries de volailles Tueries de lapins	Blouse et tablier clair en parfait état de propreté. Se laver les mains au savon, se brosser les ongles avant le travail, plus si besoin. Si une seule personne travaille à la tuerie, elle doit se laver et brosser les ongles après la plumaison (la dépouille pour les lapins), avant l'éviscération et l'effilage.

	Formation	Mesures complémentaires
Hygiène des denrées alimentaires	Les exploitants des entreprises du secteur alimentaire s'assurent que les manutentionnaires des denrées alimentaires sont encadrés et/ ou disposent d'une formation en matière d'hygiène alimentaire en rapport avec leur activité professionnelle.	Un plan de lutte contre les insectes et nuisibles est mis en place.
Remise directe Sauf abattage des volailles à la ferme	Le personnel dispose d'une formation renouvelée en matière d'hygiène des aliments et d'instructions précises lui permettant d'appliquer les dispositions de l'arrêté.	Un plan de lutte contre les insectes et nuisibles est mis en place. Aucun animal familier n'est admis dans les locaux.
Production laitière Sauf 100% de remise directe	Un programme de formation est mis en œuvre. Les services vétérinaires départementaux en sont informés.	Un plan de lutte contre les insectes et nuisibles est mis en place. Aucun animal ne doit pénétrer dans les locaux.
Produits à base de viande Sauf 100% de remise directe	Un programme de formation du personnel est mis en place, afin de lui permettre de se conformer aux conditions de production hygiéniques adaptées à la structure de production, sauf si le personnel dispose déjà d'une qualification suffisante sanctionnée par un diplôme. Critères spécifiques pour les établissements à vocation non industrielle.	Un plan de lutte contre les insectes et nuisibles est mis en place. Aucun animal ne doit pénétrer dans les locaux.
Salles d'abattages agréées palmipèdes gras		Un plan de lutte contre les insectes et nuisibles est mis en place. Aucun animal ne doit pénétrer dans les locaux.
Tueries volailles et lapins		Un plan de lutte contre les insectes et nuisibles est mis en place.

PRESCRIPTIONS SPECIFIQUES AUX LOCAUX OU LES DENREES ALIMENTAIRES SONT PREPAREES, TRAITEES , TRANSFORMEES		
	Sol	Murs
Hygiène des denrées alimentaires	Bien entretenu, facile à nettoyer et désinfecter. En matériaux étanches, non absorbants, lavables, non toxiques *. Une pente est prévue pour l'évacuation de l'eau.	Bien entretenus, faciles à nettoyer et désinfecter. De surface lisse jusqu'à une hauteur convenant aux opérations *. En matériaux étanches, non absorbants, lavables, non toxiques *.
Remise directe	<i>Facile à nettoyer et désinfecter.</i> <i>Etanche, non absorbant.</i>	<i>Facile à nettoyer et désinfecter.</i> <i>Etanche, non absorbant.</i>
Production laitière	<i>Bien entretenu, facile à nettoyer et désinfecter.</i> <i>Imperméable, résistant.</i> <i>Une pente et un dispositif sont prévus pour l'évacuation de l'eau.</i> <i>Dans les zones de</i> <i>- réfrigération : imperméable et résistant</i> <i>- congélation, surgélation : imperméable, imputrescible, facile à nettoyer.</i>	<i>Faciles à nettoyer .</i> <i>Lisses, résistants, imperméables.</i> <i>De couleur claire.</i>
Produits à base de viande	Bon état de propreté et d'entretien. Imperméable, résistant, facile à nettoyer et désinfecter. Une pente et un dispositif sont prévus pour l'évacuation de l'eau. Dans les zones de - réfrigération : facile à nettoyer et désinfecter, en pente. - congélation, surgélation : imperméable, imputrescible, facile à nettoyer.	Bon état de propreté et d'entretien. Faciles à nettoyer. De surface lisse. Résistants, imperméables. Revêtement lavable et clair jusqu'à une hauteur d'au moins 2 mètres ou d'au moins la hauteur de stockage dans les locaux de réfrigération et de stockage. Dans les locaux de congélation et surgélation : revêtement lavable et clair. Les murs en bois sont admis pour les installations antérieures au 01/01/1983.
Tueries de volailles Tueries de lapins	Imperméable, résistant aux chocs. Pente suffisante.	Lisses, imperméable jusqu'à une hauteur d'au moins 1.5 mètres. Gorges arrondies.

	Plafonds, faux-plafonds, autres équipements suspendus	Fenêtres	Portes
Hygiène des denrées alimentaires	Conçus pour empêcher l'encrassement. et pour limiter la condensation, l'apparition des moisissures et le déversement des particules.	Doivent prévenir l'encrassement. Si elles donnent sur l'environnement extérieur, elles doivent être équipées d'écrans de protection contre les insectes, faciles à nettoyer. Si leur ouverture risque d'entraîner la contamination des denrées alimentaires, elles doivent rester fermées et verrouillées pendant la production.	Faciles à nettoyer et désinfecter. De surface lisse non absorbante *.
Remise directe		<i>Ne doivent pas constituer une source d'insalubrité.</i> <i>Les fenêtres ouvrant sur l'extérieur sont équipées d'écrans de protection contre les insectes, faciles à nettoyer.</i>	<i>Faciles à nettoyer et désinfecter.</i> <i>De surface étanche non absorbante.</i>
Production laitière	<i>Faciles à nettoyer dans les locaux où les denrées alimentaires ne sont pas emballées.</i>		<i>Faciles à nettoyer.</i> <i>En matériau inaltérable.</i>
Produits à base de viande	Bon état de propreté et d'entretien. Faciles à nettoyer. Ne doit pas être une source de contamination.		Faciles à nettoyer. En matériau inaltérable.

* : sauf si l'exploitant peut prouver à l'autorité compétente que d'autres matériaux utilisés conviennent.

	Transport	Conditions de température
Hygiène des denrées alimentaires	<p>- Les réceptacles des véhicules ou conteneurs doivent être propres, en bon état d'entretien de manière à prévenir la contamination des denrées, pouvant être nettoyés et désinfectés.</p> <p>- Ils doivent uniquement servir au transport des denrées alimentaires si celles-ci sont en vrac ou si elles sont susceptibles d'être contaminées lors de chargements d'autre nature.</p> <p>Il doit alors être indiqué de manière visible et indélébile « uniquement pour denrées alimentaires » ou équivalent.</p> <p>- S'il y a transport simultané de denrées différentes ou de denrées et de matière non alimentaire, les denrées doivent être bien séparées et protégées contre les contaminations, et un nettoyage efficace doit avoir lieu entre deux chargements</p> <p>- Conditions de température respectées. Contrôles du niveau de température.</p> <p>-</p>	Doit permettre la transformation et le stockage hygiéniques des produits.
Remise directe	<p>Moyens de transport correctement entretenus, constamment maintenus en état de propreté.</p> <p>Ne doivent pas constituer un risque de contamination des aliments.</p> <p>Conditions de température respectées.</p>	<p>Respect des conditions de température.</p> <p><i>Les équipements doivent permettre le maintien de la température des aliments congelés et surgelés, ainsi que le contrôle de cette température :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • pièces de 10 à 100 m³ : instruments d'enregistrement automatique des températures • <10 m³ (stock des magasins de détail) : thermomètres aisément visibles. <p>Les meubles de vente au détail d'aliments congelés ou surgelés sont équipés d'un thermomètre ou d'un enregistreur de température visible pour le consommateur.</p>
Production laitière	<p>Les récipients et citernes pour le transport du lait cru doivent être nettoyés et désinfectés dès que possible, au moins une fois par jour de travail.</p>	<p>Les locaux frigorifiques, de congélation et de surgélation sont équipés de thermomètre enregistreurs étalonnés avec précision.</p>
Produits à base de viande	<p><i>Protection pendant le transport contre les contaminations.</i></p> <p><i>Tenir compte de la durée du transport, des moyens de transport, de la météo.</i></p> <p>Conditions de température respectées.</p>	<p>Doit permettre une production hygiénique des produits.</p> <p><i>Ateliers de découpe et salaison T12°C sauf dérogation par le ministère de l'agriculture.</i></p>

Etablissements transformant le lait, agréés par dérogations à certaines conditions d'aménagement et d'équipement des locaux [24]

Pour la demande d'agrément, il faut

- pouvoir fournir aux agents des services vétérinaires un document renseignant sur la quantité de lait transformée l'année précédente
- faire une demande écrite au directeur des services vétérinaires d'octroi des dérogations au titre de l'article 23 point I ou de l'article 23 point II de l'arrêté du 30/12/1993. Sur cette demande sera indiquée la nature des dérogations sollicitées. Y figurera également l'engagement du professionnel à ne pas transformer plus que prévu, et à informer de suite par écrit le directeur des services vétérinaires si cette limite est dépassée.

Les dérogations seront accordées si elles n'affectent pas l'hygiène de la production, et à condition que les produits à base de lait soient conformes, lors de leur sortie de l'établissement, aux critères microbiologiques figurant dans l'annexe B de l'arrêté du 30/03/1994.

Etablissements transformant jusqu'à 2 000 000 de litres de lait par an ou équivalent

La progression continue dans le temps peut être acceptée si un protocole de travail détaillé est clairement défini par le professionnel, et que les possibilités d'extension des locaux sont limitées.

Un local commun d'entreposage des matières premières et des produits finis est acceptable si sa capacité est suffisante, s'il n'y a pas de risque de contamination croisée, et si ce local assure la bonne conservation de la matière première ou du produit le plus périssable.

Un local pour les services vétérinaires n'est pas nécessaire, mais l'exploitant doit faciliter leur mission (mise à disposition de documents...).

Les caves naturelles d'affinage ou les caves à murs, sol, plafond non lisses sont acceptées pour l'agrément sanitaire si elles sont correctement entretenues.

L'absence d'équipement spécifique réservé à la manutention des denrées alimentaires non emballées est acceptée si cette manutention est réalisée dans des conditions empêchant la contamination des denrées et la prolifération microbienne.

Les équipements, outils de travail spécifiques à certaines fabrications tels que cuves en cuivre, planches d'affinage, instruments en bois ou en toile végétale sont acceptés s'ils sont maintenus en bon état, correctement nettoyés et si nécessaire désinfectés.

Les thermomètres à minima-maxima peuvent remplacer les thermomètres enregistreurs étalonnés.

Les WC peuvent se trouver dans la maison, sauf si un ou plusieurs employés n'appartiennent pas à la famille.

Etablissements transformant jusqu'à 500 000 de litres de lait par an ou équivalent

De même.

Les toilettes peuvent se trouver dans la maison même si un ou plusieurs employés n'appartiennent pas à la famille.

La progression continue dans le temps est acceptée pour les nouveaux ateliers.

Un plan HACCP simplifié est mis en place, compatible avec les moyens humains et matériels de ces établissements. Il peut s'appuyer sur les guides de bonnes pratiques hygiéniques.

Si l'exploitant et le personnel sont déjà formés à l'hygiène et aux risques de contamination des denrées, il n'est pas nécessaire de mettre en place un programme de formation. Cependant, si les autocontrôles sont régulièrement défavorables, une actualisation des connaissances sur les points hygiéniques jugés défailants sera faite.

Etablissements de restauration [26]

Ils doivent être conformes à l'arrêté du 09/05/1995.

Ils doivent en outre comporter des cabinets d'aisance et lavabos à l'usage exclusif de la clientèle. Les cabinets d'aisance ne doivent pas donner directement sur la salle à manger ou d'autres locaux renfermant des denrées alimentaires. Cependant les établissements de moins de 50 places peuvent comporter des toilettes communes à la clientèle et au personnel. La clientèle ne doit pas pouvoir pénétrer dans les locaux de préparation des aliments.

La présence de plantes et d'animaux domestiques ne doit pas représenter un risque d'insalubrité des aliments. La nourriture pour animaux doit être présentée dans des récipients réservés à cet usage.

Les tables doivent être en parfait état de propreté. Des ustensiles et du linge propres doivent être à la disposition de chaque client.

Températures à respecter jusqu'à la remise au consommateur [58]

- Sur glace fondante (0°C à +2°C) : poissons, crustacés, mollusques autres que vivants.
- +4°C maximum : tout aliment très périssable et dont l'absence de maîtrise de la température pendant une courte période peut présenter un risque microbien pour le consommateur, tel que : denrées animales ou végétales cuites ou précuites, prêtes à l'emploi, non stables à température ambiante ; préparations froides non stables à base de denrées animales, notamment les viandes froides, les pâtes farcies, les sandwiches, les salades composées et les fonds de sauce ; produits transformés non stables à base de viande ; abats, volailles, lapins ; découpes de viandes ; produits de la pêche fumés ou saumurés non stables ; préparations non stables à base de crème ou d'œuf (pâtisseries à la crème, crèmes pâtisseries, entremets) ; lait cru, produits frais au lait cru, crème Chantilly non stable ; fromages découpés ou râpés préemballés ; végétaux crus prédécoupés et leurs préparations ; jus de fruits ou de légumes crus de pH >4.5 ; produits décongelés ; produits non stables en distributeur automatique.
- +8°C maximum : tout aliment périssable et dont l'absence de maîtrise de la température peut générer un risque microbien pour le consommateur moins immédiat, tel que : produits laitiers frais autres que les laits pasteurisés, desserts lactés ; beurres et matières grasses ; desserts non stables à base de substituts du lait ; produits stables à base de viande tranchée.
- -18°C : glaces, crèmes glacées, sorbet et tout aliment surgelé conformément aux dispositions du décret du 9/09/1964.
- -15°C : tout aliment congelé.
- Supérieur à +63°C : plats cuisinés livrés chauds au consommateur.

Annexe I : La charte "Bienvenue à la Ferme, Produits de la Ferme"

PRÉAMBULE : objectifs généraux et champ d'application de la charte

Les conditions d'emploi des termes ferme et fermier précisées par la présente charte seront adaptées à la définition réglementaire du décret d'application de l'article L640-2 du Code rural inséré par l'article 76 de la loi d'orientation agricole du 9 juillet 1999.

La marque "Produits de la Ferme - Bienvenue à la Ferme" a pour but de promouvoir la vente par les agriculteurs de produits de leurs exploitations ayant une spécificité fermière.

L'agriculteur adhérent à la présente charte s'engage donc à produire, transformer et commercialiser des produits qui répondent aux critères suivants :

- ils correspondent à un niveau de qualité supérieur au minimum réglementaire ;

- ils possèdent une spécificité fermière caractérisée par :

* leur mode traditionnel de production ou d'obtention des ingrédients valorisants,

* leur mode non-industriel de transformation,

* leur commercialisation permettant une information personnalisée au consommateur ;

- ils résultent de l'implication personnelle de l'agriculteur à tous les stades de l'élaboration du produit.

L'agriculteur est responsable de son produit dont il maîtrise les cycles essentiels. Il est en mesure de justifier et d'attester de cette maîtrise ;

- ils valorisent le savoir-faire de l'agriculteur et la gastronomie locale.

Le produit étant identifié à son producteur et à son lieu de production, un point d'accueil caractéristique doit être aménagé sur l'exploitation.

Le producteur, qui doit toujours être identifié, offre à sa clientèle sa garantie sur l'origine des produits et leur mode spécifique de production et de transformation conformes à la présente charte et aux fiches techniques qui lui sont annexées.

Les régions et (ou) les départements peuvent élaborer des règlements intérieurs qui viennent préciser certains points de la charte et de ses fiches techniques en fonction des spécificités locales. Ces règlements ne doivent pas déroger aux principes de ceux-ci.

La présente charte annule et remplace la charte adoptée en avril 1992. Elle entre en vigueur à compter du 1er juin 2000. Elle constitue le règlement d'admission et d'usage de la marque "Bienvenue à la Ferme" spécifique aux produits fermiers.

I. CONDITIONS D'ACCÈS À LA MARQUE BIENVENUE À LA FERME

A. Conditions liées au statut du demandeur

L'exploitant adhérent doit remplir les conditions d'affiliation au régime social agricole définies par les paragraphes 1.2.3. de l'article 1003.7.1 du Code Rural en tant que non salarié agricole.

Si la forme juridique qui exploite le point de vente des Produits de la Ferme est distincte de l'exploitation agricole, il est exigé que le responsable du point de vente remplisse les conditions d'affiliation au régime social agricole, dans les conditions définies précédemment et soit producteur dans l'exploitation agricole.

Tout producteur de produits fermiers qui s'organise en société peut faire des produits fermiers si les producteurs sont majoritaires dans le capital de la société en question et en assurent la direction ou la gérance.

Les structures juridiques qui associent plusieurs agriculteurs (notamment GAEC, EARL, SCEA) doivent garantir la participation des exploitants concernés. Ces structures doivent être considérées comme le prolongement des exploitations des producteurs. Il peut s'agir de structures juridiques de commercialisation.

B. Modalités d'admission à l'usage de la marque

Toute demande d'admission à la marque doit être formulée auprès du relais Agriculture et Tourisme départemental, qui remet alors à l'agriculteur un exemplaire de la charte nationale "Produits de la Ferme-Bienvenue à la Ferme" et des fiches techniques.

Chaque année, l'agriculteur doit obtenir auprès de son relais une autorisation d'usage de la marque.

L'ensemble des produits mis en vente sur l'exploitation, ou sur le point de vente aménagé à cet effet à l'extérieur, qui sont identifiés par la "petite fleur" - marque "Bienvenue à la Ferme" - sur l'étiquette, doivent répondre à la charte, aux fiches techniques et au règlement intérieur mis en place par le département ou la région.

Dans le cas contraire, la marque "Bienvenue à la Ferme" n'apparaît pas sur l'étiquette.

Une liste des produits pouvant porter la marque "Bienvenue à la Ferme" est fournie par l'agriculteur au relais départemental avant l'agrément. Cette liste est également exposée à la vue des clients, sur le point de vente.

La demande d'admission à l'usage de la marque est examinée par la Commission départementale ou régionale d'Agrément, selon une procédure définie par un règlement intérieur départemental ou régional. Cette commission est composée des membres suivants :

à titre délibératif :

* le Président de la Chambre d'Agriculture, }

* le Président du relais Agriculture et Tourisme, }

* le Président de la Commission départementale } ou leurs représentants,
ou régionale des Produits de la Ferme, }

* le Technicien du relais Agriculture et Tourisme.

à titre consultatif :

* 1 représentant de la Direction des Services Vétérinaires,

* 1 représentant de la Direction Départementale de la Consommation de la Concurrence et de la

Répression des Fraudes,

* 1 représentant d'une association représentative de consommateurs, désigné par le Centre Technique Départemental de la Consommation,

* 1 représentant du Comité Départemental du Tourisme (du Comité Régional du Tourisme, de l'Office de Tourisme ou du Syndicat d'Initiative).

La Commission peut, si elle le souhaite, intégrer d'autres membres.

L'agrément est délivré à l'agriculteur candidat par le Président du relais Agriculture et Tourisme après avis favorable de la commission d'agrément et signature de la charte par les 2 parties :

* le Président du relais Agriculture et Tourisme, Président de la Commission d'Agrément,

* le producteur fermier.

La commission départementale apprécie la cohérence globale du projet de l'agriculteur avec le contenu de la charte. Elle veille particulièrement à ce que l'esprit de celle-ci ne soit pas détourné par l'acceptation de plusieurs exceptions aux principes de base.

L'agrément à la marque est concrétisé par :

* le panonceau d'agrément, propriété de l'Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture, mis à disposition du producteur fermier par le relais Agriculture et Tourisme,

* le certificat d'agrément sur lequel sera apposée la vignette annuelle de membre du réseau "Bienvenue à la Ferme".

En cas de litige pour l'agrément, le Comité de Direction d'Agriculture et Tourisme de l'APCA statuera, après consultation du Président de la Commission Nationale des Produits de la Ferme et des intéressés, qui seront appelés à faire part de leurs observations.

II. CONDITIONS TECHNIQUES D'USAGE DE LA MARQUE

L'adhésion à la charte "Produits de la Ferme-Bienvenue à la Ferme" implique la mise en oeuvre de compétences relatives à :

< l'accueil de la clientèle (A),

< la production : la spécificité fermière des produits (B),

< la transformation (C),

< la commercialisation et l'origine des produits proposés à la vente (D).

A. L'accueil de la clientèle

Les agriculteurs producteurs fermiers adhérents à la charte Bienvenue à la Ferme doivent tout mettre en oeuvre pour assurer un accueil simple et de qualité auprès de leur clientèle.

La qualité de cet accueil doit permettre de faire la différence avec un point de vente commercial classique.

L'accueil se fait notamment sur le point de vente spécialement identifié à cet effet sur l'exploitation.

Dans le cas où l'agriculteur participe à un point de vente collectif, il doit être en mesure d'accueillir sa clientèle sur le point de vente à la ferme.

Tout cas particulier dérogeant à ce principe doit être examiné par la Commission départementale d'agrément et de contrôle après avis de la Commission nationale "Produits de la Ferme-Bienvenue à la ferme".

L'accès au point de vente "Produits de la Ferme - Bienvenue à la Ferme" doit être facilité par la signalisation proposée par le réseau Bienvenue à la Ferme. Un accueil simple et de qualité est réservé à la clientèle.

L'accueil et la vente sont assurés par l'exploitant agricole, par les membres de sa famille ou du personnel salarié. Les fonctions d'accueil et de vente ne peuvent être déléguées totalement et uniquement au personnel salarié. L'agriculteur a le souci de satisfaire la curiosité de sa clientèle en matière d'informations touristiques et agricoles par le dialogue et la mise à disposition de documents.

B. La production : la spécificité fermière des produits

1. Rappel réglementaire général

Le qualificatif fermier ne peut s'appliquer qu'à des produits élevés ou récoltés par un exploitant agricole sur son exploitation et à une échelle non industrielle. Dans le cas de produits ayant subi une transformation, celle-ci doit être effectuée par lui-même sur les lieux de production.

Les matières premières valorisantes et les produits vendus en l'état doivent provenir de l'exploitation du producteur de produits fermiers et un cycle normal de production doit être réalisé sur l'exploitation concernée.

Toutefois, la jurisprudence a admis que certaines fonctions pouvaient être réalisées en dehors de l'exploitation dans le cadre d'un circuit intégré à la ferme.

Cela suppose le respect des conditions suivantes :

* un contrôle permanent de l'agriculteur sur les fonctions déléguées ;

* ce contrôle ne peut valablement s'opérer qu'e si les opérations en cause sont réalisées dans le cadre de relations contractuelles préétablies ;

* les fonctions déléguées sont limitées ;

* les ouvraisons substantielles ne peuvent être déléguées.

2. Les conditions spécifiques à la charte des "Produits de la Ferme-Bienvenue à la Ferme"

Afin de garantir la spécificité fermière des produits commercialisés, chaque relais Agriculture et Tourisme régional ou départemental doit se référer aux fiches techniques par type de produits. Ces fiches techniques font l'inventaire des différents critères de production et de transformation que doivent respecter l'agriculteur adhérent et les agriculteurs qui le fournissent.

Les fiches techniques peuvent limiter le nombre et l'importance des opérations réalisées à l'extérieur de l'exploitation. Elles ne peuvent avoir pour but ou pour effet de déroger à la présente charte et à ses annexes.

Les critères définis dans le cadre des fiches techniques concernent notamment, outre le savoir faire de l'agriculteur :

* la durée, les conditions d'élevage et le type et l'origine de l'alimentation pour la production animale,

* les traitements phytosanitaires, les amendements pour les productions végétales.

Le service Agriculture et Tourisme de l'APCA, en concertation avec la Commission Produits de la Ferme, élabore des fiches techniques par produit et les transmet aux relais régionaux et départementaux. Dans l'hypothèse où un relais souhaiterait modifier le contenu d'une fiche, il devra soumettre cette modification pour accord à la Commission nationale.

C. La transformation

1. Rappel

La transformation est réalisée par l'agriculteur ou, sous son entière responsabilité, par un membre de sa famille ou un salarié. Dans tous les cas, l'agriculteur doit assurer le suivi et la traçabilité de ses produits. Il est responsable du processus d'élaboration de son produit et de son application.

Pour les opérations essentielles à la spécificité du produit fermier, le travail à façon est interdit. Il est cependant admis pour des interventions techniques qui ne modifient pas les caractéristiques spécifiques du produit ou pour certaines opérations qui, selon l'usage, permettent aux spécificités locales du produit de s'exprimer et qui sont expressément prévues par la fiche technique du produit.

L'agriculteur peut transformer les Produits de la Ferme qui nécessitent une préparation :

a) soit sur son exploitation avec des moyens de transformation agréés et adaptés aux modes de production,

b) soit en dehors de son exploitation :

- dans le cadre d'ateliers de transformation gérés de façon commune par plusieurs agriculteurs;

- dans le cadre de location de laboratoire. Celui-ci doit être conforme à la réglementation sanitaire. Une convention écrite doit être passée entre le propriétaire du laboratoire et l'utilisateur. Cette convention précise toutes les modalités et conditions de mise à disposition et les responsabilités de chacun. L'équipement loué doit garantir une technologie non industrielle telle que définie dans les fiches techniques.

Les conditions suivantes doivent être respectées :

- l'agriculteur adhérent doit participer de façon effective aux travaux de transformation. Cette participation est d'autant plus impérative si les travaux nécessitent un savoir-faire qui caractérise les qualités gustatives du produit fini.

Une intervention technique peut être effectuée par un tiers extérieur à l'exploitation s'il ne s'agit que d'une opération ne modifiant pas la composition du produit (ex : abattage d'animaux, conditionnement, découpe primaire...);

- le suivi et la traçabilité des produits provenant de l'exploitation de l'agriculteur adhérent doivent pouvoir être assurés afin d'éviter les mélanges avec des produits provenant d'autres exploitations.

2. Les produits transformés comportant des ingrédients de différentes natures

L'agriculteur adhérent peut vendre des produits transformés résultant d'une préparation culinaire et composés d'ingrédients de différentes natures. Dans cette hypothèse, la ou les matières premières valorisantes doivent provenir de l'exploitation de l'adhérent. Il est toléré un approvisionnement extérieur pour les ingrédients utilisés en complément. Ceux-ci doivent provenir d'exploitations suffisamment proches pour que l'agriculteur fabricant le produit transformé puisse exercer un contrôle direct sur leurs conditions de production qui doivent être similaires aux siennes.

Ainsi, les pâtés portant le nom d'un animal en particulier (porc, lapin, lièvre, sanglier...) doivent être confectionnés avec la viande d'animaux élevés sur l'exploitation pour ce qui concerne les noms des animaux faisant partie de la dénomination du produit. Par contre, la viande de porc, qui le plus souvent complète la préparation culinaire, peut provenir d'autres fournisseurs, le nom de cet animal

ne faisant pas partie de la dénomination du produit, mais figurant simplement dans la liste des composants. Elle doit néanmoins être de qualité c'est-à-dire :

* soit obtenue selon les critères définis dans la fiche spécifique à la viande de porc ;

* soit bénéficier d'un label porc fermier.

Dans tous les cas, l'origine géographique est précisée et son mode de production est non industriel.

D. La commercialisation et l'origine des produits proposés à la vente

L'agriculteur adhérent à la charte Bienvenue à la Ferme doit vendre les Produits de la Ferme selon les modes de commercialisation suivants :

obligatoirement,

< sur son exploitation dans un local identifié à cet effet ;

et éventuellement,

< en dehors de son exploitation sur les marchés locaux, sur des stands aménagés à cet effet dans des foires, des salons, au bord de la route ou éventuellement dans d'autres circuits commerciaux;

< lors de suivi de clientèle ;

< dans une structure juridique commune, créée par plusieurs adhérents à la Charte Bienvenue à la Ferme.

Dans ce dernier cas, les conditions suivantes doivent être remplies :

* la vente doit être assurée par l'agriculteur, un membre de sa famille ou éventuellement un salarié de l'exploitation qui n'est pas affecté de façon exclusive à cette fonction ;

* le point de vente commun doit être géré directement par les producteurs concernés. Les agriculteurs membres du groupement doivent effectivement participer à la vente des produits.

Un salarié peut éventuellement les assister ;

* les produits doivent provenir principalement des exploitations des agriculteurs membres du groupement.

Un complément de gamme est possible selon les conditions fixées au § D 1b concernant l'approvisionnement accessoire auprès d'autres exploitants.

Les points de vente utilisés par chaque adhérent doivent être déclarés lors de l'adhésion à la charte.

L'agriculteur doit signaler au relais Agriculture et Tourisme toute modification qui pourrait intervenir ultérieurement.

Le nom, l'adresse ainsi que la marque Bienvenue à la Ferme doivent figurer sur l'étiquette des produits (dans la mesure où cela est possible) ainsi que sur le point de vente.

L'agriculteur peut vendre deux types de produits sur son lieu de vente. Dans tous les cas, l'agriculteur assume auprès des consommateurs et des administrations concernés les responsabilités civiles et pénales prévues par les lois et règlements.

1. Les produits possédant la spécificité fermière

Les produits vendus par l'agriculteur adhérent à la charte Bienvenue à la Ferme proviennent :

* de façon principale de son exploitation,

* de façon accessoire d'autres exploitations locales, si l'exploitant souhaite compléter sa gamme.

La zone d'approvisionnement est précisée par chaque département dans le cadre du règlement intérieur.

Les conditions d'obtention des produits fermiers, tant pour la production que pour la transformation, doivent être conformes aux principes figurant au titre II "Conditions techniques du droit d'usage de la marque". Ils sont alors identifiés par le réseau Bienvenue à la Ferme.

a) L'approvisionnement principal auprès de l'exploitation de l'adhérent.

Les produits proposés aux consommateurs doivent provenir principalement de l'exploitation de l'agriculteur adhérent à la charte Bienvenue à la Ferme. Cet approvisionnement auprès de l'exploitation doit être principal en quantité (poids, volume, nombre de produits proposés à la vente) et en chiffre d'affaires.

Cet approvisionnement principal est exigé pour les raisons suivantes :

- l'agriculteur adhérent à la charte ne doit pas se transformer en commerçant ;

- les consommateurs s'attendent légitimement à rencontrer des agriculteurs qui proposent des produits provenant principalement de leur travail de production.

b) L'approvisionnement accessoire auprès d'exploitations extérieures

L'agriculteur adhérent à la charte Bienvenue à la Ferme, peut, s'il le souhaite, élargir la gamme des produits proposés provenant principalement de son exploitation en proposant à la vente des produits provenant d'autres d'exploitations locales.

Cette complémentarité de gamme extérieure doit impérativement respecter les règles suivantes :

* les produits issus d'autres exploitations doivent être accessoires en quantité (poids, volume, nombre) et en chiffre d'affaires ;

* les produits concernés ne doivent pas être de même nature que les produits provenant de l'exploitation ;

* les produits proposés doivent être d'origine locale proche et réalisés par des agriculteurs ;

* les produits extérieurs doivent être de qualité fermière et les fournisseurs doivent être identifiés par le réseau "Bienvenue à la Ferme". Ils doivent en outre respecter les fiches techniques qui définissent leur nature et les procédés de fabrication ;

* le nom et l'adresse des producteurs doivent être impérativement identifiables sur le lieu de vente.

Cet approvisionnement extérieur accessoire est limité pour les raisons suivantes :

* l'adhérent qui ne respecterait pas cette règle deviendrait commerçant et devrait être affilié au régime social des non salariés non agricoles (URSSAF...);

* l'approvisionnement extérieur ne doit pas induire les consommateurs en erreur. L'exploitant doit impérativement proposer des produits qui résultent principalement de son travail et assurer la plus grande transparence sur l'origine des produits extérieurs accessoires.

Cet approvisionnement extérieur pourra aussi intervenir en cas d'événement accidentel notamment climatique ou épidémiologique. Il concerne alors des produits identiques à ceux proposés par l'exploitation concernée. Le relais départemental et les consommateurs doivent en être avertis.

2. Autres produits

L'agriculteur adhérent peut également proposer à la vente des produits artisanaux locaux. Leur présentation ne doit pas toutefois créer de confusion avec les produits fermiers. Ils ne peuvent être identifiés par la marque Bienvenue à la Ferme.

III. CONTRÔLE ET SUIVI

A. Rappel des obligations du producteur fermier

Tout producteur fermier adhérent du réseau "Bienvenue à la Ferme" s'engage à :

1. Se conformer aux textes législatifs et réglementaires en vigueur, notamment d'ordre fiscal, social, sanitaire, concurrence, sécurité, définition et qualité des produits, étiquetage, présentation.
2. Se conformer à l'esprit de la charte, aux fiches techniques et aux règlements intérieurs.
3. Déclarer au relais Agriculture et Tourisme tous les produits qui seront mis en vente et les points de vente envisagés.
4. Informer le relais Agriculture et Tourisme de tout changement, notamment concernant les produits et les points de vente.
5. Etre à jour de sa cotisation annuelle "Bienvenue à la Ferme", qui est versée au relais départemental et qui intègre la part obligatoire revenant à Agriculture et Tourisme (APCA).
6. Apposer la vignette annuelle sur l'attestation d'agrément comme adhérent au réseau "Bienvenue à la Ferme", et le panneau d'agrément à l'extérieur du bâtiment du point de vente.
7. Souscrire une assurance couvrant tous les risques, notamment responsabilité civile, accident du travail, intoxication alimentaire, vol, incendie.
8. Suivre la formation spécifique proposée par le relais départemental ou régional, selon les modalités précisées dans le règlement intérieur départemental. Cette formation peut porter notamment sur l'accueil, la réglementation sanitaire, les règles de sécurité...
9. Participer à la réflexion et aux travaux concourant à la valorisation et à la promotion des Produits de la Ferme.
10. Participer aux enquêtes (statistiques, satisfaction de la clientèle...) mises en place par l'APCA ou les relais Agriculture et Tourisme.
11. Etre présent sur les documents "Bienvenue à la Ferme".
12. Faire figurer le logo "Bienvenue à la Ferme" sur tous les documents promotionnels avec lesquels il communique (PLV notamment).
13. Utiliser les objets portant la marque du réseau "Bienvenue à la Ferme", afin de renforcer l'effet de ce réseau.

B. Contrôle des dispositions spécifiques de la charte

Le relais Agriculture et Tourisme veille au respect de la Charte par un contrôle régulier réalisé par la Commission de Contrôle départementale ou régionale. Le relais maintient ou retire l'autorisation d'usage de la marque à chaque point de vente contrôlé.

La Commission de Contrôle est composée des membres suivants à titre délibératif :

- * le Président de la Chambre d'Agriculture, }
- * le Président du relais Agriculture et Tourisme, }
- * le Président de la Commission départementale } ou leurs représentants,
- ou régionale des Produits de la Ferme, }
- * le Technicien du relais Agriculture et Tourisme.

Le relais peut associer d'autres partenaires à titre consultatif.

Le producteur fermier doit, en outre, accepter tout contrôle inopiné de la Commission.

Si la Commission départementale ou régionale décide de retirer le droit d'usage de la marque, à l'issue d'un contrôle, le producteur fermier doit remettre au relais le panneau, l'attestation d'agrément et la vignette de membre du réseau "Bienvenue à la Ferme" de l'année en cours. Il ne peut alors plus utiliser la marque "Bienvenue à la Ferme" et notamment les panneaux de signalisation routière portant mention de celle-ci.

IV - ENGAGEMENT

M.....
adresse.....

déclare avoir pris connaissance de la présente Charte "Produits de la Ferme - Bienvenue à la Ferme" et en accepter librement les termes.

La signature de la charte vaut engagement d'adhésion au réseau "Bienvenue à la Ferme" et notamment l'obligation de respecter les règlements, d'être en conformité avec les textes législatifs et réglementaires en vigueur et de verser les cotisations annuelles définies par le relais départemental Agriculture et Tourisme.

Les adhérents restent seuls responsables envers les consommateurs et les administrations concernées. La responsabilité du réseau ne saurait en aucun cas être recherchée.

En cas de retrait d'agrément, le présent engagement sera considéré comme nul.

Fait, en quatre exemplaires, à.....
Le.....

Signature et cachet
du Président du relais
Agriculture et Tourisme, Président
de la Commission d'Agrément

Signature du producteur fermier
(précédée de la mention manuscrite
"lu et approuvé")

N.B. : Quatre exemplaires de la charte seront signés :

- un exemplaire est conservé par le relais départemental "Agriculture et Tourisme",
- un exemplaire est conservé par le relais régional "Agriculture et Tourisme",
- un exemplaire est envoyé à Agriculture et Tourisme à l'APCA,

Toulouse, 2002

NOM : SAÏAG

PRENOM : CAROLE

TITRE : LA PRODUCTION FERMIERE EN FRANCE : ACTUALITES ET ENJEUX

RESUME

La vente de produits fermiers, transformés ou non, est une pratique ancienne et toujours d'actualité ; elle a su résister à la modernisation de l'agriculture et à une politique agricole productiviste. L'utilisation du terme "fermier" est réglementée par des textes différents selon les produits. La Loi d'Orientation Agricole de 1999 annonce l'élaboration d'un décret de portée générale. Les associations d'agriculteurs se regroupent pour soumettre au gouvernement des propositions.

En 2000, 15.4% des agriculteurs procèdent à la vente directe et 9.2% transforment des produits pour la vente. Atout économique, concurrentiel et social pour le producteur, le produit fermier correspond aux attentes du consommateur qui recherche aujourd'hui des produits gastronomiques sains et naturels empreints de symbolique. Les consommateurs de produits fermiers sont proches de la moyenne nationale, un peu moins jeunes et plus aisés. Un tiers d'entre eux acceptent une majoration de prix de plus de 30% par rapport aux produits standards. Le segment de marché des produits fermiers est en croissance et s'oriente vers le haut de gamme.

Pour satisfaire les consommateurs, les producteurs deviennent désormais de vrais entrepreneurs : ils n'hésitent plus à innover en termes de gamme et modes de commercialisation.

Les exemples des productions fermières laitière et porcine, plus ou moins bien implantées au sein des filières conventionnelles, montrent que l'activité fermière peut être rentable, créatrice d'emplois, et qu'elle suscite de nouvelles installations.

Cependant de nombreuses contraintes réglementaires, notamment sanitaires subsistent. Des solutions collectives ont été proposées : le réseau "Bienvenue à la Ferme" de l'APCA et les cahiers des charges fermiers de la FNAPF. En outre, les Contrats Territoriaux d'Exploitation, outils de la nouvelle Loi d'Orientation Agricole, peuvent constituer un support utile pour développer des initiatives individuelles ou collectives.

MOTS-CLES : PRODUIT FERMIER, TRANSFORMATION, CONSOMMATION ALIMENTAIRE, REGLEMENTATION, COMMERCIALISATION, FRANCE.

ENGLISH TITLE : FARM-PROCESSED PRODUCE IN FRANCE : TOPICALITY AND STAKES

ABSTRACT

The selling of farm-processed produce is an old and topical practice ; it stood the test of farming modernization and of a productivist agricultural policy. The use of the « farmer » term is regulated by different laws according to the products. The agricultural orientation's law of 1999 announces the creation of a decree of common impact. The farmer's associations are gathering to put some suggestions before the government.

In 2000, 15.4% of the farmers proceed to direct selling and 9.2% convert food products. Economic, competitive and social asset for the producer, the farm food product comes up to the consumer's expectations, who is looking for some gastronomic, healthy and natural foods, stamped with symbolics.

The farm-processed produce's consumers are closed to the national average pattern, a little bit older and wealthier. A third of them accept to pay 30% more than the standard foodstuffs price. The market segment of the farm-processed produce is increasing and turning towards the up-market.

To satisfy consumers, producers are becoming from now on real contractors : they don't hesitate anymore to innovate in the fields of range and of marketing ways.

The examples of the farm-processed dairy and swine yields, more or less well settled within the conventional channels, show that farm-processed activity may be profitable, creating new jobs, and arousing some new installings.

Nevertheless, many statutory, particularly sanitary restraints subsist. Some collective solutions have been suggested : the « Bienvenue à la Ferme » network of the APCA and the farm-processed schedule of conditions of the FNAPF. Furthermore, the CTE, tools of agricultural orientation's law, may constitute an useful medium to develop some individual or collective enterprises.

KEY WORDS : FARM-PROCESSED PRODUCE, TRANSFORMATION, FOOD CONSUMPTION, REGULATIONS, MARKETING, FRANCE.