



## Les circuits courts en Limousin en 2010 :

état des lieux,  
facteurs de réussite et  
perspectives de développe-  
ment





*Les attentes de la société sont fortes en matière d'offre alimentaire de qualité, de transparence, de proximité, de rapprochement des consommateurs et des producteurs. Les initiatives en matière de circuits courts de commercialisation de produits agricoles alimentaires se multiplient sur l'ensemble du territoire limousin, en réponse à la demande à la fois des agriculteurs et des consommateurs.*

*Dans un contexte économique tendu pour nos productions agricoles prédominantes, les circuits courts peuvent apparaître comme un moyen, voire une opportunité, d'élever le revenu des agriculteurs, d'installer de jeunes agriculteurs dans des productions diversifiées et de dynamiser les territoires.*

*Une connaissance globale des pratiques actuelles, une analyse précise de leur fonctionnement, des facteurs contribuant à leur réussite et des freins à leur développement sont nécessaires pour améliorer l'appui à ce type de démarche et favoriser leur essor.*

*La Région Limousin et la DRAAF ont lancé en 2011, en partenariat avec l'Université de Limoges (laboratoire GeoLab) et les acteurs limousins œuvrant en faveur des circuits courts<sup>1</sup> une étude pour apporter une connaissance commune des facteurs de développement de ces formes de vente. Fruit d'un travail collaboratif entre les différents partenaires, ce document en présente les principaux résultats.*

*Cette étude est un outil complet de compréhension et d'analyse des dynamiques existantes en Limousin en matière de circuits courts. Les enseignements dégagés constitueront une aide à la décision pour les porteurs de projet et les conseillers des structures de développement qui les accompagnent. Ils contribueront à la mise en place d'un plan d'actions qui aura pour but d'améliorer le développement de la vente en circuit court, de favoriser l'installation de nouvelles générations d'agriculteurs et d'asseoir la viabilité de leur projet économique tout en participant au dynamisme de nos territoires.*

---

<sup>1</sup> chambre régionale d'agriculture du Limousin, le réseau pour une agriculture durable, réseau rural limousin



# Les circuits courts en Limousin : état des lieux, facteurs de réussite et perspectives de développement

## Sommaire

<b>Avant-propos</b>	-----	4
<b>Partie 1</b>		
<b>Des exploitations et des hommes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des agriculteurs plus jeunes et venant d'horizons divers ----- 8</li> <li>• Les circuits courts : un phénomène en plein essor ----- 10</li> <li>• La motivation est avant tout personnelle ou économique...----- 12</li> <li>• ... mais il faut aussi des qualités relationnelles et de la détermination ----- 14</li> <li>• Des formations connues et satisfaisantes ----- 16</li> <li>• Les conditions de la réussite : réseau et qualité ----- 18</li> <li>• Des difficultés ressenties, mais la satisfaction du revenu ----- 20</li> </ul>	
<b>Partie 2</b>		
<b>Filières de production : freins et facteurs de réussite</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une offre diversifiée ----- 24</li> <li>• Filières animales : de la viande bovine mais pas seulement ----- 26 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bovins viande : la viande bovine en développement ----- 28</li> <li>• Ovins : de petites exploitations ----- 30</li> <li>• Aviculture : les volailles vendues en direct depuis longtemps ----- 32</li> <li>• Lait : plutôt du fromage de chèvre ----- 34</li> </ul> </li> <li>• Filières végétales : plus de fruits que de légumes ----- 36 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fruits à pépins : une activité qui se maintient ----- 38</li> <li>• Petits fruits : des spécialistes des circuits courts ----- 40</li> <li>• Légumes : plutôt sur les marchés ----- 42</li> </ul> </li> <li>• Filière miel : des apiculteurs spécialisés ----- 44</li> <li>• Multifilières : des exploitations par définition très diversifiées ----- 46</li> </ul>	
<b>Partie 3</b>		
<b>Modes de commercialisation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avant tout à la ferme, sur les marchés et auprès des commerçants détaillants --- 50</li> <li>• Les jeunes et les néo-ruraux sur les nouveaux modes de vente ----- 54</li> <li>• Productions animales : plusieurs types de commercialisation bien distincts ----- 56</li> <li>• De la vente directe pour les produits végétaux ----- 60</li> <li>• Des modes de vente variés pour les multifilières ----- 64</li> <li>• Un impact économique globalement positif pour tous les modes de vente ----- 66</li> <li>• Relationnel, courage et bonne connaissance du marché ----- 68</li> </ul>	
<b>Partie 4</b>		
<b>Les circuits courts dans leur environnement</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les 4 C : Coordination, Compétences et Circuits Courts ----- 72</li> <li>• Les producteurs à la rencontre de leur clientèle ----- 75</li> <li>• Le rôle important des réseaux et des acquis d'expérience ----- 78</li> <li>• Une motivation individuelle des consommateurs et des distributeurs ... ----- 80</li> <li>• ... mais des contraintes structurelles ----- 82</li> <li>• Une nécessaire régulation collective et publique ----- 84</li> </ul>	
<b>Pour aller plus loin</b> : Typologie des pays réalisée par le laboratoire Géolab de l'Université de Limoges --		88
Objectifs et gouvernance de l'étude -----		90
Les enquêtes -----		91
Méthodologie statistique des enquêtes -----		92
Les interviews -----		93
Définitions -----		94

## Une étude en partenariat

L'étude sur les circuits courts alimentaires en Limousin a été lancée dans un cadre multi-partenarial par les acteurs du monde rural régional ayant pour mission de suivre et faire émerger les démarches agricoles en circuit court en Limousin.

Le comité de pilotage a rassemblé la direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt (DRAAF) du Limousin, la région Limousin, l'Université de Limoges, la chambre régionale d'agriculture du Limousin, le Réseau pour une Agriculture Durable et le réseau rural limousin. La DRAAF Poitou-Charentes a participé au comité de pilotage avec pour objectif de s'assurer de la reproductibilité de l'enquête au sein des autres régions françaises.

Le comité technique de l'étude était composé, outre des membres du comité de pilotage : des trois directions départementales des territoires (DDT) de la région, des trois directions départementales de la cohésion sociale et de la protection des populations (DDCSPP) de la région, un représentant des établissements publics d'enseignement agricole du Limousin, des trois conseils généraux, des trois chambres départementales d'agriculture de la région, un représentant des territoires de projet, Coop de France Limousin, un agriculteur producteur en circuit court, un représentant d'une Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP) et un représentant d'un point de vente collectif.

## Des enquêtes et des interviews

Cette étude s'est appuyée sur une enquête régionale, labellisée par les instances nationales de la statistique publique, réalisée auprès d'un échantillon de 550 exploitants commercialisant leur production en circuit court et auprès de 110 porteurs de projet souhaitant mettre en place ou développer ce type de démarche. Onze enquêteurs se sont rendus chez les producteurs et les porteurs de projet et les ont questionnés de façon approfondie sur leurs activités de transformation et de commercialisation en circuits courts.

Les travaux ont aussi porté sur l'analyse d'entretiens réalisés par le laboratoire GeoLab de l'université de Limoges auprès des acteurs environnant les circuits courts (producteurs, consommateurs, institutionnels, ...).

## Plusieurs financeurs

- Ministère de l'agriculture et de l'agroalimentaire : crédits « Etudes » suite à appel à projet national et crédits du Service de la statistique et de la prospective ;
- Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt du Limousin – crédits du Programme régional pour l'alimentation et crédits spécifiques ;
- Région Limousin

## Définition des circuits courts

Un **circuit court** est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire.

Sont compris dans **la vente directe** la vente à la ferme, sur les marchés, en salons et foires, en tournée ou à domicile, en paniers, par correspondance et en point de vente collectif.

**La vente indirecte** comprend la vente à des commerçants-détaillants, à la restauration collective ou commerciale, à des grandes et moyennes surfaces.

## Déjà parus :

- Agreste Limousin n° 71 - mars 2012 : Circuits courts, une offre variée à développer
- Agreste Primeur n° 275 - janvier 2012 : Un producteur sur cinq vend en circuit court

La commercialisation en circuit court connaît un regain d'intérêt en France où près d'un producteur sur six vend ces produits (hors vins) par ce biais en 2010. Ce mode de distribution concerne plutôt les régions peuplées et touristiques du sud-est de la France comme Rhône-Alpes ou Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Moins densément peuplé, le Limousin compte 10 % de ses exploitants qui commercialisent leurs produits en circuit court. L'agriculture limousine est tournée vers la production de bovins viande et d'ovins avec plus de deux exploitations sur trois spécialisées dans ces productions, voire trois exploitations sur quatre lorsqu'on examine celles de taille économique moyenne et grande.

Or, la demande des consommateurs porte sur l'ensemble du panel des productions agricoles alimentaires. Cela se retrouve dans notre région où les exploitants qui vendent en circuit court sont moins spécialisés en élevage et apportent ainsi de la diversification dans les productions : viande, produits laitiers, fruits, légumes et miel. Une exploitation sur dix écoule ses produits en circuit court est d'ailleurs considérée comme diversifiée car les agriculteurs développent au moins deux types de produits à part quasiment égale sur leur exploitation.

L'étude présentée dresse un portrait complet des exploitants qui ont décidé de prendre en charge la commercialisation de leurs produits.

Elle montre que les agriculteurs ont développé la vente en circuit court récemment : ils sont un quart

à avoir commencé depuis 2008. Dans le même temps, de nouveaux modes d'écoulement ont émergé avec la vente sur des points de vente collectif ou en paniers, mode de commercialisation qui intéresse notamment les jeunes agriculteurs. D'ailleurs, les producteurs en circuit court sont en moyenne plus jeunes que l'ensemble des agriculteurs du Limousin. Une réelle dynamique se manifeste donc sur la région ces dernières années.

Les exploitants sont, en premier lieu, à la recherche du contact avec la clientèle : la vente directe est le mode de commercialisation le plus répandu avec notamment, une part très importante de la vente à la ferme et sur les marchés.

Ils mettent d'ailleurs l'accent sur les relations avec le client : ils estiment que c'est la première qualité à acquérir pour réussir dans la vente en circuit court.

Filières et modes de vente sont étroitement liés. Des spécificités régionales ancrées notamment sur des pratiques historiques expliquent par exemple l'importance de la vente par les commerçants détaillants et en particulier via les bouchers. Ce mode de vente est plébiscité par les producteurs de viande bovine qui vendent en circuit court.

Ainsi, que ce soit en vente directe ou via un intermédiaire, les circuits courts participent à l'animation des territoires urbains et ruraux. Ils contribuent au maintien du lien social et à un certain dynamisme sur les territoires.

L'étude montre aussi que transfor-

mer et commercialiser ses produits requiert un savoir-faire et beaucoup d'énergie. Réussir dans cet exercice demande des compétences spécifiques, de la rigueur technique et économique, mais aussi beaucoup de ténacité.

Pour autant, les agriculteurs qui vendent en circuit court se disent, pour 60 % d'entre eux, plutôt satisfaits du revenu qu'ils tirent de cette activité. Aussi souhaitent-ils poursuivre la commercialisation en circuit court et certains envisagent de développer leur vente auprès des groupes de consommateurs.

Les porteurs de projet qui souhaitent s'installer en circuit court paraissent, dans l'ensemble, avoir bien mesuré tous ces enjeux. La plupart souhaitent se tourner vers les nouveaux modes de commercialisation pour lesquels la réussite passe avant tout par la diversité et la qualité des produits et un accès aisé à la clientèle.

L'analyse des marchés locaux montre qu'aujourd'hui, à de rares exceptions, il y a encore peu de saturation sur les produits écoulés en circuit court en Limousin. Cela laisse présager des perspectives intéressantes...





## Partie 1 :

# Des exploitations et des hommes

- **Des agriculteurs plus jeunes et venant d'horizons divers**
- **Les circuits courts : un phénomène en plein essor**
- **La motivation est avant tout personnelle ou économique...**
- **... mais il faut aussi des qualités relationnelles et de la détermination**
- **Des formations connues et satisfaisantes**
- **Les conditions de la réussite : réseau et qualité**
- **Des difficultés ressenties, mais la satisfaction du revenu**

## Des agriculteurs plus jeunes et venant d'horizons divers

**L'activité de commercialisation en circuit court est d'un poids économique relativement faible dans la région. Les exploitants qui commercialisent en circuit court sont plus jeunes que la moyenne des agriculteurs limousins et plus diplômés.**

Une exploitation limousine sur dix commercialise tout ou partie de sa production en circuit court. C'est moins que la moyenne française (15 %). Cette pratique concerne aussi bien les structures de taille économique « moyenne ou grande » (64 %) que les « petites » (13 %) ou les « très petites » (23 %) (cf. définition ci-contre). La production brute résultant des circuits courts est estimée à 4 % du potentiel agricole de la région. Les productions traditionnelles limousines de viande de haute qualité reconnues et valorisées sur les marchés périphériques à la région sont une des explications de ce faible poids.

Pour autant, les exploitants limousins en circuit court sont plus jeunes en moyenne que l'ensemble des agriculteurs limousins : 32 % ont moins de 40 ans contre 21 %. Ils sont plus diplômés que la moyenne avec 38 % des moins de 40 ans qui ont un niveau d'études supérieur à Bac +2 contre 28 %. Cela laisse ainsi augurer de bonnes perspectives de développement pour ce mode de valorisation particulier.

### À l'ouest de la région mais pas seulement...

Les exploitations en circuit court sont particulièrement nombreuses sur la frange ouest de la région, le long d'un axe Nord-Sud Bellac-Argentat. Elles se concentrent plus spécifiquement au pourtour des grandes villes telles que Limoges et Brive, qui constituent des bassins de consommation importants, ainsi que dans les zones arboricoles et maraîchères haut-viennoises et corréziennes. Mais elles sont également présentes sur le Plateau de Millevaches, dynamique à plus d'un égard en matière agricole mais aussi espace touristique apprécié.

Dans près de quatre exploitations en circuit court sur dix, au moins une femme assure la gestion courante de l'exploitation, en tant que chef d'exploitation ou coexploitante. C'est plus que la moyenne dans les exploitations limousines. Elles sont plus âgées que leurs confrères masculins à la tête des structures : 19 % ont moins de 40 ans contre 32 % pour les hommes. Toutefois, elles

sont plus jeunes que la moyenne des femmes à la tête de l'ensemble des exploitations limousines (13 % ont moins de 40 ans).

Un exploitant agricole en circuit court sur cinq n'est pas issu du monde agricole, c'est-à-dire n'a ni parent ni grand-parent agriculteur. Cette proportion atteint 24 % dans la Creuse et dépasse les 30 % dans la Haute-Corrèze. Pour autant, plus les structures sont importantes en terme de taille économique et plus cette proportion diminue.

Sept chefs d'exploitation sur dix pratiquaient déjà une activité professionnelle avant de s'installer en agriculture. Dans quatre cas sur dix, ces agriculteurs avaient une connaissance du monde agricole : ils occupaient en effet un emploi dans le secteur agricole.

Le chef d'exploitation est moins souvent pluriactif que dans la moyenne des exploitations limousines (un sur sept contre un sur cinq). Exercer une activité supplémentaire est surtout le fait des chefs de très petites structures.

### Porteurs de projet : 30 % de néo-limousins

Parmi les 48 porteurs de projets souhaitant s'installer en circuit court en Limousin, on compte 54 % d'hommes et 46 % de femmes. Leur moyenne d'âge est de 39 ans, un peu plus de la moitié ont moins de 40 ans. Ils ont un niveau d'études assez élevé. En effet, 42% d'entre eux ont au moins le niveau Bac +2, 12 % le niveau ingénieur.

La quasi-totalité ont travaillé avant de se lancer dans ce projet dont un peu plus de la moitié en dehors du secteur agricole, principalement dans l'industrie et les services. La majorité est issue du milieu agricole mais seulement un cinquième

ont une expérience en agriculture. Ils souhaitent s'installer en effet pour la première fois à leur compte.

La part des porteurs de projet non issus du milieu agricole est le double de celle des producteurs, ce qui montre que cette démarche attire de nouveaux profils vers le monde agricole. Les productions diversifiées plus présentes en circuit court permettent des installations sur des structures moins importantes en terme d'accès au foncier et d'investissements matériels pour qui souhaite s'installer notamment hors cadre familial. Il existe cependant des nuances selon les départe-

tements. En effet, les porteurs de projet dans la Haute-Vienne sont pour les trois quart issus du milieu agricole contre la moitié pour les autres départements. En moyenne ils vivent en Limousin depuis 20 ans, mais tout de même 30 % d'entre eux sont néo-limousins c'est-à-dire installés dans la région depuis moins de 5 ans. Ces derniers sont sur-représentés dans la Creuse où ils représentent 40 % de l'ensemble contre seulement 28 % dans la Corrèze et 20 % dans la Haute-Vienne. La motivation principale les ayant incité à vivre en Limousin est la qualité du cadre de vie.

## Des agriculteurs plus jeunes et venant d'horizons divers

Les deux tiers des exploitations en circuit court moyennes ou grandes

nombre d'exploitations	en circuit court				ensemble des exploitations limousines
	Corrèze	Creuse	Haute-Vienne	Limousin	
Total	551	288	479	<b>1 318</b>	14 641
Dont moyennes et grandes (%)	64	63	65	<b>64</b>	54
Dont petites (%)	16	13	11	<b>13</b>	7
Dont très petites (%)	20	24	24	<b>23</b>	39
Dont forme sociétaire (%)	25	29	34	<b>29</b>	22

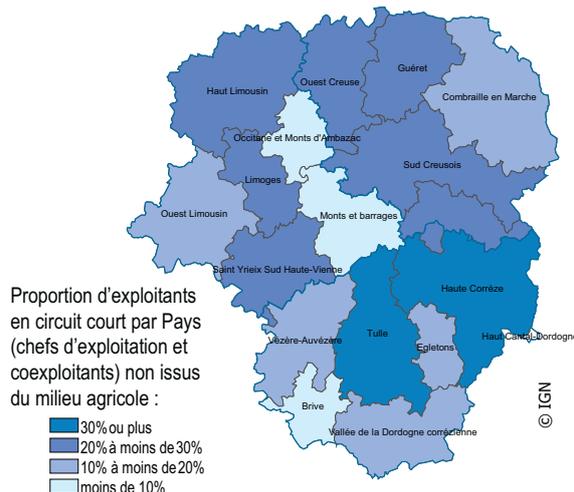
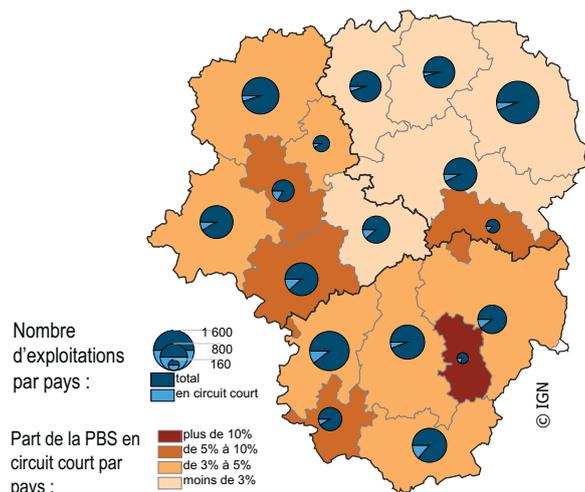
nombre d'exploitations	en circuit court				ensemble des exploitations limousines
	Corrèze	Creuse	Haute-Vienne	Limousin	
Total	551	288	479	<b>1 318</b>	14 641
Dont dirigées ou co-dirigées par un jeune (%)	34	30	31	<b>32</b>	21
Dont le chef est pluri-actif (%)	15	10	15	<b>14</b>	21
Dont dirigées ou co-dirigées par une femme (%)	38	36	39	<b>38</b>	34

nombre d'exploitations	Moyennes et grandes	Petites	Très petites	Total
	Total	845	174	
Dont dirigées ou co-dirigées par un jeune (%)	40	16	18	<b>32</b>
Dont le chef est pluri-actif (%)	6	8	39	<b>14</b>
Dont dirigées ou co-dirigées par une femme (%)	40	41	30	<b>38</b>
Dont forme sociétaire (%)	44	4	3	<b>29</b>

Source : Agreste - Recensement agricole 2010

### La pratique des circuits courts plus répandue dans les exploitations de l'ouest limousin

### Des exploitants d'origine non agricole en Nord Corrèze



Sources : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin - Recensement agricole 2010

### Définitions

- Exploitations très petites, petites, moyennes, grandes : la taille économique des exploitations est déterminée à partir de leur production brute standard (PBS). Lorsque la PBS annuelle dépasse 25 000 €, la structure est dite moyenne ou grande. Dans le cas contraire, on distingue les petites et les très petites. Les petites sont dirigées par un chef de moins de 60 ans, agriculteur à titre principal, elles emploient l'équivalent de plus d'une personne à mi-temps durant l'année et dégagent une PBS annuelle supérieure à 10 000 €. Toutes les autres, les très petites, sont plus souvent dirigées par des retraités ou des pluri-actifs.
- Exploitant jeune : chef d'exploitation ou coexploitant âgé de moins de 40 ans.
- Pluriactif : qui exerce une profession principale ou secondaire autre qu'exploitant agricole

## Les circuits courts : un phénomène en plein essor

**Les exploitants limousins se sont, pour la plupart, lancés dans les circuits courts durant la décennie 2000. Cet engouement récent mérite une attention particulière pour un mode de vente qui a, aujourd'hui, le vent en poupe ...**

Un exploitant agricole sur quatre en circuit court en 2010 ne s'est lancé dans ce mode de vente que depuis 2008, la moitié d'entre eux qu'à partir de 2002. Les agriculteurs creusois se sont tournés plus tard que les autres vers les circuits courts : la moitié à partir de 2006. La Haute-Vienne, suivie de près par la Corrèze, a été plus précoce, avec trois exploitants sur quatre qui étaient engagés dans cette démarche avant 2006.

Pour la majorité d'entre eux, les agriculteurs limousins se sont installés directement en circuit court. C'est dans la Haute-Vienne que cette démarche a rencontré le plus de succès spontané parmi les nouveaux installés en agriculture. Dans ce département, où le bassin de consommation est le plus important de la région, les deux tiers ont adopté des circuits courts dès leur installation.

### Une diversification des activités de l'exploitation

Adopter des modes de commercialisation en circuit court est souvent synonyme de diversification de l'activité au sein de l'exploitation, diversification aussi bien dans les productions que dans les moyens de vente. Ainsi, plus de quatre exploitants sur dix n'ont pas mis en œuvre des circuits courts de commercialisation dès leur installation mais se sont diversifiés vers ces modes de vente par création d'une activité supplémentaire au sein de leur exploitation. Tous les autres ont adopté ces modes de distribution dès leur installation, que ce soit par reprise d'une exploitation prati-

quant ou non ce type de commercialisation ou par création de leur exploitation. Cette dernière part est deux fois plus élevée chez les exploitants d'origine non agricole.

Les profils sont contrastés selon les départements. La tendance à la diversification est très marquée dans la Corrèze, où l'adoption de modes de vente en circuit court correspond à la création d'une activité supplémentaire pour la moitié des exploitations concernées. *A contrario*, dans la Haute-Vienne, cette proportion dépasse à peine le tiers.

### Une activité créatrice d'emplois sur les territoires

Une exploitation en circuit court emploie en moyenne 1,9 unité de travail annuel (UTA), soit 0,6 UTA de plus que la moyenne des exploitations limousines. L'activité de vente et de transformation éventuelle, qui vient s'ajouter à l'activité de production, induit le recours à davantage de main-d'œuvre. Les très petites structures n'emploient que 0,8 UTA, les petites 1,4 et les moyennes et grandes 2,3.

### Soit très peu, soit tout en circuit court !

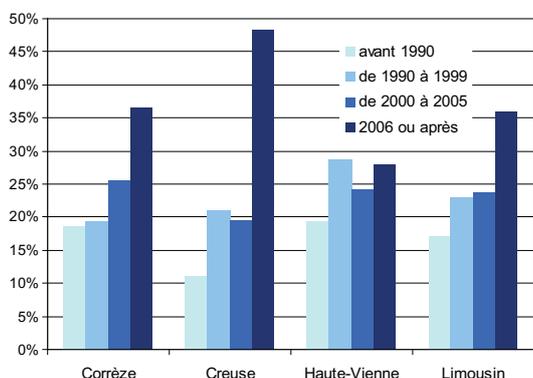
L'activité de commercialisation en circuit court peut peser plus ou moins dans le chiffre d'affaires de l'entreprise : dans une exploitation en circuit court sur trois, les ventes en circuit court représentent moins de 15 % du chiffre d'affaires total de la structure. À l'opposé, près d'une sur trois commercialise la totalité de sa production via ces modes de vente, soit 400 exploitations. Une exploitation en circuit court a

d'autant plus de chances de vendre exclusivement via ce mode de distribution qu'elle est petite : 60 % des très petites structures et 46 % des petites vendent uniquement par ce canal. À l'opposé, les moyennes et grandes alternent plus souvent modes de commercialisation traditionnels et circuits courts : seules 18 % commercialisent exclusivement en circuit court.

La mise en œuvre de l'activité circuit court a nécessité le recours à divers types de financement. Notamment, huit exploitants sur dix ont autofinancé tout ou partie de leur projet. Deux sur dix ont bénéficié d'un prêt bancaire bonifié et un sur sept d'un prêt bancaire non bonifié. Cette proportion monte à respectivement 23 % et 19 % pour ces deux catégories de prêts pour les exploitations moyennes ou grandes. Les très petites structures ont eu plus fréquemment recours à l'autofinancement que les autres : neuf sur dix contre sept sur dix pour les moyennes et grandes.

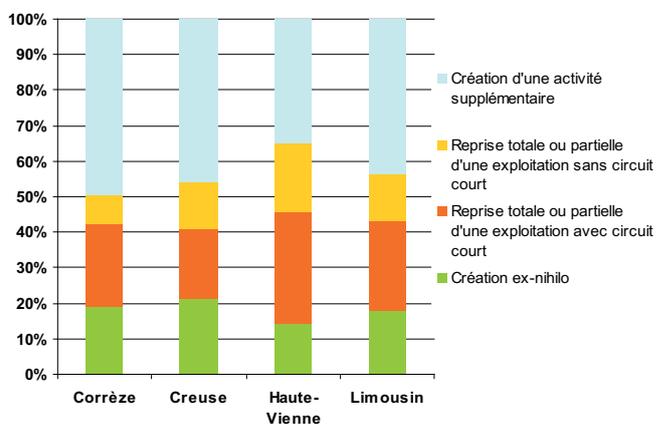
### La Creuse se lance plus tardivement

Proportion d'exploitations selon la date d'adoption de modes de vente en circuit court

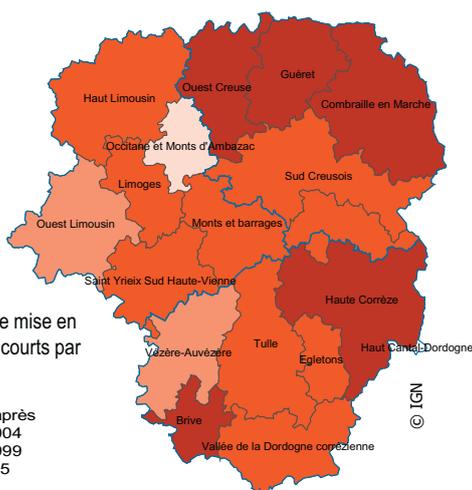


### Le circuit court, souvent une nouvelle activité à mettre en place

Proportion d'exploitations en circuit court selon l'origine de l'exploitation

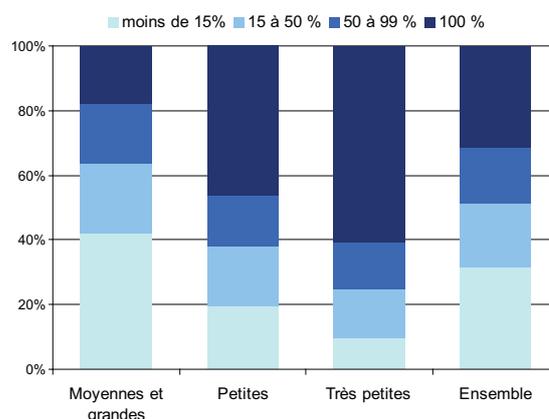


### Des pratiques ancrées plus anciennement dans la Haute-Vienne



### Un mode de vente exclusivement en circuit court pour 60 % des très petites exploitations

Proportion d'exploitations en circuit court selon la part de la vente en circuit court dans le chiffre d'affaires total de la structure (en %)

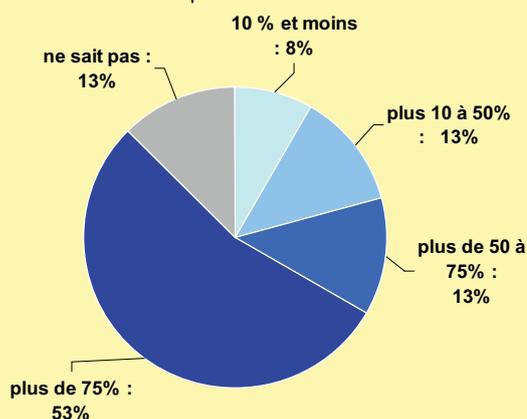


### Porteurs de projet : les circuits courts en débouché principal

Lorsqu'on interroge les porteurs d'un projet d'installation en circuits courts sur leur futures exploitations, les deux-tiers répondent qu'ils réaliseront la majorité de leur chiffre d'affaires par ce mode de vente et plus de la moitié pense que cela en représentera même plus de 75%. Ce mode de commercialisation constituera donc la source de revenu principale pour l'exploitation.

Concernant le statut des futures structures, ce seront, pour la plupart (67%), des exploitations individuelles dans laquelle les porteurs souhaiteront que l'agriculture soit leur activité principale. Des créations d'emplois sont envisagées pour 30% d'entre elles, principalement sous forme d'emplois saisonniers ou d'intégration d'associés.

Part prévue de la vente en circuit court dans le chiffre d'affaires total de l'exploitation



## La motivation est avant tout personnelle ou économique...

**La motivation première pour se lancer dans les circuits courts est essentiellement personnelle ou économique pour les agriculteurs limousins. Pour autant, elle n'est pas unique et est souvent complétée par des motivations d'ordre sociétal.**

La raison première qui a incité les agriculteurs limousins à concevoir la démarche de commercialisation en circuit court est essentiellement de nature personnelle ou économique. En effet, près d'un sur deux s'est intéressé, en premier lieu, aux circuits courts par motif personnel, et, quatre sur dix par motivation économique. Seul un sur dix était poussé avant tout par un intérêt d'ordre sociétal. Indépendamment de leur motivation première, les agriculteurs font mention de divers motifs de nature personnelle, économique et sociétale qui ont contribué le plus fortement à susciter leur intérêt pour les circuits courts.

### Reconnaissance du travail réalisé et goût pour le contact avec le client

Parmi les principales motivations personnelles à l'adoption de modes de vente en circuit court figure le souhait d'une reconnaissance de son travail et de ses productions. Cette raison est jugée importante pour près de six exploitants agricoles sur dix. Un exploi-

tant sur deux s'est lancé dans les circuits courts par goût pour la relation avec la clientèle. La recherche d'une meilleure qualité de vie a motivé un agriculteur sur trois, et plus particulièrement ceux non issus du milieu agricole (un sur deux). Cette dernière raison a également été plus souvent déclarée importante par les exploitants creusois (43 %) que par les haut-viennois et les corréziens.

### La valorisation économique comme cheval de bataille

Parmi les principales motivations économiques, la recherche d'une meilleure valorisation de leurs produits a guidé sept agriculteurs sur dix. Limiter le nombre d'intermédiaires peut constituer un moyen pour le producteur de capter davantage de valeur ajoutée lors de la vente de ses produits. Quatre agriculteurs sur dix ont été motivés par une volonté d'indépendance dans la production et la commercialisation, et plus sensiblement ceux d'origine non agricole (six sur dix). En effet, en assurant lui-

même à la fois la production, éventuellement la transformation, et la vente de ses produits, le producteur ne dépend plus des circuits avec plusieurs intermédiaires et il peut donc s'organiser librement, écouler la globalité de son offre et fixer lui-même ses prix de vente. Parmi les autres motivations d'ordre économique déclarées, le besoin de trésorerie et la volonté de diversifier son activité ont incité un agriculteur sur quatre à commercialiser en direct ou via un seul intermédiaire.

### Le lien au territoire mis en avant

Parmi les principales motivations sociétales à l'adoption de circuits courts, la meilleure valorisation des productions locales a déterminé plus d'un exploitant agricole sur deux, soucieux ainsi d'offrir au consommateur des produits de proximité de qualité. Le souhait de maintenir une activité économique en milieu rural a incité 45 % d'entre eux à se lancer dans ces formes de vente...

## Pour les porteurs de projet, la motivation est, avant tout, personnelle

Les motivations qui ont conduit les futurs agriculteurs à porter ce projet sont majoritairement d'ordre personnel avec la recherche d'une meilleure qualité de vie et d'un nouveau rythme familial et professionnel. Ainsi, l'adoption de cette démarche est issue de motivations différentes entre les producteurs et les porteurs de projet, les premiers attachant plus d'importance à l'intérêt économique et les seconds mettant en

avant la qualité de vie malgré la charge de travail que cela implique. Sur le plan économique, les motivations principales sont la volonté d'indépendance dans la production et la commercialisation et une meilleure valorisation économique des produits. Cependant les motivations d'ordre économique sont primordiales pour seulement 20 % des porteurs de projet contre 40 % pour les producteurs.

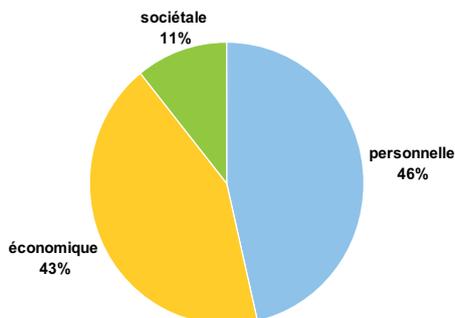
Enfin sur le plan sociétal, ce sont la sensibilité environnementale et le soutien à l'économie rurale qui les ont motivés. La sensibilité environnementale est plus importante auprès des porteurs de projet qu'auprès des producteurs. Il y a donc une relation entre circuit court et préservation de l'environnement qui constitue une source de motivation supplémentaire pour l'adoption de cette démarche pour les futurs exploitants.

# Des exploitations et des hommes

## La motivation est avant tout personnelle ou économique ...

### La motivation première d'ordre économique ou personnel

Part des exploitations selon la motivation première à l'adoption de la démarche de vente en circuit court



#### Motivations personnelles : la reconnaissance du travail et les relations avec les consommateurs avant tout

#### Motivations sociétales : valoriser des produits locaux et dynamiser son territoire

Proportion d'exploitations en circuit court selon la(les) principale(s) motivation(s) personnelle(s) et sociétale(s) du chef d'exploitation (trois citées au maximum)



13

### Motivations économiques : la meilleure valorisation des produits est plébiscitée

Proportion d'exploitations en circuit court selon la(les) principale(s) motivation(s) économique(s) du chef d'exploitation (trois citées au maximum)



Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin

## ... mais il faut aussi des qualités relationnelles et de la détermination

La plupart des agriculteurs limousins estiment que pour réussir en circuit court il faut surtout travailler la qualité du relationnel avec le client et être persévérant.

14

... L'activité de transformation et de commercialisation préserve et génère en effet de l'emploi local. Pour un agriculteur sur quatre, le choix des modes de vente en circuit court a été en partie lié à une sensibilité à la démarche environnementale. Et c'est plus spécifiquement le cas des exploitants en agriculture biologique, y compris ceux en cours de conversion : en effet, plus des deux-tiers d'entre eux ont été réceptifs à la démarche environnementale, ce qui a motivé leur projet de commercialiser via des circuits courts. Enfin, un agriculteur sur quatre a manifesté le souhait d'utiliser les surfaces et les bâtiments hérités de la ferme familiale, ce qui représente un moyen de poursuivre l'activité agricole locale et de redonner une seconde vie au patrimoine familial. Les motivations sociétales des exploitants ne sont pas les mêmes d'un département à l'autre. Ainsi, les agriculteurs creusois engagés dans les circuits courts de vente sont davantage soucieux de préserver une activité économique en milieu rural : 53 % contre 42 % dans la Corrèze et la Haute-Vienne. De même, dans la Creuse, un sur trois est réceptif à la démarche environnementale, contre moins d'un sur quatre dans les deux autres départements.

### La réussite passe par le relationnel et une détermination sans faille

Recourir à des modes de commercialisation en circuit court implique

de cumuler plusieurs activités voire plusieurs métiers : production, commercialisation et éventuellement transformation. Aussi cela nécessite des compétences variées de la part des producteurs. Pour plus de sept agriculteurs commercialisant en circuit court sur dix, la qualité du relationnel avec le client constituerait l'un des meilleurs gages de réussite de la vente en circuit court. En effet, les consommateurs recherchent dans la relation directe au producteur un lien social, une assurance sur l'origine des produits et leurs modes de production. En instaurant une relation de confiance, le producteur fidélisera plus facilement sa clientèle. Autres compétences jugées parmi les plus importantes pour parfaire la commercialisation via des circuits courts, le courage et la ténacité sont cités par 46 % des agriculteurs.

La charge de travail importante qui incombe au producteur par le fait-même qu'il assure à la fois la production et la vente, voire également la transformation de ses produits, suppose une organisation appropriée et nécessite de la persévérance pour surmonter les difficultés du métier et tout mener de front. D'ailleurs, pour quatre agriculteurs sur dix, une motivation importante serait une des qualités les plus indispensables pour réussir. À ce titre, les exploitants des plus petites structures, disposant de moins de moyens humains et matériels, conçoivent

davantage le courage et la détermination comme fondamentaux pour réussir que ceux des plus grandes. Enfin, pour un sur quatre, le sens de l'organisation technique serait primordial. Cette qualité est davantage ressentie comme essentielle par les dirigeants des moyennes et grandes exploitations d'une part, et par ceux non issus du milieu agricole d'autre part.

### L'économie comme catalyseur de lancement

Le projet de vendre à terme en circuit court se construit autour de motivations diverses, tant personnelles que matérielles. Il y a aussi ce qui fait que l'on franchit le pas. Pour près de six agriculteurs sur dix, l'élément déclencheur de l'adoption de modes de commercialisation en circuit court a une dimension économique. En effet, pour 30 % d'entre eux, c'est l'intérêt économique qui a primé pour la concrétisation de leur projet. Puis viennent des problématiques de conjoncture agricole pour 15 % et enfin une réponse à l'évolution de la demande pour 14 %.

Les difficultés économiques liées à la conjoncture actuelle et aux crises sanitaires passées ont incité les agriculteurs à diversifier leur activité pour ne pas être trop dépendants d'événements extérieurs qui fragiliseraient l'écoulement de leur production.

## ... mais il faut aussi des qualités relationnelles et de la détermination

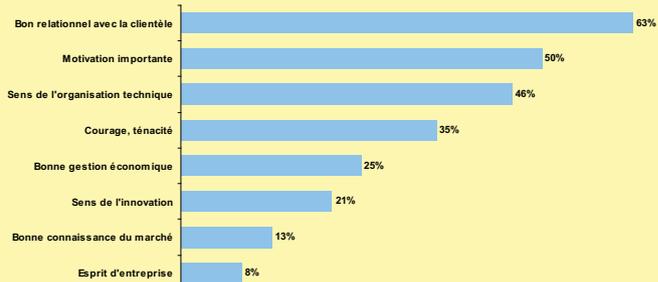
La qualité de la relation avec le client est jugée essentielle pour réussir en circuit court

Proportion selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)

Chez les exploitants déjà en activité circuit court :



Chez les porteurs de projet :



Une vision assez réaliste des compétences à mettre en oeuvre ...

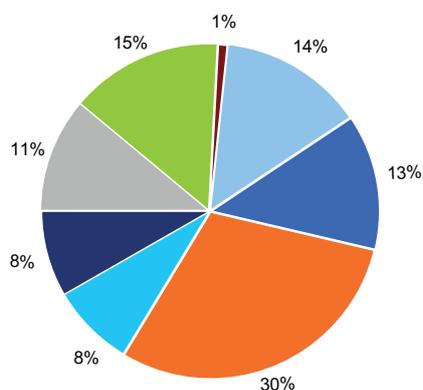
Selon les porteurs de projet, les principales compétences nécessaires pour réussir en circuit court sont le bon relationnel avec la clientèle, une motivation importante et le sens de l'organisation technique.

15

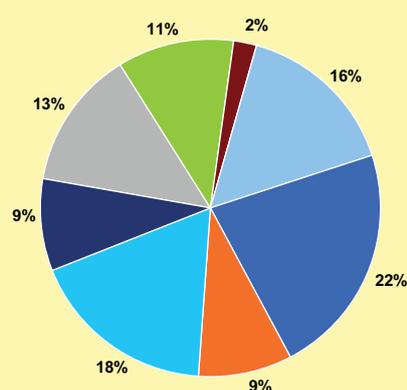
Le volet économique souvent à l'origine de la concrétisation du projet de vente en circuit court

Facteur déclencheur de la concrétisation du projet de vente en circuit court

Chez les exploitants déjà en activité circuit court :



Chez les porteurs de projet :



Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010- DRAAF et Région Limousin

## Des formations connues et satisfaisantes

**Les producteurs restent un peu moins informés que les porteurs de projet sur les formations relatives à l'activité circuit court et suivent moins souvent des formations.**

16

Dans une exploitation agricole en circuit court sur quatre, l'un des actifs au moins de la structure (chef d'exploitation, conjoint, associés, salariés...) a déjà suivi ou envisage de suivre des modules de formation spécifiques à la transformation ou la commercialisation en circuit court. Cette proportion atteint 29 % dans les exploitations moyennes ou grandes. Ce taux reste relativement faible. Et pourtant, les compétences acquises dans les différents métiers que recouvrent l'activité circuit court, en particulier via la formation, peuvent constituer un atout voire un prérequis à la bonne réussite de l'entreprise. La propension à suivre des formations est plus élevée chez les agriculteurs creusois : ils sont 35 % dans ce cas. C'est essentiellement le chef d'exploitation qui se forme. Dans 43 % des cas, il l'a fait dans l'année qui a précédé ou suivi le démarrage de l'activité circuit court. Les principaux thèmes des modules suivis sont la transformation, la

conduite technique, les relations commerciales et la réglementation sanitaire. Parmi ceux qui se forment, les agriculteurs sont très majoritairement satisfaits des modules qu'ils ont suivis. 90 % d'entre eux estiment qu'elles répondent aux besoins professionnels de l'exploitation.

### Des formations pourtant connues

Près de deux agriculteurs en circuit court sur trois ont connaissance des formations spécifiques dispensées. La plupart sont informés de celles proposées par les chambres d'agriculture (55 %) et dans une moindre mesure de celles dispensées par le réseau des centres de formation agricole (37 %) et des structures de développement agricole régionales (28 %). Les conseillers techniques des structures d'accompagnement constituent le principal vecteur d'information sur les formations : ils sont à l'origine de l'information de près de deux agriculteurs sur trois.

Parmi les autres vecteurs d'information, on retrouve le bouche à oreille, puis les médias locaux, et enfin les réseaux de commercialisation.

### Des études de marché dans les plus grandes structures

Avant de se lancer dans des modes de vente en circuit court, un exploitant agricole limousin sur dix disposait d'au moins une étude de marché. Ce sont essentiellement le fait des exploitants des moyennes et grandes exploitations. Parmi les agriculteurs disposant d'une étude de marché, plus d'un sur deux l'avait faite parce qu'elle lui semblait indispensable et un sur trois par obligation. Un sur deux l'avait réalisée lui-même. Dans six cas sur dix, cette étude a conclu qu'il y avait une concurrence faible ou inexistante pour l'activité dans laquelle souhaitait se lancer l'agriculteur, ce qui est propice au démarrage. Pour un tiers, la concurrence était moyenne.

### Porteurs de projet : intéressés par les formations...

Les formations les plus connues par les porteurs de projet sont celles dispensées par les chambres d'agriculture (60 %) ainsi que celles proposées par les centres de formation agricole et les structures de développement agricole (50 %). On peut noter que les producteurs sont moins informés des formations proposées. Les trois quarts des porteurs de pro-

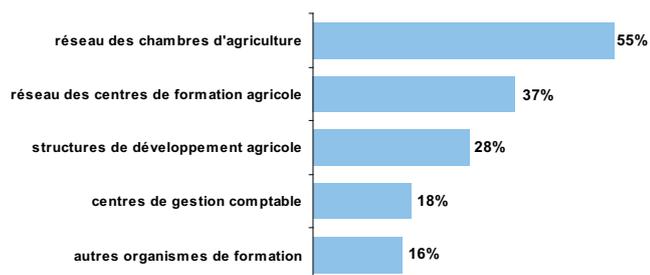
jet ont connaissance des formations propres aux circuits courts, contre seulement deux tiers des producteurs.

Des formations spécifiques à la transformation et la commercialisation en circuit court ont été suivies par 58 % des porteurs de projet, soit au cours de leur formation initiale, soit en for-

mation continue. Cette proportion est bien plus élevée que pour les producteurs qui ne sont qu'un quart à avoir suivi ce genre de formation ou envisageant de le faire.

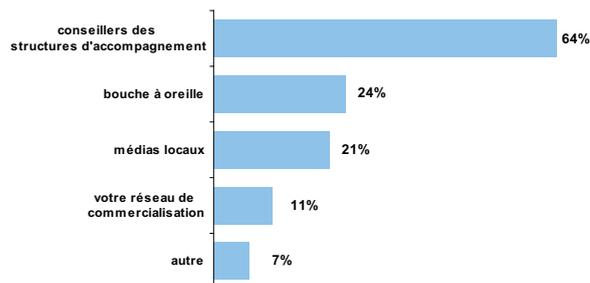
### Formations relatives aux circuits courts : celles des chambres d'agriculture sont les plus connues

Part des exploitations en circuit court ayant connaissance des formations spécifiques circuit court selon l'organisme de formation



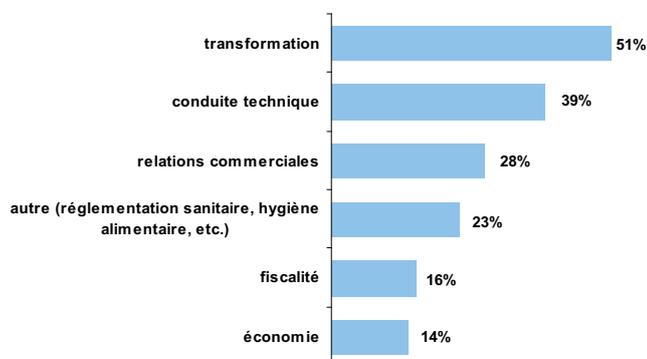
### Les structures d'accompagnement sources d'information sur les formations spécifiques circuit court

Part des exploitations en circuit court informées sur les formations selon le vecteur d'information



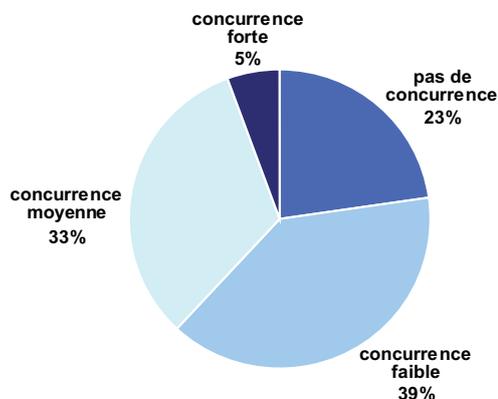
### Les formations relatives à la transformation sont les plus suivies

Part des exploitations agricoles en circuit court formées selon le thème de la formation



### Les études de marché révèlent majoritairement une concurrence faible voire nulle

Part des exploitations agricoles en circuit court ayant réalisées une étude de marché selon le résultat



Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin

### ... qu'ils jugent satisfaisantes

Il y a donc des besoins de formations attendus par les porteurs de projet désireux, pour la majorité, d'acquérir des compétences qu'ils jugent nécessaires à la bonne pratique de leur activité. Les thèmes abordés sont principalement la transformation des produits et la conduite technique tout comme pour les producteurs. La quasi-totalité des personnes ayant

suivi ces formations sont satisfaites et les jugent en adéquation avec leurs besoins professionnels.

Enfin, avant de démarrer leur projet, plus du tiers des futurs producteurs ont réalisé une étude de marché, la plupart par leurs propres moyens, parce qu'elle leur semble indispensable et est souvent obligatoire.

Les résultats de ces études révèlent pour 63 % une concurrence faible ou inexistante. Pour les autres, elles indiquent une concurrence moyenne, voire, dans de rares cas, forte.

## Les conditions de la réussite : réseau et qualité

**Les clés du succès pour un agriculteur commercialisant en circuit court : la qualité de ses produits et la présence d'un bassin de clientèle. Sans oublier l'intérêt d'appartenir à un réseau pour s'assurer visibilité et promesse de débouchés.**

18

Pour près de deux agriculteurs en circuit court sur trois, vendre des produits de qualité serait une des principales conditions nécessaires pour réussir dans la vente en circuit court dans leurs filières. C'est en effet un élément primordial pour satisfaire les attentes du consommateur. La présence d'un bassin de clientèle est jugée essentielle par 44 % des agriculteurs, l'accès à des équipements spécifiques adaptés (locaux et modes de transport notamment, utilisés selon les cas pour l'abattage, la découpe des animaux, la transformation, le transport sur le lieu de vente) par trois sur dix d'entre eux.

La qualité des produits est jugée moins fondamentale pour réussir par les exploitants plus jeunes que par les plus âgés. C'est l'inverse pour ce qui concerne l'accès à des équipements spécifiques. Les petites structures jugent plus souvent que les moyennes et grandes la qualité des produits comme élément déterminant dans la réussite, alors que c'est l'inverse pour la présence d'un bassin de clientèle. Ces deux critères sont davantage cités comme fondamentaux par les agriculteurs qui se sont lancés dans les circuits

courts de vente avant 2000 que par ceux qui les ont mis en place plus récemment.

### L'appartenance à un réseau, gage de débouché

Un agriculteur en circuit court sur quatre fait partie d'un réseau ou d'une organisation facilitant la commercialisation de ses produits. Parmi eux, six sur dix adhèrent à « Bienvenue à la Ferme » marque des chambres d'agriculture. Via cette marque, ils accueillent les clients sur leur exploitation tout en leur vendant leurs produits et leur proposant parfois visite de la ferme, activités pédagogiques et ludiques, hébergement. Un exploitant sur sept écoule ses produits via des magasins de producteurs. L'appartenance à un réseau assure une meilleure visibilité de l'offre du producteur vis-à-vis du consommateur. L'adhésion à un réseau de commercialisation est plus fréquente chez les exploitants d'origine non agricole, chez ceux des moyennes et grandes structures ainsi que chez ceux qui se sont lancés dans les circuits courts après 2000.

### Les grandes structures plus soutenues financièrement

Lorsqu'il s'est lancé dans les circuits courts de commercialisation, un peu plus d'un agriculteur limousin sur dix a bénéficié d'un accompagnement technico-économique spécifique. Dans la majorité des cas, c'est la chambre d'agriculture qui l'a conseillé et accompagné sur son projet. Dans les petites comme dans celles dirigées par des jeunes, ce sont deux exploitants sur dix qui ont été accompagnés.

En outre, lors de leur installation ou de leur diversification vers une activité de vente en circuit court, 18 % des agriculteurs limousins ont bénéficié d'un accompagnement financier spécifique. Les subventions ont principalement été attribuées par la Région, l'État, l'Europe et enfin le Département. Les agriculteurs des moyennes et grandes exploitations, de même que ceux de moins de quarante ans, mieux informés, ont davantage été aidés financièrement que les autres : un sur quatre dans chaque cas.

### Des réseaux de commercialisation connus ...

Cette vision est similaire à celle des producteurs. Au niveau des conditions de réussite, sont mis en avant la qualité des produits, la présence d'un bassin de clientèle et l'accès à des équipements spécifiques. Ces

conditions de réussite rejoignent en partie celles déclarées par les producteurs. Cependant, ces derniers ont jugé indispensable la présence d'un bassin de clientèle ce qui n'est pas mis en avant par les porteurs de

projet.

Quatre porteurs de projet sur dix ont bénéficié d'un accompagnement technico-économique. Parmi les bénéficiaires de ces accompagnements, 90 % sont satisfaits. Cepen-

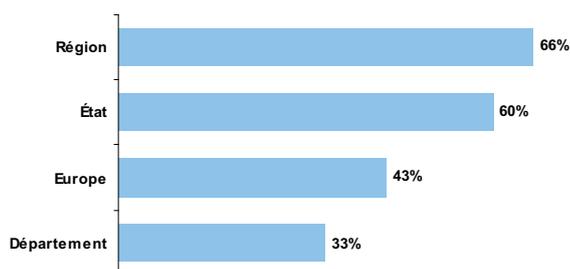
Pour réussir, il faut avant tout des produits de qualité et un bassin de clientèle

Proportion d'exploitations en circuit court selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



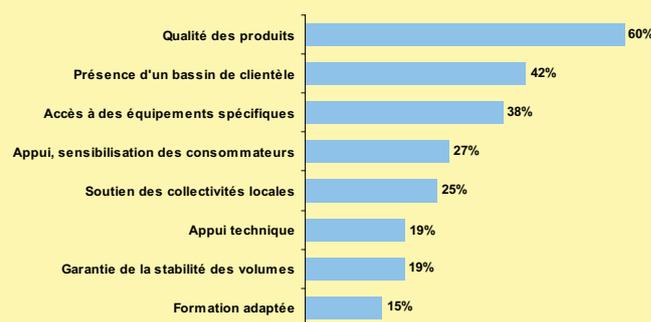
### Des subventions de la Région Limousin pour deux-tiers des projets accompagnés financièrement

Part des exploitations en circuit court accompagnées financièrement selon le type de financeur



### Des futurs installés plutôt clairvoyants sur les conditions de réussite

Principaux facteurs de réussite selon les porteurs de projets



Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010- DRAAF et Région Limousin

### ...et qui seront sollicités par les porteurs de projet

dant des améliorations sont attendues : il est notamment demandé plus de suivi, des échanges d'expériences et plus d'aides aux investissements. Pour finir, les trois quarts des por-

teurs de projet ont connaissance de réseaux ou d'organisations facilitant la commercialisation dont les plus connus sont « Bienvenue à la ferme » (54 %), « Accueil Paysan » (31 %) et les magasins de pro-

ducteurs (29 %). La moitié des porteurs de projet pensent adhérer à au moins un d'entre eux alors que seul un quart des producteurs sont adhérents.

## Des difficultés ressenties, mais la satisfaction du revenu

**Manque d'information et de compétences, et défaut de maîtrise de la rentabilité, sont autant de difficultés ressenties comme majeures par les producteurs et par les porteurs de projet. Pour autant, la majorité d'entre eux s'estiment satisfaits de leur niveau de revenu.**

De nombreux obstacles peuvent s'opposer à la réussite des démarches de commercialisation en circuit court dans les exploitations limousines. En s'appuyant sur l'expérience des producteurs engagés dans ce mode de vente, il ressort que plus de 40 % d'entre eux considèrent le défaut d'information, de connaissances et de compétences, l'absence de maîtrise de la rentabilité, le manque de clientèle à proximité des lieux de vente et la lourdeur de la réglementation sanitaire et commerciale comme des freins majeurs à la réussite de leur entreprise.

### **La maîtrise de la rentabilité, frein pour les jeunes et les grosses structures**

C'est davantage dans les très petites structures que le manque d'information de compétences est perçu comme un frein très important. Les plus jeunes exploitants comme ceux à la tête d'exploitations moyennes

et grandes ressentent plus souvent comme une contrainte fondamentale la difficulté de maîtriser la rentabilité de l'entreprise. En effet, les structures de taille importante supportent des charges plus élevées et doivent impérativement maîtriser leurs coûts de production. Les petites structures sont, elles, particulièrement sensibles au manque de clientèle près des lieux de vente. De petite dimension, aux moyens d'investissement limités, ces exploitations travaillent plutôt sur une logique de proximité.

Un peu moins fréquemment cités, la faiblesse logistique et le manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation restent significatifs d'entraves à la réussite en circuit court. La charge de travail supplémentaire induite par la transformation et la commercialisation ainsi que la concurrence sur leur secteur ressortent ensuite comme étant plutôt importantes pour un agricul-

teur sur trois. Cela est relativement faible et démontre notamment que le surcroît de travail freinerait relativement peu des exploitants motivés pour mener à bien leur activité.

### **Satisfaction globale sur le revenu**

Malgré les contraintes et les difficultés, les agriculteurs qui pratiquent des circuits courts de commercialisation sont majoritairement satisfaits du revenu qu'ils tirent de leur activité. C'est le cas de six agriculteurs sur dix. Les exploitants qui ne sont pas issus du milieu agricole, probablement en attente d'une meilleure rémunération de leur activité, sont moins satisfaits que les autres : seul un sur deux l'est. Un agriculteur en circuit court sur quatre n'est pas vraiment satisfait de son revenu. Ce mécontentement est plus fort au sein des structures dirigées par une personne pluriactive (33 %).

### **Porteurs de projet : de nombreuses difficultés ressenties...**

Les porteurs de projet, n'ayant pas encore l'expérience du métier d'agriculteur, sont, là encore, plutôt clairvoyants et ont une vision quasi-identique des freins à la commercialisation en circuits courts que les producteurs déjà installés. Ils mettent aussi en avant des obstacles assez spécifiques aux problématiques de l'installation qui sont l'accès au foncier ou à des financements. Globalement, ils s'attachent à répondre à ces freins par de la formation spécifique ainsi qu'une

motivation à toute épreuve. En effet, la charge de travail supplémentaire induite et les difficultés de conciliation de vie familiale et professionnelle ne leur paraissent pas problématiques. En terme d'espérance de revenu, 42 % des porteurs de projet espèrent un revenu compris entre 500 et 1 200 euros par mois et un tiers attendent un revenu inférieur à 500 euros par mois la première année. Une fois l'activité lancée et en régime de croisière 40 % attendent un revenu compris

entre 1 200 et 2 000 euros par mois. Il existe cependant des différences entre les départements, les porteurs de projet haut-viennois attendant un revenu plus modeste que ceux des autres départements. Cela peut s'expliquer par le fait qu'ils sont plus souvent issus du monde agricole et donc un peu plus conscients des niveaux de revenu qui pourront être atteints. Parmi les 30 % restants, la moitié d'entre eux n'ont aucune idée du revenu qu'ils pourront espérer dégager.

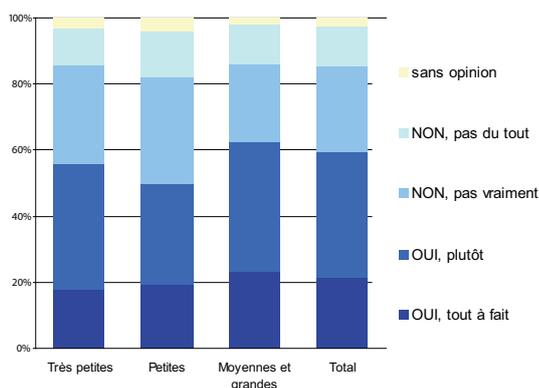
Principaux freins : manque d'informations et difficulté à maîtriser la rentabilité

Proportion d'exploitants selon les contraintes et les freins à la réussite des démarches en circuit court (en %)		Très important	Plutôt important	Peu important	Pas du tout important	Sans opinion
Défaut d'information / de connaissances / de compétences	Producteurs	43	31	12	9	5
	Porteurs de projet	44	38	6	6	6
Charge de travail trop importante	Producteurs	22	32	23	20	3
	Porteurs de projet	23	23	25	27	2
Difficulté de conciliation vie familiale / vie professionnelle	Producteurs	14	23	26	32	5
	Porteurs de projet	13	27	27	31	2
Jugement des pairs	Producteurs	2	6	19	60	13
	Porteurs de projet	0	6	23	65	6
Réglementation sanitaire et commerciale trop lourde	Producteurs	40	24	14	19	3
	Porteurs de projet	38	27	27	6	2
Absence de référentiels technico-économiques sur les produits	Producteurs	6	24	23	35	12
	Porteurs de projet	15	38	18	23	6
Difficulté d'accès à des financements publics ou privés	Producteurs	18	29	20	22	11
	Porteurs de projet	19	42	23	10	6
Faiblesse logistique	Producteurs	33	12	8	22	25
	Porteurs de projet	33	17	8	21	21
Manque d'implication et/ou de soutien des acteurs locaux	Producteurs	19	27	19	26	9
	Porteurs de projet	29	27	29	13	2
Rentabilité non maîtrisée	Producteurs	42	32	9	12	5
	Porteurs de projet	42	25	17	13	3
Concurrence avec les autres acteurs du commerce local	Producteurs	13	30	25	28	4
	Porteurs de projet	10	19	40	25	6
Manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation	Producteurs	32	22	16	26	4
	Porteurs de projet	33	38	15	10	4
Manque de clientèle à proximité des lieux de vente	Producteurs	41	25	8	20	6
	Porteurs de projet	27	35	15	17	6
Déplacements pour livraison trop importants	Producteurs	27	22	14	26	12
	Porteurs de projet	23	29	19	23	6

21

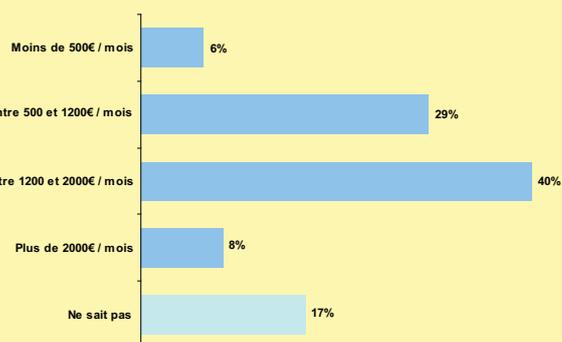
### Les exploitants des petites structures moins satisfaits de leur revenu

Proportion d'exploitants selon le degré de satisfaction sur le revenu



### Pour les futurs installés, un souhait de vivre de leur activité

Revenu attendu par les porteurs de projet une fois leur activité lancée







## Partie 2 :

# Filières de production : freins et facteurs de réussite

- **Une offre diversifiée**
- **Filières animales : de la viande bovine mais pas seulement**
  - **Bovins viande : la viande bovine en développement**
  - **Ovins : de petites exploitations**
  - **Aviculture : les volailles vendues en direct depuis longtemps**
  - **Lait : plutôt du fromage de chèvre**
- **Filières végétales : plus de fruits que de légumes**
  - **Fruits à pépins : une activité qui se maintient**
  - **Petits fruits : des spécialistes des circuits courts**
  - **Légumes : plutôt sur les marchés**
- **Filière miel : des apiculteurs spécialisés**
- **Multifilières : des exploitations par définition très diversifiées**

## Une offre diversifiée

**Les produits vendus en circuit court sont assez variés. Ce sont plutôt les maraîchers et les apiculteurs qui sont spécialisés dans ces modes de vente. Néanmoins, les productions limousines traditionnelles conservent un poids économique prépondérant.**

Les exploitations qui commercialisent en circuit court disposent, pour la plupart, d'un atelier d'animaux de boucherie, et notamment des bovins. La viande est principalement vendue chez les commerçants détaillants mais également à la ferme. Pour autant, et contrairement à notre schéma régional agricole global, spécialisé en productions bovins viandes et ovins, les exploitations sont aussi assez nombreuses dans les autres filières comme les cultures fruitières ou légumières. Ces produits sont également plutôt commercialisés à la ferme et sur les marchés. Ce dernier mode de commercialisation est plus contraignant pour les producteurs de viande, car il nécessite notamment d'avoir recours à du matériel frigorifique.

### **Un poids économique différent selon les filières de production**

Les exploitations des filières ani-

maux de boucherie et fruits sont peu nombreuses à commercialiser l'ensemble de leurs productions en circuit court. Quant aux exploitations des filières lait, œufs-volailles et multifilières, elles sont plus ancrées dans ce type de vente avec environ un tiers qui écoulent la totalité de leurs produits en direct ou via un seul intermédiaire. Enfin, plus de la moitié des exploitations maraîchères et apicoles distribuent tous leurs légumes et leur miel en circuit court.

Cependant, ce sont les exploitations d'élevage, arboricoles et diversifiées qui pèsent le plus économiquement dans la région. Elles se retrouvent sur la frange ouest du Limousin qui conjugue une forte densité d'exploitations avec une productivité élevée, notamment dans les secteurs de la viande et des fruits. Le nord-est de la Creuse est également concerné par une importante densité d'exploitations en circuit court, et une diversité de produits vendus.

La Creuse reste tout de même le département dans lequel les exploitations en circuit court sont les moins nombreuses, avec principalement le secteur bovin viande qui pèse peu dans l'économie agricole locale.

Reflétant le portrait de l'agriculture limousine, les exploitations fruitières en circuit court sont principalement situées dans la Corrèze, les exploitations avicoles à l'ouest du Limousin et les exploitations en bovin viande dans la Haute-Vienne.

### **Des perspectives de développement**

Ce sont sur les territoires les moins pourvus en nombre de structures en circuit court que la part des chefs d'exploitation souhaitant augmenter leurs volumes de production est la plus importante. Aussi peut-on supposer que les produits vendus en direct ou via un seul intermédiaire auront tendance à augmenter sur ces zones dans les années à venir.

#### Point méthodologique

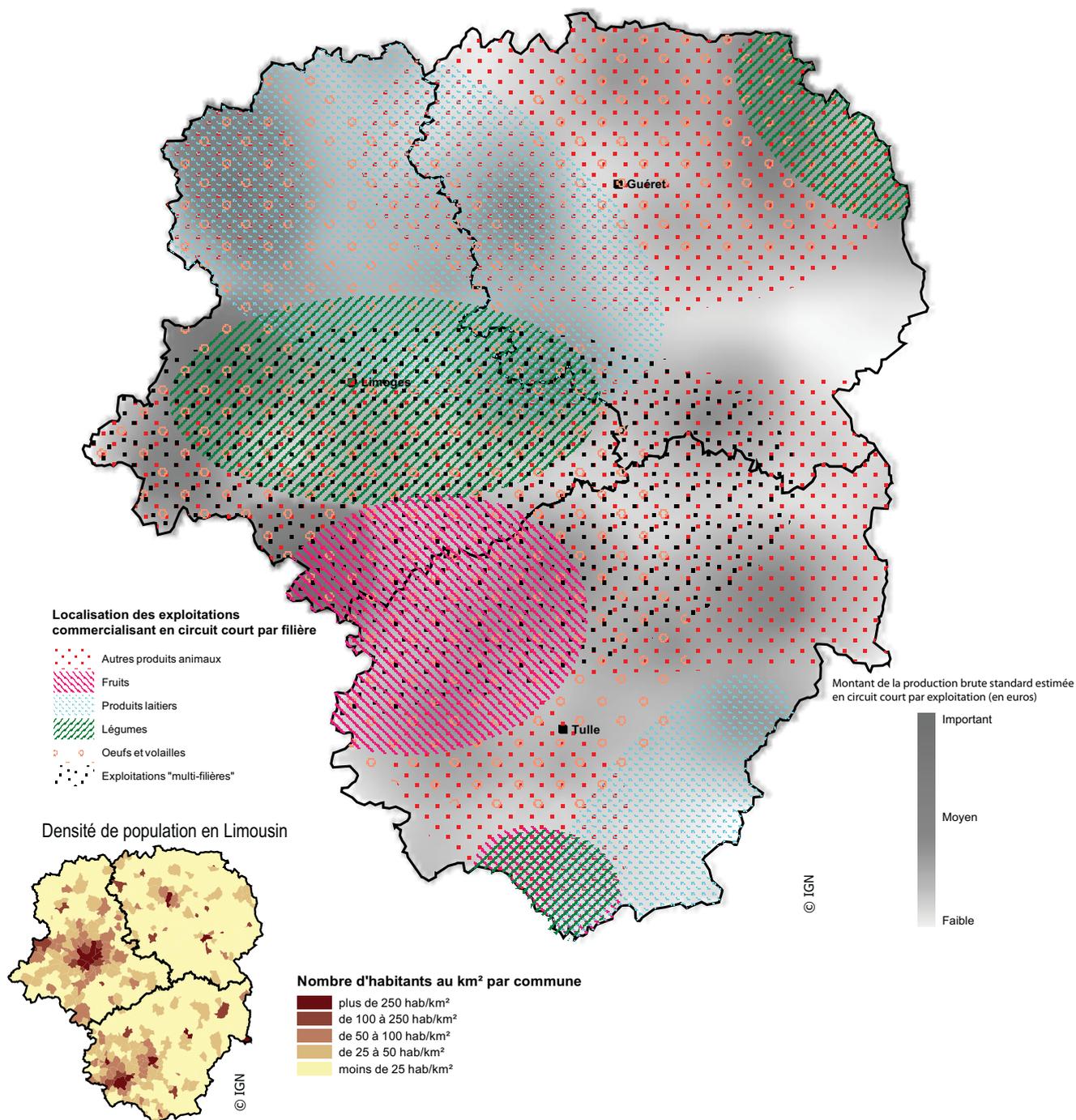
Afin de définir les éléments saillants d'une filière de production, les exploitations agricoles ont été classées en fonction du poids économique de leurs productions en circuit court. On distingue ainsi sept filières principales : lait, œufs et volailles, autres produits animaux, légumes, fruits, miel et la multifilière. Toutefois, certaines se décomposent en sous-filières. C'est le cas de la filière autres produits animaux qui comprennent par exemple les bovins viande, les ovins et les porcs. La méthodologie est la suivante :

- Certaines ne vendent qu'un seul type de produits, comme des légumes, et font ainsi partie d'une filière unique : leur filière principale,
- D'autres distribuent plusieurs types de produits, comme des légumes et des œufs, parmi lesquels une seule production est dominante en terme de poids économique (supérieur à 75 %). Celle-ci détermine alors la filière principale de ces exploitations,
- Enfin, des exploitations commercialisent plusieurs types de produits ; toutes les productions ont sensiblement la même importance économique et aucune ne se distingue. Elles appartiennent à la filière principale « multifilières ».

## Une offre diversifiée

Diversité des productions et poids économique à l'Ouest du Limousin

Grandes filières de production en circuit court et production brute standard circuit court calculée



Le nord-ouest de la Haute-Vienne et le sud-est de la Corrèze sont les territoires où le nombre d'exploitations laitières en circuit court (points bleus) est le plus élevé. La zone autour de Limoges et dans le nord-est de la Creuse est quant à elle caractérisée par le nombre d'exploitations le plus élevé pour la commercialisation de légumes en circuit court. La zone où la vente en circuit court atteint le plus haut volume de chiffre d'affaires (gris foncé) est principalement, toutes filières confondues, l'ouest de la Haute-Vienne.

Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin

## Filières animales : de la viande bovine mais pas seulement

**Les exploitations commercialisant de la viande sont nombreuses. La conjoncture agricole des années 2000 a poussé les agriculteurs à diversifier leurs modes de commercialisation.**

Veaux, agneaux, porcs, canards, lapins, fromage, lait, œufs, ... Tous les produits issus des filières animales sont vendus en circuit court. Ainsi, peut-on trouver du veau en caissette, du porc en morceau, des agneaux entiers, du foie gras de canard, du fromage de lait de chèvre ou encore du beurre.

### L'activité dans ces filières se développe

Ce sont plus de 880 exploitations qui vendent des produits issus des filières animales, dont près de 700 à titre principal. Sept exploitations sur dix sont de taille économique moyenne ou grande, proportion supérieure à celle observée dans les filières végétales.

La mise en place de cette activité est assez récente. En effet, plus de quatre exploitations sur dix ont commencé à vendre en circuit court leurs produits à partir de 2006. Plus la

création de cette activité est tardive, plus elle est mise en relation avec la conjoncture agricole. Les difficultés des filières ovine et bovine de la fin des années 2000 ont incité les agriculteurs à rechercher de nouveaux débouchés et ils ont donc diversifié leurs modes de vente. Pour autant, ils ont aussi conservé l'écoulement d'une partie de leur production en circuit long, et n'en commercialisent souvent qu'une partie en direct ou via un seul intermédiaire. En effet, les producteurs sont moins d'un quart à vendre la totalité de leur production en circuit court ; ce sont plutôt les exploitations laitières qui se sont spécialisées dans ce type de vente.

### Les porcs et les œufs : des filières minoritaires

Les porcs sont vendus par une cinquantaine d'exploitations spécialisées en circuit court dans la filière « autres produits animaux ». Les

trois quarts commercialisent également d'autres viandes. Les porcs sont principalement commercialisés à la ferme et via les commerçants détaillants. Néanmoins, une partie des agriculteurs vendent aussi leurs produits en point de vente collectif, mode de commercialisation rarement utilisé par les producteurs de viande ovine et bovine.

Plus de 100 exploitations vendent des œufs. Cependant, moins de 50 d'entre elles sont spécialisées dans la filière « œufs et volailles ». En effet, un grand nombre d'exploitants n'ont pas d'élevage professionnel, mais seulement quelques poules pour une production particulièrement limitée. Le produit des ventes d'œufs pèse alors peu dans le chiffre d'affaires en circuit court de l'exploitation, au regard d'autres productions qui sont aussi commercialisées via ces modes de vente.

### Porteurs de projet : des produits animaux plus diversifiés...

La moitié des porteurs de projet souhaitent s'orienter dans des productions d'origine animale, part identique à celle des producteurs actuels. Les deux produits les plus représentés sont les volailles et la viande bovine. Concernant les produits laitiers, on peut noter qu'il s'agit uniquement de fromages caprins, ces derniers constituant la majorité des produits laitiers actuellement vendus en circuit court par

les producteurs. Les porteurs de projet désireux de produire dans la filière animale sont majoritairement issus du milieu agricole. Ils sont 44 % à prévoir que la commercialisation en circuit court représentera plus des trois quarts de leur chiffre d'affaires.

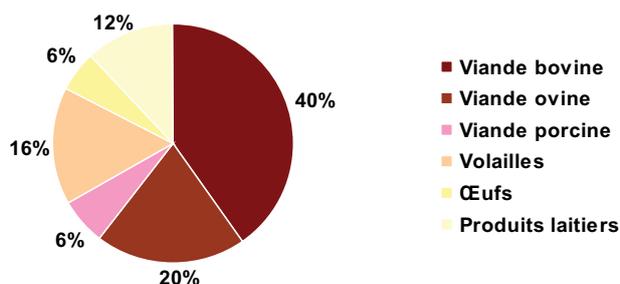
La volonté de maintenir une activité en milieu rural est une préoccupation pour les futurs exploitants. Quant à

la sensibilité environnementale, elle est peu exprimée par rapport à leurs confrères de la filière végétale. Leur motivation principale réside dans la volonté d'une meilleure valorisation économique des produits. Pour répondre à cet objectif, ils estiment nécessaire de proposer des produits de qualité. Une bonne organisation technique et une motivation à toute épreuve apparaissent comme des qualités importantes. Malgré cela,

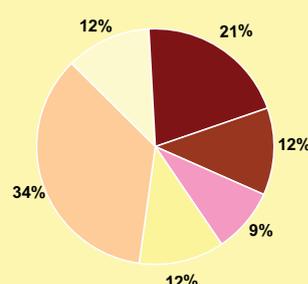
De la viande bovine chez les producteurs... et plutôt de la volaille chez les porteurs de projet

Répartition des exploitations par type de produits animaux

Chez les exploitants déjà en activité circuit court :



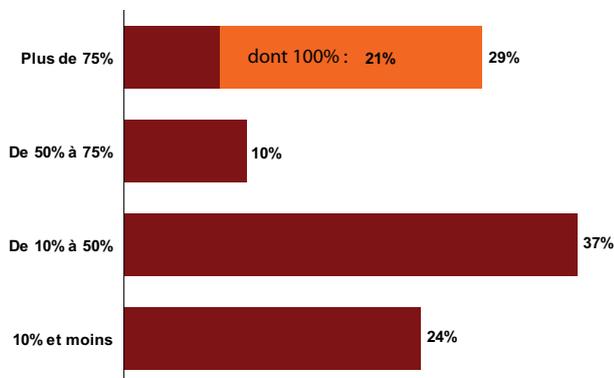
Intentions des porteurs de projet :



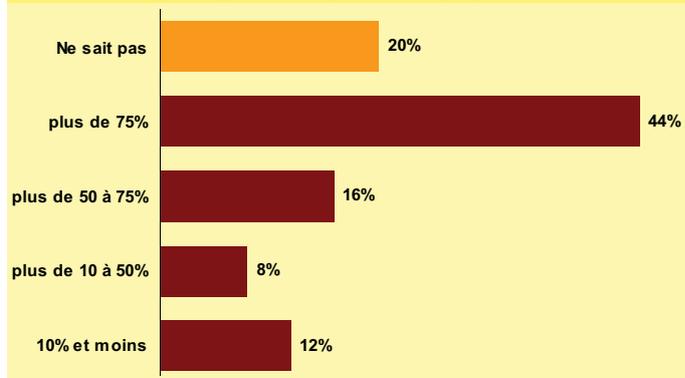
Une part des circuits courts dans le chiffre d'affaires faible chez les producteurs...  
... et plutôt élevée chez les porteurs de projet

Part du chiffre d'affaires en circuit court sur les exploitations en production animale

Chez les exploitants déjà en activité circuit court :



Objectifs des porteurs de projet :



Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin

### ... nécessitant des équipements spécifiques

le manque de maîtrise de la rentabilité est perçu comme étant une contrainte majeure, au même titre que l'absence de référentiels technico-économiques sur les produits. Le contact avec la clientèle est une composante essentielle pour les futurs agriculteurs, et ils estiment nécessaire d'avoir des qualités relationnelles pour réussir dans la vente en circuit court. La présence d'un bassin de clientèle constitue

une condition de réussite indispensable. Ainsi, le manque de clients à proximité du siège de l'exploitation est jugé comme un frein important. Sur le plan logistique, ils sont près des trois quarts à disposer de matériel spécifique ou envisagent d'en acquérir. Il s'agit principalement de locaux de vente, chambres froides ou véhicules réfrigérés nécessaires pour le stockage et le transport des produits carnés. D'ailleurs, l'accès à

des équipements spécifiques (par exemple à des abattoirs) apparaît comme une condition de réussite majeure. Les réglementations sanitaires et commerciales sont perçues comme trop lourdes et comme une contrainte non négligeable. De plus, la faiblesse logistique, comme par exemple le manque d'abattoirs, est cité comme étant un frein très important notamment pour les futurs éleveurs creusois.

## Bovins viande : la viande bovine en développement

**Les éleveurs de bovin viande se sont lancés récemment dans la vente en circuit court. L'abattage des animaux est perçu comme un frein au développement de ce mode de commercialisation, mais pas suffisamment pour réduire cette activité.**

En Limousin, 320 exploitations spécialisées dans la filière « autres produits animaux » commercialisent de la viande bovine en circuit court. Parmi celles-ci, quatre sur cinq sont de dimension économique moyenne ou grande.

### **Des exploitations récemment engagées dans les circuits courts**

C'est dans cette filière de production que les exploitants ont décidé le plus tardivement de se lancer dans la vente en circuit court : plus de la moitié des exploitations en bovin viande ont créé cette activité après 2006. La motivation première est économique pour six agriculteurs sur dix.

65 % des exploitations en bovin viande réalisent moins de la moitié de leur chiffre d'affaires en circuit court, mais 22 % en réalisent la totalité par ce mode de commercialisation. Ce moyen de distribution apparaît très souvent comme un complément de revenu pour les exploitants qui travaillent de manière prioritaire en circuit long. Pour la majorité d'entre eux, les exploitants n'ont donc pas eu recours à des investissements particuliers, et ils ont financé eux-mêmes le développement de cette nouvelle activité.

### **L'abattage, une difficulté pour les exploitants creusois**

Les éleveurs de bovins font principalement abattre leurs animaux à Us-sel, Limoges, Saint-Yrieix-la-Perche

et Saint-Viance. Au regard de la localisation des abattoirs existants, plus de la moitié des exploitants creusois ne sont pas satisfaits des distances à parcourir pour y transporter leurs animaux. En effet, alors qu'un agriculteur haut-viennois effectue en moyenne une quarantaine de kilomètres par mois pour faire abattre ses animaux, un agriculteur creusois en effectue le triple.

### **Une saisonnalité moindre**

Parmi les agriculteurs n'ayant pas démarré l'activité de vente en circuit court dès leur installation, pour sept sur dix cette activité n'a pas eu d'impact sur la production totale de l'exploitation : elle n'a généré ni baisse ni hausse de la production. En effet, la vente en circuit court passe souvent par un commerçant-détaillant (boucher) et cette activité n'impacte pas directement le travail de l'exploitant. Le temps passé à la commercialisation est donc moindre par rapport à d'autres filières de production dans lesquelles les exploitants ont recours à plusieurs modes de distribution.

En outre, les producteurs de bovins viande ne connaissent pas réellement de périodicité dans leur activité de vente en circuit court, contrairement à d'autres productions où la saisonnalité est importante. Plus de huit exploitations sur dix n'ont d'ailleurs pas embauché de personnel supplémentaire de manière pérenne ou saisonnière.

### **Un manque de logistique**

Les exploitants en bovin viande sont en majorité assez satisfaits de leur revenu en circuit court. Ils estiment que pour réussir, il est nécessaire de proposer des produits de qualité. En ce qui les concerne, la vertu première à acquérir est le bon relationnel avec la clientèle, notamment pour ceux qui vendent en direct.

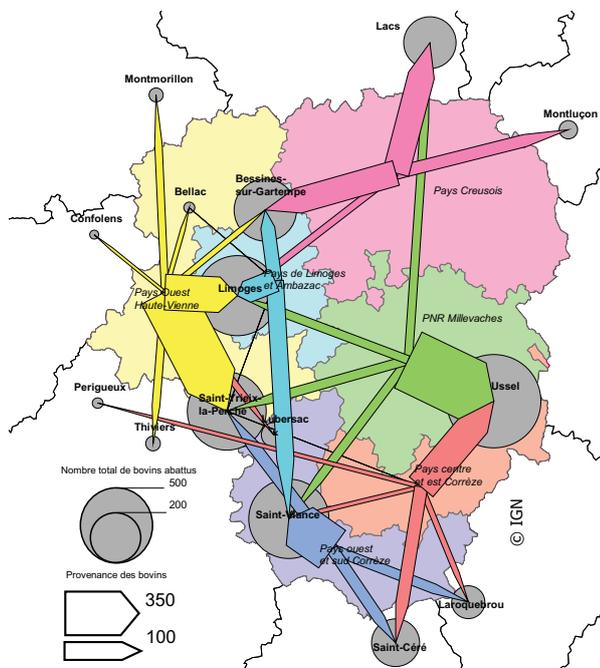
La faiblesse logistique, comme l'absence d'abattoir, serait selon les producteurs le premier frein à la commercialisation en circuit court. La fluctuation de la rentabilité, qui peut être due aux coûts des intrants ou à l'évolution des prix de vente, est également à prendre en compte avant de se lancer dans cette activité.

### **Une augmentation des volumes... ou pas**

Les producteurs de bovin viande qui ont commencé la vente en circuit court avant 2007 ont tendance à stabiliser les quantités et leur gamme de produits commercialisés. *A contrario*, plus les producteurs ont créé cette activité récemment, plus ils envisagent d'accroître le volume des ventes. Ils sont donc en phase d'expansion et ont encore une marge de progression. À l'inverse, six exploitants sur dix ne comptent pas diversifier leurs lieux de vente actuels. Globalement, 85 % des agriculteurs ne souhaitent ni réduire ni arrêter la vente en circuit court.

### Les abattoirs limousins utilisés pour la viande bovine, et ceux des régions limitrophes également

Destination d'abattage des bovins commercialisés en circuit court, selon leur territoire de production



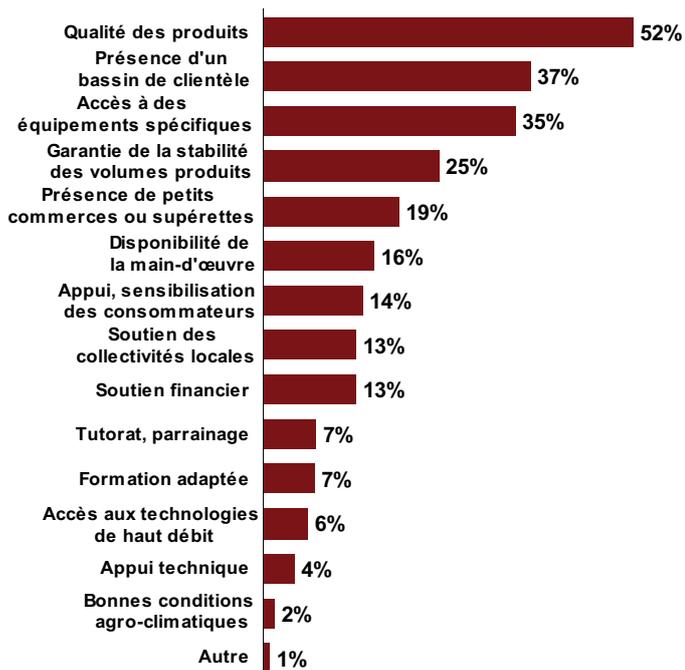
### Les qualités relationnelles toujours en tête

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Les produits, des clients et des équipements

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Des contraintes liées à la logistique et à la rentabilité

Proportion d'exploitations selon les contraintes et les freins à la réussite des démarches en circuit court hormis les sans opinion (en %)

	Important	Pas important
Défaut d'information/ de connaissances / de compétences	70	21
Charge de travail supplémentaire	57	40
Difficulté de conciliation vie familiale / vie professionnelle	28	68
Jugement des pairs	11	75
Réglementation sanitaire et commerciale trop lourde	62	33
Absence de référentiels technico-économiques sur les produits	30	48
Difficulté d'accès à des financements publics ou privés	51	36
Faiblesse logistique (ex : manque d'abattoirs, etc.)	83	12
Manque d'implication et/ou de soutien des acteurs locaux	54	38
Rentabilité non maîtrisée	78	17
Concurrence avec les acteurs du commerce local	43	52
Manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation	55	41
Manque de clientèle à proximité des lieux de vente	58	37
Déplacements pour livraison trop importants	43	39

Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin

## Ovins : de petites exploitations

**Les éleveurs de moutons sont assez nombreux à vendre tous leurs produits en circuit court. Pour autant, ce sont souvent de petites structures et globalement, ils ne comptent pas augmenter les volumes produits.**

**E**n Limousin, 160 exploitations ovines spécialisées dans la filière « autres produits animaux » commercialisent de la viande ovine en circuit court. Parmi celles-ci, seulement 43 % sont de taille économique moyenne ou grande et l'activité ovine vient souvent compléter un atelier de bovins viande. Les exploitants se sont lancés assez tardivement dans la vente en circuit court : près de la moitié ont commencé après 2006. Ils sont la moitié à avoir débuté cette activité dès leur installation en agriculture.

### **Quatre exploitants sur dix vendent tout en circuit court**

Alors que c'est au sud et au nord de la Haute-Vienne que la production ovine est la plus importante en Limousin, nombreuses sont les exploitations corréziennes qui vendent en circuit court de la viande ovine. Les exploitants font principalement abattre leurs animaux à Ussel, Limoges, Saint-Yrieix-la-Perche et Bellac, abattoir spécialisé dans la viande ovine. Ils sont satisfaits des prestations techniques offertes par les abattoirs, mais aussi de leur localisation. En effet, les producteurs creusois les plus impactés par la localisation des abattoirs sont peu nombreux à commercialiser de la viande ovine via les circuits courts.

Quatre exploitants sur dix réalisent la totalité de leur chiffre d'affaires grâce à la commercialisation en circuit court et c'est le cas de trois

exploitations moyennes ou grandes sur dix. Ils n'ont pas plus investi dans du matériel que leurs confrères de la filière bovin viande. Huit exploitants sur dix ont financé eux-mêmes cette nouvelle activité.

### **Une concentration de l'activité pendant l'été**

Les activités d'abattage et de vente se concentrent sur les mois de juin à septembre, après l'engraissement des agneaux. Les éleveurs les vendent principalement à la ferme et via les commerçants détaillants. La commercialisation en circuit court a peu d'impact sur les volumes produits, et les exploitants n'ont pas eu recours à du personnel supplémentaire. En outre, l'embauche de salariés ne serait pas à l'ordre du jour, car la moitié des éleveurs ne sont pas particulièrement satisfaits de leur revenu.

### **Bon contact et motivations sont essentiels**

Les producteurs estiment qu'avoir un bon contact avec la clientèle est une qualité importante. D'ailleurs, ils se sentent reconnus par leur entourage. Mais il est aussi nécessaire, selon eux, d'être pourvu d'une motivation importante pour se lancer dans cette activité. Les agriculteurs des exploitations moyennes et grandes mettent l'accent sur le manque d'informations et de connaissances. Comme les éleveurs de bovins, ils considèrent aussi que la faiblesse logistique est une

contrainte. La réglementation sanitaire et commerciale apparaît également comme un frein dans cette filière de production. Ce constat peut être corrélé avec l'application de normes européennes strictes en matière de transformation de produits carnés. De plus, des règles en matière d'identification se sont intensifiées ces dernières années (marquage, enregistrement des mouvements, etc.), ce qui provoque des coûts et une charge de travail supplémentaires. En outre, une campagne de vaccination obligatoire avait été lancée lors de la fièvre catarrhale ovine. Ces contraintes ne concernent cependant pas seulement les exploitations en circuit court, mais bien l'ensemble de la filière.

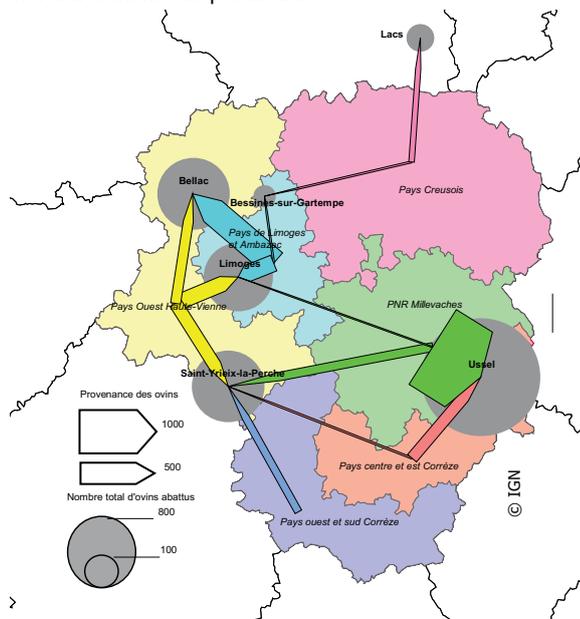
### **Une stagnation de l'activité pour les prochaines années**

Huit agriculteurs sur dix ne comptent pas diversifier leur production et plus de la moitié ne pensent pas augmenter les volumes produits. Ils ne désirent pas non plus diversifier leur mode de commercialisation, que ce soit via les grandes et moyennes surfaces, la restauration collective ou les groupes de consommateurs. Ils sont d'ailleurs neuf sur dix à ne pas souhaiter travailler avec la grande distribution. Ce n'est pas pour autant qu'ils souhaitent réduire ou arrêter leur activité : trois éleveurs ovins sur quatre prévoient de continuer dans la vente en circuit court.

## Ovins : de petites exploitations

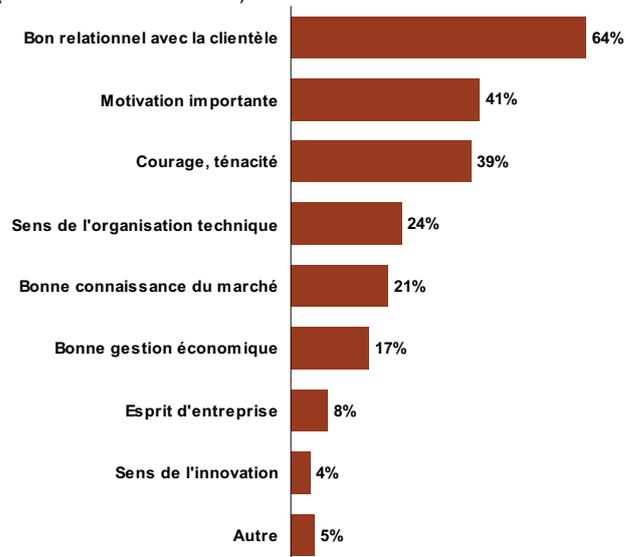
### L'abattoir d'Ussel largement sollicité par les agriculteurs locaux

Destination d'abattage des ovins commercialisés en circuit court, selon leur territoire de production



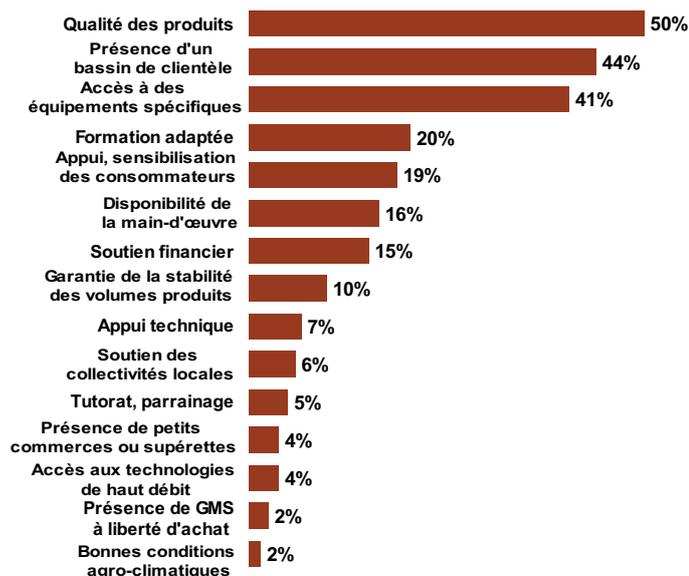
### Des qualités relationnelles, de la motivation et du courage

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Les trois premières conditions identiques à celles des éleveurs de bovins

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Réglementation sanitaire et commerciale et rentabilité non maîtrisée considérées comme des freins importants

Proportion d'exploitations selon les contraintes et les freins à la réussite des démarches en circuit court hormis les sans opinion (en %)

	Important	Pas important
Défaut d'information/ de connaissances / de compétences	72	23
Charge de travail supplémentaire	50	44
Difficulté de conciliation vie familiale / vie professionnelle	36	56
Jugement des pairs	13	72
Réglementation sanitaire et commerciale trop lourde	81	14
Absence de référentiels technico-économiques sur les produits	43	44
Difficulté d'accès à des financements publics ou privés	44	40
Faiblesse logistique (ex : manque d'abattoirs, etc.)	74	19
Manque d'implication et/ou de soutien des acteurs locaux	47	41
Rentabilité non maîtrisée	80	17
Concurrence avec les acteurs du commerce local	37	55
Manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation	54	38
Manque de clientèle à proximité des lieux de vente	54	36
Déplacements pour livraison trop importants	42	40

## Aviculture : les volailles vendues en direct depuis longtemps

**La filière avicole limousine vend traditionnellement ses produits en circuit court. Les agriculteurs doivent se partager entre abattage, vente et transformation-préparation. La moitié d'entre eux souhaitent augmenter les volumes produits.**

Ce sont 125 exploitations avicoles qui sont spécialisées en circuit court dans la filière « œufs et volailles » et le Pays Vézère-Auvézère dans la Corrèze en compte un grand nombre. Elles sont plus de 80 % à être classées dans les exploitations moyennes et grandes.

### **Une inscription dans les circuits courts dès l'installation**

Les exploitants ont adopté dès leur installation la vente en circuit court, et ce, de longue date. En effet, ils sont plus de la moitié à avoir commencé avant les années 2000. Cette filière de production s'inscrit plus facilement que les autres filières animales dans une démarche de vente directe, avec des contraintes d'abattage directement assumées par le producteur et différentes de celles afférentes aux viandes de boucherie. En contrepartie, certains produits commercialisés sont à haute valeur ajoutée et se vendent plus facilement à la ferme. C'est d'ailleurs le premier mode de commercialisation pour un grand nombre d'exploitations, la vente sur les marchés arrivant en deuxième position. Les exploitants produisent aussi bien des oies et canards que d'autres volailles, comme le poulet. La plupart commercialisent la totalité de leur production en vente directe. Ils ont investi dans du matériel afin de rendre possible cette activité. Ainsi ont-ils souvent installé une tuerie particulière et une chambre froide, et, pour quatre exploitants sur dix ayant des oies et canards, un atelier

de transformation. Pour créer ces aménagements, ils n'ont que rarement eu recours à des financements extérieurs.

### **Une conjugaison d'activités**

Un grand nombre d'exploitants ressentent une saisonnalité dans la vente de volailles en circuit court. La période des fêtes de fin d'année représente évidemment un surcroît de travail, mais la période estivale est également propice à la vente en circuit court. Les agriculteurs partagent réellement leur temps entre l'abattage, la transformation-préparation et la vente. Le nombre de personnes s'occupant de ces activités est en moyenne de trois sur les exploitations avicoles, ce qui représente 1,2 équivalent temps plein. Ainsi, plus d'une exploitation sur cinq emploie des salariés. Dans plus de quatre exploitations sur dix, un des actifs s'est inscrit ou compte s'inscrire dans un module de formation, axé plutôt sur la transformation.

### **Des exploitants plutôt satisfaits de leur revenu**

Six exploitants sur dix sont assez satisfaits de leur revenu. Pour réussir dans cette filière en circuit court, les exploitants estiment qu'il est nécessaire de vendre des produits de qualité, mais que l'accès à des équipements spécifiques est aussi une condition importante. Les agriculteurs doivent avoir un bon relationnel avec la clientèle et ils doivent faire preuve d'une grande

motivation, de courage et de ténacité. Les réglementations sanitaires et commerciales apparaissent comme un frein. Bien que les agriculteurs puissent abattre eux-mêmes leurs volailles, des règles strictes sont à respecter dans la mise en place d'une tuerie. En effet, ils ne doivent pas abattre plus d'une certaine quantité de volailles, et ils ont l'obligation de vendre leur marchandise dans un rayon de 80 kilomètres. Les règles sont encore plus strictes pour les palmipèdes gras.

### **Une attente d'informations**

Ils estiment aussi manquer d'informations et de connaissances sur leur filière de production. Alors qu'une grande majorité se sent reconnue par les consommateurs et l'ensemble des agriculteurs, ils considèrent manquer de reconnaissance de la part de la sphère publique, mais également, dans une moindre mesure, des structures professionnelles.

### **Des perspectives assez floues**

Alors que quatre exploitants sur dix ne comptent absolument pas élargir la gamme de leurs produits, ils sont trois sur dix à envisager de la diversifier. Il en va de même avec les volumes : la moitié espère les augmenter. Certains pensent développer la vente auprès de groupes de consommateurs, et quelques-uns auprès de la restauration collective. Dans tous les cas, une grande majorité d'entre eux n'envisagent pas de réduire ou d'arrêter leur activité.

## Aviculture : les volailles vendues en direct depuis longtemps

### La qualité des produits citée par les deux tiers des agriculteurs

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



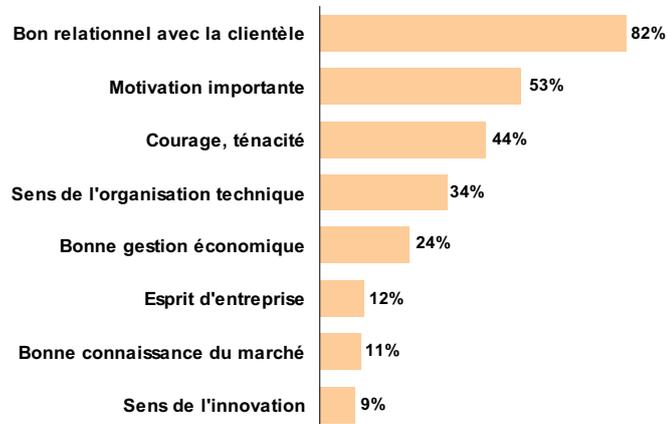
### Un manque d'informations et la rentabilité difficile à maîtriser

Proportion d'exploitations selon les contraintes et les freins à la réussite des démarches en circuit court hormis les sans opinion (en %)

	Important	Pas important
Défaut d'information/ de connaissances / de compétences	84	10
Charge de travail supplémentaire	57	39
Difficulté de conciliation vie familiale / vie professionnelle	42	54
Jugement des pairs	10	70
Réglementation sanitaire et commerciale trop lourde	78	18
Absence de référentiels technico-économiques sur les produits	30	57
Difficulté d'accès à des financements publics ou privés	73	21
Faiblesse logistique (ex : manque d'abattoirs, etc.)	40	42
Manque d'implication et/ou de soutien des acteurs locaux	42	49
Rentabilité non maîtrisée	80	12
Concurrence avec les acteurs du commerce local	38	58
Manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation	57	36
Manque de clientèle à proximité des lieux de vente	56	36
Déplacements pour livraison trop importants	47	37

### Les qualités relationnelles sont primordiales

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Plutôt un maintien de l'activité voire une augmentation des volumes

Proportion d'exploitations selon les perspectives d'évolution

Dans les cinq ans à venir	oui	non	ne sait pas
Augmenter le volume des ventes	49%	51%	0%
Élargir la gamme de produits	37%	63%	0%
Diversifier les lieux de vente	37%	63%	0%
Maintenir le même niveau d'activité	57%	43%	0%
Réduire ou arrêter la commercialisation en circuit court	15%	80%	4%

## Lait : plutôt du fromage de chèvre

**En Limousin, la vente de produits laitiers en circuit court se fait avant tout sous forme de fromage de chèvre. Le lancement de cette activité de vente s'est souvent effectué dès l'installation en agriculture. Certains producteurs envisagent d'augmenter les volumes et de diversifier les modes de vente.**

34

Ce sont 95 exploitations qui sont spécialisées en circuit court dans la filière lait, également réparties dans les trois départements du Limousin. Alors que le bassin de production en bovins lait se retrouve sur la frange est de la Creuse et de la Corrèze et la frange ouest de la Haute-Vienne, ces exploitations sont peu inscrites dans les circuits courts. D'ailleurs, les exploitations qui vendent des produits laitiers en circuit court produisent en majorité du fromage de chèvre. Ceci explique une répartition plutôt homogène sur l'ensemble de la région.

Près de 80 % des exploitations sont de taille économique moyenne ou grande. Les exploitants ont commencé à vendre leurs produits en circuit court dès leur installation. Ils ont réalisé des aménagements, tels qu'une fromagerie ou encore une chambre froide, qu'ils ont financés eux-mêmes et aussi par prêt bancaire bonifié pour quelques-uns. Plus d'un tiers d'entre eux ont suivi ou comptent suivre une formation plutôt axée sur la transformation des produits.

### **Une activité liée au tourisme estival**

Une grande majorité des exploitants perçoit une période propice à la vente en circuit court, avec un réel pic d'activité l'été, pendant la période des vacances scolaires. Ainsi peut-on supposer que la vente de fromage est liée au tourisme, autant qu'à la production. La transforma-

tion du lait prend plus de temps que la vente. Pourtant, les agriculteurs vendent leurs produits sur les marchés, mode de commercialisation chronophage. Le chef d'exploitation fait appel aux membres de sa famille ou à des salariés pour participer à la transformation et à la vente. Ce sont en moyenne deux personnes par exploitation qui contribuent à ces activités.

La vente sur les marchés est le mode de commercialisation le plus rémunérateur ; elle est souvent couplée à de la vente à la ferme. Les agriculteurs réalisent plus des trois quarts de leur chiffre d'affaires par la commercialisation en circuit court, voire, pour près de six sur dix, ils écoulent la totalité de leur production via ces modes de vente.

### **Qualité des produits et bassin de clientèle**

La qualité des produits apparaît comme une des conditions principales pour réussir dans la vente en circuit court. L'accès à des équipements spécifiques, ou encore la présence d'un bassin de clientèle, contribuent également au succès de cette filière. En effet, les agriculteurs considèrent que le manque de clientèle à proximité des lieux de vente et à proximité du siège de l'exploitation est un frein assez important. Les exploitants doivent avoir un bon contact avec la clientèle, mais aussi faire preuve d'une motivation importante, de courage et de ténacité. Ce sont des qualités également

citées dans les autres filières qui ont recours à la transformation de leurs produits. Le défaut d'informations et de connaissances apparaît comme une contrainte à la vente en circuit court de produits laitiers.

Les exploitants distribuant des produits laitiers sont, pour la majorité, plutôt satisfaits du revenu dégagé en circuit court.

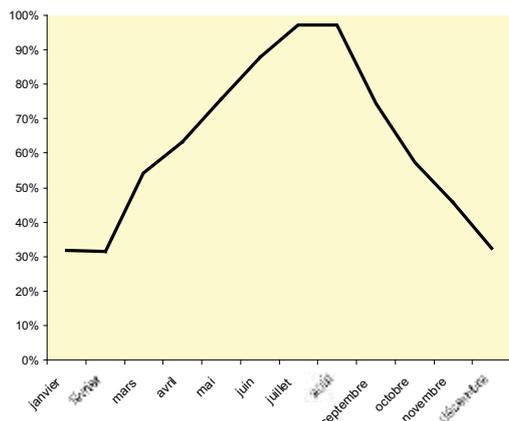
### **Une production plutôt en augmentation**

La moitié des agriculteurs distribuant des produits laitiers souhaiteraient augmenter les volumes produits dans les cinq ans à venir et, dans l'ensemble, ils ne souhaitent pas réduire ou arrêter leur activité. Certains prévoient aussi de diversifier leurs modes de vente. Ainsi, quelques-uns envisagent de commercialiser leurs produits auprès des restaurations collective et commerciale, ou encore des groupes de consommateurs. Cependant, le souhait serait de garder la même gamme de produits pour la majorité des agriculteurs.

## Lait : plutôt du fromage de chèvre

### Une concentration de l'activité pendant l'été

Proportion d'exploitations ayant déclaré une période de pleine activité ou ayant une activité régulière toute l'année



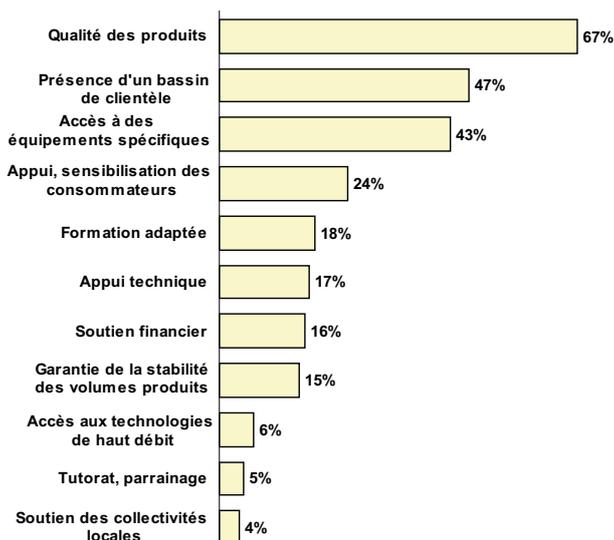
### Des qualités variées pour réussir

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Il faut des produits de qualité pour réussir

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### La réglementation sanitaire et le manque de clientèle en principales contraintes

Proportion d'exploitations selon les contraintes et les freins à la réussite des démarches en circuit court hormis les sans opinion (en %)

	Important	Pas important
Défaut d'information/ de connaissances / de compétences	68	26
Charge de travail supplémentaire	57	41
Difficulté de conciliation vie familiale / vie professionnelle	54	44
Jugement des pairs	3	82
Réglementation sanitaire et commerciale trop lourde	70	28
Absence de référentiels technico-économiques sur les produits	26	67
Difficulté d'accès à des financements publics ou privés	46	49
Faiblesse logistique (ex : manque d'abattoirs, etc.)	26	28
Manque d'implication et/ou de soutien des acteurs locaux	52	39
Rentabilité non maîtrisée	62	26
Concurrence avec les acteurs du commerce local	45	49
Manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation	52	46
Manque de clientèle à proximité des lieux de vente	73	25
Déplacements pour livraison trop importants	56	34

## Filières végétales : plus de fruits que de légumes

**Les exploitations commercialisant des produits végétaux sont beaucoup moins nombreuses que celles distribuant de la viande. Mais elles sont plus spécialisées dans la vente en circuit court.**

Les produits dits végétaux regroupent les fruits et les légumes. Ce sont plus de 560 exploitations qui vendent des produits issus de ces filières en circuit court et près de 340 y sont spécialisées.

### **Un développement constant de la commercialisation en circuit court**

Une grande majorité des exploitants a commencé la vente en circuit court dès leur installation en agriculture. Globalement, l'inscription dans ce mode de commercialisation s'est effectuée au fil des ans et a surtout été motivée par un intérêt économique. Plus de la moitié des producteurs s'est lancée dans cette activité avant les années 2000.

### **Des exploitations plus spécialisées dans la vente en circuit court**

Plus d'un tiers des exploitants réalisent la totalité de leur chiffre d'affaires en circuits courts, part supérieure à celle des éleveurs. Les

produits végétaux sont donc plus facilement vendus par ce biais, avec un grand nombre de producteurs qui sont spécialisés dans ce mode de commercialisation. Ils utilisent principalement la vente à la ferme et sur les marchés.

Ces productions connaissent une saisonnalité importante, et les exploitants choisissent plutôt la vente directe. Ces éléments font que les chefs d'exploitation ont besoin ponctuellement de main d'oeuvre pour répondre au surcroît d'activité. Ce sont plus de deux personnes en moyenne qui participent aux activités de commercialisation en circuit court.

### **Des pommes, de l'huile de noix ou encore des prunes**

Ce sont les fruits à pépins que commercialisent le plus les exploitations limousines, tirées en cela par la pomiculture présente dans la Corrèze et la Haute-Vienne notamment. Quelques-unes vendent

des fruits à coque ou des fruits à noyau mais c'est rarement la production principale de l'exploitation pour ces derniers. Les fruits à noyau sont souvent produits en parallèle à la production de fruits à pépins et constituent donc un revenu annexe. Ils sont plutôt distribués sur les marchés. Les exploitations en fruits à noyau sont ainsi plutôt localisées dans le Pays Vézère-Auvézère dans la Corrèze, là où le climat y est le plus propice.

Les noyers sont exploités au sud de la Corrèze, principalement dans le Pays de la Vallée de la Dordogne corrézienne. Les noix sont rarement vendues à l'état brut, mais plus souvent transformées en huile. Ces produits sont commercialisés principalement sur les marchés mais aussi à la ferme.

### **Des porteurs de projet orientés vers l'agriculture bio...**

Un quart des porteurs de projet veulent s'orienter vers des productions végétales, part similaire à celle des producteurs. Les productions végétales les plus représentées seront les légumes et les petits fruits. On trouvera également des fruits à pépins et des fruits à noyau.

Les deux tiers des futurs exploitations en production végétale réaliseront plus de la moitié de leur chiffre d'affaires par la vente en circuit

court. Pour 58 % ce sera plus des trois quarts. La moitié des porteurs de projet s'inscrivant dans cette filière sont issus du milieu agricole. La sensibilité environnementale est une motivation les ayant poussés à s'orienter vers ces productions, ce qui conduit à une démarche de production biologique quasi intégrale dans cette filière (100 % des fruits et 87 % des légumes). Ils estiment d'ailleurs que la qualité des produits

est un gage de réussite.

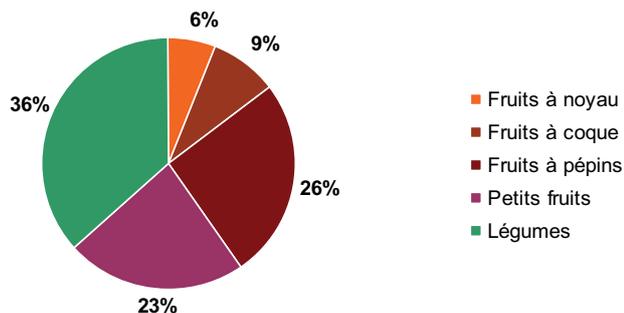
Leurs motivations sont différentes de celles de leurs confrères souhaitant faire des produits animaux. Ils ont pour principale motivation la volonté de créer ou pérenniser leur propre emploi. Ils recherchent une nouvelle activité conduisant, sur le plan personnel, à un nouveau rythme de vie professionnel et familial et une meilleure qualité de vie.

## Filières végétales : plus de fruits que de légumes

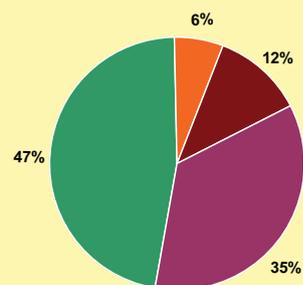
Beaucoup d'exploitations en fruits à pépins... et plutôt des petits fruits chez les porteurs de projet

Proportion d'exploitations par type de produits végétaux

Chez les exploitants déjà en activité circuit court :



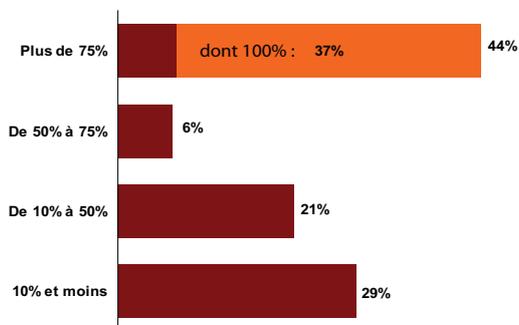
Intentions des porteurs de projet :



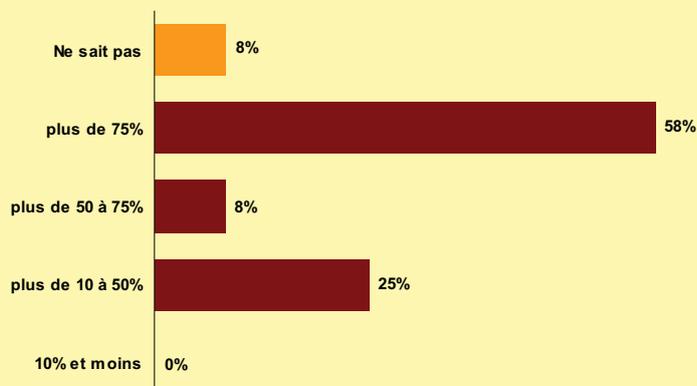
Des porteurs de projet qui seront plus spécialisés en circuit court

Part du chiffre d'affaires en circuit court sur les exploitations en production végétale

Chez les exploitants déjà en activité circuit court :



Objectifs des porteurs de projet :



Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin

Le soutien des collectivités locales apparaît aussi comme un élément de réussite. En effet, les aides européennes sont moins importantes pour ces filières de production, et les collectivités territoriales apportent donc un réel appui aux exploitants. Les qualités et compétences qu'ils jugent nécessaires sont le bon relationnel avec la clientèle, la motivation et le courage. Concernant les investissements il s'agit principa-

lement d'aménagement de locaux de vente et de transformation et de l'acquisition de matériel informatique. Ils sont majoritairement financés par de l'autofinancement et des prêts bancaires bonifiés.

Les principaux freins et contraintes cités sont le défaut d'information, de connaissances et de compétences, ensuite la rentabilité non maîtrisée et enfin le manque de clientèle à

proximité du siège de l'exploitation. À terme, 42 % de ces exploitations sont susceptibles de générer de l'emploi, essentiellement sous forme de saisonniers en relation avec le surcroît d'activité ponctuel en période de récolte. Cette part est plus importante que pour leurs confrères en filière animale, mais pour des emplois plus ponctuels.

## Fruits à pépins : une activité qui se maintient

**La vente en circuit court s'est développée pendant les années 90. Les agriculteurs ont besoin de main-d'oeuvre de manière ponctuelle pour pallier le surcroît d'activité pendant l'automne.**

38

En Limousin, 104 exploitations commercialisant des fruits à pépins sont spécialisées en circuit court dans la filière fruits. Parmi celles-ci, trois sur quatre sont considérées comme moyennes ou grandes. Leur localisation reflète bien les bassins de production des fruits en Limousin : elles sont concentrées sur le département de la Corrèze, et plus spécifiquement sur le Pays Vézère-Auvézère. On en retrouve, en moins grand nombre, sur le département de la Haute-Vienne.

### **Un développement de l'activité pendant les années 90**

La moitié des exploitants ont commencé la vente en circuit court entre 1990 et 1999. Ils vendent en priorité à la ferme, mais aussi sur les marchés.

Les agriculteurs ont dû réaliser des aménagements pour pouvoir conserver ou transformer leurs produits. Ainsi sont-ils nombreux à avoir investi dans une chambre froide, et quelques-uns ont créé un local de transformation. Les producteurs vendent des pommes, mais aussi transforment les fruits en jus par exemple. Pour financer leurs aménagements, ils n'ont, pour la grande majorité, pas eu recours à des financements extérieurs.

### **Une importante activité de transformation et de préparation**

Près d'un exploitant sur deux vend la totalité de sa production en circuit court. L'organisation de l'activité de

transformation et de vente est directement liée à la production. En effet, les agriculteurs connaissent un réel pic d'activité à l'automne, période durant laquelle les fruits ramassés sont préparés et vendus. Près de la moitié d'entre eux passent les trois quarts de leur temps à la transformation et à la préparation des produits.

Cette organisation de l'activité - avec un surcroît de travail sur une courte période et une activité de transformation chronophage - nécessite d'avoir recours à de la main-d'œuvre : ils sont en moyenne quatre sur l'exploitation à participer à la transformation, à la préparation et à la vente des produits. Les conjoints prennent part à ces activités, mais les chefs d'exploitation font aussi appel à des employés, principalement saisonniers.

### **La présence des clients, la clef du succès ?**

Les producteurs de fruits à pépins sont, dans l'ensemble, assez satisfaits des revenus dégagés en circuit court. Ils estiment que, pour réussir, la qualité des produits est une des conditions principales. Ils pensent également que la présence d'un bassin de clientèle favorise le succès dans la vente en circuit court. Ce sont les exploitants de cette filière de production qui citent le plus cet élément. Le bon relationnel avec la clientèle est la qualité indispensable qu'un exploitant doit avoir. Le manque de visibilité dans la rentabi-

lité apparaît comme une réelle difficulté pour les arboriculteurs. En effet, la quantité de produits vendus est dépendante des conditions agrométéorologiques ; des maladies comme la tavelure impactent directement le prix auquel seront vendus les fruits. Aussi, estiment-ils que la seconde qualité à acquérir est celle de la connaissance du marché, mais ils sont moins de quatre sur dix à fixer le prix de vente par rapport au prix de revient (contre 56 % pour ceux qui commercialisent des volailles). Ils trouvent également qu'ils manquent d'information et de connaissance pour améliorer leur démarche de vente en circuit court dans l'arboriculture. Dans la majorité des cas, ils se sentent assez reconnus par les structures professionnelles.

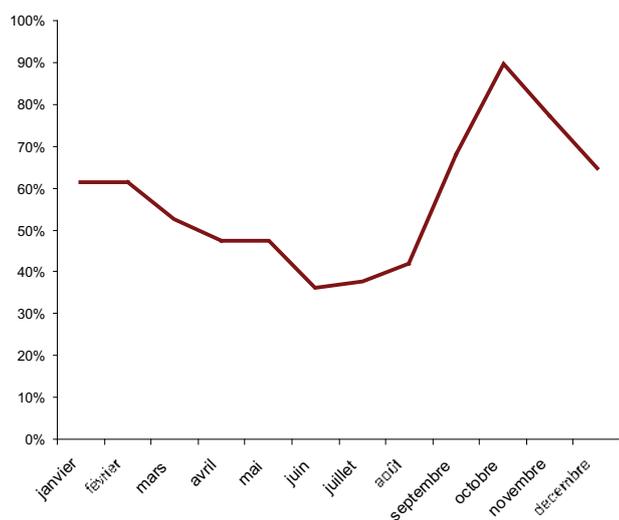
### **Une activité qui se maintient**

Environ sept agriculteurs sur dix ne souhaitent ni augmenter les volumes, ni élargir la gamme de leurs produits. Ils n'envisagent pas non plus de diversifier leur mode de vente, que ce soit vers la restauration ou vers les groupes de consommateurs. Par contre, ils comptent poursuivre leur activité.

## Fruits à pépins : une activité qui se maintient

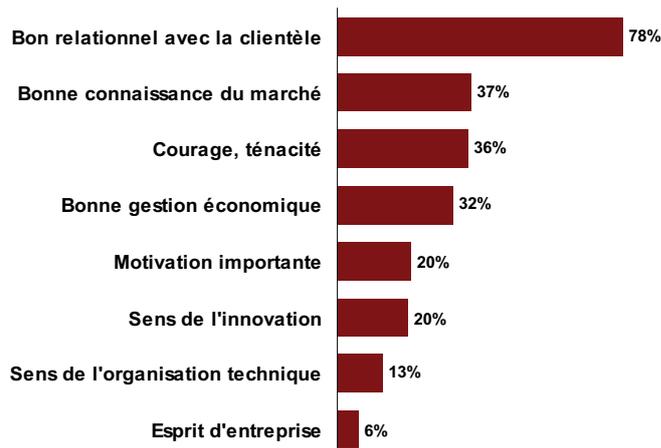
### Un pic d'activité en lien direct avec la production

Proportion d'exploitations ayant déclaré une période de pleine activité ou ayant une activité régulière toute l'année



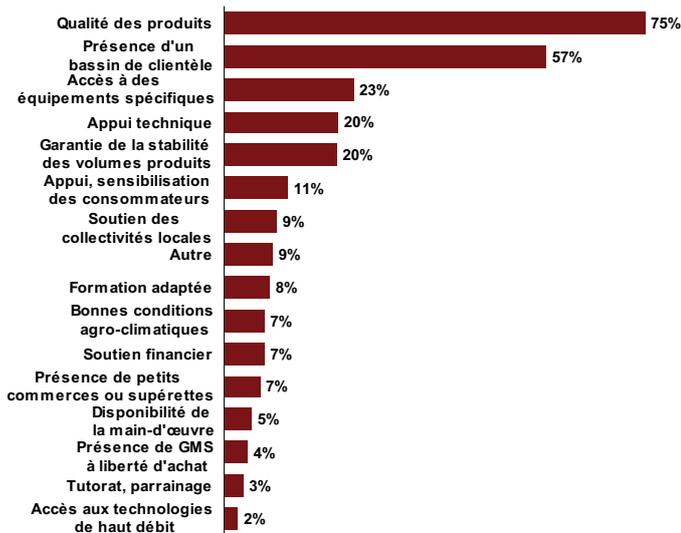
### La connaissance du marché arrive en seconde position

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### La qualité des produits et la présence de clients

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### La maîtrise de la rentabilité, clef du succès

Proportion d'exploitations selon les contraintes et les freins à la réussite des démarches en circuit court hormis les sans opinion (en %)

	Important	Pas important
Défaut d'information/ de connaissances / de compétences	78	22
Charge de travail supplémentaire	52	48
Difficulté de conciliation vie familiale / vie professionnelle	25	75
Jugement des pairs	8	88
Réglementation sanitaire et commerciale trop lourde	51	49
Absence de référentiels technico-économiques sur les produits	34	60
Difficulté d'accès à des financements publics ou privés	39	49
Faiblesse logistique (ex : manque d'abattoirs, etc.)	3	62
Manque d'implication et/ou de soutien des acteurs locaux	36	57
Rentabilité non maîtrisée	80	20
Concurrence avec les acteurs du commerce local	59	41
Manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation	42	58
Manque de clientèle à proximité des lieux de vente	62	32
Déplacements pour livraison trop importants	56	36

## Petits fruits : des spécialistes des circuits courts

**Les producteurs de petits fruits sont plutôt spécialisés dans la vente en circuit court. Ils dirigent, le plus souvent, de petites exploitations. Ils ne souhaitent pas particulièrement augmenter les volumes produits.**

**E**n Limousin, 94 exploitations qui vendent des petits fruits sont spécialisées en circuit court dans les filières « fruits et légumes ». Seulement 38 sont classées en exploitations moyennes ou grandes. Les agriculteurs concernés se sont principalement installés dans la Corrèze, au fil des ans. Ils écoulent, pour la grande majorité, la totalité de leur production par la vente directe ou via un seul intermédiaire.

### **Les circuits courts dès l'installation en agriculture**

Huit exploitants sur dix ont commencé la vente en circuit court dès leur installation en agriculture, essentiellement par motivation personnelle. Lorsqu'ils se sont lancés, près de la moitié des agriculteurs étaient motivés par le contact avec la clientèle, et trois exploitants sur quatre souhaitaient mieux valoriser leurs produits. Nombreux sont ceux qui ont dû effectuer des aménagements – qu'ils ont auto-financés – pour la transformation et la conservation des fruits. Les petits fruits et la confiture sont principalement vendus sur les marchés, mais aussi à la ferme.

### **Une importante saisonnalité**

Les producteurs perçoivent une importante saisonnalité dans la transformation et la vente de leurs produits. Le surcroît d'activité a lieu pendant les mois de juillet et août, période qui conjugue récolte des fruits et attractivité touristique. Plus de la moitié des exploitants estiment

qu'ils passent plus des trois quarts de leur temps à la transformation et à la préparation de leurs produits.

### **La transformation des produits prend du temps**

Ce sont en moyenne quatre personnes qui participent aux activités de transformation et de vente des fruits et produits associés, et quatre chefs d'exploitation sur dix ont d'ailleurs eu recours à l'emploi de personnel saisonnier.

Alors que l'on peut considérer que la vente sur les marchés est une activité qui demande une durée de travail conséquente, c'est pourtant la transformation des produits qui occupe le plus le personnel de l'exploitation.

Comme dans l'ensemble des filières de production, les producteurs de petits fruits pensent qu'avoir de bonnes relations avec le client est une compétence nécessaire à la réussite dans la vente en circuit court, et que la qualité des produits est une des conditions. Il faut également faire preuve de courage et de ténacité.

### **Un manque d'informations**

Pour cette filière de production, la connaissance du marché est également un atout, comme l'estiment plus de quatre exploitants sur dix. La présence d'un bassin de clientèle facilite la vente en circuit court et donc inversement, l'absence de clients à proximité des lieux de vente constitue une difficulté. Mais, c'est surtout

d'informations et de connaissances dont manquent les producteurs de petits fruits, sans pour autant qu'ils attendent de nouveaux référentiels technico-économiques. La garantie de la stabilité des volumes produits constitue une des trois principales conditions de réussite dans la vente en circuit court.

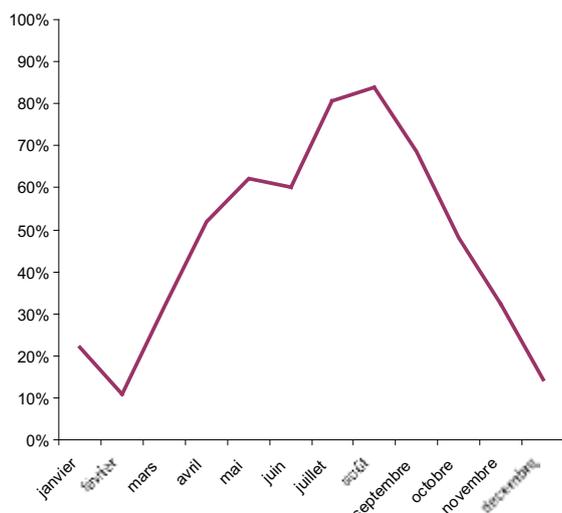
### **Une stagnation de l'activité**

L'activité actuelle convient aux agriculteurs. En effet, une grande majorité des exploitants sont plutôt satisfaits de leur revenu dégagé par l'activité circuit court et ils ne souhaitent pas particulièrement augmenter les volumes produits ni les diversifier. Ils ne songent pas, non plus, à aller vers d'autres modes de commercialisation. Ils comptent maintenir la production et la commercialisation à leur niveau actuel.

## Petits fruits : des spécialistes des circuits courts

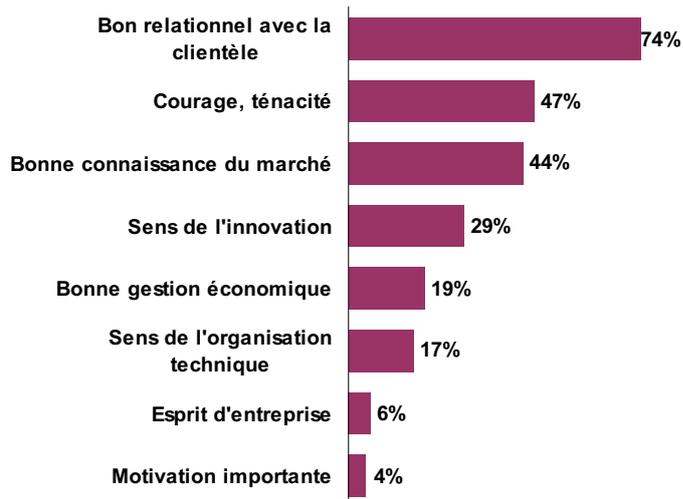
### Un surcroît d'activité à la fin de l'été

Proportion d'exploitations ayant déclaré une période de pleine activité ou ayant une activité régulière toute l'année



### Les trois premières qualités identiques à celles des arboriculteurs

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Il faut des produits de qualité et un bassin de clientèle

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Des exploitants en attente d'informations et freinés par une maîtrise difficile de la rentabilité

Proportion d'exploitations selon les contraintes et les freins à la réussite des démarches en circuit court hormis les sans opinion (en %)

	Important	Pas important
Défaut d'information/ de connaissances / de compétences	85	15
Charge de travail supplémentaire	68	32
Difficulté de conciliation vie familiale / vie professionnelle	46	53
Jugement des pairs	14	74
Réglementation sanitaire et commerciale trop lourde	58	41
Absence de référentiels technico-économiques sur les produits	26	71
Difficulté d'accès à des financements publics ou privés	41	50
Faiblesse logistique (ex : manque d'abattoirs, etc.)	19	31
Manque d'implication et/ou de soutien des acteurs locaux	38	55
Rentabilité non maîtrisée	74	22
Concurrence avec les acteurs du commerce local	51	45
Manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation	55	35
Manque de clientèle à proximité des lieux de vente	72	24
Déplacements pour livraison trop importants	55	41

## Légumes : plutôt sur les marchés

**Les maraîchers sont majoritairement spécialisés dans la vente en circuit court. Ils sont à la recherche de contact avec la clientèle à laquelle ils vendent directement leurs produits, le plus souvent sur les marchés.**

Ce sont 149 exploitations qui sont spécialisées en circuit court dans le maraîchage en Limousin. Seulement la moitié d'entre elles font partie des exploitations moyennes et grandes, ce qui indique une faible professionnalisation du maraîchage en circuit court et donc une production limitée en quantité. Les agriculteurs spécialisés sont près de la moitié à être installés dans la Corrèze. Ils sont près de huit sur dix à avoir commencé à vendre leurs légumes en circuit court dès leur installation.

### **Toute la marchandise s'écoule en circuit court**

Leurs motivations sont diverses mais, pour un exploitant sur deux, elles sont avant tout d'ordre personnel. Le goût pour la relation avec la clientèle ainsi que la recherche d'une meilleure valorisation des produits sont plutôt les éléments qui les ont poussés à se lancer dans la vente en circuit court.

Ils sont une grande majorité à commercialiser la totalité de leurs produits en vente directe ou via un seul intermédiaire. Ils sont plus nombreux à vendre sur les marchés qu'à la ferme.

### **La vente prend moins de temps que la préparation**

Trois exploitants sur quatre perçoivent une période de surcroît d'activité. Il semble qu'il n'y ait pas vraiment de pics comme dans l'arboriculture, mais la période de pleine activité est plutôt pendant l'été. La diversité des légumes ven-

du peut expliquer cet allongement de la période de vente. Près de neuf exploitants sur dix estiment passer plus de temps à la transformation et à la préparation des produits qu'à la vente.

### **Une moindre satisfaction du revenu**

La moitié des maraîchers ne sont pas vraiment satisfaits de leur revenu. Ils estiment d'ailleurs que le soutien des collectivités territoriales est une condition de réussite importante. Ils sont assez peu nombreux à fixer le prix de leurs produits par rapport au prix de revient - 28 % contre 35 % pour l'ensemble des exploitations - alors que cette méthode de calcul est un gage d'assurance du revenu.

### **Qualité et stabilité des volumes produits**

Près d'un quart pensent que la garantie de la stabilité des volumes produits est une des trois conditions pour réussir dans la vente en circuit court.

Les exploitants estiment que la qualité des produits demeure une condition importante. La présence d'un bassin de clientèle est également un gage de réussite pour les producteurs des moyennes et grandes exploitations : il faut qu'il y ait des clients à proximité des lieux de distribution. Un bon relationnel avec la clientèle ainsi que du courage et de la ténacité sont cités parmi les principales qualités que doit posséder le producteur. Les maraîchers des moyennes et grandes exploitations

estiment que le manque d'informations et de connaissances est un frein important pour commercialiser en circuit court.

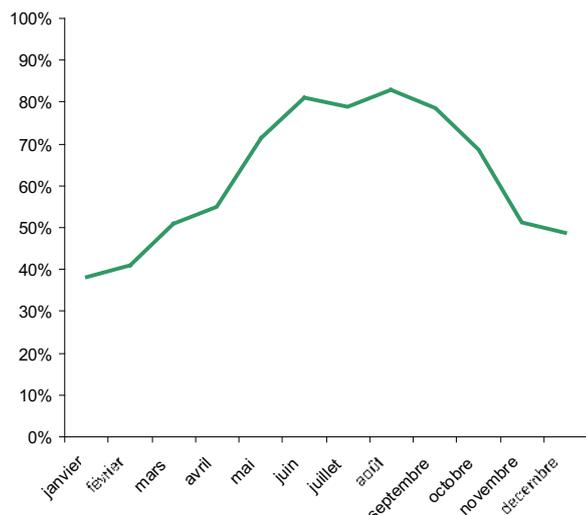
### **Pas de réduction de l'activité mais pas d'augmentation non plus**

Comme les arboriculteurs, plus de quatre maraîchers sur dix ne comptent pas du tout augmenter les volumes de production, pas vraiment diversifier leurs produits, et pas du tout vendre par d'autres biais leur marchandise. Mais sept sur dix ne comptent pas non plus réduire ou arrêter la vente en circuit court. Cependant, près d'un maraîcher sur dix part à la retraite dans les cinq ans à venir, proportion supérieure aux exploitants spécialisés dans les autres filières de production. Ainsi, les perspectives de développement paraissent intéressantes pour les porteurs de projets souhaitant se lancer dans la vente de légumes en circuit court.

## Légumes : plutôt sur les marchés

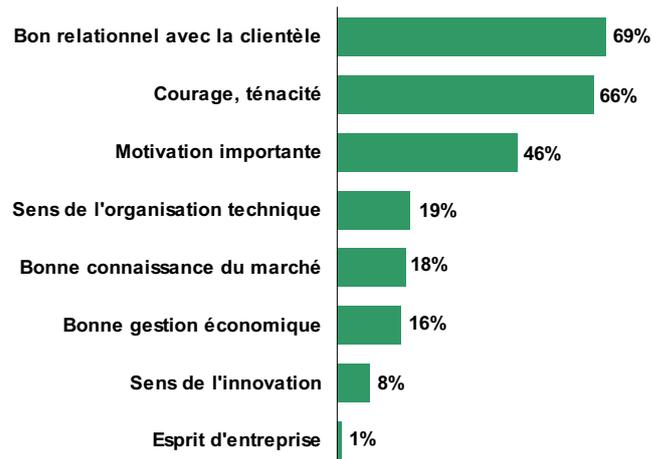
### Un étalement de la période d'activité

Proportion d'exploitations ayant déclaré une période de pleine activité ou ayant une activité régulière toute l'année



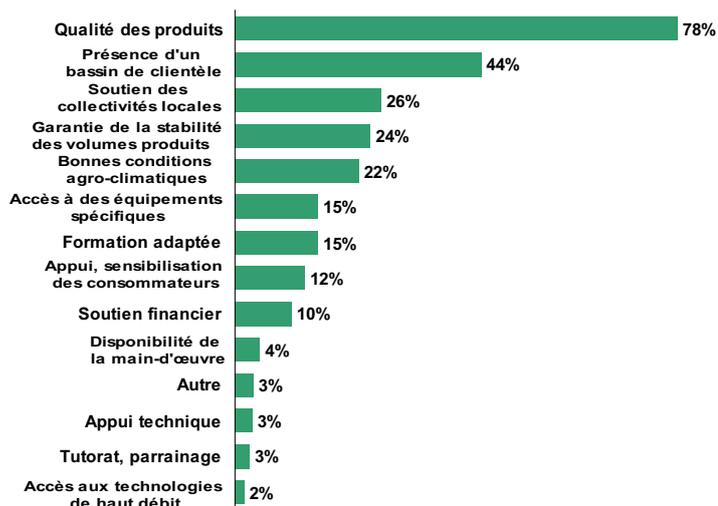
### Des qualités relationnelles, du courage et une grande motivation

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### La qualité des produits et la présence de clients

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Manque d'informations et difficultés de maîtrise de la rentabilité

Proportion d'exploitations selon les contraintes et les freins à la réussite des démarches en circuit court hormis les sans opinion (en %)

	Important	Pas important
Défaut d'information/ de connaissances / de compétences	75	17
Charge de travail supplémentaire	55	42
Difficulté de conciliation vie familiale / vie professionnelle	37	59
Jugement des pairs	3	86
Réglementation sanitaire et commerciale trop lourde	40	57
Absence de référentiels technico-économiques sur les produits	21	67
Difficulté d'accès à des financements publics ou privés	34	56
Faiblesse logistique (ex : manque d'abattoirs, etc.)	15	50
Manque d'implication et/ou de soutien des acteurs locaux	31	55
Rentabilité non maîtrisée	73	22
Concurrence avec les acteurs du commerce local	34	62
Manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation	48	45
Manque de clientèle à proximité des lieux de vente	65	29
Déplacements pour livraison trop importants	39	49

## Filière miel : des apiculteurs spécialisés

**Les apiculteurs sont plutôt spécialisés dans la vente en circuit court ainsi que dans leur filière de production. Ils ont des motivations assez différentes de celles des autres producteurs.**

44

Ce sont 117 exploitations qui sont spécialisées en circuit court dans la filière apicole en Limousin, majoritairement (61 %) de petites exploitations. Près d'un apiculteur en circuit court sur quatre est installé sur le Pays Combraille en Marche. La Creuse est le département du Limousin dans lequel les apiculteurs en circuit court sont les plus nombreux. Sept exploitations sur dix réalisent la totalité de leur chiffre d'affaires via la commercialisation en circuit court. Ainsi, les apiculteurs sont spécialisés dans la vente en direct ou via un seul intermédiaire. Quasiment tous les apiculteurs vendent leur miel à la ferme, mode de distribution qui participe le plus au chiffre d'affaires. Ils sont seulement un peu plus d'un tiers à le commercialiser sur les marchés, mais ils sont assez nombreux à utiliser au moins deux modes de commercialisation.

### **Une volonté de sauvegarder et de valoriser les produits du terroir**

Le souhait de sauvegarder et de valoriser les produits du terroir apparaît comme une importante motivation pour un grand nombre d'apiculteurs. La plupart des exploitants ont commencé la vente en circuit court dès leur installation, et ils sont quatre sur dix à avoir débuté après 2006. Ainsi, la vente de miel en direct s'est développée assez récemment. Les deux facteurs qui ont déclenché l'adoption de la démarche de vente en circuit court sont, d'une part, l'évolution de la demande et

d'autre part, la rencontre d'une personne qui leur a donné l'envie de se lancer dans cette production. La personne rencontrée est bien souvent un apiculteur. Ils sont les plus nombreux à citer ces deux éléments, ce qui révèle bien la spécificité de cette filière de production.

### **Les apiculteurs en solo**

Pour se lancer dans la vente en circuit court, les apiculteurs ont dû investir afin d'aménager un atelier de transformation, parfois créer un local de vente ou acheter un véhicule. Ces aménagements ainsi que le matériel ont été autofinancés.

La commercialisation en circuit court semble s'organiser par rapport au tourisme. En effet, le mois de mai apparaît comme une période propice pour la vente de miel alors que la première récolte a plutôt lieu dans la seconde quinzaine de juin. La présence de jours fériés, ainsi que les vacances estivales semblent donc permettre aux apiculteurs d'écouler plus facilement leur marchandise. La moitié d'entre eux passent plus des trois quarts de leur temps à la transformation et à la préparation de leurs produits.

Les apiculteurs travaillent plutôt seuls sur l'exploitation et aucun n'a eu recours à des salariés.

### **Qualité des produits, courage et ténacité**

Les exploitants sont plutôt satisfaits de leur revenu, mais ceux des structures moyennes et grandes

estiment que la fluctuation de la rentabilité est un frein important. La qualité du miel est l'élément essentiel pour réussir dans la vente en circuit court. Mais l'apiculteur doit aussi faire preuve de motivation, de courage et de ténacité.

Il doit également avoir un bon contact avec la clientèle. Bien que le défaut d'information et de connaissance apparaisse comme un frein au développement de la vente de miel en circuit court, surtout pour les petites exploitations, les producteurs ne semblent pas avoir besoin de référentiel technico-économique supplémentaire. Aussi peut-on supposer qu'ils souhaiteraient avoir des éléments complémentaires sur la vente en elle-même ou acquérir des connaissances en fiscalité.

Dans l'ensemble, il ne se sent pas tout à fait reconnu par les organismes d'Etat, les collectivités territoriales et les structures professionnelles.

### **Une activité spécifique**

Alors que trois apiculteurs sur dix prévoient d'augmenter leur production dans les cinq ans à venir, ils sont autant à ne pas du tout le souhaiter. Ces exploitants sont particulièrement spécialisés dans leur filière de production, et ils sont les plus nombreux à ne pas envisager d'élargir leur gamme de produits. Pour autant, ils ne comptent pas réduire ou arrêter leur activité de commercialisation en circuit court.

## Filière miel : des apiculteurs spécialisés

### Une activité qui se maintient

Proportion d'exploitations selon les perspectives d'évolution

Dans les cinq ans à venir	oui	non	ne sait pas
Augmenter le volume des ventes	34%	54%	12%
Élargir la gamme de produits	22%	69%	9%
Diversifier les lieux de vente	26%	63%	10%
Maintenir le même niveau d'activité	74%	24%	1%
Réduire ou arrêter la commercialisation en circuit court	4%	90%	6%

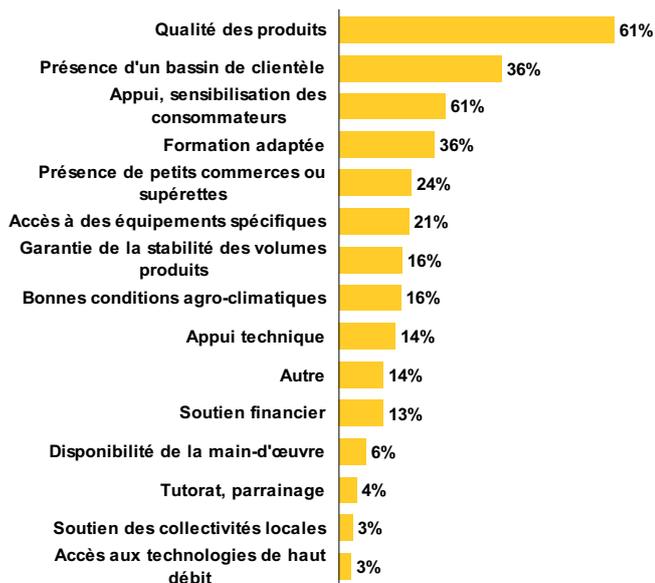
### Le même trio de tête que pour les maraîchers

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### La qualité des produits demeure la première condition de réussite

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### L'information et la clientèle, gages de réussite

Proportion d'exploitations selon les contraintes et les freins à la réussite des démarches en circuit court hormis les sans opinion (en %)

	Important	Pas important
Défaut d'information/ de connaissances / de compétences	87	11
Charge de travail supplémentaire	36	55
Difficulté de conciliation vie familiale / vie professionnelle	43	49
Jugement des pairs	3	81
Réglementation sanitaire et commerciale trop lourde	60	40
Absence de référentiels technico-économiques sur les produits	33	60
Difficulté d'accès à des financements publics ou privés	37	48
Faiblesse logistique (ex : manque d'abattoirs, etc.)	25	32
Manque d'implication et/ou de soutien des acteurs locaux	53	38
Rentabilité non maîtrisée	61	30
Concurrence avec les acteurs du commerce local	38	62
Manque de clientèle à proximité du siège de l'exploitation	62	36
Manque de clientèle à proximité des lieux de vente	72	24
Déplacements pour livraison trop importants	46	53

Source : Agreste - enquête sur les circuits courts alimentaires en Limousin en 2010 - DRAAF et Région Limousin

## Multifilières : des exploitations par définition très diversifiées

**Les agriculteurs de la multifilière commercialisent des produits variés via plusieurs modes de vente. Cela nécessite une organisation technique sans faille. Certains envisagent tout de même d'aller vers de nouveaux modes de commercialisation.**

**E**n Limousin, 143 exploitations en circuit court commercialisent au moins deux produits de grandes filières différentes. Chacun de ces produits contribue de manière quasi équivalente au chiffre d'affaires de l'exploitation. 105 exploitations (73 %) sont de taille économique moyenne ou grande.

### **Une diversité de produits par exploitation**

Ce sont plutôt les maraîchers qui ont plusieurs productions avec, en plus des légumes, principalement des fruits mais aussi des œufs ou encore des animaux de boucherie. Ils sont ainsi réellement en diversification de leurs productions. Les producteurs de volailles sont également assez nombreux à élargir leurs productions. Ils restent plutôt dans les filières animales en commercialisant des animaux de boucherie, mais quelques-uns vendent aussi des produits végétaux.

Un tiers des chefs d'exploitation a bénéficié d'un accompagnement technico-économique particulier, ce qui constitue une spécificité par rapport aux filières de production non diversifiées. Cet accompagnement serait donc particulièrement pertinent lorsqu'un agriculteur décide de diversifier ces productions.

### **Des exploitations relativement récentes**

Un tiers seulement vendent la totalité de leurs productions en circuit court. Ainsi peut-on estimer que

leurs modes de commercialisation sont également variés. Ils sont très nombreux à utiliser la vente à la ferme, mais la vente sur les marchés apparaît comme le mode de commercialisation le plus rémunérateur. Près de deux exploitants sur cinq se sont lancés dans la vente en circuit court entre 2000 et 2005. Nombreux sont ceux qui ont commencé cette activité dès leur installation, mais la part est plus faible que pour les maraîchers ou les apiculteurs. Ce sont des personnes qui ont travaillé avant leur installation et, parmi eux, 64 % avaient un emploi hors secteur agricole. La motivation première à la mise en place d'une commercialisation via les circuits courts a été celle de la recherche d'une meilleure valorisation économique des produits vendus.

Quasiment tous ont dû effectuer des aménagements spécifiques. La chambre froide est l'aménagement le plus réalisé, mais certains ont aussi conçu un lieu de vente, un lieu de transformation ou encore un atelier d'abattage. Ces investissements ont été principalement financés par les exploitants eux-mêmes, et un tiers ont eu recours à des prêts bancaires bonifiés.

### **La nécessité d'une bonne organisation technique**

Les agriculteurs en multifilière sont assez satisfaits de leur revenu. Ils sont près de la moitié à fixer le prix de leurs produits par rapport au prix de revient, part bien supérieure à

celle des autres producteurs. Pourtant, la moitié des producteurs estime que le principal frein est la difficulté de maîtrise de la rentabilité, indépendamment de la méthode avec laquelle ils fixent leurs prix. Ils pensent aussi que, pour réussir, la qualité des produits et la présence d'un bassin de clientèle sont des conditions indispensables.

Le bon relationnel avec la clientèle, le courage et la ténacité sont les qualités qu'il faut acquérir, mais les exploitants sont aussi nombreux à mettre l'accent sur la nécessité d'avoir un bon sens de l'organisation technique. En effet, ceux-ci travaillent à des productions diverses, qui ont pour conséquence de multiplier les tâches : abattage, transformation, préparation et commercialisation peuvent être conciliées sur une seule exploitation.

### **Les groupes de consommateurs vont être alimentés en produits locaux**

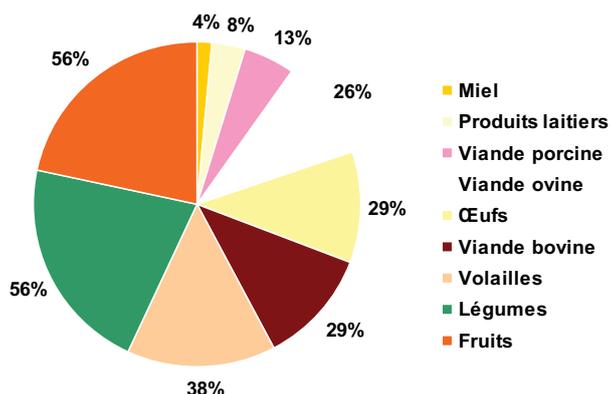
Certains souhaitent augmenter les volumes de production, d'autres pas mais, pour la plupart, ils n'envisagent pas de diversifier leurs productions déjà multiples. Comme les apiculteurs, ils sont très nombreux à ne pas souhaiter arrêter leur activité. Certains ont l'intention d'aller vers de nouveaux modes de commercialisation, et quatre producteurs sur dix se tourneraient alors vers les groupes de consommateurs.

# Filières de production

## Multifilières : des exploitations par définition très diversifiées

### Des exploitations particulièrement diversifiées

Proportion d'exploitations par type de produits



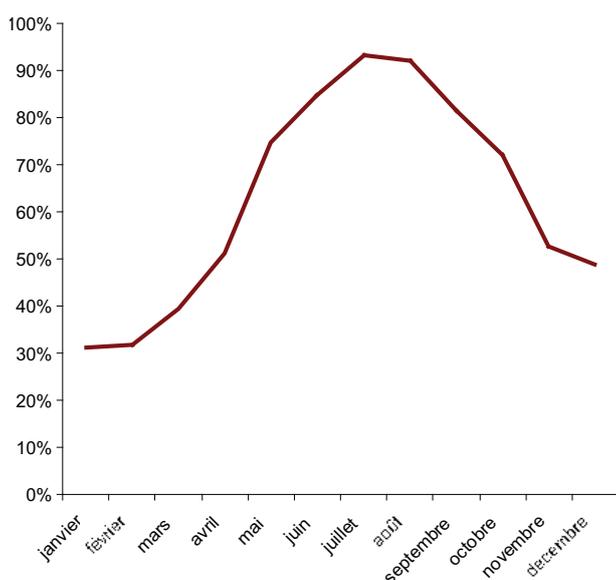
### Du relationnel, du courage et une organisation technique solide

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) qualité(s) jugée(s) importante(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)



### Un surcroît d'activité du printemps à l'automne

Proportion d'exploitations ayant déclaré une période de pleine activité ou ayant une activité régulière toute l'année



### De la qualité et des clients

Proportion d'exploitations selon la(les) principale(s) condition(s) jugée(s) nécessaire(s) pour réussir dans la vente en circuit court (trois citées au maximum)

