

Dans le cadre d'un stage au Syndicat Mixte Cap 3B

L'agriculture locale comme outil de valorisation territoriale :
L'exemple du portail de l'alimentation responsable du bassin de Bourg en Bresse : www.etiktable.fr



Maitre de stage

- Adeline BRUNET, Responsable du pôle développement durable et rural

Enseignant tuteur

- Claire HERRGOTT

En tout premier lieu, je tiens à remercier Adeline Brunet, responsable du pôle de développement durable et rural, pour m'avoir donné ma chance et confié des missions opérationnelles et de terrain. Son investissement et son enthousiasme sont pour beaucoup dans la réussite de mon intégration et dans ma prise d'autonomie au sein de la structure.

Je tiens également à remercier Aline Quenette , chargée de mission développement durable et Manuel Jiménez, gestionnaire LEADER qui ont fait preuve d'une patience sans limite pour répondre à toutes mes questions et interrogations ! J'ai beaucoup appris grâce à leur disponibilité.

Je remercie aussi vivement l'ensemble du personnel de Cap 3B et également de Mécabourg, structure qui partage les mêmes locaux. Ils ont tous contribué à la réussite de ces cinq mois de stage dans une ambiance chaleureuse.

Sommaire

I Céréales et élevages, la formule Ain	6
A Une production céréalière dominante dans le département.....	6
B L’agriculture sur le territoire de Cap 3B	8
II Le bassin de Bourg-en-Bresse : un territoire « agri-urbain »	11
A Une coopération intercommunale au cœur du bassin de vie	11
B L’agriculture aux portes de l’agglomération Burgienne	13
III La mise en valeur de l’agriculture locale et la sensibilisation à l’alimentation responsable	14
A Le portail de l’alimentation responsable du bassin de Bourg en Bresse : Etiktable.....	14
B Développer et animer un réseau d’agriculteurs en circuits-courts	20
Conclusion	26
Résumé.....	42

Monde hyper-connecté, libre circulation des marchandises, marché global, le modèle économique régissant le commerce mondial tisse sa toile depuis la Révolution industrielle du XIX^{ème} siècle. Cette organisation de la production a fait émerger un nouveau mode de consommation. Aujourd'hui, le monde vient quotidiennement auprès de chaque individu. Cette situation se retrouve principalement sur les produits manufacturés, produits ayant subi en premier l'application des modèles de production basés sur la délocalisation de l'appareil de production et indexé sur le coût du travail.

Cependant, s'il est plus rare de se questionner sur l'origine de la farine utilisée au quotidien du fait de la large représentation du blé dans le paysage national, l'agriculture est tout autant mondialisée. L'ail et les oignons poussent facilement en Europe, mais ils se retrouvent sur les étales des grandes et moyennes surfaces (GMS) avec des lieux de productions, bien souvent, distants de plusieurs milliers de kilomètres. De plus, leurs prix restent inférieurs à leurs homologues français. Ainsi, il ne semble pas que le coût du transport soit un facteur déterminant la localisation d'une production.

A l'heure des problématiques alimentaires, climatiques et économiques, la question de la relocalisation de l'appareil de production agricole et sa valorisation à travers les circuits-courts de commercialisation semble pouvoir apporter des réponses concrètes aux préoccupations actuelles.

Comme le définit le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche : « *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* ». A partir de cela, il est possible de partir à la reconquête aussi bien urbaine que rurale du principe dit « du champs à l'assiette ».

Dès lors qu'une volonté se fait sentir pour développer les circuits-courts alimentaires, une multitude de mode de valorisation des productions sont possibles. Qu'ils soient collectifs ou individuels, militants ou sans engagement, chacun des modes de production ont en commun de rapprocher le lieu de production du lieu de consommation. Pour autant, la ressemblance entre circuits-courts et vente directe s'arrête dès lors qu'un intermédiaire s'insère entre un producteur et un consommateur.

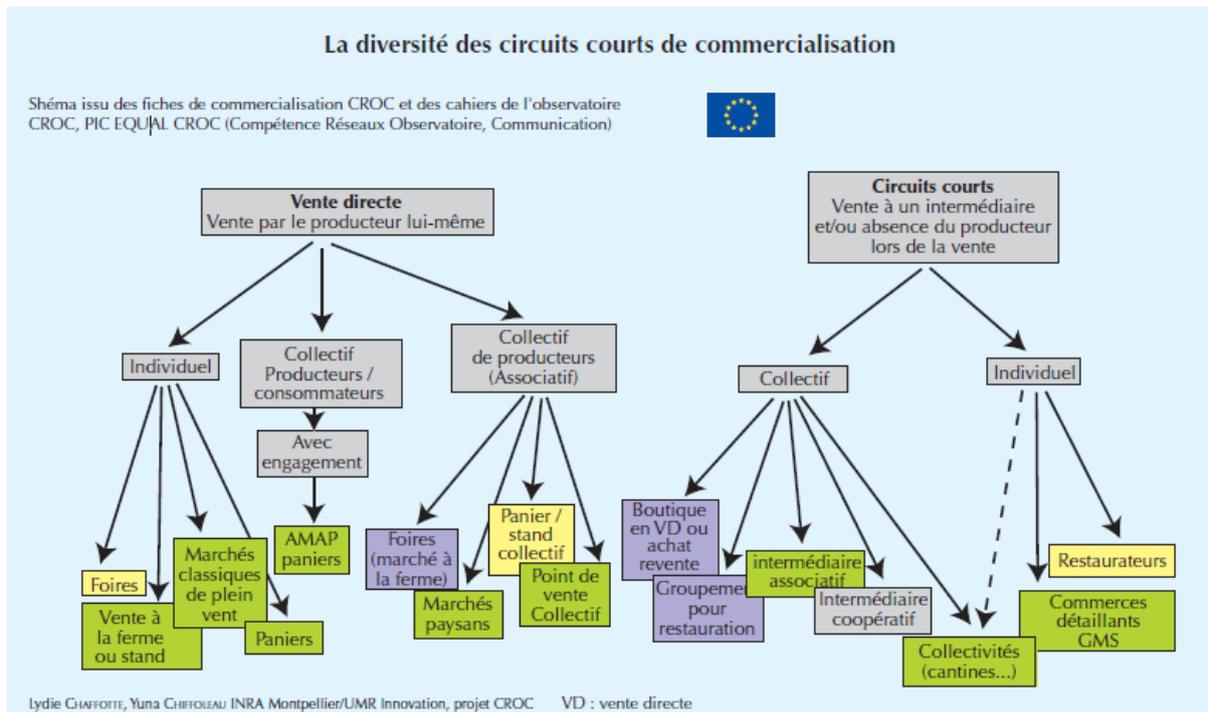


Figure 1 Diversité des circuits-courts de commercialisation

C'est dans ce contexte de diversification de la valorisation des productions agricoles que de nombreuses structures publiques et privées tentent de créer ou de valoriser les modes de commercialisation en circuits-courts de leur territoire. De la même manière que les Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP) se développent, des initiatives privées comme les points de vente collectifs regroupant des agriculteurs font leur apparition. Des systèmes de franchises émergent également, comme « Biocoop » ou d'autres magasins d'alimentation biologique appliquant des règles similaires à celles de la grande distribution. La « ruche qui dit Oui » utilise, quant à elle, l'outil E-commerce et met à disposition des consommateurs, vivant dans une même zone, de vendre des produits provenant d'un rayon de 250 kilomètres. Ce phénomène semble se généraliser dans toute la France. En zone urbaine, de par son éloignement physique et psychologique des productions, le citadin avide de confiance sur la traçabilité et d'un lien producteur-consommateur y trouve rapidement son compte. En effet, depuis 2001, plus de 1600 AMAP ont vu le jour, livrant des paniers hebdomadaires à plus de 270 000 consommateurs¹. Il faut tout de même signaler que la clientèle se compose bien souvent d'un profil sociologique homogène², qui ne représente qu'un faible pourcentage de la population française, bien que l'achat militant tende à se démocratiser grâce à la diversité des filières.

¹ "Succès Pour Les Paniers Paysans Des AMAP. www.LeMonde.fr

² Prigent-Simonin Anne Hélène et al., « Chapitre 1. Portraits d'acheteurs en circuits courts », in Anne Hélène Prigent-Simonin et Catherine Hérault-Fournier, Au plus près de l'assiette Editions Quæ « Sciences en partage », 2012 p. 29-45.

Les collectivités locales, par leur connaissance de leur territoire sont à même de jouer le rôle central d'accompagnement dans la recherche de liens plus directs entre producteurs et consommateurs. Dans le but de consolider une activité économique en milieu rural, et dans une logique de développement durable, le syndicat mixte Cap 3B (3B pour Bassin de Bourg-en-Bresse) et ses partenaires (Région RA- Europe) accompagnent le développement d'une agriculture durable. En ce sens, la valorisation et le développement des circuits-courts et des produits de qualité ont été choisis dans les actions du Syndicat Mixte. Cette démarche a conduit le syndicat à créer en 2013, une marque de territoire : Etik'table.

En septembre 2013, un portail internet est né afin de contribuer au soutien de ces modèles et à la démarche de consommation responsable associée. Le Portail de l'Alimentation responsable du bassin de Bourg en Bresse apporte les éléments nécessaires à la compréhension d'une alimentation réfléchie. Deux idées fortes sont défendues : la localisation des productions et leurs impacts sur l'environnement.

Dès lors se dessine l'objectif central d'une collectivité territoriale, à savoir la valorisation et le développement de son territoire.

Dans ce rapport il s'agira de déterminer comment l'agriculture locale peut agir en tant qu'outil de valorisation territoriale.

Dans un premier temps, un état des lieux de l'agriculture du territoire du territoire de Cap 3B sera présenté.

Dans un deuxième temps, les fondements qui ont initié le projet Etik'table ainsi que les moyens mis en œuvre pour faire aboutir la démarche Etik'table seront développés.

Dans un troisième temps, l'analyse des missions effectuées pendant la durée du stage permettra de faire ressortir les apports professionnalisant de l'expérience. Enfin, une prise de recul permettra d'analyser les apports de ces missions dans la démarche de valorisation de l'agriculture locale et de dessiner des pistes pour le développement des circuits-courts sur le bassin.

I Céréales et élevages, la formule Ain

Bien souvent connu pour le Poulet de Bresse, le département offre une diversité plus importante en matière de production agricole.

A Une production céréalière dominante dans le département

Afin de cibler les enjeux agricoles du territoire, il semble important d'analyser ses atouts et ses faiblesses. Cela peut se faire à travers les données du recensement agricole de 2010 réalisé par Agreste Rhône-Alpes mais également par le diagnostic agricole du Bassin de Bourg-en-Bresse

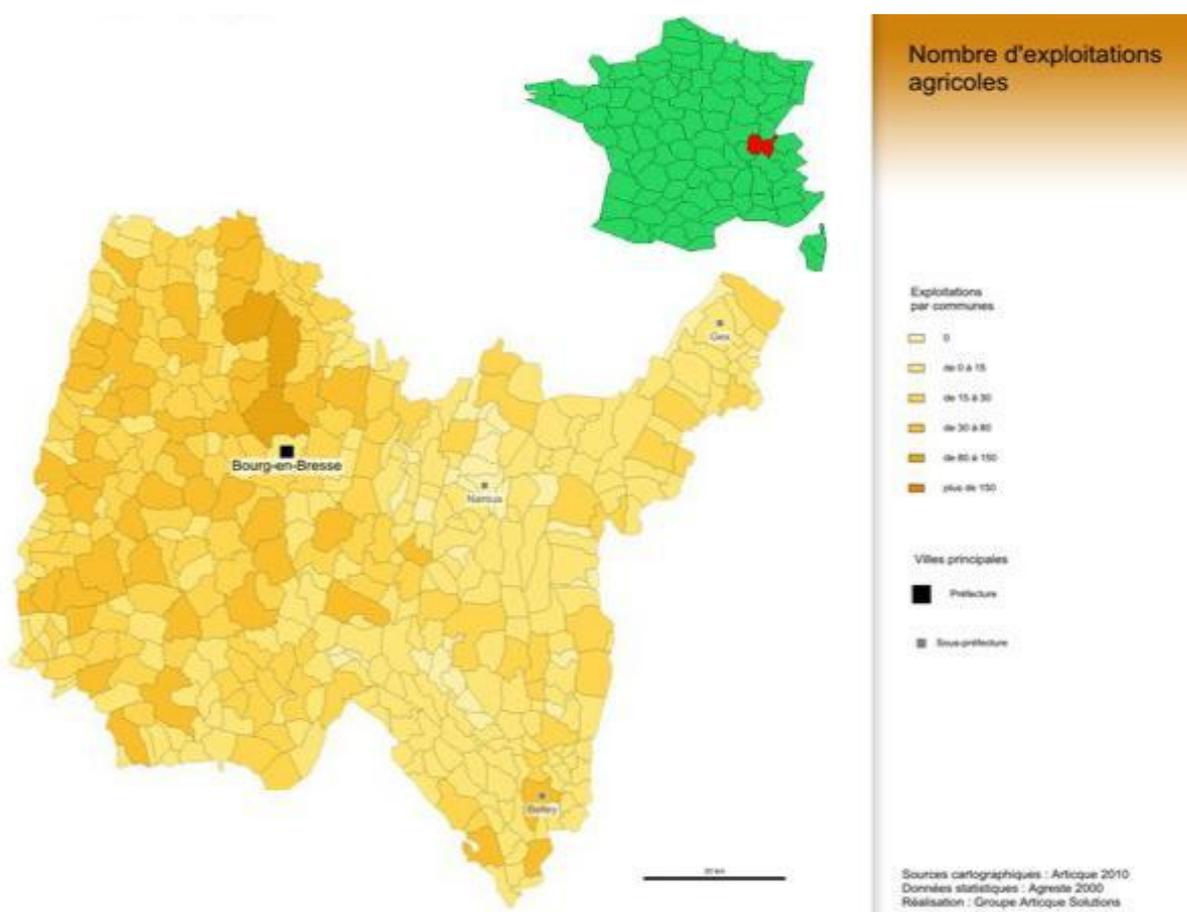


Figure 2 L'Ain, un département agricole

En 2010, le département de l'Ain compte 4100 exploitations. Elles étaient 6300 au recensement de l'année 2000. Cette diminution de 4,3% par an est supérieure à celle observée au niveau régional (-3,7%) et national (-3%). Pour autant, la Surface Agricole Utile³ (SAU) se réduit de façon limitée, moins de 3%, passant de 254 500 ha en 2000 à 247 400 ha aujourd'hui. La SAU couvre ainsi 43% du département.

³ La superficie agricole utilisée (SAU) est une notion normalisée dans la statistique agricole européenne. Elle comprend les terres arables (y compris pâturages temporaires, jachères, cultures sous abri, jardins familiaux...), les surfaces toujours en herbe et les cultures permanentes (vignes, vergers...). In "Superficie Agricole Utilisée."

Les exploitations sont moins nombreuses, mais elles se sont fortement agrandies. Leurs surfaces moyennes atteignent 60 ha en 2010 contre 40 ha en 2000. Cette moyenne est bien supérieure à la moyenne régionale (37ha) et le constat est le même au niveau national (55 ha). Cette évolution semble indiquer une intensification des systèmes de productions par leurs agrandissements.

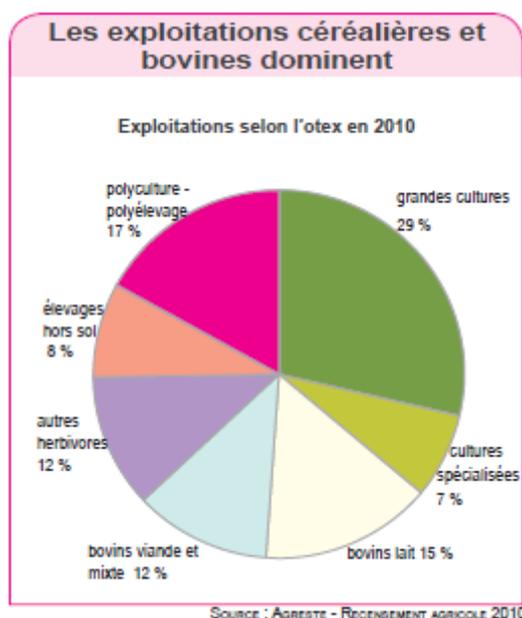


Figure 3 Pourcentage des exploitations céréalières et bovines

1-La part des grandes cultures et des élevages hors sol augmente.

Les exploitations à dominante « grandes cultures » s'imposent de plus en plus. Leur nombre diminue moins vite que celui de l'ensemble des exploitations. Celles spécialisées dans l'élevage bovin diminuent de façon significative. Elles étaient 1 770 en 2000, il en reste 1 110 dont 620 orientées bovins lait. Les systèmes mixtes de production (polyculture-élevage) reculent fortement (-47 %). Les élevages hors sol résistent mieux.

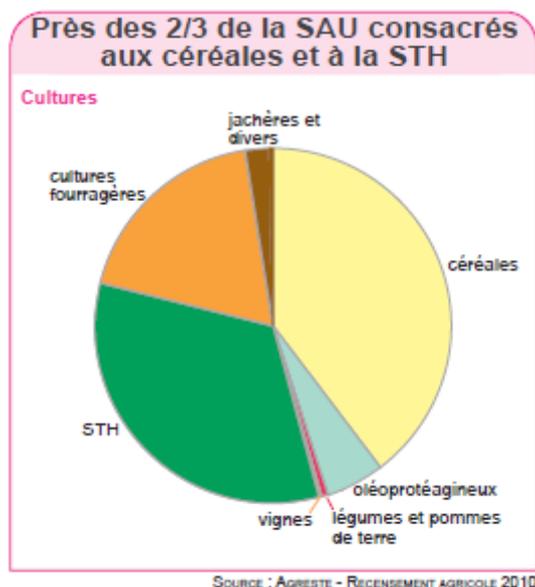


Figure 4 Répartition de la SAU du département

2- L'Ain demeure le principal producteur de céréales de la région.

Plus de 40 % du territoire agricole est ainsi consacré aux céréales, mais en tête. 33 % à la Surface toujours en herbe (STH), 19 % aux cultures fourragères et 5 % aux oléo-protéagineux. Même si elles n'occupent que peu de surfaces, il ne faut pas perdre de vue les cultures maraîchères et les vignes. La surface toujours en herbe (STH) est principalement valorisée par les 185 000 têtes de bovins.

3- Des AOP garantes de pratiques positives pour le territoire.

Malgré un effectif en baisse, près de 20 % des volailles de la région Rhône-Alpes sont élevées dans l'Ain, leur notoriété perdure grâce aux signes de qualité. En effet, on recense la présence de six Appellations d'Origines Protégées (AOP) et deux AOC sur le département. 30% des exploitations produisent au moins un produit sous signe de qualité (hors bio). C'est-à-dire des produits bénéficiant d'une des six appellations présentes sur le territoire. Depuis le 1er janvier 2012, les produits AOC ne doivent porter que la mention AOP, seuls les vins sont autorisés à porter la mention AOC⁴. Enfin, moins de 3 % des exploitations sont engagées en agriculture biologique.

Ci-dessous les aires géographiques des AOP présentes sur le département de l'Ain

Volailles	Fromages	Beurre et crème	Vins
Volaille de Bresse	Comté	Beurre de Bresse	Cerdon
Dinde de Bresse	Morbier	Crème de Bresse	Roussette

Tableau 1 Appellation d'Origine Protégée présente sur le territoire

Au-delà de l'image de marque positive véhiculée par les AOP, celles-ci disposent de nombreuses externalités, économiques mais également environnementales.

Le cas de l'AOP Comté est un exemple concret et présent sur le territoire. Certaines exploitations productrices de lait à Comté disposent d'un second atelier de caprin ou ovin lait. Tandis que le lait à Comté est livré à la coopérative, le deuxième atelier permet de diversifier la production par la transformation et la vente directe de fromages. L'exploitation par sa diversification de ses revenus pérennise son activité. L'AOP Comté impose à ces exploitations des conditions strictes en matière d'alimentation des bovins, mais également des autres troupeaux de l'exploitation. Ces conditions permettent de garantir une alimentation à l'herbe, une conservation des prairies naturelles et des enjeux environnementaux comme l'entretien du paysage. Le cahier des charges s'applique également au second atelier, puisque il est situé sur l'exploitation. Ainsi la présence de l'AOC Comté impacte l'ensemble des activités d'une exploitation. Ce fonctionnement permet d'étendre des pratiques agricoles liées à l'AOP à d'autres productions.

Ainsi, l'agriculture du département fonctionne principalement sur des modèles s'intensifiant au fil du temps. Cependant, la présence de nombreuses Appellations d'Origine Contrôlées (AOC) confère également au département un terroir renommé dans la production de volailles, de fromages et de vins. Le bassin de Bourg-en-Bresse se distingue par son caractère singulier de son agriculture. En effet, la polyculture-élevage domine largement.

⁴ "Produits Et Labels." *Les Appellations D'origine Contrôlée Et Protégée (AOC / AOP)*. Ministère De L'agriculture, De L'agro-alimentaire Et De La Forêt, n.d. Web. 27 Aug. 2014.

B L'agriculture sur le territoire de Cap 3B

En 2010, le Bassin de Bourg-en-Bresse compte 1 083 exploitations. Elles étaient 1 670 en 2000. Cette diminution de 3,6 % par an suit la tendance générale. La SAU couvre près de 50% du territoire. Contrairement au département, le territoire de Cap 3B est à dominante polyculture-élevage. Les systèmes bovins lait occupent une place importante. Ce qui permet de valoriser un grand nombre de prairies (50% de la SAU). La présence des AOC Beurre, Crème de Bresse et Comté, sécurise la pérennité économique et structurelle des exploitations territoire.

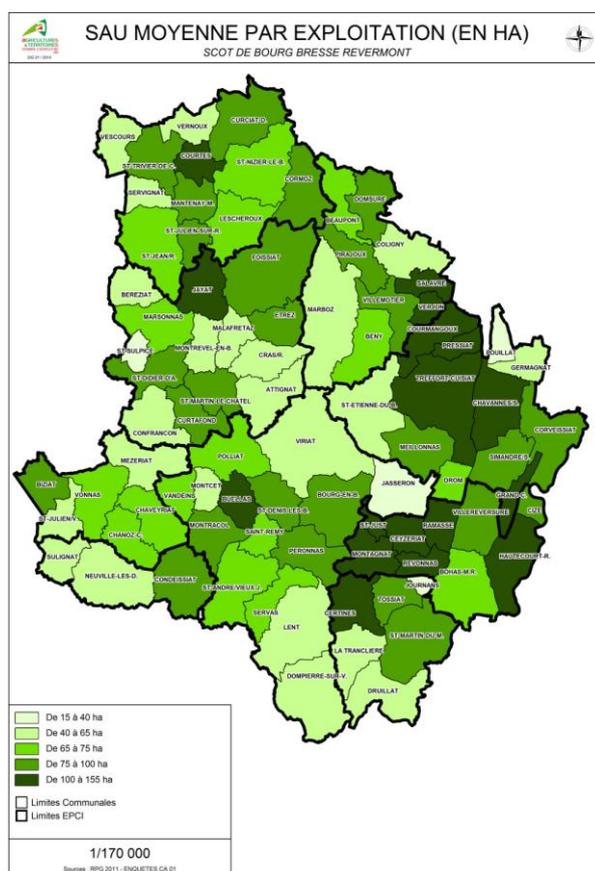


Figure 5: SAU moyenne/exploitation bassin de Bourg-en-Bresse

La SAU moyenne par exploitation montre une grande variabilité de 1 à 155 ha. Ceci traduit une diversité dans les productions par plusieurs paramètres. La géographie du bassin a créé plusieurs petites régions agricoles. Au Sud-est la vigne et les prairies dominent dans un paysage de relief. Au Sud-ouest, les exploitations en bovins lait occupent la plaine. La présence de nombreux étangs permet de supporter une activité piscicole.

Ailleurs, l'élevage bovins lait ou viande est le plus représenté mais la présence de systèmes caprins et ovins n'est pas négligeable. Les exploitations sont tournées vers la polyculture/élevage ce qui permet une bonne autonomie alimentaire et l'entretien des paysages. 20% des exploitations commercialisent en vente directe, la présence des bassins de

consommation, la diversité des productions et leurs reconnaissances par des signes officiels de qualité, semble être une voie non négligeable pour l'agriculture du territoire.

Ce premier chapitre nous a permis de dresser deux typologies différentes entre de l'agriculture à l'échelle du département et du territoire du Syndicat Mixte. L'Ain se caractérise par production dominée par les grandes cultures depuis 2000. Le territoire de Cap 3B quant à lui, nous offre un autre visage. La diversité des productions, lui confère un atout indéniable dans la valorisation de son territoire. A travers l'analyse du développement des grandes cultures dans le département on peut remarquer que les risques de conversion vers des systèmes céréaliers pourraient apparaître si le cours des prix des céréales continu à progresser. Une hausse des prix peut mettre en concurrence les autres productions. Cependant, les AOP et l'élaboration actuelle d'un projet agro-environnemental et climatiques (PAEC) et la création de Mesures associées_b ont pour objectif le maintien de la diversité présente sur le territoire. Conscient de cela, l'accompagnement de la filière agricole est un des piliers du Syndicat Mixte et de ces actions.

II Le bassin de Bourg-en-Bresse : un territoire « agri-urbain »

Le regroupement des communes permet dessiner les contours d'un bassin de vie, de près de 120 000 habitants. La coopération permet la mise en place de programmes d'actions ambitieux à une échelle qui permet de prendre un compte les singularités du territoire.

A Une coopération intercommunale au cœur du bassin de vie

Le Bassin de Bourg-en-Bresse est issu d'une longue tradition de coopération intercommunale. Dès 1996, l'association pour le développement du Bassin de vie de Bourg-en-Bresse a été créée afin de conduire les procédures contractualisées d'aménagement et de développement du territoire avec la région Rhône-Alpes. A partir de 2006, au sein de la nouvelle génération de contrat, la région a imposé un portage public. Le choix de constituer un Syndicat Mixte a alors été fait. Le Syndicat Mixte de développement du Bassin de vie de Bourg-en-Bresse a été créé le 22 mai 2006. Pour la période 2010-2016, un Contrat de Développement Durable Rhône-Alpes (CDDRA) permet la mise un place d'un programme d'action sur la base du projet de territoire élaboré par les élu-e-s du Bassin de Bourg-en-Bresse. La logique du territoire est basée sur un bassin d'emplois, un bassin de consommation et un bassin de loisirs. Le périmètre du territoire évolue dans le temps, ainsi depuis le 1er juillet 2014 la communauté de communes de Chalaronne Centre s'est retirée du syndicat afin de rejoindre le territoire de pré configuration du futur parc naturel régional Dombes-Val de Saône. Voici la carte des intercommunalités actuellement membres du Syndicat Mixte de développement du Bassin de Bourg-en-Bresse :



Figure 6 Périmètre de Cap 3B depuis le 1er juillet 2014

Le territoire de Cap 3B regroupe actuellement 62 communes. Ce périmètre représente 16% de la superficie du département et accueille 20% de la population Bressane. Ce territoire dispose d'une densité de population légèrement supérieure à la moyenne du département (126 hab/km² contre 106 hab/km²).

De plus la ville de Bourg-en-Bresse est le chef lieu de l'Ain, ce qui lui confère une position centrale notamment par la présence des services de l'Etat.

<i>Intercommunalités</i>	<i>Nb communes</i>	<i>Nb habitants</i>	<i>Superficie Km²</i>	<i>Densité hab/km²</i>
<i>Bourg-en-Bresse Agglomération</i>	15	70 242	284,46	247
<i>CC Bords de Veyle</i>	6	7 891	88,50	89
<i>CC Montrevel-en-Bresse</i>	14	15 988	213,83	75
<i>CC Treffort-en-Revermont</i>	12	9 064	197,47	46
<i>CC la Vallière</i>	9	9 053	111,18	81
<i>CC Bresse Dombes Sud Revermont</i>	6	6196	92,08	67
Total	62	118 434	987,52	101

Tableau 2 Les six intercommunalités de Cap 3B

Après lecture du tableau ci-dessus on peut noter la disparité de population entre les différentes intercommunalités, Bourg-en-Bresse Agglomération regroupe 60% de la population tandis qu'elle occupe moins de 30% du territoire. Des différences sont encore plus fortes entre les communes, à l'instar de la ville de Bourg-en-Bresse qui regroupe à elle seule, 40 000 habitants soit une densité de près de 1700 hab/km². Cette densité est comparable à une ville comme Alès (Gard).

Le Comité Syndical est l'organe décisionnel pour les décisions stratégiques. Il est composé de 28 membres, dont 14 représentent Bourg-en-Bresse Agglomération. Le bureau permet de valider les actions tout au long de l'année. Il est composé du Président et de six vice-présidents chacun en charge d'une thématique :

- Président: Jean-François DEBAT, Maire de Bourg-en-Bresse et vice président de la région Rhone-Alpes
- 1^{ère} Vice-présidente: Mme Christiane COLAS, CC Montrevel-en-Bresse Développement Durable
- 2^{ème} Vice-président: M. Jean-Luc LUEZ, CC La Vallière Agriculture, filière bois et biodiversité
- 3^{ème} Vice-présidente: Mme Sylviane CHENE, Bourg-en-Bresse Agglomération Economie et emploi
- 4^{ème} Vice-présidente : Mme Monique WIEL, CC Treffort-en-Revermont Tourisme

- 5^{ème} Vice-président : M. Claude JACQUET, CC Bords de Veyle
Aménagement durable : mobilité, habitat, énergie
- 6^{ème} Vice-président : M. Eric THOMAS ; CC Bresse Dombes Sud Revermont
Culture-Sport-Vie Associative

Cette organisation peut apparaître comme lourde dans un premier temps, mais l’attribution d’une thématique à chaque élu, permet que celui-ci devienne la personne référent au sein du territoire tout au long de son mandat. Dans le cadre de la thématique Agriculture, filière bois et Biodiversité, l’implication de Monsieur LUEZ apporte un dynamisme efficace dans les actions mise en place par les techniciens du Syndicat Mixte.

L’agglomération de Bourg-en-Bresse et sa densité de population ne sont pas sans effet sur l’agriculture située en périphérie. Lors d’études effectués par le Syndicat Mixte, la problématique d’accès au foncier agricole apparaît comme un frein réel notamment pour l’installation.

B L’agriculture aux portes de l’agglomération Burgienne

Malgré l’étendue significative du territoire agricole, 91 % des habitants résident dans un espace urbain⁵ (cette part étant de 86 % pour l'ensemble des villes moyennes de la région). Cet espace urbain, d'un seul tenant, c’est à dire sans espace de plus de 100 mètres sans construction, est centré autour de l’agglomération de Bourg-en-Bresse.

Ces chiffres nous permettent d’avancer le fait que ce territoire est un territoire urbain avec une part importante de la population concentrée sur la ville de Bourg-en-Bresse et son agglomération. Au-delà, la dominante agricole reprend le dessus. **Ce constat nous permet de cerner les atouts mais aussi les contraintes concernant l’existence et l’avenir de l’agriculture du territoire.** En effet, la pression foncière sur les surfaces agricoles s’accroît à mesure que l’on s’approche des franges urbaines. Cependant, la proximité des productions et du bassin de consommation peut faciliter la commercialisation des produits agricoles par de la vente directe.

Sur le territoire de Cap 3B, 92 exploitations réalisent plus de 75% de leurs chiffres d’affaire par vente directe. Au vue des 50 producteurs aujourd’hui présent sur Etik’table, c’est plus de la moitié des producteurs qui ont intégrés la démarche. De plus la diversité des productions offre un panel de produits important qui permet d’augmenter l’attractivité au fur et à mesure de l’augmentation du nombre de référencé.

La volonté de mettre en valeur cette agriculture de proximité qui nous l’avons vue est en fort recul à été le moteur de la création d’un outil de sensibilisation destinée aux consommateurs du bassin de Bourg-en-Bresse.

⁵ L'espace urbain est l'ensemble, d'un seul tenant, de plusieurs aires urbaines et des communes multi polarisées qui s'y rattachent.

III La mise en valeur de l'agriculture locale et la sensibilisation à l'alimentation responsable

Afin de pouvoir sensibiliser un public large à l'alimentation responsable, la mise en place d'un outil accessible à tous par le biais d'internet à été choisi.

A Le portail de l'alimentation responsable du bassin de Bourg en Bresse : Etiktable



Figure 7 Page d'accueil du site internet www.etiktable.fr

Dans le cadre du Contrat de Développement Durable Rhône Alpes, Cap 3B a souhaité axer son intervention sur l'agriculture durable. Pour cela, un comité de pilotage multi-partenarial (Chambre d'Agriculture de l'Ain, FDGEDA⁶, ADEAR⁷, Lycée des Sardières, AFOCG⁸, terre d'envies, FDCUMA⁹, contrôle laitier) a été mis en place ainsi que des groupes de travail thématique. Ces derniers portaient, pour l'un sur l'alimentation responsable et pour l'autre sur la valorisation des producteurs. C'est la convergence des intérêts et objectifs de ces deux groupes qui ont donné naissance au portail web de sensibilisation à l'alimentation responsable.

⁶ Fédération départementale des groupes d'études et de développement agricole

⁷ Association pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rural

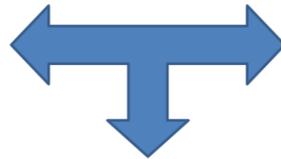
⁸ Association de Gestion et de Comptabilité, Agriculture, Artisanat et Commerce

⁹ Fédération départementale des coopératives d'utilisation de matériel agricole

Plusieurs outils de développement local existent pour accompagner les collectivités dans leurs programmes d’actions. La démarche Etik’table est l’aboutissement d’un croisement de deux d’entre eux.

Dynamique agriculture durable

Objectif: agriculture économiquement viable, socialement équitable et respectueuse de l’environnement



Plan Climat Energie Territorial (PCET)

Objectif: réduction des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES)

LEADER
*Priorité ciblée:
 Lien urbain rural
 Lien producteurs consommateurs*



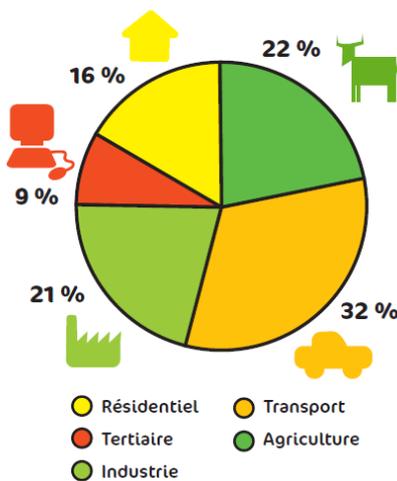
Portail web alimentation responsable: sensibiliser, informer et inciter à consommer local et de saison

Figure 8 Aboutissement de la démarche Etik’table

Sous l’impulsion du Syndicat Mixte d’une dynamique en faveur de l’agriculture durable, La démarche Etik’table s’inscrit par le programme d’action du Plan climat Energie Territorial mais également dans la priorité ciblée du programme LEADER¹⁰. Le schéma ci dessus reproduit la genèse du projet.

Le Plan Climat Energie Territorial (PCET)

Le Bassin de Bourg-en-Bresse émet 1 074 000 tonnes d’équivalent CO₂ par an.



Sur la base d’un diagnostic du territoire, un plan climat est un programme d’actions locales visant à la fois à réduire les émissions de gaz à effet de serre et aussi à adapter le territoire aux évolutions du climat. L’objectif du PCET est de réduire de 20 000 tonnes équivalent Co² par an sur le bassin de Bourg-en-Bresse par l’application d’un programme d’actions. La consommation responsable, et l’agriculture durable s’inscrivent dans les actions du PCET.

Figure 9 Répartition des émissions de CO₂ sur le Bassin de Bourg-en-Bresse

¹⁰ Liaison entre Actions de Développement de l’Economie Rurale

Le programme LEADER

C'est un programme initié par la Commission européenne et destiné aux territoires ruraux porteurs d'une stratégie locale de développement. Ce programme permet de soutenir des actions innovantes s'inscrivant dans cette stratégie et sert de laboratoire d'expérimentation pour l'ensemble des territoires ruraux. Le territoire de Cap 3B bénéficie également de la présence du programme LEADER par l'intermédiaire du Groupe d'action locale (GAL) porté par la structure. La priorité ciblée pour la période de programmation 2009-2014 a été de renforcer le lien urbain-rural, rapprocher les lieux de productions et les consommateurs. A ce titre le GAL dispose d'une enveloppe financière permettant la mise en place d'action s'inscrivant entre autres dans cette thématique.

1- Financement du projet

RECETTES (subvention)	MONTANT	%
Région Rhône Alpes - CDDRA	13 794	21.5
LEADER	30 347	47
Contrat d'Objectif Energie Climat - ADEME	6 300	9.8
Auto financement	13 736	21.7
TOTAL	64 177 € HT	100%

Figure 10 Financement du projet Etik'table

Les dépenses budgétisées ont principalement concernées le développement, la création de contenu et la mise en place du portail internet. De plus, une campagne de communication annuelle est réalisée par le biais d'affiches diffusées sur les arrêts de bus et bus du territoire (cf. Annexes 1)

Son financement provient pour presque la moitié de l'Union Européenne, puis de la région et enfin de l'ADEME¹¹. A noter que le projet a été financé à près de 80% par des subventions publiques. Le reste, provient de l'autofinancement du Syndicat Mixte, c'est-à-dire des cotisations de chacune des intercommunalités membres (le syndicat ne disposant pas de recettes propres).

DEPENSES (nature)	FONCT ^{MENT}	INVEST ^{MENT}
Développement du portail web		24 817€ HT
Développement du jeu (sérieux game)		16 650€ HT
Rédaction des contenus pédagogiques et création des supports de communication		13 710€ HT
Plan de communication	9 000€ HT	
TOTAL	64 177 € HT	

Figure 11 Coût de création et de fonctionnement

¹¹ Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'Énergie

2- Un concept basé sur un travail de définitions

Depuis septembre 2013, le portail de l'alimentation responsable du bassin de Bourg-en-Bresse est en ligne. Son développement se veut informatif, ludique et pratique. En effet, une partie est consacrée à l'information des différents modes de consommations responsables. A savoir la définition des différents labels et signes de la qualité, les circuits-courts de commercialisations existents ou encore la saisonnalité des produits. Ces définitions sont le fruit du groupe de travail sur la thématique « alimentation responsable ». Voilà les différentes définitions qui peuvent être trouvées sur le site internet :

Définition « Alimentation Responsable »

L'alimentation responsable vise à réduire les impacts environnementaux de nos modes de consommation en favorisant des produits locaux et de saison ainsi qu'une agriculture durable à savoir : économiquement viable, socialement équitable et respectueuse de l'environnement.

Qu'est-ce-qu'un produit de saison ?

Il se développe en respectant le cycle naturel des plantes et des animaux dans la zone où il est produit : période naturelle de semis, croissance et récolte en extérieur ou en serres froides ou bien période naturelle de reproduction et de production.

Qu'est-ce qu'un produit local ?

C'est une denrée produite et consommée dans la région et les départements limitrophes.

De plus, des jeux de type « serious game ¹² » conçus par Cap 3B et développés par un prestataire, permettent de sensibiliser de façon ludique aux thématiques de l'alimentation responsable.

Une seconde partie permet au public de pouvoir mettre en pratique leur souhait de consommer autrement par la possibilité de rechercher des produits fermiers selon plusieurs critères (localisation, type de produits, point de vente collectif).

A la suite de cette recherche, il est possible de consulter une fiche descriptive complète de chaque producteur.

¹² « Application informatique, dont l'objectif est de combiner à la fois des aspects sérieux (Serious) tels, de manière non exhaustive, l'enseignement, l'apprentissage, la communication, ou encore l'information, avec des ressorts ludiques issus du jeu-vidéo (Game) » ALVAREZ, Julian, Du Jeu vidéo au Serious game : approches culturelle, pragmatique et formelle, Thèse spécialité Sciences de la communication et de l'information, Université de Toulouse II (Le Mirail), Université de Toulouse III (Paul Sabatier), décembre 2007, p.9.

3 - Fiches producteurs

The screenshot shows a web page for a producer named 'P'tits fruits et Compagnie'. At the top, there is a navigation breadcrumb: 'Vous êtes ici : Accueil > Au quotidien > Acheter chez un producteur >'. Below this is a large banner image of strawberries with the text 'P'tits fruits et Compagnie' and 'Des fraises gouteuses'. To the right of the banner is a map showing the location of the producer in Chavannes-sur-Suran, with a 'Plan' button. Below the banner is a sidebar with a 'RETOUR' button and a list of menu items: 'Présentation', 'Fabrication', 'Mes produits (5)', 'Mes engagements', and 'Contactez-nous'. The main content area features a quote: 'Profiter d'un environnement naturel, cultiver des fruits en agriculture biologique et faire profiter de mes produits transformés aux consommateurs sont pour moi la raison d'être de mon exploitation.' This is followed by the section 'Mon exploitation' with a paragraph describing the producer's background and products. Below this is a 'MES PRODUITS' section listing 'Sorbets, confitures, sirops' and a 'DÉCOUVRIR' button. The 'Lieux de vente' section lists 'À la ferme' and 'Détails et autres lieux de vente' with a list of locations: 'A la ferme : sur rendez-vous', 'Birin d'paille à Arbest', and 'Tram paysan à Bellegerde'.

Figure 12 Fiche producteur en ligne

Ces fiches (cf. annexes 2) contiennent la description de l'exploitation, les étapes de fabrication des produits, la liste des produits en vente, les coordonnées, la localisation sur une carte, horaires d'ouverture, et les différents lieux de vente. Enfin une série de clichés photographiques défilants pris lors de la visite chez l'agriculteur apporte à la fiche productrice, un aspect visuel non négligeable.

Une fiche d'identité par filière (animale ou végétale) est également remplie lors de la visite d'exploitation. Celle-ci permet de mieux connaître les pratiques des agriculteurs sous l'angle des pratiques agricoles, de la transformation des produits, de l'accueil client et de l'environnement. (cf. annexes 3). Ces informations sont accessibles sur chaque page producteur du site internet, dans la rubrique mes engagements

4 - La charte Etik'table

Pour être référencé sur le site internet, les producteurs doivent adhérer à la charte mise en place par le Syndicat Mixte. Cette charte permet de distinguer les agriculteurs du territoire de Cap 3B.

Les producteurs s'engagent à respecter les points suivants :

- Avoir son exploitation sur le territoire du Syndicat Mixte de Cap 3B
- Commercialiser sa production par le biais de la vente directe;
- Être producteur non revendeur¹³
- Être producteur à 100 % : Tous les produits que le producteur propose sont issus de sa ferme;
- Ne pas réaliser de productions OGM;
- S'engager dans une notion de progrès vers une agriculture plus durable;
- Accepter la transparence et se porter garant des données qu'il affiche.

Ces critères permettent d'assurer la proximité des produits, tout en mettant en valeur les agriculteurs du territoire de Cap 3B. La charte est basée sur la confiance envers le producteur. Par la dimension du territoire, et la forte proximité des producteurs, la confiance reste possible. De plus, le fait d'être référencé sur internet les producteurs sont plus exposés notamment vis-à-vis des services de l'état de la répression des fraudes.

5 - L'offre de stage

Pour l'année 2014, Cap 3B a souhaité intégrer 20 producteurs supplémentaires. C'est dans ce contexte qu'est née la volonté de créer une mission de stage « animation d'un réseau d'agriculteurs en circuits-courts par l'intermédiaire d'un portail internet » pour une durée de 5 mois. (cf annexes 4)

Les missions proposées étaient :

- Rencontrer de nouveaux producteurs en vue de leur intégration dans le site (visite d'exploitation, rédaction de contenu, saisie web, prise de vue...),
- Accompagner si besoin la Chambre des métiers et de l'artisanat (CMA) sur la dimension artisans de bouche,
- Identifier des pistes d'amélioration pour une meilleure utilisation du site par les consommateurs et les agriculteurs,
- Développer une procédure de contrôle des engagements des producteurs présents sur le site

Dès les premiers jours de stage j'ai pu prendre en charge les missions opérationnelles qui avaient pour objectifs la rencontre d'agriculteurs. Concernant la réflexion pour mettre en

¹³ Le produit revendu doit provenir d'un producteur local. L'information doit être clairement communiquée au consommateur dans un souci de transparence totale. Cette activité doit être à titre exceptionnel.

place une procédure de contrôle des engagements, celui-ci fut mise de coté au fil du temps, par la priorité de développer le réseau, tandis que les moyens de contrôles semblait difficiles à mettre en place.

B Développer et animer un réseau d'agriculteurs en circuits-courts

1-Intégration des producteurs

Durant la période de stage, vingt exploitations on été rencontrés avec pour finalités leurs intégration dans le réseau Etik'table. En amont de ces rencontres, la première prise de contact peut s'avérer délicate. En effet, elle s'effectua principalement par le biais du téléphone, cette méthode demande à la fois une part de chance, puisque les producteurs sont bien plus souvent à l'extérieur ou bien dans des zones mal desservies par les réseaux de téléphonie. Pour maximiser toutes les chances, la période de midi fut privilégiée. Une fois le contact établi deux cas de figure se présentai :

- Le producteur était déjà sensibilisé à la marque Etik'table, et dès lors il était plus aisé de dialoguer et d'obtenir un rendez-vous.

- Lorsque l'agriculteur ne connaissait pas le projet et la méfiance restait demise, avant d'obtenir un rendez-vous il fallut multiplier les contacts téléphoniques et mail afin de présenter les avantages de la démarche.

Une fois le rendez-vous programmé, la prise de clichés photographique nécessite un temps plutôt ensoleillé, ou tout du moins lumineux. Il est arrivé plusieurs fois de décaler un rendez-vous suite à une météo peu clémente.

Cette phase de terrain demandait environ 2 heures afin d'effectuer la visite de l'exploitation et de remplir la fiche producteurs avec l'agriculteur. Les sujets de discussions abordés pendant ces temps d'échanges sont venus enrichir chaque rencontre. En effet, c'est aussi lors de ces moments que les producteurs ont pu exprimer, leurs attentes, leurs craintes et leurs visions de l'avenir de leurs métiers. Outre l'espoir de leurs apporter de nouveaux clients, leurs référencements sur le site est parfois un moyen de se démarquer des systèmes intensifs et des industries agro-alimentaire, de participer à une démarche engagée.

Après avoir recueilli les informations nécessaires, le travail de bureau résidait dans le traitement de cette information, afin de restituer un contenu qui une fois validé par Adeline Brunet, et le producteur, pouvait être saisie dans l'interface administrateur du site internet. La sélection des photographies publiées était également soumise à la validation de l'agriculteur. Après avoir crée le contenu web, il ne restait plus qu'a communiquer les codes accès personnel et un guide utilisateur a l'agriculteur afin qu'il puisse effectuer les modifications nécessaires pour maintenir à jour sa page producteur.

La présence sur le terrain est un moment privilégiée dans l'échange d'informations avec les agriculteurs. En effet, à plusieurs reprises des informations ont pu circuler grâce à la rencontre parfois fortuite d'un producteur. La prise en main de l'interface web bien que très

simple nécessite une certaine aisance générale avec l'informatique, ce qui peut générer des difficultés pour la gestion de la page producteur. Un accompagnement sur l'interface web lors de l'entretien aurait peut être permis dans certain cas de démystifier l'aspect technique de la gestion de cette dernière. Pour faire vivre le site internet, le producteur peut signaler ses actualités (vente à la ferme, présence à un salon, etc.) en renseignant la rubrique actualité. Cet onglet une fois remplis est automatiquement envoyé aux abonnés du site par le biais d'une newsletter. Cette fonction permet non seulement aux producteurs d'informer de la vente d'un produit, mais également il permet aux personnes recevant l'information de trouver un contenu pertinent et par le biais du bouche à oreilles, inciter d'autres personnes à s'abonner.

2- Les artisans de bouches sur Etik'table

Aujourd'hui, l'objectif de l'année 2014 d'une cinquantaine de producteurs référencés à été atteint. Depuis juillet, l'intégration des artisans de bouche à été lancé en partenariat avec la Chambre de métiers et de l'Artisanat de l'Ain (CMA). La volonté de mettre en avant des artisans travaillant des matières premières locales en plus de leur savoir-faire s'inscrit dans une démarche d'orienter des filières vers un cap qualitatif. En effet, en communiquant sur la valorisation des œufs du territoire à travers son utilisation par un pâtissier pour ses préparations, permet d'améliorer la traçabilité des ingrédients mais aussi de reconnecter l'espace de production au consommateur par le biais d'un artisan. Une réflexion est également à venir concernant l'intégration des restaurateurs faisant la part belle à la diversité de produits locaux disponible.

3- Organisation d'évènement

La participation d'Etik'table au festival de la gastronomie et des musiques du monde « Temps Chauds » à Bourg-en-Bresse fut un des moments fort du stage. En charge, de l'organisation d'un stand Etik'table au sein du village du festival le 28 juin dernier, l'objectif était de proposer aux producteurs référencer de pouvoir vendre leurs produits. La présence d'Adeline Brunet, Aline Quenette (animatrice du PCET) et moi-même afin d'animer un stand de présentation de la marque Etik'table avec les producteurs fut décidé. Dès lors un travail de coordination entre les producteurs volontaires, l'organisation du festival à permis d'organiser en amont le déroulement de l'évènement. C'est 5 producteurs qui ont été réunit ainsi que l'équipe développement durable de cap 3B qui ont été réunit lors de cette soirée. La création de tee-shirts personnalisés aux couleurs d'Etik'table à permis renforcer le lien entre les producteurs au sein de la marque.



Figure 13 De gauche à droite : Georges PICOT, miel ; Stéphane PABOUL, Volaille ; Aline QUENETTE, chargé mission ; Adeline BRUNET responsable pôle ; Alexandre DA SILVA, Stagiaire ; Jeannine MERLE, fromage de chèvre ; Virginie SUBTIL, baume et soin ; Christophe BAGUET, sirops et confitures

4- Retour sur les missions effectuées

L'intégration de nouveaux agriculteurs

L'intégration de 20 nouveaux agriculteurs ma permis de découvrir différentes productions. J'ai pu constater que l'organisation d'un atelier caprin lait avec transformation peut être différente d'un agriculteur à l'autre. L'organisation, la sensibilité écologique, et le niveau de technicité d'un agriculteur influence fortement l'appareil de production. Il en est de même pour la commercialisation. Bien que tous les producteurs référencés du site disposent d'un point de vente directe sur le territoire de Cap 3B, leurs multitudes et leurs combinaisons confirme bien le schéma illustrant la diversité des circuits-courts de commercialisation existant vu en début de rapport. Les producteurs ont recours en moyenne à plus de 3 circuits-courts différents. Cette diversité leurs permet de sécuriser la vente de leurs produits. Cependant, cette organisation reste consommatrice en temps et en énergie.

Certains agriculteurs ont fait le choix de créer un point de vente collectif, à l'instar de ferm'andise. Toutefois ce PVC vient s'ajouter aux autres modes de commercialisation utilisé par les producteurs.

Taches administratives

L'animation du réseau nécessite d'effectuer des taches administratives quotidiennes. Faire circuler des informations, communiquer par mail avec différents interlocuteurs, rédiger des courriers, nécessite une bonne réactivité, un peu d'imagination mais surtout un bon niveau rédactionnel. Par manque d'habitude, le temps passé à la rédaction d'un courrier me demande une attention particulière. Adeline Brunet fut compréhensive et disponible pour relire et m'orienter sur les modifications à apporter.

La communication reste un élément fondamental dans l'animation d'un réseau. Bien qu'étant à l'aise lors des rencontres et échanges téléphoniques, je dois rester vigilant à conserver une attitude professionnelle à tout moment.

Organisation d'évènements

La présence d'un stand de communication Etik'table et des producteurs au festival temps chauds, à nécessiter un travail de rassemblement des producteurs pour l'évènement. La création de support visuel (pancartes) et de démonstration (vidéo de présentation du site internet) et d'un tirage aux sorts devaient permettre de sensibiliser le public. Cependant la faible affluence globale pour le festival n'as pas permis de mettre pleinement à profit notre investissement. A l'avenir la présence à ce festival reste incertaine, cependant les échanges avec le public rencontrés restent très positifs. Quelques consommateurs sont allées réalisés des achats chez les producteurs. Le choix de la participation à un évènement doit peut être indexé sur le potentiel de sa fréquentation.

Relation de travail

Adeline Brunet ma rapidement accordé sa confiance dans la réalisation des missions de stage. Ainsi j'ai pu travailler de manière autonome tout en lui demandant conseil et en la tenant informée de mes avancées. Cette position ma permis de prendre avec sérieux mes missions.

L'ambiance de travail est très importante lorsque le temps passé au bureau est conséquent. Au Syndicat Mixte, une ambiance de travail, détendu et chaleureuse à régné pendant la durée du stage. Aline Quenette m'a accueilli dans son bureau. Son ouverture d'esprit et sa sympathie a fortement contribué à la compréhension rapide du de la structure, à cerner le territoire et ses problématiques.

5- Programme d'action

01-La présence de produits Etik'table dans les musées et autres organisme public

La mise en vente de produit Etik'table dans les structures public effectuant de la vente peut se trouver faciliter par la nature des relations existantes entre Cap 3B et celle-ci. L'exemple du musée de la Bresse peut être utilisé. En effet, depuis sa boutique souvenir, le musée propose une petite gamme de produit alimentaire. Cette gamme pourrait être étoffée par un stand Etik'table, permettant la vente de produits non périssable. La mise à disposition de flyers et de documentations accompagnant les produits, dans le but de diffuser la marque.

02-Un partenariat avec les GMS du territoire

Lors d'une rencontre avec la coopérative agricole Beurrerie et laiterie d'Etrez, celle-ci m'a signalés que certaines GMS pouvaient fonctionner directement avec les producteurs. Sur le territoire, c'est le cas chez Intermarché et Grand Frais. Proposer des produits repérés Etik'table peut permettre de valoriser et de sensibiliser ces produits. De plus, cela peut répondre à une demande de consommateurs d'accéder plus facilement à ces denrées.

03-Mise en place de l'approvisionnement en restauration collective

L'approvisionnement de la restauration collective est en plein développement au sein des territoires. Bien qu'il semble difficile aujourd'hui de pouvoir mettre en place une filière globale. La demande d'une école d'une commune du territoire (cf. annexe 5) envers un éleveur de porcs, laisse à penser qu'une demande existe. Un suivi de cet embryon partenarial semble intéressant dans la démarche de solliciter des cantines dans le but de mettre en relation avec les producteurs. Et pourquoi pas à terme pouvoir proposer des opérations ponctuelles d'approvisionnement.

04-Conseils au producteurs sur le visuel des stands de vente exemple au marché.

Lors du déroulement des salons en présence des espaces de ventes des producteurs. Nous avons pu constater que la mise en valeur des produits, le visuel global du stand un effet significatif sur le consommateur. En effet, l'attrait visuel est un moyen de focaliser l'attention et même de susciter un désir d'achat.

05-Faire émerger une procédure de contrôle de la charte

Afin de pouvoir s'assurer du bon respect de la charte, la demande de certificat non OGM pourrait être exigé concernant par exemple les aliments pour animaux achetés. Un éleveur a proposé de son plein gré de fournir ce certificat concernant l'alimentation achetée pour son troupeau.

06-Vente en ligne via le portail Web

Le site internet Etik'table est conçu de manière à pouvoir activer le module de vente en ligne. La mise en place d'une telle plateforme pourrait permettre la vente de produits aux consommateurs et faciliterait également les échanges commerciaux concernant la proposition 01;02 et 03.

6- Bilan des actions proposées

Actions	Cout financier	Cout humain	Impact image marque
01	+	+	+
02	+	++	++
03	+	++	+
04	+	+	++
05	+	++	
06	+	+++	+++

Figure 14 Bilan des propositions d'actions

Ce bilan propose de faire ressortir les différents impacts pour le Syndicat Mixte concernant la mise en place de chaque action. Le tableau tente également de juger du niveau d'impact positif sur la marque Etik'table. Ces résultats sont donnés à titre indicatifs, ils se basent sur des actions existantes et des études qui ont chiffré la mise en place de celle-ci.

Le coût financier se base sur le besoin d'investissement pour l'achat de matériel, de locaux ou bien l'appel à un prestataire de services.

Le cout humain fait état de l'aspect quantitatif de temps passé pour mettre en place l'action. Etant donné qu'aucun poste n'est attribué au à la démarche Etik'table, la capacité d'action reste limitée dès lors qu'une action demande une forte implication.

Enfin le degré d'impact positif sur l'image reste un élément subjectif, la graduation se base sur les demandes de producteurs et consommateurs rencontrés, ainsi que sur le succès de projets existants.

Conclusion

Le développement local au service de l'agriculture de proximité et du développement des circuits-courts est une discipline qui semble dessiner les nouveaux défis de la durabilité auxquels sont confrontées les collectivités. Défis qu'elles doivent ajouter à celui de la valorisation de leurs territoires. Les actions mises en place à cet échelon, sont fortement influencées par le niveau d'aide des régions, de l'état et de l'Union Européenne. La valorisation d'une agriculture de proximité peut apparaître comme une action de faible envergure au vue du montant investit mais c'est bien à une échelle européenne que des embryons d'agriculture durable sont entrain d'émerger. A terme la reconnaissance des bienfaits d'une agriculture durable sur un territoire pourrait agir sur la représentation de la qualité de vie de celui-ci, comme par exemple pour la qualité de son eau ou de la diversité paysagère. L'engagement du Syndicat Mixte dans des actions de développement durable, le conforte dans une voie qui est d'ores et déjà reconnue. C'est en ce sens que le portail de l'alimentation responsable répond aussi bien à des enjeux locaux mais peut être considéré d'intérêt public.

Lors de ma recherche de stage en décembre 2013, les offres de stages concernant la thématique des circuits-courts ont tout de suite retenu mon attention. Mon engagement envers une agriculture durable a toujours été nourri par l'espoir de pouvoir le partager professionnellement avec d'autres. Après avoir pris connaissance de l'offre de stage proposé par le Syndicat Mixte, les missions ont tout de suite retenu mon attention. Les rencontres et les échanges avec les producteurs, techniciens de collectivités et consommateurs ont renforcé ma motivation à poursuivre dans cette voie. Ce stage ma permis de bénéficier d'une expérience au sein d'une collectivité, d'effectuer un travail de terrain alliant découverte de systèmes agricoles différents et relationnel. La réalisation de tâches administrative et de rédaction de contenu internet ma permis de faire évoluer mes capacités rédactionnelles. Enfin la pratique de ma passion, la photographie a été utile pour les contenus du site internet. C'est bien la globalité des missions effectuées au cours de ces 5 mois de stage qui ont permis la réussite de cette expérience. La pluralité des actions quotidiennes fera parti d'un élément non négligeable qui sera pris en compte lors de mes futures recherches d'emplois.

Sitographie

AUBRY Christine et Jean Baptiste TRAVERSAC. *Les circuits-courts en agriculture : un modèle de distribution à contre courant*, dans INRA [En ligne], 2010, <http://www.saveursdurables.fr/wp-content/uploads/2014/03/INRA2010-circuitscourts.pdf>

(Page consultée le 15 juin 2014)

AUBRY Christine et Yuna CHIFFOLAU, *Le développement des circuits-courts et l'agriculture périurbaine : histoire, évolution en cours et questions actuelles* dans INNOVATIONS AGRONOMIQUES, [En ligne], 2009, <http://prodinra.inra.fr/record/35493> (Page consultée le 15 juin 2014)

BARRY Christine, *Commercialisation des produits agricoles, un producteur sur cinq vend en circuit-court* dans AGRESTE PRIMEUR, [En ligne], 2012, http://www.agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf_primeur275.pdf (Page consultée le 3 juillet 2014)

CAZAUBON, Jean-Louis. *Circuits-courts, une relation de proximité*, dans CHAMBRES D'AGRICULTURES n°991[Enligne],http://www.chambres-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/thematiques/Consommer_autrement/Circuits_courts/991_dossier_circuitscourts.pdf (Page consultée le 13 juin 2014)

INSTITUT NATIONAL DE L'ORIGINE ET DE LA QUALITE (INAO), Cahier des charges de l'Appellation d'Origine « COMTE » ; dans INAO, [En ligne], 2012, <https://www.inao.gouv.fr/fichier/PNOCDCComte.pdf> (Page consultée le 15 juillet 2014)

JOSSERAND Bernadette, *Recensement agricole 2010, Premiers résultat de l'Ain* dans AGRESTE RHONE-ALPES, [En ligne],2011, http://agreste.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf_D0111A01.pdf (Page consultée le 10 juillet 2014)

LIMANDAS Gilbert, *L'agriculture durable...Et moi ? et moi !* dans CHAMBRE D'AGRICULTURE 01 PUBLICATIONS, [En ligne], 2012, <http://rhone-alpes.synagri.com/portail/l-agriculture-durable...-et-moi-et-moi> (Page consultée le 3 juillet 2014)

MESSMER J.G., 2013, Les circuits courts multi-acteurs : Emergence d'organisations innovantes dans les filières courtes alimentaires, Rapport INRA-MaR/S, 69p.http://liproco-circuits-courts.com/media/messmer_jg_2013_les_circuits_courts_multiacteurs_emergence_dorganisations_innovantes_dans_les_filierees_courtes_alimentaires_014982300_1000_17052013.pdf

PRIGENT-SIMONIN Anne Hélène *et al.*, « Chapitre 1. Portraits d'acheteurs en circuits courts », dans Anne Hélène Prigent-Simonin et Catherine Hérault-Fournier, Au plus près de l'assiette Editions Quæ « Sciences en partage », 2012 p. 29-45. <http://www.cairn.info/au-plus-pres-de-l-assiette---page-29.htm> (Page consultée le 26 juin 2014)

SYNDICAT MIXTE CAP 3B. Site du Syndicat Mixte, [En ligne], <http://www.cap3b.fr/> (Page consultée le 7 avril 2014)

Table des matières

A Une production céréalière dominante dans le département.....	6
1-La part des grandes cultures et des élevages hors sol augmente.	7
3- Des AOP garantes de pratiques positives pour le territoire.	8
B L'agriculture sur le territoire de Cap 3B	9
A Une coopération intercommunale au cœur du bassin de vie	11
B L'agriculture aux portes de l'agglomération Burgienne	13
A Le portail de l'alimentation responsable du bassin de Bourg en Bresse : Etiktable.....	14
2- Un concept basé sur un travail de définitions	17
3 - Fiches producteurs	18
4 - La charte Etik'table.....	19
5 - L'offre de stage.....	19
B Développer et animer un réseau d'agriculteurs en circuits-courts	20
1-Intégration des producteurs	20
2- Les artisans de bouches sur Etik'table	21
3- Organisation d'évènement	21
4- Retour sur les missions effectuées	22
5- Programme d'action.....	23
6- Bilan des actions proposées	25
ANNEXES 1 : Affiches campagne communication Etik'table 2013 (Gilles Béréziat maraîcher)	32
ANNEXES 2 : Fiche producteur rédigée lors d'un rendez-vous producteur.....	33
ANNEXE 3 : Fiches Filières production animales et végétales	35
ANNEXES 5 : Copie mail demande produits locaux restauration collective	41

Table des figures

Figure 1 Diversité des circuits-courts de commercialisation	4
Figure 2 L'Ain, un département agricole	6
Figure 3 Pourcentage des exploitations céréalières et bovines.....	7
Figure 4 Répartition de la SAU du département.....	7
Figure 5: SAU moyenne/exploitation bassin de Bourg-en-Bresse	9
Figure 6 Périmètre de Cap 3B depuis le 1er juillet 2014.....	11
Figure 7 Page d'accueil du site internet www.etiktable.fr	14
Figure 8 Aboutissement de la démarche Etik'table	15
Figure 9 Répartition des émissions de CO ² sur le Bassin de Bourg-en-Bresse.....	15
Figure 10 Financement du projet Etik'table.....	16
Figure 11 Cout de création et de fonctionnement	16
Figure 12 Fiche producteur en ligne	18
Figure 13 De gauche à droite : Georges PICOT, miel ; Stéphane PABOUL, Volaille ; Aline QUENETTE, chargé mission ; Adeline BRUNET responsable pôle ; Alexandre DA SILVA, Stagiaire ; Jeannine MERLE, fromage de chèvre ; Virginie SUBTIL, baume et soin ; Christophe BAGUET, sirops et confitures	22
Figure 14 Bilan des propositions d'actions.....	25

Table des tableaux

Tableau 1 Appellation d'Origine Protégée présente sur le territoire	8
Tableau 2 Les six intercommunalités de Cap 3B	12

Annexes



ANNEXES 1 : Affiches campagne communication Etik'table 2013 (Gilles Béréziat maraîcher)



PRODUIT AU
Etik'table
DE L'AIRAIN

J'AI QUELQUES RONDEURS, MAIS TOUT LE MONDE M'ADORE !

Tomates savoureuses 100% local

Retrouvez les produits locaux et de saisons, du bassin de Bourg-en-Bresse, sur www.etiktable.fr.

Cap 3B
Rhône-Alpes
Logo of the European Union
Logo of the French Republic

Conception : ADAMA 2013 - Photo : PHILIP FORESTER

ANNEXES 2 : Fiche producteur rédigée lors d'un rendez-vous producteur

Fiche producteur

Cette fiche contient la liste des renseignements utiles pour que votre exploitation figure sur le portail web alimentation responsable du bassin de Bourg-en-Bresse.

- ✔ Nom de l'exploitation : Ferme_des_Combettes
- ✔ Nom prénom du responsable : Stéphane et Florence Favier
- ✔ Adresse : 600 chemin de Chatillon
- ✔ Code postal : 01 250
- ✔ Ville : Corveissiat
- ✔ Tél. : 06 98 76 33 53
- ✔ Fax :
- ✔ E-mail : stephane.favier01@orange.fr

Horaires d'ouverture (dans le cas de vente à la ferme) :

Toute l'année : tous les vendredis de 17h à 19h (ou sur RDV.)

- ✔ Présentation de l'exploitation (Texte de 10 à 12 lignes, photos) :
- ✔ « Parce qu'être un porc n'empêche pas d'être bien élevé ! »
- ✔ Surplombant la rivière d'Ain, Corveissiat est un village traversé par de nombreux chemins de randonnées. Chaque année, ce sont près de 400 porcs qui sont élevés et transformés à la ferme des Combettes. Acheté à l'âge de deux mois, à la frontière de la Drôme et de l'Isère, les animaux passent 21 semaines sur l'exploitation dont 16 en plein air. Avec cette durée d'élevage la qualité de la viande est plus aboutie. L'alimentation est garantie sans OGM, elle se compose uniquement de céréales et de tourteaux. Tout est transformé sur place en viande fraîche et charcuterie puis valorisé en circuit court.
- ✔ Fabrication (Texte + photos) :
- ✔ Les ingrédients principaux utilisés pour la transformation de produits sont d'origines locales et sans OGM. (Œufs, lait farine...). Hormis le sel, aucun conservateur n'est utilisé. De plus nous n'utilisons ni phosphates, ni colorants. Les phosphates permettent d'augmenter la quantité d'eau contenue dans la viande.
- ✔ Labels :
- ✔ Type de production (végétale, animale ou élevage, entreprise agroalimentaire) :
élevage

- ✓ Lieux de vente (Ex : à la ferme, marché de ... le lundi matin, PVC ...) :
- ✓ Brin de paille
- ✓ Tram paysans
- ✓ Marché de Saint-Claude le samedi matin
- ✓ Carrefour express Thoirette
- ✓ Epicerie les Bourriques à Echallon
- Vente à la ferme voir ci-dessus
- ✓
- ✓ Types de produits (Ex : Fromages de chèvres, miel...)
- ✓ Liste des produits :
- ✓ **Nom** :
- ✓ Viande fraîche de 6€ à 14€/kg
- ✓ Charcuterie fraîche : de 12 à 15€/kg
- ✓ Charcuterie cuite : de 13 à 22/kg
- ✓ Charcuterie fumée : 15€/kg
- ✓ Charcuterie : de 22 à 35€/kg
 -
 - **Description** (Texte de quelques lignes) :
 - **Catégorie** (épicerie, fromage, fruit, jus et sirop, légume & aromate, poisson, produits laitiers et œufs, traiteur, viande, vin et spiritueux) :
 - Sous-catégorie (ex : dans légume > Salade > feuille de chêne) :
 - Photos + légendes :
 - Lieux de vente (Ex : à la ferme, marché de ... le lundi matin, PVC, ...) :
- ✓ Paroles de producteur (*nouveautés, Anecdote sur la ferme, spécificité, vidéo, interview ?*) :
- ✓ Animations (Ex : Accueil de groupes) :
- ✓

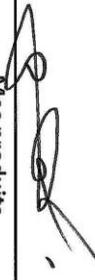
Autres renseignements utiles :

- ✓ Coordonnées GPS (si connues):
- ✓ Site Web : http://tram.paysan.over-blog.com/pages/Viande_de_porc_et_charcuteries_fermieres-6143841.html
- ✓ Page Facebook :

ANNEXE 3 : Fiches Filières production animales et végétales

Fiche d'identité filière animale

Pour que les personnes qui consomment mes produits aient l'opportunité d'avoir des informations sur la qualité de ma production

NOM PRENOM: *Georges Bois*  TYPE DE PRODUCTION: *Caprin Fromages*

Mes produits											
Je cherche à développer ma gamme de produits pour innover et me diversifier	<input checked="" type="checkbox"/>	Je suis soucieux d'utiliser des produits locaux entrant dans la composition de mes produits	<input type="checkbox"/>	Je n'utilise pas d'OGM dans les ingrédients entrant dans la composition de mes produits	<input type="checkbox"/>	Je n'utilise pas d'additifs artificiels	<input type="checkbox"/>	Je transforme moi-même mes produits	<input checked="" type="checkbox"/>	Je garantis la fraîcheur de mes produits (de quelles façons ? à préciser obligatoirement)	<input checked="" type="checkbox"/>

Mes pratiques											
Je privilégie le plein air	<input checked="" type="checkbox"/>	Je n'utilise pas l'alimentation OGM	<input type="checkbox"/>	Je ne réalise pas de traitements médicamenteux systématiques	<input checked="" type="checkbox"/>	Je suis certifié (e) agriculture biologique AB	<input type="checkbox"/>	Utilise des médecines alternatives pour soigner mes animaux:	<input type="checkbox"/> Homéopathie <input type="checkbox"/> Phytothérapie <input type="checkbox"/> Aromathérapie <input type="checkbox"/> Ostéopathie <input type="checkbox"/> autres	Mes animaux passent les 3/4 de leur vie sur l'exploitation	<input checked="" type="checkbox"/>

Mon métier, mon personnel					
Je valorise mon personnel en le qualifiant :	Je reconnais son travail par une juste rétribution	J'accueille des stagiaires	Je suis des formations professionnelles	J'estime que mon travail est rétribué à sa juste valeur	Je me donne le temps d'avoir des activités extra professionnelles régulières
<input type="checkbox"/> par le biais de formation	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> par la transmission de savoir-faire					

Mes clients					
Je suis transparent sur mes pratiques :	Je participe à des actions éducatives sur ?	Je privilégie la vente directe pour l'ensemble de ma production	Je produis localement Je vends mes produits à moins de 50 km de mon lieu de production	J'arrête ma partme de produits en prenant en compte la demande de mes consommateurs	Je fais partie d'un réseau professionnel de vente directe (Bioverve à la ferme, terre d'envers, Accueil paysan...)
<input checked="" type="checkbox"/> Je mets en place une communication sur mes produits (afiches, films...)	<input type="checkbox"/> Le goût, l'alimentation				
<input checked="" type="checkbox"/> Je prends le temps de renseigner mes clients sur mes pratiques agricoles	<input type="checkbox"/> La découverte de l'agriculture, de la ferme	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Je prends le temps de renseigner mes clients sur la transformation de mes produits	<input checked="" type="checkbox"/> Portes ouvertes (type de ferme en ferme...)				
<input type="checkbox"/> Autres :					

Notre planète					
Je garantis la qualité de mes produits en agissant pour la préservation de :	Je veille au développement durable en :	Je suis engagé(e) dans une réflexion agricole durable (diagnostic DSA, formation Agriculture durable...)	Je favorise la fertilité de mon sol avec l'apport de matières organiques provenant de mon exploitation	Je cultive avec des engrais verts et des légumineuses	J'ai réduit l'utilisation d'intrants chimiques
<input checked="" type="checkbox"/> L'environnement	<input type="checkbox"/> Réduisant mes émissions de CO ₂ grâce à la diminution des distances producteurs-consommateurs				
<input type="checkbox"/> L'eau	<input checked="" type="checkbox"/> Triant et recyclant mes emballages	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Les sols	<input checked="" type="checkbox"/> Utilisant des énergies renouvelables				
<input type="checkbox"/> Les paysages	<input type="checkbox"/> Participant à la plantation de haies				

de faire en faire

Fiche d'identité filière végétale

Pour que les personnes qui consomment mes produits aient l'opportunité d'avoir des informations sur la qualité de ma production

NOM PRENOM: **DE RION Géorgie**

Mes produits					
Je cherche à développer ma gamme de produits pour imposer et me diversifier	Je suis soucieux d'utiliser des produits locaux entrant dans la composition de mes produits	Je n'utilise pas d'OGM dans les ingrédients entrant dans la composition de mes produits	Je n'utilise pas d'additifs artificiels	Je transforme moi-même mes produits	Je garantis la traçabilité de mes produits (de quelles façons ? à préciser obligatoirement)
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mes pratiques					
Je privilégie le plein champs	Je privilégie la rotation des cultures	Je favorise la culture de produits de ma région pour valoriser mon patrimoine	Je n'utilise pas de semences OGM	AB Je suis certifié(e) agriculture biologique	Je ne réalise pas de traitements chimiques des sols avant plantation
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Mon métier, mon personnel					
Je valorise mon personnel en le qualifiant :	Je reconnais son travail par une juste rétribution	J'accueille des stagiaires	Je suis des formations professionnelles	J'estime que mon travail est rétribué à sa juste valeur	Je me donne le temps d'avoir des activités extra professionnelles régulières
<input type="checkbox"/> par le biais de formation	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> par la transmission de savoir-faire					

Mes clients					
Je suis transparent sur mes pratiques :	Je participe à des actions éducatives sur :	Je privilégie la vente directe pour l'ensemble de ma production	Je produis localement, je vends mes produits à moins de 90 km de mon lieu de production	J'améliore ma gamme de produits en prenant en compte la demande de mes consommateurs	Je fais partie d'un réseau professionnel de vente directe (Bienvenue à la ferme, terre d'envies, Accueil paysan...)
<input checked="" type="checkbox"/> Je mets en place une communication sur mes produits (affichages, films...)	<input checked="" type="checkbox"/> Le goût, l'alimentation				
<input checked="" type="checkbox"/> Je prends le temps de renseigner mes clients sur mes pratiques agricoles	<input checked="" type="checkbox"/> La découverte de l'agriculture, de la ferme	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Je prends le temps de renseigner mes clients sur la transformation de mes produits	<input checked="" type="checkbox"/> Portes ouvertes (De ferme en ferme...)				
<input type="checkbox"/> Autres :					

Notre planète					
Je garantis la qualité de mes produits en agissant pour la préservation de :	Je veille au développement durable en :	Je suis engagé(e) dans une réflexion agricole durable (diagnostic, DPA, formation Agriculture Durable...)	Je favorise la fertilité de mon sol avec l'apport de matières organiques provenant de mon exploitation	Je cultive avec des engrais verts et/ou des légumineuses	J'ai réduit l'utilisation d'intrants chimiques
<input type="checkbox"/> L'environnement	<input checked="" type="checkbox"/> Réduisant mes émissions de CO ₂ grâce à la diminution des distances producteurs-consommateurs	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> L'eau	<input type="checkbox"/> Triant et recyclant mes emballages				
<input type="checkbox"/> Les sols	<input type="checkbox"/> Utilisant des énergies renouvelables				
<input checked="" type="checkbox"/> Les paysages	<input type="checkbox"/> Participant à la plantation de haies				

Offre de stage «animation d'un réseau d'agriculteurs en circuits courts par l'intermédiaire d'un portail internet »

Contexte :

Le **bassin de Bourg-en-Bresse** est un territoire composé de **74 communes** et représente une population de **130 000 habitants**. Le Syndicat Mixte de développement du bassin de Bourg-en-Bresse (Cap 3B) regroupe 7 intercommunalités dont Bourg-en-Bresse Agglomération. Le territoire de Cap 3B comprend environ **1 100 agriculteurs dont 200 installés en circuits courts**.

La commercialisation sous forme de Point de Vente Collectif est très développée, sur ce territoire, avec un **maillage de 3 magasins** et la présence historique de **marchés forains**. Dans le cadre de la candidature LEADER, les élus ont souhaité mettre l'accent sur le lien urbain-rural ce qui se décline en agriculture par la **reconquête du lien producteurs consommateurs**. En effet, le territoire encourageait jusqu'à présent la création de PVC mais dans le cadre de LEADER et du CDDRA nous souhaitons aller plus loin dans le déploiement des circuits courts agricoles.

En 2013, le site internet www.etiktable.fr a vu le jour sous l'impulsion de Cap 3B. Cet outil fait la promotion d'une alimentation de proximité et de saison, il permet aux consommateurs du bassin de vie de s'informer et d'être sensibilisé à l'alimentation responsable, une trentaine de producteurs en circuits courts y sont référencés. L'année 2014 sera consacrée à l'intégration d'une vingtaine de producteurs supplémentaires, d'artisans de bouche et d'entreprises de l'agro-alimentaires.

Mission du stage

Le stagiaire se verra confier une mission portant sur le portail web alimentation responsable, à savoir :

- Rencontrer de nouveaux producteurs en vue de leur intégration dans le site (visite d'exploitation, rédaction de contenu, saisie web, prise de vue...),
- Accompagner si besoin la Chambre des métiers et de l'artisanat (CMA) sur la dimension artisans de bouche,
- Identifier des pistes d'amélioration pour une meilleure utilisation du site par les consommateurs et les agriculteurs,
- Développer une procédure de contrôle des engagements des producteurs présents sur le site,

Profil

Niveau BAC+4 ou BAC+5 : formation en agriculture, développement rural ou développement local.

Permis B obligatoire.

Compétences recherchées :

- bonne capacité rédactionnelle et relationnelle,
- pratique courante de l'informatique et du web (maîtrise de WordPress serait un plus),
- travail en équipe, capacité d'analyse et de synthèse,
- goût pour la photographie.

Informations complémentaires

Encadrement du stage par la responsable du pôle développement durable et rural, Adeline BRUNET.

Gratification de stage selon la législation en vigueur.

Lieu de stage : Bourg-en-Bresse (01)

Durée

De 4 à 6 mois (début du stage possible dès février 2014).

Candidature :

Merci de bien vouloir nous adresser votre CV et lettre de motivation d'ici le 15 janvier, par mail ou par courrier.

Renseignements

Syndicat mixte de développement du bassin de Bourg-en-Bresse
102 Bd Edouard Herriot
01 000 Bourg-en-Bresse
Tel : 04 74 47 25 11
Mail : abrunet@cap3b.fr

ANNEXES 5 : Copie mail demande produits locaux restauration collective

Page 1 de 1

contact

De : "GAEC de l' Orme" <gaecdelorme@wanadoo.fr>
À : "contact" <contact@etiktable.fr>
Envoyé : jeudi 10 juillet 2014 09:07
Objet : RE: Etiktable.fr : Demande de prix pour la cantine de Bohas / Hautecourt

De : contact [mailto:contact@etiktable.fr]
Envoyé : mercredi 9 juillet 2014 15:50
À : gaecdelorme@wanadoo.fr
Objet : Fw: Etiktable.fr : Demande de prix pour la cantine de Bohas / Hautecourt

----- Original Message -----

From: [VOURLAT](#)
To: contact@etiktable.fr
Sent: Wednesday, July 09, 2014 12:53 PM
Subject: Etiktable.fr : Demande de prix pour la cantine de Bohas / Hautecourt

Nom :
VOURLAT

E-mail :
estellevourlat@hotmail.fr

Sujet :
Demande de prix pour la cantine de Bohas / Hautecourt

Message :

Bonjour,
Je voulais vous demander une offre de prix pour notre cantine de Bohas / Hautecourt. La cantine se situe sur Bohas (01250). On a 220 repas par jour pour des enfants de la petite section au CM2. Voilà.
Merci d'avance. Estelle VOURLAT (Maire adjointe de Bohas-Meyriat-Rignat)

Résumé

L'émergence des circuits-courts de commercialisation agricole sont le fruit d'une demande de consommation qui a évolué ces dernières années. L'engagement de la France à travers l'Union Européenne dans la recherche de moyen de production qualifié de durable fait l'objet de nombreuses études. La valorisation des produits locaux est un moyen de contenir la perte d'une agriculture à taille humaine, de relocaliser la production aux plus près des bassins de consommations mais aussi de renouer la confiance producteurs-consommateurs.

Dans le bassin de vie de Bourg-en-Bresse, la promotion de l'agriculture locale se construit par l'émergence d'un réseau d'agriculteurs qui ensemble peuvent prétendre apporter des solutions pour consommer autrement aux habitants vivant à proximité. En d'autres termes, la valorisation d'un territoire passe également par celle de son agriculture.

Susciter l'envie, apporter des définitions claires d'une alimentation responsable, se frayer un chemin entre la complexité des textes officiels garantissant la qualité et le manque de transparence de l'industrie agro-alimentaire, tel est l'ambition du portail de l'alimentation responsable du bassin de Bourg-en-Bresse www.etikt'able.fr.

Animer le réseau en multipliant les rencontres, intégrer des producteurs, faire circuler les informations entre des publics variés, apporter un contenu clair et esthétique, sont les missions quotidiennes qui ont l'ambition de faire émerger des initiatives innovantes.

L'annuaire des producteurs permet aujourd'hui de référencer 50 producteurs engagés dans une démarche de durabilité. Après consultation de celui-ci, la consommation de produit locaux apparaît comme une réalité accessible, d'un point de vue économique et géographique. Ces 5 mois passé en charge de l'animation du réseau Etik'table m'ont permis de saisir les nombreux enjeux de l'existence d'une agriculture de proximité, activité résolument citoyenne.

Mots clés :

Circuits-courts, vente directe, alimentation responsable, agriculture durable, proximité, environnement, développement durable, collectivité territoriale, développement local