

# Objectif 1.1 : Diversification de l'agriculture de montagne

## Trouver de nouveaux débouchés en circuit court

Priorité d'intervention

2

Action 4

### Enjeux

Les incertitudes quant au prix de vente du lait pour des exploitations majoritairement tournées vers l'élevage laitier poussent les agriculteurs à davantage transformer, commercialiser et diversifier leurs productions.

La valorisation des productions locales et leur commercialisation directe aux consommateurs sont un enjeu fort au niveau de la Vallée de la Weiss.

Il s'agit donc aujourd'hui de soutenir ces démarches en organisant globalement et durablement la commercialisation et les circuits locaux de distribution.

### Communes concernées



### Mise en œuvre

La diversification de l'agriculture de montagne, implique 3 niveaux de réflexion : la transformation des produits, la diversification des produits et/ou des activités proposées par l'exploitation, et enfin la commercialisation des produits et de la recherche de circuits courts. Pour tendre vers cet objectif, une réflexion globale (à l'échelle des communes de montagne de la CCVK) et une analyse fine de l'existant et des besoins est un préalable.

Cette action peut se mettre en place de la façon suivante :

1. Animation et concertation
2. Communication / Sensibilisation des habitants et des consommateurs
3. Soutiens techniques et financiers.

Deux niveaux de circuits de commercialisation peuvent être soutenus :

- les circuits courts traditionnels (vente directe à la ferme, marchés paysans, supermarchés et restaurateurs locaux, point de vente collectif),
- les circuits courts innovants (AMAP, panier paysan).

Afin d'amorcer une véritable dynamique locale de diversification et valorisation des produits agricoles, il s'agit de s'appuyer sur une structure porteuse (association, groupement agricole, etc.) d'un projet pour la vallée. Sans animateur de terrain, la coordination des actions et leur communication efficace semblent plus difficiles. Pour amorcer cette dynamique, la CCVK via son animateur Gerplan qui s'entourera d'agriculteurs et d'élus motivés pourra en effet lancer cette réflexion.

#### Les marchés paysans :

Une offre existe (Kaysersberg, Lapoutroie), il s'agit de l'étoffer en l'adaptant aux besoins de la population et au contexte agro-touristique de la vallée. Les pistes à étudier à travers un groupe de travail : l'élargissement de l'offre en produits agricoles sur les marchés existants, recherche de petites animations complémentaires (musique, dégustation, ateliers), étudier la faisabilité d'organiser un marché paysan au col du Bonhomme ou du Louchpach (clientèle touristique des crêtes, de la station été-hiver du Lac Blanc), etc.

La CCVK et l'Office du Tourisme peuvent apporter une aide sur le volet communication (affiches, dépliants du programme annuel, diffusion, etc.) et l'achat de matériel (via banque de matériel). La partie d'autofinancement est assurée par les droits de place, une buvette, des produits dérivés (sacs en coton par exemple), etc.

Une charte de qualité via la signature d'un cahier des charges par l'ensemble des exposants est à favoriser.

#### La restauration collective

Etablir un partenariat avec la restauration collective et privée pour l'utilisation de produits de la vallée (de la viande au pain d'épice) : mise en place d'une coopérative de livraison, campagne de communication pour valoriser la démarche auprès des consommateurs. La première étape consiste à identifier au niveau de la vallée un collectif d'agriculteurs motivés.

#### L'AMAP (Association de Maintien de l'Agriculture Paysanne) et l'abonnement à un panier paysan :

L'objectif est d'établir des contrats entre producteurs et consommateurs pour l'achat de produits issus de la ferme.

La faisabilité et l'initiative de la mise en place de ces deux produits sont portées par l'association PAGE et viennent compléter l'action échange plaine-montagne (voir fiche action 2).

A l'échelle de la CCVK, il s'agit de soutenir ces projets par une aide à la communication de ces nouveaux modes de commercialisation et de consommation.

### Maîtrise d'ouvrage

CC Vallée de Kaysersberg / Association ou groupement d'agriculteurs

### Coût prévisionnel

Animation : Poste d'animateur Gerplan

Sensibilisation : entre 2000 et 5000 €

Soutiens technique et financier : à définir selon les produits retenus

Marchés paysans (12/an) : environ 7000 € (communication, animation, location petit matériel)

### Financements possibles

#### Département :

- marchés paysans : crédits Gerplan à définir
- produits pédagogiques (ferme pédagogique) : entre 15 à 25000€/an en fonctionnement et 50% plafonné à 25 000 € en investissement

Région Alsace (Convention Massif Vosgien) : crédits « Diversification » aides à l'investissement. Par exemple pour une ferme pédagogique, 50% plafonné à 45 000€.

Crédits européens : à préciser (objectif 2 –FEOGA)

Communauté de Communes : 50 % du coût de la communication des marchés paysans.

A définir pour les autres sous action.

- CAD « Aide au diagnostic et à l'élaboration d'un projet de CAD -Diversification-réorientation- » (action DEP1.02 de l'AP du 26/04/2004)
- CAD « Aides aux investissements matériels » (actions DEP 05.04.01 à 05.04.05)

### Partenaires techniques

- Chambre d'Agriculture
- OPABA

	<p><u>Des contrats locaux d'affineurs</u> Fixer avec les affineurs des contrats pour l'achat de lait local tout en maintenant l'excellence de l'approvisionnement, proposer un cahier des charges.</p> <p><u>Développer le projet Croq'terroir</u> Projet de l'Office du tourisme soutenu par le Grand Pays de Colmar, en cours de réalisation. Le projet Croq'terroir vise par l'intermédiaire des professionnels du tourisme à proposer et à valoriser les produits du terroir. Afin d'associer au mieux les agriculteurs et de les intégrer dans une démarche de valorisation créative et innovante, des nouvelles actions peuvent être proposées comme : la mise en place d'une charte de qualité pour les produits locaux (« produits de montagne », « label PNRBV »), l'établissement d'un annuaire des producteurs fermiers (voir ci-contre), l'organisation de visites touristiques dans les fermes (voir ci-contre), de stages touristiques d'activités fermières (kirch, fromagerie, cuisine), etc..</p> <p><u>Réaliser un annuaire de la vente directe de produits fermiers de la CCVK</u> Recenser l'ensemble des produits avec l'aide de la profession agricole et élaborer avec les différents partenaires techniques et financiers un annuaire des produits fermiers en vente directe. Prévoir une large diffusion via l'Office du tourisme, l'ensemble des prestataires touristiques, et le site internet de la vallée (qui vend quoi, où, quand ?). De tels annuaires existent déjà dans des vallées voisines, un retour d'expérience est préalablement intéressant à faire.</p> <p><u>Développer et soutenir les activités « nature et pédagogie » à la ferme</u> Via le réseau « Bienvenue à la Ferme », un certain nombre de formes d'accueil et de produits permettent de favoriser la diversification agricole. Les produits les mieux adaptés pour répondre à cet objectif de diversification et de communication vers la société civile sont : la ferme découverte, la ferme pédagogique et les goûters à la ferme. Dans le Haut-Rhin, et plus précisément dans le territoire de la CCVK, ces produits sont peu développés (juste un « goûter à la ferme à Fréland, et un produit découverte de la viticulture à Katzenthal). Il existe donc bien sur le secteur, une opportunité pour le développement de tels produits pédagogiques valorisant le couple « agriculture/nature » en complément des produits existants (gîte Panda, notamment).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PNRBV</li> <li>- Association PAGE</li> <li>- Office du Tourisme</li> </ul> <hr/> <p><b>Retours d'expériences</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Projet d'AMAP à Bernwiller</li> <li>- AMAP de Bretenheim</li> <li>- Marchés Paysans de la Vallée de Saint-Amarin</li> <li>- Marchés paysans de Saales</li> </ul>								
	<p><b>Echéancier de réalisation</b></p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>2005</td> <td>2006</td> <td>2007</td> <td>2008</td> <td>2009</td> <td>2010</td> </tr> </table>	2005	2006	2007	2008	2009	2010	<p><b>Fréquence de l'action</b></p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>Ponctuelle</td> <td>Annuelle</td> </tr> </table>	Ponctuelle	Annuelle
2005	2006	2007	2008	2009	2010					
Ponctuelle	Annuelle									