

55 000 ha

C'est la surface touchée par l'artificialisation des sols chaque année en France.

Source : Agreste, actualité et statistique du ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt

DÉCRYPTAGE

» Ce chiffre est en voie de stabilisation depuis 2008, selon le ministère de l'Agriculture. Les sols artificialisés couvrent aujourd'hui 9,3 % du territoire métropolitain. Cette expansion s'effectue pour deux tiers aux dépens des espaces agricoles. Les sols imperméabilisés – bâtis ou non – occupent deux tiers de l'ensemble de ces surfaces. Près de la moitié des terres artificialisées entre 2006 et 2014 sont destinées à l'habitat individuel et 16 % aux réseaux routiers.

Le boom des circuits courts

Face à une demande toujours croissante, les producteurs rivalisent de créativité pour développer leurs ventes en circuits courts. Une dynamique soutenue par le Crédit Agricole.

» **P**oints de vente collectifs, vente et livraison de paniers fermiers, drive fermiers, camions de vente collective, espaces de produits locaux et fermiers en grandes surfaces, fontaines à lait... Voici quelques-unes des nombreuses initiatives mises en œuvre par des agriculteurs français en matière de commercialisation en circuit court. Elles ont été répertoriées dans le cadre d'une enquête réalisée auprès de plus de 500 agriculteurs. Cette enquête, qui liste une soixantaine d'initiatives originales menées pendant trois ans par plus de 60 organisations agricoles, dont les chambres d'agriculture, a débouché sur la publication d'un référentiel. Il est destiné à éclairer les porteurs de projets autant que les organismes accompagnateurs, en mettant en exergue les facteurs de réussite et les points de vigilance.

La nécessité d'innover

Le référentiel, premier du genre, passe en revue des familles de produits issues des filières bovins lait, bovins et ovins viande, porcs et charcuteries, volailles et légumes. Il fournit des indicateurs de performance technique, économique, sociale et environnementale. L'innovation y tient une bonne place. Pourquoi innover? Pour créer de la valeur, pour conquérir de nouveaux marchés, pour améliorer son offre, pour anticiper les évolutions technologiques, pour répondre aux attentes nouvelles de la clientèle, pour se démarquer de la concurrence ou encore pour mobiliser ses associés et ses salariés. Le dernier recensement agricole a pointé une montée en puissance de la vente directe

de produits fermiers. En 2010, elle concernait 18 % de l'ensemble des exploitations agricoles, 22 % des jeunes agriculteurs et 25 % des exploitations de montagne.

L'accompagnement du Crédit Agricole

Selon une enquête Ipsos réalisée en 2014, 83 % des Français considèrent la vente directe comme un modèle d'avenir et non comme un phénomène de mode, 87 % d'entre eux ont déjà acheté directement à un producteur et 75 % souhaitent le faire plus souvent ; 70 % de ceux qui n'ont jamais acheté en direct souhaitent passer à l'acte.

Commanditée par le Crédit Agricole, l'enquête Ipsos permet d'analyser l'évolution des comportements et des attentes des consommateurs, et constitue une aide à la décision pour les producteurs engagés dans les circuits courts. Une contribution qui prolonge le financement des investissements en matière de production, de transformation et de commercialisation. Le Crédit Agricole dispose par ailleurs d'une offre de services dédiée à la vente directe, à commencer par les terminaux de paiement électronique pour réaliser les encaissements par carte bancaire sur les lieux de vente. Concernant la vente sur Internet, autre vecteur des circuits courts, le Crédit Agricole propose avec le pack e-commerce une solution clé en main pour mettre en place son propre site de vente en ligne, totalement personnalisé et sécurisé. Ce pack peut se doubler du pack e-tourisme destiné à gérer ses offres d'hébergement telles que chambre d'hôte, gîte ou camping, avec réservation en ligne. Des solutions gagnant-gagnant pour le producteur et le consommateur ■



Les yaourts de la Petite Prairie

avec **Émilie Schmitt**

ÉLEVEUSE À RANSPACH-LE-HAUT (68)

Pour rejoindre la Petite Prairie, l'EARL familiale, Émilie Schmitt s'est lancée dans la transformation et la vente directe de produits laitiers. Une initiative couronnée par les Trophées de l'installation.



© Laurent Theeten/Pixel Image +

» Quarante vaches laitières de race montbéliarde sur une surface de 58 ha : c'est ce que comptait l'EARL de la Petite Prairie avant qu'Émilie ne s'installe auprès de ses parents Véronique et Pierre. Depuis son installation, le nombre de vaches et la surface n'ont pas changé, et pourtant son activité prospère. La clé du mystère ? La transformation d'une partie de la production laitière en yaourts, faisselles et autres fromages blancs, vendus à la ferme et sur les marchés. «*La transformation de 10 % de notre production laitière génère 30 % de notre résultat, confie la jeune éleveuse. Cette diversification a permis mon installation sans agrandir l'exploitation et sans augmenter la production.*» Une installation qui ne doit rien à l'improvisation. Après un BTS en productions animales, Émilie a suivi un certificat de spécialisation en production fermière. À la ferme, des aménagements spécifiques ont dû être réalisés pour créer l'atelier de transformation, s'équiper d'un véhicule réfrigéré et accueillir les clients. Autant

d'investissements soutenus par le Crédit Agricole Alsace Vosges. L'énergie et le travail des trois associés familiaux font de la Petite Prairie un modèle d'installation et une belle réussite d'entreprise. Ils ont valu à Émilie Schmitt d'être la co-lauréate des Trophées de l'installation 2015 du concours Graines d'agriculteurs.

La Petite Prairie pousse toujours

Depuis 2012, année d'installation d'Émilie, la Petite Prairie a trouvé son point d'équilibre, ce qui ne rime pas avec immobilisme. Pour réduire un tant soit peu l'astreinte générée par la conduite de l'exploitation et du troupeau, que les activités de transformation et de vente n'ont pas allégée, Émilie projette d'automatiser certains process de fabrication. La conversion de l'exploitation en bio est également programmée pour 2016. Il faudra cependant plusieurs années avant de pouvoir estampiller le logo AB sur les produits de la ferme. Il concernera notamment la production de fruits entrant dans la composition des yaourts. «*Cette orientation correspond à un cheminement commun à mes parents et à moi-même, davantage qu'à une demande de la clientèle*», indique Émilie. L'exploitation mettait déjà en œuvre des techniques alternatives, préfigurant la transition. Un projet de séchage de foin en grange est également programmé. La technique permet de préserver la valeur alimentaire du foin, ce qui contribuera à renforcer l'autonomie fourragère de l'exploitation. Bref, les projets foisonnent ! ■

FOCUS

UN LOGICIEL POUR ESTIMER SES COÛTS DE PRODUCTION EN ÉLEVAGE

Développé par l'Institut de l'élevage, le logiciel Coupprod calcule le coût de production, le prix de revient et la rémunération permise pour le travail, adaptés à différents secteurs de l'élevage d'herbivores : la production laitière des filières bovine, ovine et caprine, mais aussi la production de viande vive en bovins viande et ovins viande. Le logiciel permet également de comparer ses résultats à ceux d'autres éleveurs. Compatible avec les données de gestion et complémentaire des outils technico-économiques déjà en usage au sein des élevages herbivores, il est diffusé dans le cadre de formations. Les éleveurs peuvent aussi en acquérir la licence. <http://idele.fr/services/outils/couprod.html>

AGENDA

- 7-9 DÉCEMBRE 2015 📍 TOURS (37)
11^e Conférence internationale sur les maladies des plantes
- 12-14 JANVIER 2016 📍 ANGERS (49)
Sival – Salon des productions végétales
- 27 FÉVRIER - 6 MARS 2016 📍 PARIS
Salon international de l'agriculture

