



Diagnostic de l'agriculture diversifiée du Doubs

Septembre 2018

Sommaire

Diagnostic de l'agriculture diversifiée du Doubs	1
1. Contexte général de l'étude	4
1.1. Objectifs généraux	4
1.2. Objectifs opérationnels.....	5
2. Présentation du territoire.....	6
3. Définitions préalables – De quoi parlons-nous ?.....	6
3.1. Diversification	6
3.2. Circuits courts vs circuits de proximité	7
3.3. Accès à l'alimentation pour tous	8
4. Méthode du projet	1
4.1. Feuille de route du projet	1
4.2. Détails de la méthode du diagnostic	10
5. Résultats du diagnostic	13
5.1. Bassin de production	13
5.1.1. Contexte agricole	13
5.1.2. Profils généraux des répondants à l'enquête	18
5.1.3. La production du territoire (<i>Tableau 1, Figure 22</i>)	24
5.1.4. La transformation agricole du territoire	36
5.1.5. Les modes de commercialisation et de vente des produits	46
5.1.6. Organisation logistique et communication des producteurs	48
5.1.7. Mutualisation et démarche collaborative.....	49
5.2. Bassin de vie	51
5.2.1. Contexte socio-économique du territoire	51
5.2.2. Les Comportements alimentaires et d'achat des français	55
5.2.3. Lieux d'achats sur le territoire.....	62
5.3. Analyse de l'environnement.....	66
5.3.1. Politiques publiques.....	66
5.3.2. Restauration hors foyer.....	71
5.3.3. Initiatives créant du lien entre consommateurs et producteurs.....	75
5.4. Analyse globale et synthèse.....	77
5.4.1. Flux alimentaire du territoire	77
5.4.2. Atouts et Points de vigilances	79
6. Enjeux et objectifs stratégiques.....	89
7. Plan d'actions.....	Erreur ! Signet non défini.

Glossaire

AB : agriculture biologique
AMAP : Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne
AOP: Appellation d'origine protégée
BDD : base de données
CAGB : Communauté d'Agglomération du Grand Besançon
CC : circuits courts
CD25 : Conseil départemental du Doubs
CE : certification européenne
CIA 25-90 : Chambre Interdépartementale d'Agriculture Doubs et Territoire de Belfort
CIGC : Comité Interprofessionnel du Gruyère de Comté
COPIL : comité de pilotage
COTECH : comité technique
CRA BFC : Chambre Régional de l'Agriculture Bourgogne Franche-Comté
DRAAF : Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt
EA : exploitation agricole
IGP : indication géographique protégée
JA : Jeune Agriculteur
MP : magasins de producteurs
MSA : Mutualité Sociale Agricole
ODASEA : Organisme Départemental pour l'Aménagement des Structures des Exploitations Agricoles
OTEX : orientation technico- économique des exploitations. Il s'agit d'une classification européenne des exploitations agricoles selon leur spécialisation. Une exploitation est dite spécialisée dans une orientation si la Production brute standard (PBS) de la ou des productions dépasse deux tiers du total.
PAC: Politique Agricole Commune
PAT : Projet Alimentaire Territorial
PPAM : Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales
RHF : restauration hors foyer
SAU : Surface agricole utile
SRISE: Service Régional de l'Information Statistique et Economique de la DRAAF
SWOT : « L'analyse ou matrice SWOT, de l'anglais Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités), Threats (menaces) est un outil de stratégie d'entreprise permettant de déterminer les options offertes dans un domaine d'activité stratégique. On parle aussi d'analyse FFOM (Forces - Faiblesses - Opportunités - Menaces) ou AFOM (Atouts - Faiblesses - Opportunités - Menaces). » (Source wikipedia)
UTA : L'unité de travail annuel (UTA) est l'unité de mesure de la quantité de travail humain fourni sur chaque exploitation agricole. Cette unité équivaut au travail d'une personne travaillant à temps plein pendant une année. (Source : INSEE)
VA : Vache allaitante
VL : Vache laitière

1. Contexte général de l'étude

A l'avenir, les secteurs agricole et agroalimentaire doivent répondre au défi des performances économiques (compétitivité et efficacité des filières, différenciation, organisation foncière, ...), environnementale (préservation des ressources naturelles, des paysages et de la qualité des rivières), sociale (qualité de vie des actifs et appui aux plus fragilisés) et sanitaire, tout en répondant aux attentes sociétales et en (ré-)ancrant la chaîne de production-transformation-commercialisation dans nos territoires.

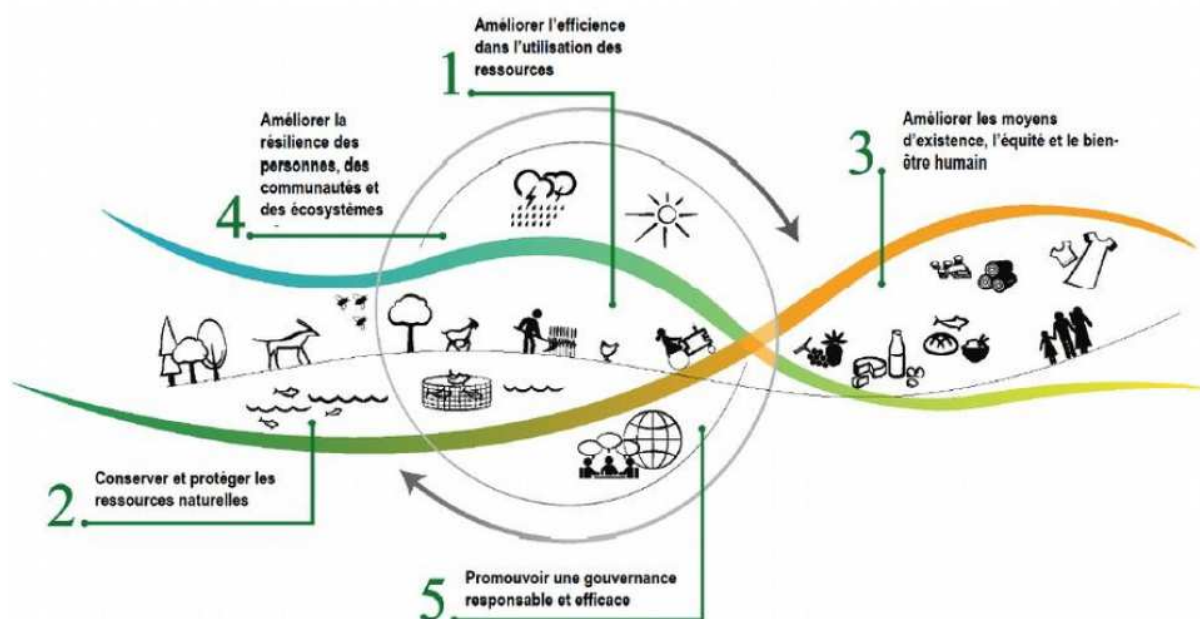


Figure 1 : Les cinq principes de l'alimentation et de l'agriculture durables (source : FAO, Théma, 2017)

Le Projet Interdépartemental d'Agriculture 25/90 de la chambre interdépartementale d'agriculture 25/90 (CIA25/90) a inscrit la diversification de l'agriculture comme un des axes stratégiques majeurs de l'agriculture de demain qu'il revient de développer pour répondre à la demande croissante des consommateurs en produits locaux de qualité, pour renforcer la résilience et l'efficacité des exploitations agricoles et pour renforcer le développement économique local.

Le Département du Doubs développe un partenariat historique avec le monde agricole. Des actions concrètes à destination des agriculteurs, producteurs locaux, porteurs de projet et de la population locale sont menées avec la CIA 25/90.

La présente étude répond à des objectifs communs et partagés détaillées ci-dessous.

1.1. Objectifs généraux

Au regard de la demande croissante en produits diversifiés et de qualité, et du nombre de porteurs de projets diversifiés individuels ou collectifs, il s'agissait de faire un point sur l'état de l'agriculture diversifiée pour s'assurer de sa capacité à répondre à ces sollicitations de manière structurée et avec une approche de territoire.

Il s'agit également d'objectiver un renforcement de la diversification sur les exploitations existantes ou en création et d'analyser leur efficacité en termes de diversification (freins, clefs et logiques de succès, marchés, enquête auprès agriculteurs sur leur vision de la production diversifiée, etc.) pour :

- performer l'accompagnement des producteurs, professionnaliser l'agriculture diversifiée (études de marché par exemple)
- mieux répondre aux besoins des communes pour l'installation de marchés communaux (recherche de producteurs dans un rayon précis et d'un maximum de produits) et des territoires
- mieux répondre à l'approvisionnement de la restauration hors foyer et des points de vente locaux
- disposer d'outils argumentaires en faveur de la rentabilité d'activités diversifiées dans les exploitations existantes « mono-production » (marges de production, investissement, main d'œuvre, ...)
- lister les produits et services qui ne demandent peu ou pas de foncier afin de présenter des solutions à l'installation de Jeune Agriculteur, freinée par la pression foncière en production standard
- gérer la répartition territoriale de l'offre par rapport à la demande locale (cartographie des producteurs et des flux entre les zones de production, de transformation et de vente)
- disposer d'un guide pratique du diversifié (fiches pratiques, etc.).

1.2. Objectifs opérationnels

Il vise à procéder à une analyse critique de la diversification (amont/aval) pour apporter des solutions innovantes et adaptées au développement structurel de l'agriculture diversifiée et répondre à la demande sur l'ensemble du territoire.

2. Présentation du territoire

Le Doubs comptabilise 576 communes au 1^{er} janvier 2018, pour une population totale de 537 753 habitants en 2016 (35 % de la population régionale) présents majoritairement en unités urbaine¹ (65 %). La surface totale du département est de 525 890 ha avec une densité de population de 102.2 habitants/Km². L'occupation du territoire est majoritairement agricole (44.7 %) et forestière (43.3 %) (**Figure 2, Figure 65**). La Surface Agricole Utile (SAU) du département est de 235 466 ha en 2016. Cette surface qui a diminuée de 1.8 % entre 2000 et 2010 (- 4 389 ha) continue de s'éroder. Depuis 2010, ce sont 1 644 ha de SAU qui ont disparu au profit de sols artificialisés (source : INSEE 2017, Agreste 2017).

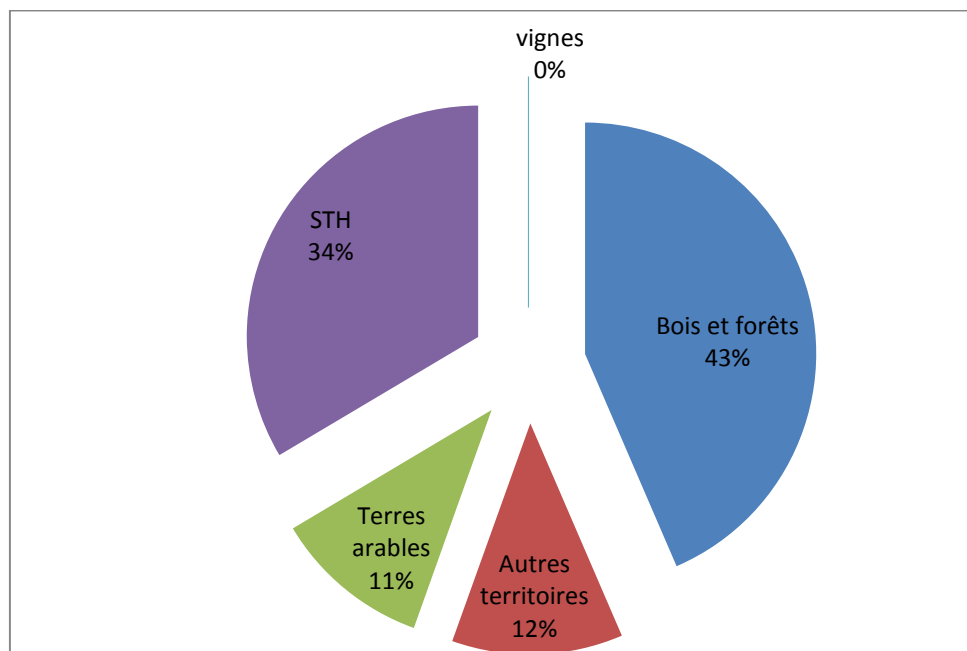


Figure 2 : Occupation du territoire en 2016, SAU du département 235 466 ha (source : agreste, Memento 2017)

3. Définitions préalables – De quoi parlons-nous ?

3.1. Diversification

Il existe deux types de diversification :

- La **diversification agricole** qui correspond à la mise en place d'une production peu présente sur le territoire. D'un point de vue réglementaire et pour l'attribution des aides régionales « diversification », toutes les productions hors élevage bovins et production végétale en grandes cultures sont ainsi considérées comme telles (par extension, hors orientation polyculture-élevage).
- La **diversification structurelle** ou entrepreneuriale qui correspond au développement d'activités non agricoles basées sur l'exploitation. Les activités de transformation, de commercialisation ou de services en font parties.

¹ Commune ou ensemble de commune présentant une zone de bâti en continu qui compte au moins 2 000 habitants

3.2. Circuits courts vs circuits de proximité

Il s'agit de deux notions basées sur des critères distincts : l'un le nombre d'intermédiaires commerciaux, l'autre la distance entre le lieu de production et de consommation. Ainsi, un producteur engagé en circuit court vend souvent ses produits localement.

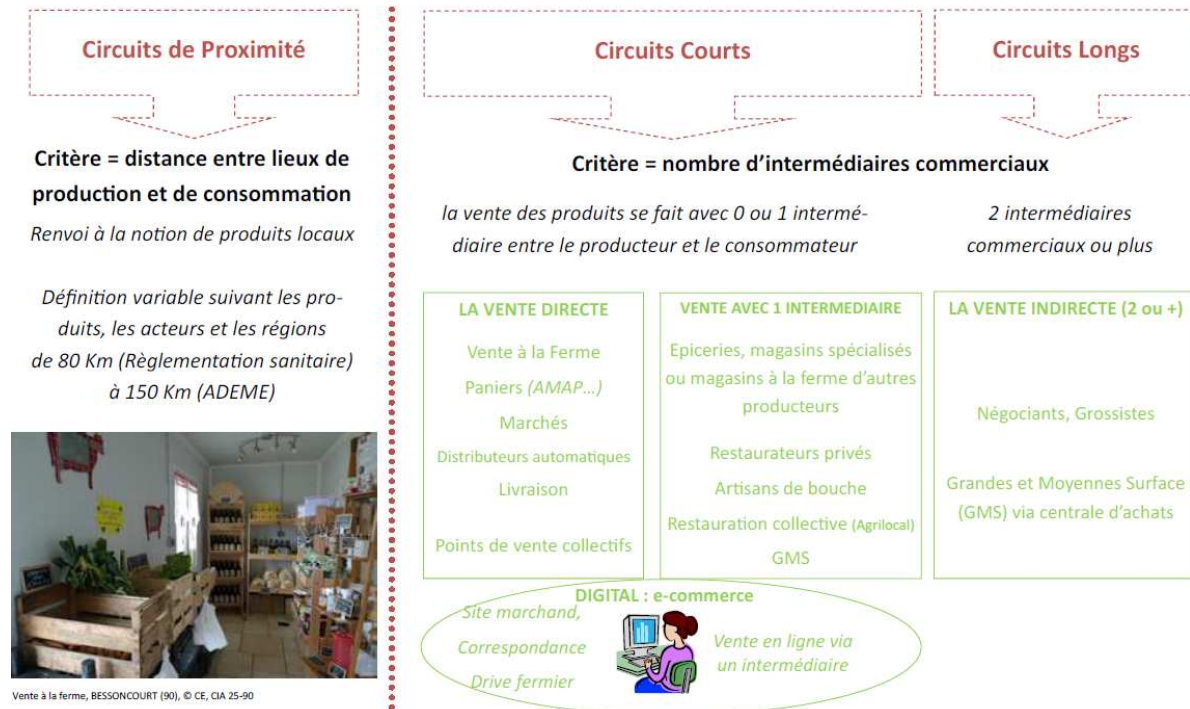


Figure 3 : Les différents types de circuits de commercialisation d'un producteur

La vente des produits en circuit court peut se faire par des actions individuelles ou collectives (groupement de producteurs, ou association producteurs/consommateurs,...).

3.3. Accès à l'alimentation pour tous

L'accès à l'alimentation par les consommateurs s'effectue par deux canaux principaux : La restauration à domicile et la restauration hors foyers (RHF) qui inclut la restauration commerciale et collective (Figure 4).

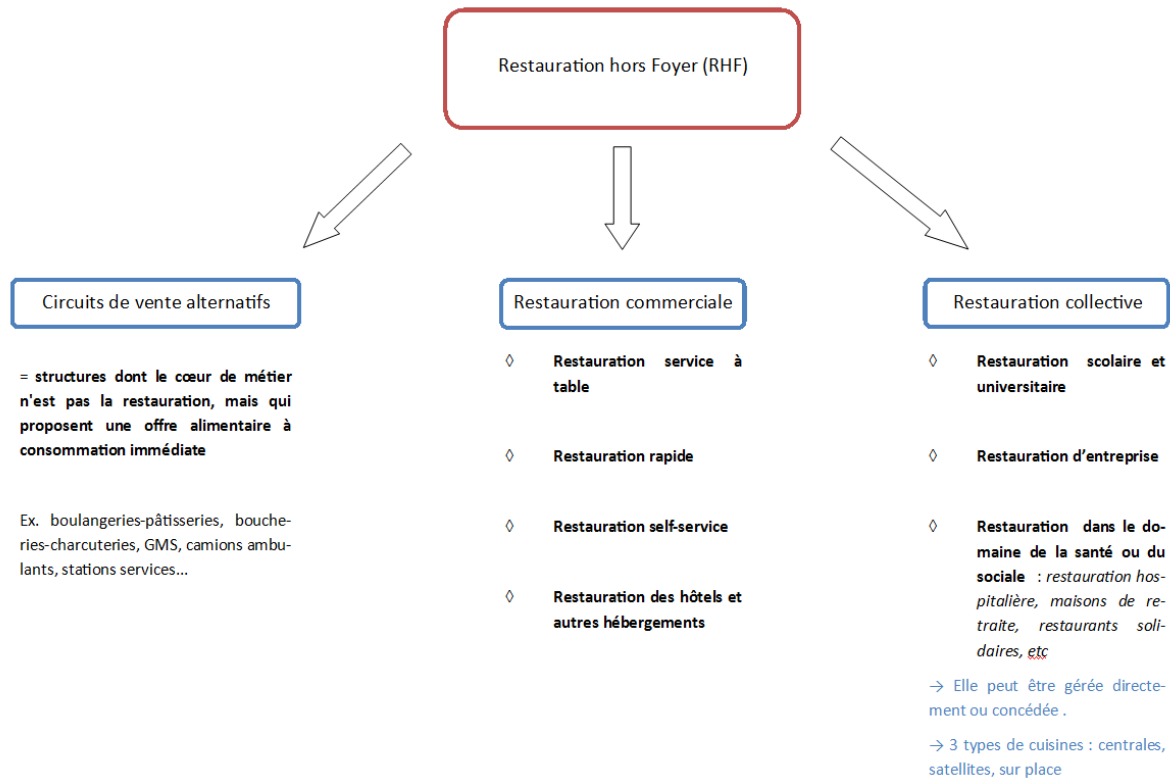


Figure 4 : Types de Restauration hors Foyer

La gestion de la restauration collective peut être autogérée ou concédée à un prestataire extérieur. Souvent il s'agit d'une société de restauration collective qui livre les repas. (Figure 5)

Les cuisines sur place fabriquent les repas consommés sur l'établissement. Les cuisines satellites reçoivent les repas préparés par les cuisines centrales et les servent. Les cuisines centrales sont celles qui préparent des repas qui sont par la suite livrés dans d'autres structures.

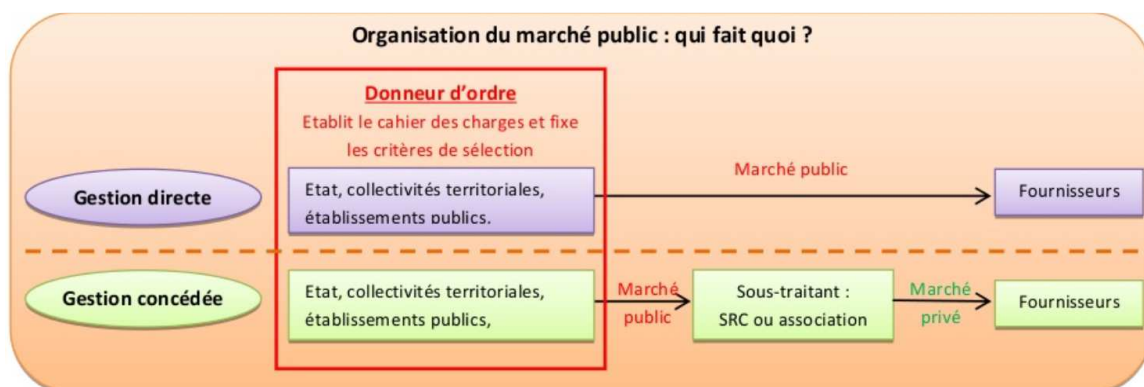


Figure 5 : Organisation du marché public en restauration collective (source : FNESEA et JA, 2014)

4. Méthode du projet

4.1. Feuille de route du projet

VOLET	ACTIONS	OBJECTIFS	INFORMATIONS A RECHERCHER	SOURCES	INDICATEURS DE SUIVI	LIVRABLE	Temps jours	CALENDRIER PREVISIONNEL
Reunion de callage technique	Lancement du projet	Identifier les acteurs pilotes du projet, définition de la gouvernance, validation de la démarche générale et du retroplanning, définition du rôle de chaque acteur du projet	listes des acteurs concernés, choix de la gouvernance, périmètre de l'enquête (div/non div), périmètre de l'étude	CIA25-90/CD25		CR de Réunion, retro planning et feuille de route validé, gouvernance	0,5	15/09/2017
ACTION 1: DIAGNOSTIC	Etape préalable au diagnostic : Elaboration de la méthode de chaque bassins	Méthodes par diagnostic de bassin	nombre d'exploitations au total/diversifié. Périmètre d'étude. Données disponibles notamment enquête partie aval. Plan d'échantillonnage (critères, public)	CIA 25-90 : BDDs CIA, recherche bibliographique, partenaires régionaux (CR, DRAAF)	obtention du livrable	méthode et plan d'échantillonnage définitif, grille d'entretien	3	fin Sept
ACTION 1: DIAGNOSTIC	Analyse du bassin de vie	Evaluer les freins qui limite l'accès de la population aux produits locaux de qualité. Avoir connaissance des pratiques, des besoins alimentaires et des conditions d'accès à l'alimentation.	Résultats d'Enquête consommation	CERD (2007, conso de produits fermiers), CORECO, IPSOS (notamment réalisé dans le cadre du BAF), outil OOILE de l'INSEE	obtention du livrable	bilan synthétique	2	Mi-Novembre 2017
ACTION 1: DIAGNOSTIC	Analyse du bassin de production	Déterminer les potentiels de production et d'approvisionnement local sur le territoire. Connaître les infrastructures présentes sur le secteur. Quel est la dynamique agricole du territoire ? Qui produit quoi et de quel façon (démarche qualité : produit, gestion des déchets, économie d'énergie), transforme, distribue, vend? Quels sont les différents mode de distribution ? Quel est la disponibilité en foncier ? Quels sont les perspectives de production ?	thématique : Exploitation, Production principales et autres activités (services,...), Transformation, Conditionnement, Distribution/Commercialisation, Logistique, Approche collaborative	BDD Elevages (bovins, ovins, caprins, chevaux), ICPE, BDD OCTAGRI, Agreste, PAC, BDD Diversification, BDD Bio, étude PAT CAGB	nombre d'agriculteurs diversifiés enquêtés, nombre d'agriculteurs diversifiés potentiels.	cartographie présentant le bassin de production. Analyse statistique des enquêtes et des entretiens.	13	Début Dec 2017
ACTION 1: DIAGNOSTIC	Analyse de l'environnement	Identification des flux alimentaires. Inventaires des initiatives locales. Quel est la relation entre producteurs et consommateurs sur le territoire ? Identification des besoins des communes pour la mise en place de marchés de producteurs	inventaires des initiatives locales (CC, agro-tourisme) et cartographie des points de ventes de circuits courts : MP, vente à la ferme, AMAP, marchés, etc...recherche des associations citoyennes sur le territoire. Identifier les potentialités en restauration collective et commerciale et les possibles débouchés.	CIA 25-90 // CD25 // Office du tourisme // site du ministère pour les associations, étude PAT CAGB...	nombre d'initiatives locales par typologie.	rapport synthétique, cartographie des flux alimentaires.	3	Début Dec 2017
ACTION 1: DIAGNOSTIC	Analyse du diagnostic, identification des acteurs clefs et définition des enjeux	Identification des acteurs clefs et des enjeux pour cibler les actions à mettre en œuvre	analyse et synthèse des éléments obtenus précédemment	CIA 25-90 // CD25 // autres partenaires régionaux	nombre d'acteurs clefs du territoire par groupe d'acteurs.	Identification des acteurs clefs du territoire, analyse du diagnostic et cartographie	3	Début Dec 2017
COTECH	Présentation des résultats du diagnostic et Identification des acteurs clefs	Partage et appropriation des résultats du diagnostic et Identification des acteurs clefs, partage des enjeux et des objectifs stratégiques, partage de la démarche projet pour la définition de l'action 2	résultats du diagnostic	CIA25-90 // CD25	nombre de présents. nombre d'acteurs clefs du territoire par groupe d'acteurs. Nombre d'acteurs mobilisés pour la suite de la démarche	liste d'émergence, diaporama, CR de Réunion. résultat du diagnostic	0,5	Début Dec 2017
RESTITUTION ELARGIE DU DIAGNOSTIC	Présentation des résultats du diagnostic	Partage et appropriation des résultats du diagnostic, partage et échange autour des enjeux et des actions envisageables	résultats du diagnostic. Nombre ? Secteurs à définir en fonction des retours au questionnaire	CIA25-90 // CD25 // producteurs enquêtés			2	janv-18
ACTION 2: PLAN D'ACTIONS	Réalisation du plan d'action	Suite à l'analyse du diagnostic, identification des enjeux, freins/besoins, et pistes de progrès et leviers possible pour permettre le développement structurel et territorialisé de l'agriculture diversifiée	enquête d'acteurs porteurs de projets, recherches bibliographique. Analyse des résultats de diagnostic	CIA25-90 // CD25		diagnostic synthétique, pistes d'action	23	Fev 18
ACTION 3 : PROCESSUS D'ACCOMPAGNEMENT	Plan d'actions du processus d'accompagnement	Suite aux phases 1 et 2, identifier des pistes de réflexion pour améliorer l'accompagnement des diversifiés	diagnostic et plan d'actions. Besoin et attente des diversifiés en terme d'information ou d'outils, enquête satisfaction auprès des agriculteurs diversifiés (éléments intégrés lors de l'enquête). Recherche bibliographique de l'existant	CIA 25-90, réseaux chambre dont ODASEA, et partenaires CERD	Nb de retour sur l'enquête satisfaction. Nombre de participants	bilan synthétique	3,5	mars-18
COPIL	Partage des résultats du projet	Partage des résultats du projet, du plan d'action et des pistes de réflexion sur le processus d'accompagnement	diagnostic, plans d'actions et réflexions sur le processus d'accompagnement	CIA25-90 // CD25	nombre de présents. Nombre d'acteurs mobilisés pour la suite de la démarche. Nombre de projets émergents	liste d'émergence, diaporama, CR de Réunion. Rapport synthétique et plan d'actions.	0,5	Fin Avril 18

4.2. Détails de la méthode du diagnostic

Afin d'avoir une analyse globale de l'amont à l'aval, chaque étape, acteur et sphère doit être considéré. Le schéma ci-dessous présente la trame d'analyse verticale qui a été utilisée.

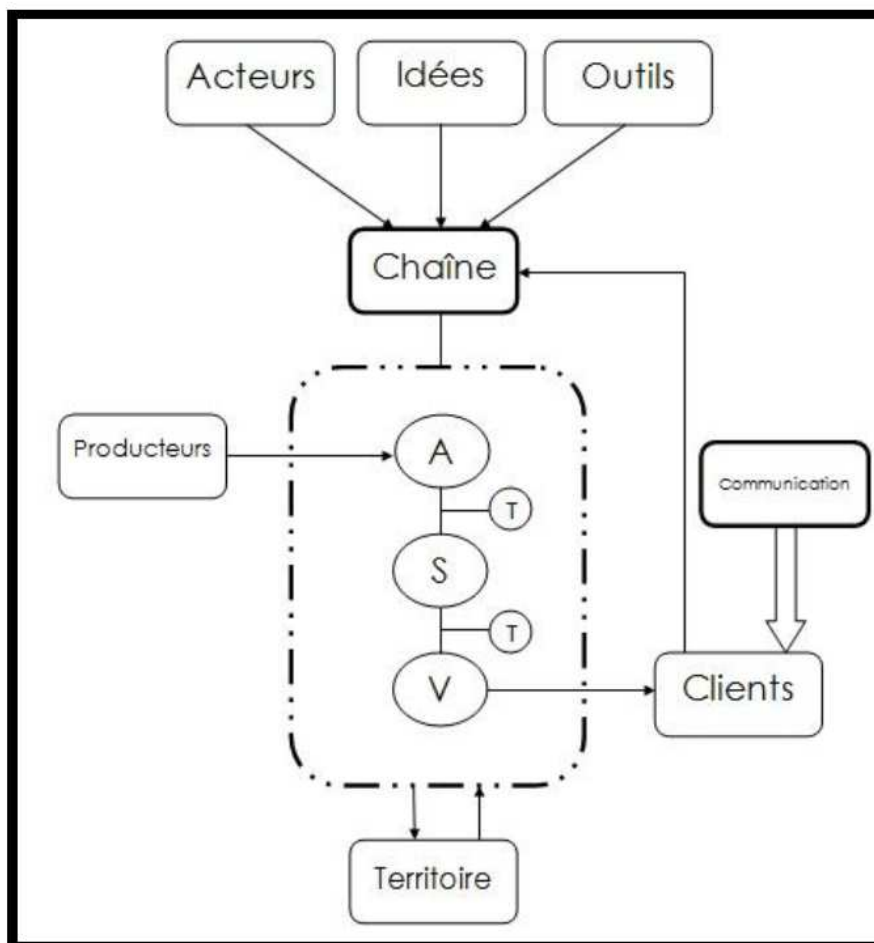


Figure 6 : Schéma de la chaîne des circuits courts multi-acteurs, « A » pour Approvisionnement en amont ; « T » pour Transport ; « S » pour Stockage/Conditionnement/Transformation ; « V » pour Vente. (Source : MESSMER, 2013)

Il s'agit d'un état de nos connaissances en 2017 qui se veut le plus exhaustif possible. Certains projets, ou initiatives du territoire ont pu nous échapper. L'enjeu réside donc dans l'actualisation et le suivi des informations présentées ci-dessous.

Trois types d'analyses ont donc été menés pour aboutir au diagnostic :

➤ **L'analyse du bassin de production :**

L'objectif est de déterminer les potentiels de production et d'approvisionnement local sur le territoire. Pour cela, il est nécessaire d'évaluer les dynamiques agricoles du territoire (caractéristiques, freins, etc.), ses productions, les pratiques et clefs de succès valorisant la qualité de la production, et enfin le mode de fonctionnement des distributeurs et transformateurs.

Pour ce faire, un sondage en ligne a été réalisé afin de connaître les pratiques du producteur (voir annexe), de la production à la vente en traitant de la gestion des invendus et de la logistique. Ce questionnaire envoyé à l'ensemble des chefs d'exploitation professionnels du territoire d'étude, permettra également de recenser les projets émergents en matière de diversification, leurs attentes et leurs besoins.

L'étude cible les agriculteurs professionnels qui présentent une activité de diversification. Un travail de mise à jour de la base de données « diversification » de la CIA 25-90 a été réalisé. Celle-ci fait l'état de nos connaissances au mois de Mars 2018 et se veut être la plus exhaustive possible bien que des lacunes puissent persister (agriculteurs ou porteurs de projets s'installant sans les aides ou accompagner par d'autres structures).

Des contacts auprès de Jean-Baptiste Malraux (Association pour le Développement de l'Apiculture en Franche-Comté – CRA BFC), d'Antoine Ney (Syndicat des Ranaculteurs de Bourgogne-Franche-Comté – CRA BFC) et du service SRISE de la DRAAF, ont été réalisés pour compléter ou conforter les informations ainsi récoltées.

Les bases de données exploitées dans le cadre de cette analyse sont les bases de données : élevage 2017, déclaration PAC 2016, diversification 2017, ODASEA 2017, agriculteurs bio 2017, recensement agricole de 2010, statistiques annuelles (Agreste, DRAAF,)...

➤ **L'analyse du bassin de vie:**

L'objectif est d'évaluer les freins qui limitent l'accès de la population aux produits locaux. Pour cela, il est nécessaire de considérer les pratiques et les besoins alimentaires ainsi que les conditions d'accès à une alimentation locale, saine et de qualité.

Cette analyse a été réalisée par une synthèse des données disponibles sur le territoire (études INSEE, DRAAF) et des enquêtes consommations réalisées au niveau national.

Les outils ODIL et statistiques locales (GeoClip) de l'INSEE ont également été utilisés.

Les fruitières présentant un magasin de vente ont été inventoriées et localisées. Pour se faire le site du CIGC (ww.comte.com), a été consulté.

La liste des principales références utilisées pour cette étude est la suivante :

1. CORECO. Les tendances émergentes de la consommation alimentaire (2017)
2. Fondation Daniel & Nina Carasso et Ipsos. Alimentation durable : les Français de plus en plus attentifs à ce qu'ils mangent (2016)
3. IPSOS. « Consommer local » : ce que veulent les Français (2014)
8. IPSOS. Les Français préoccupés par les effets de leur alimentation sur leur santé (2014)
4. IPSOS. Les Français et la confiance alimentaire (2013)
5. GASSIE et OUDIN. Les tendances à 2025. (Etude du Centre d'études et de prospective (CEP), 2017)
6. DAMIEN T. Favoriser l'accès pour tous à une alimentation de qualité, saine et équilibrée (CESE, 2014).
7. CHARTON C. Situation géographique et économie industrielle, des atouts à valoriser. INSEE Analyses Bourgogne-Franche-Comté, N°35 (2018)
8. DRAAF. Atlas Bourgogne Franche-Comté (2016)

➤ **Analyse de l'environnement :**

L'objectif est d'analyser les relations entre production et consommation sur un territoire (flux alimentaires et identification des acteurs clefs du système alimentaire local, recensement des initiatives locales valorisant les produits locaux, etc.).

Les données sont récoltées principalement par un traitement cartographique de l'agriculture diversifiée et des acteurs clefs du système alimentaire local.

Suite à l'analyse de chacune de ces sphères, les informations sont croisées afin de faire ressortir les flux alimentaires et pour chaque étape les forces et les points de vigilance, en interne et en externe (analyse matricielle SWOT). Une analyse transversale est également importante pour mettre en avant les facteurs clés du succès. Cette analyse croisée, nous permet donc d'identifier les enjeux et les objectifs stratégiques qui en découlent et le plan d'actions à mettre en œuvre.

5. Résultats du diagnostic

5.1. Bassin de production

Les résultats à l'enquête ont été synthétisés et repris dans la plupart des paragraphes à la suite des résultats globaux pour illustrer ou compléter les propos. L'analyse du bassin de production est réalisée par analyse verticale et brosse chaque étape clef de la production à la vente du produit.

5.1.1. Contexte agricole

En 2013, 4 627 exploitants et co-exploitants sont présents sur le territoire pour 3 881 UTA. L'Agriculture représente près de 2.3 % des emplois du département ce qui est un peu moins que la moyenne régionale de 3.9 %.

Le territoire agricole du Doubs est principalement orienté en prairies permanentes (74 % de la SAU en 2016) et se distingue des autres départements régionaux par la prédominance du système bovin laitier qui représente plus de 85 % des exploitations agricoles (*Figure 7*). Elle est largement dominante sur les plateaux du Doubs et est directement conditionnée par l'altitude et la zone de production AOP. La plupart des céréales cultivées dans les systèmes d'élevages sert à l'alimentation du bétail. La zone de plaine et la basse vallée du Doubs présente une plus grande diversité en matière de systèmes de productions (*Figure 8*). Les exploitations spécialisées en céréales et grandes cultures s'imposent dans quelques communes de la vallée de l'Ognon et de l'Aire Urbaine de Besançon. La diversité des systèmes de productions est également corrélé avec la taille des exploitations : plus les exploitations sont modestes plus les productions sont diversifiées. Les exploitations spécialisées en maraîchage et horticulture sont principalement implantées dans les zones urbaines et périurbaines.

Dans le Doubs, la SAU moyenne des exploitations est de 73.7 ha ce qui est inférieure à la SAU moyenne de la Bourgogne-Franche-Comté (112 ha) ou de la France (84 ha). Celle-ci s'est accrue en moyenne de 16 ha en 10 ans.

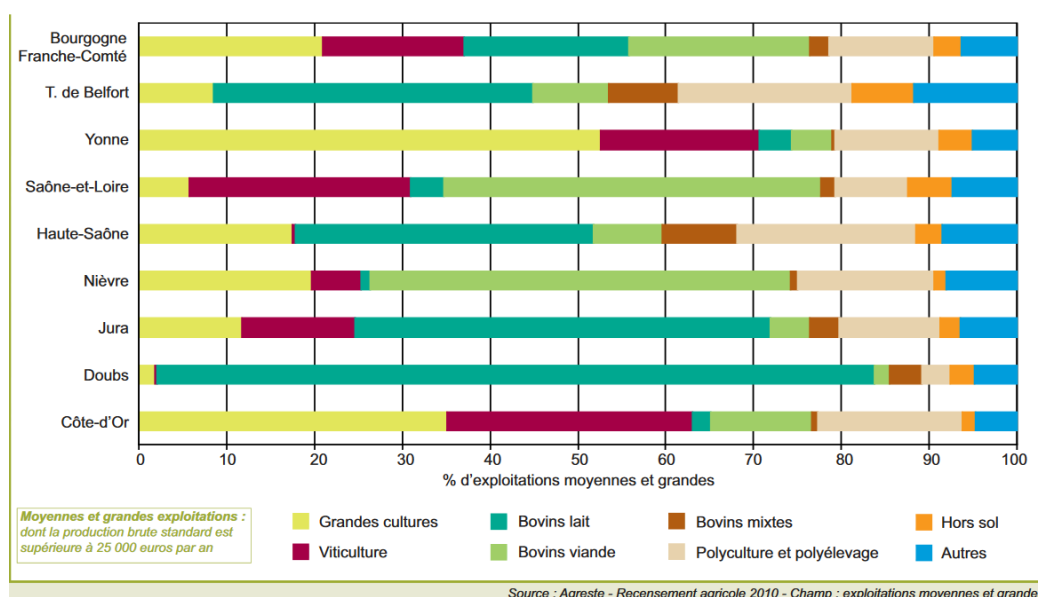


Figure 7 : Répartition des exploitations moyennes et grandes selon leur OTEX (source : Agreste 2017)

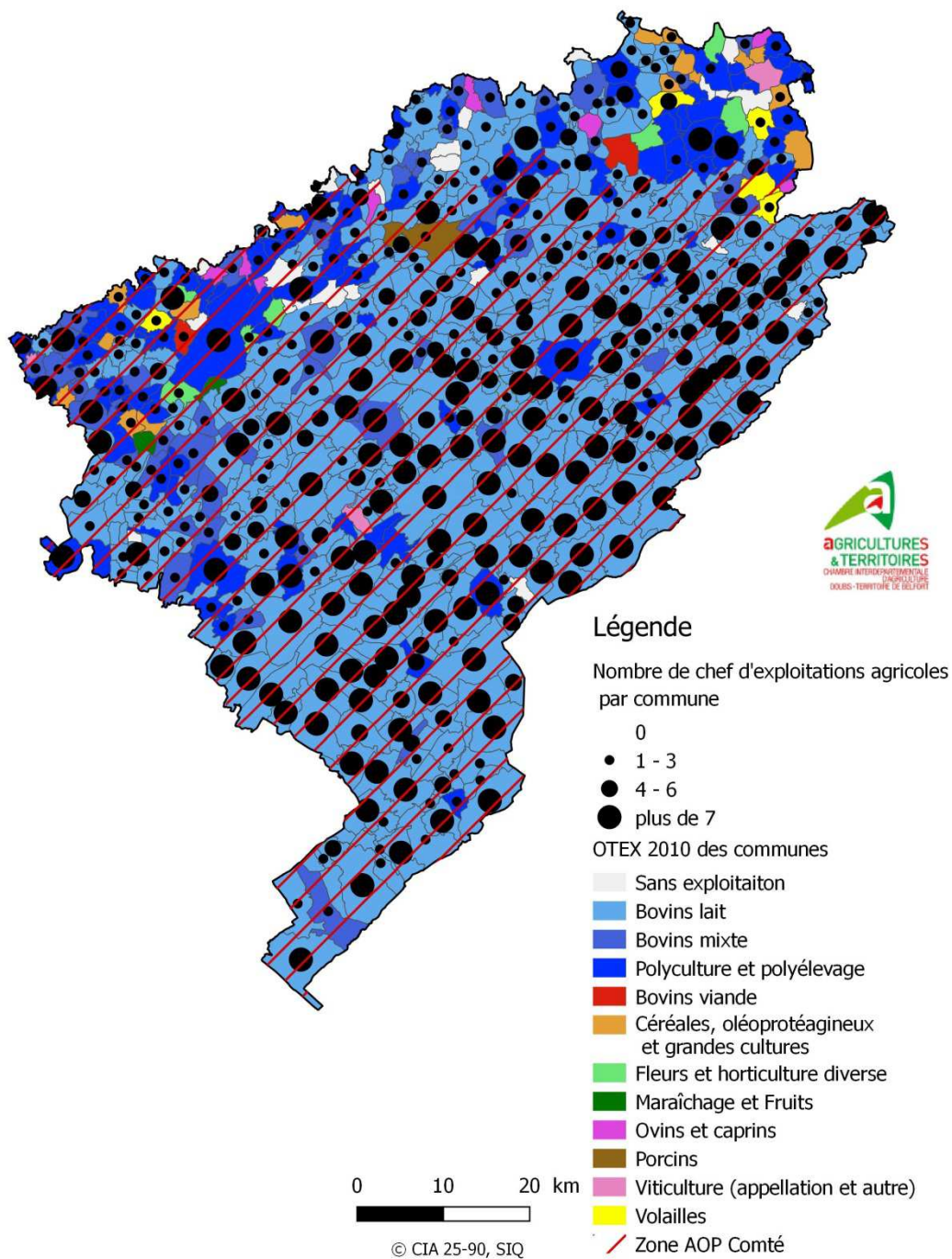


Figure 8 : Répartition du nombre de chefs d'exploitations en 2017 et orientations technico-économiques des communes du Doubs en 2010

Dynamique du territoire

76 % des communes présentent au moins une exploitation agricole sur son territoire. Le nombre médian de chefs d'exploitation par commune est égal à 3. Les communes présentant le plus d'exploitants agricoles (sup à 7) sont situées sur les plateaux en faveur du dynamisme de la production laitière en AOP Comté (plus de 85 %).

La baisse du nombre d'exploitations agricoles se poursuit mais à différents niveaux suivant les départements. Entre 2000 et 2013, 25.4 % des exploitations ont disparu dans le Doubs contre 28.4 % en moyenne sur le reste de la région.

Le nombre d'installation aidée dans le Doubs est en hausse depuis 2015 (**Figure 10**). Avec la Saône-et-Loire, il s'agit du département régional qui présente le taux le plus élevé d'installation avec une moyenne de 22 installations aidées pour 1000 exploitations. La moyenne nationale est de 8.1 installations/1000 exploitants (**Figure 9**). L'âge moyen d'installation est de 29 ans et près de 51 % des installations sont réalisées dans un contexte familial extérieur au monde agricole. En 2017, la répartition des installés est assez homogène sur le territoire (**Figure 11**). Les secteurs centraux (CC Portes du Haut Doubs et PETR Doubs Central), sont déficitaires en installation aidée diversifiée. L'installation aidée lait reste dominante dans ces secteurs en zone AOP Comté.

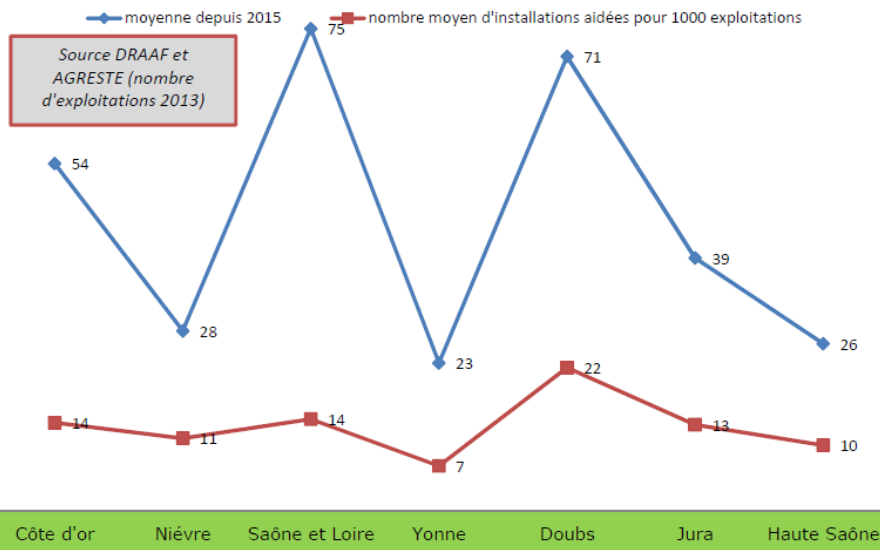


Figure 9: Nombre moyen d'installations aidées depuis 2015 pour 1000 exploitants (source : ODASEA, 2017)

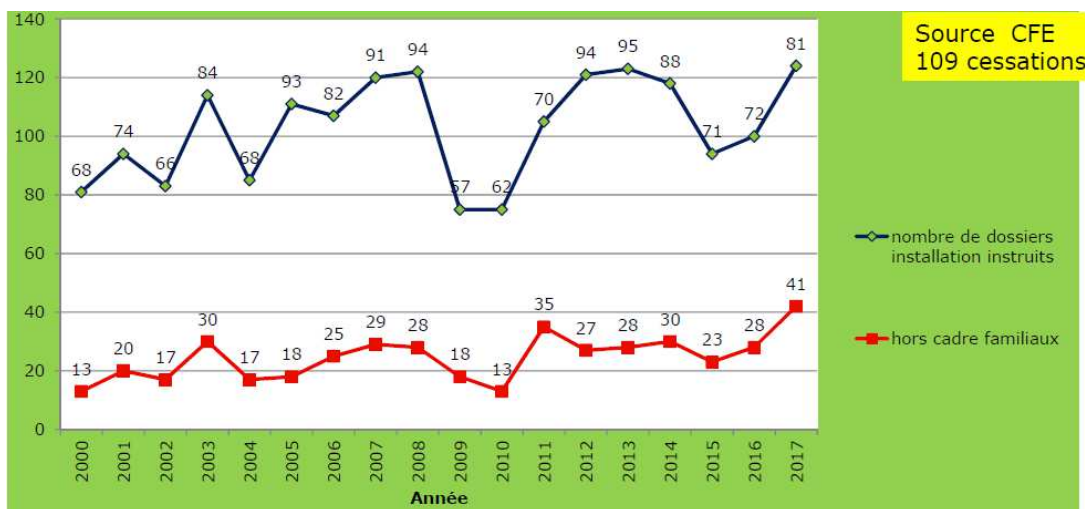


Figure 10 : Evolution de l'installation dans le Doubs entre 2000 et 2017 (source : ODASEA, 2017)

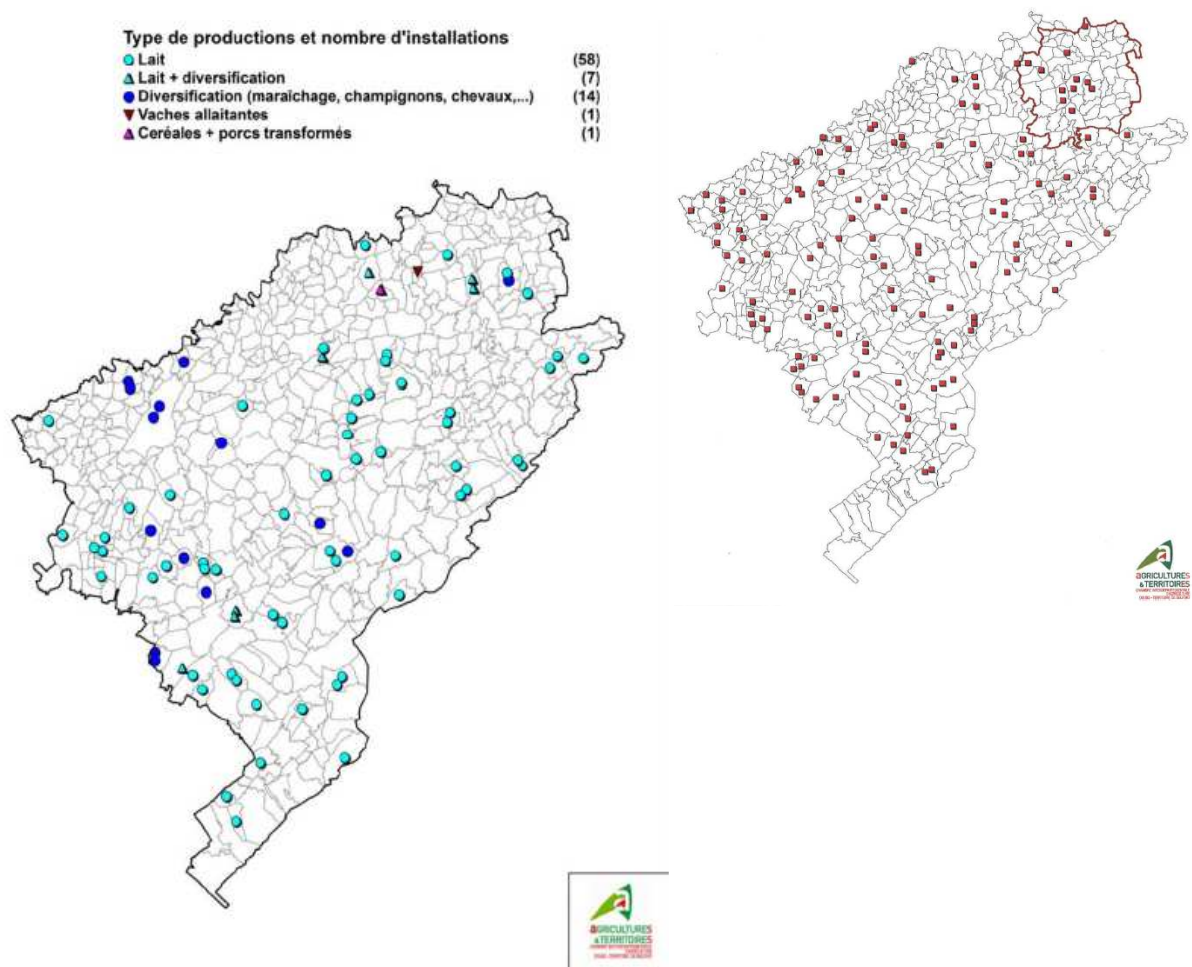


Figure 11 : Localisation des installations dans Doubs en 2017 (source : ODASEA, 2017) et localisation des installations aidées diversifiées dans le Doubs entre 2000-2018

Le Nombre d'installations diversifiées dans le Doubs est en dent de scie mais la diversification des exploitations laitières semble à l'augmentation (Figure 12). 11.6 % des installations dans le Doubs entre 2000 et 2018 sont des diversifiés et près d'un agriculteur sur 4 sur la CAGB en secteur périurbain (Figure 11). **En 2017, cela représente 27 % des installés.**

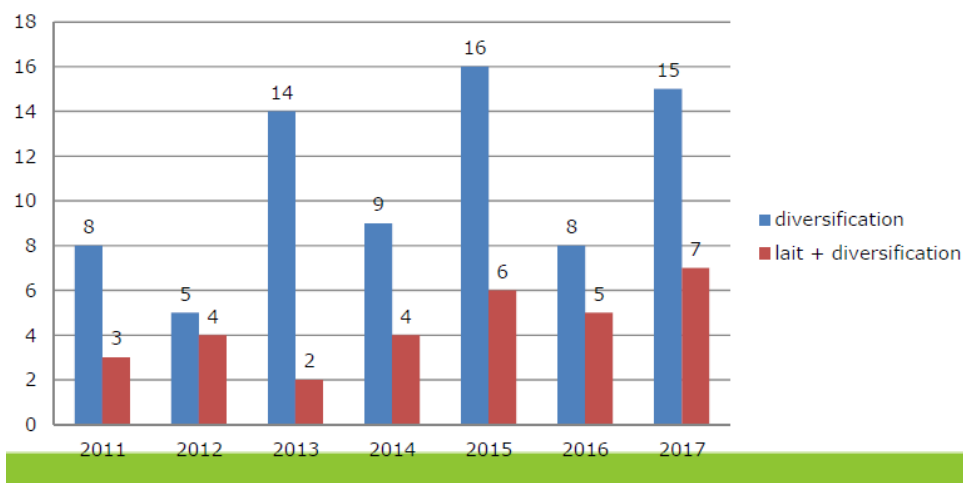


Figure 12 : Evolution des installations diversifiées dans le Doubs (source : ODASEA, 2017)

Nous savons également qu'une part non négligeable des créations de petites exploitations diversifiées se fait hors des dispositifs d'aides mettant en évidence le phénomène croissant de créations d'activités en lien avec l'agriculture et les circuits de proximité (maraîchage, apiculture, petits élevages,...) à proximité des agglomérations. **Ces structures sont souvent plus difficilement identifiables et peuvent ne pas être connues des services de la CIA 25-90.**

Comme évoqué plus haut, le nombre d'installation semble ne pas compenser le nombre de cessation d'activité qui lui est plutôt stable. L'interprétation de ces chiffres nécessite une grande prudence car ils sont difficilement comparables :

- Ils incluent les chefs d'exploitants et les cotisants solidaires.
- Ils incluent des non professionnels qui déclarent leur activité ex. ranaculteurs, apiculteurs amateurs, sylviculteurs, élevage de chats ou de chiens. L'augmentation des cessations en 2016 s'explique par le fait que des particuliers demandent un Siret pour vendre des chatons et des chiots puis cessent leur activité.
- Les exploitants individuels qui réalisent une cession d'activité agricole et qui garde leur numéro Siret actif parce qu'ils conservent une parcelle de subsistance, qu'ils deviennent bailleurs de biens ruraux ou qu'ils ont encore une partie de leur production à écouler
- Pour les sociétés, ne sont présentés ici que les liquidations totales et pas les formalités de dissolution précédant la liquidation.

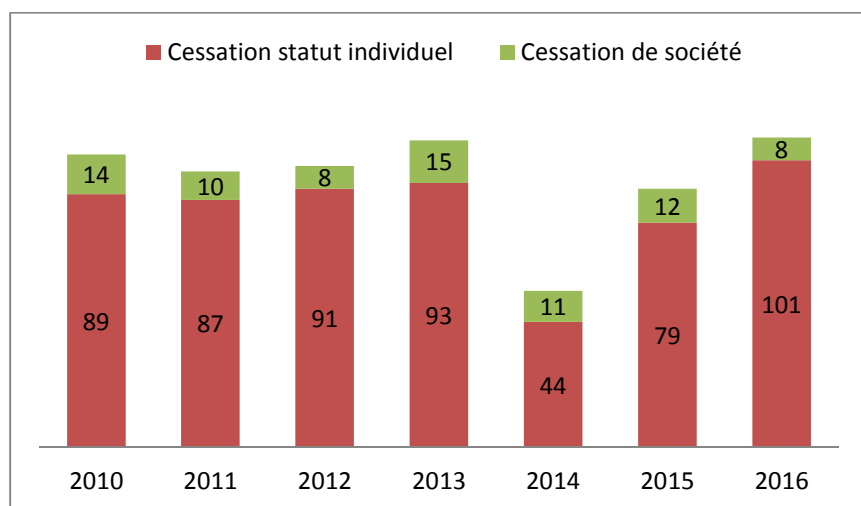


Figure 13 : Evolution du nombre de cessation d'activité suivant le statut dans le Doubs (source : CFE, 2017)

Un registre des actifs agricoles est en cours de création courant 2018. Il sera alors possible de mettre en place des indicateurs plus adaptés à leur comparaison.

5.1.2. Profils généraux des répondants à l'enquête

2 682 exploitants agricoles (EA) professionnels du Doubs ont été informés de l'étude par courrier et par mail. Deux relances mails ont été réalisées entre Septembre 2017 à Janvier 2018.

Au total ce sont 137 personnes qui ont répondu à l'enquête en ligne. Le taux de réponse global à cette enquête est de 5.1 %. Sur ces retours, 29 ont été obtenu par enquête téléphonique.

A cette étude s'ajoute également une enquête réalisée par Claire Bernard sur les éleveurs de viande bovine et porcine de la Communauté d'Agglomération du Grand Besançon (CAGB) et du Doubs Central où plus de 176 producteurs ont été contactés (106 réponses soit 60.2 %). Toutes les personnes ont été enquêtées par téléphone dans le cadre de cette étude. Nous n'avons pas re-sollicité ces répondants lors de l'étude de l'agriculture diversifiée. Cinq personnes ont néanmoins répondu aux 2 enquêtes.

Au total ce sont donc 242 personnes du Doubs qui ont répondu à l'ensemble de ces 2 études, soit 9 % des exploitants agricoles professionnels du Doubs informés. **Ce sont plus de 32 % des enquêtés qui sont diversifiés et circuits courts, ce qui représente 22 % des diversifiés en circuits courts connus de la CIA 25-90 sur le Doubs.**

L'échantillonnage réalisé, n'est pas représentatif de la structuration des EA du Doubs puisque les producteurs diversifiés ont été sur-échantillonnés – environ 10 % sur l'ensemble des EA du Doubs (*Figure 14*). Comme nous ciblons spécifiquement ce public cela n'est pas un biais méthodologique significatif pour l'interprétation des résultats.

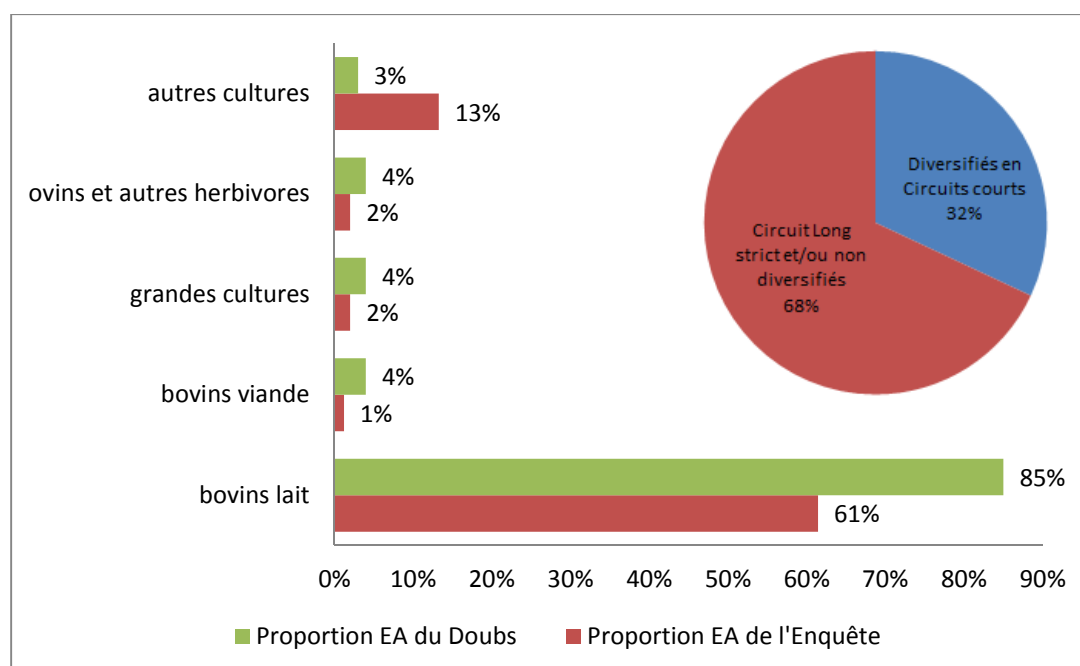


Figure 14 : Structuration des EA répondants et comparaison avec la structuration des EA du Doubs suivant leurs Orientations Technico Economiques (OTEX) et présentation de leurs circuits de commercialisation

La structuration de l'échantillonnage des diversifiés par type de production présente des différences significatives avec celles des diversifiés en circuits-courts (CC) du Doubs (*Figure 15*). Une sur-représentation du bovins lait et bovins viande est notable. Cela s'explique par la réalisation de l'étude spécifique production viande bovine et porcine de

la CAGB et du Doubs Central. De plus, la méthode de classement dans la base des diversifiés est différente puisque l'activité principale considérée est basée sur l'importance de l'activité ce qui n'est pas forcément l'atelier principal en terme d'OTEX² de la structure (basé sur le chiffre d'affaire de la structure). Les personnes enquêtés en bovins lait sont surtout des structures avec pour activité principale la production laitière et qui possèdent en parallèle un atelier de production de viande, souvent bovine. Un sous-échantillonnage des exploitations orientées en production de volailles de chairs, œufs, escargots, caprins, piscicoles, centre équestre et agritourisme est visible. Pour le reste, aucune différence significative n'est remarquable.

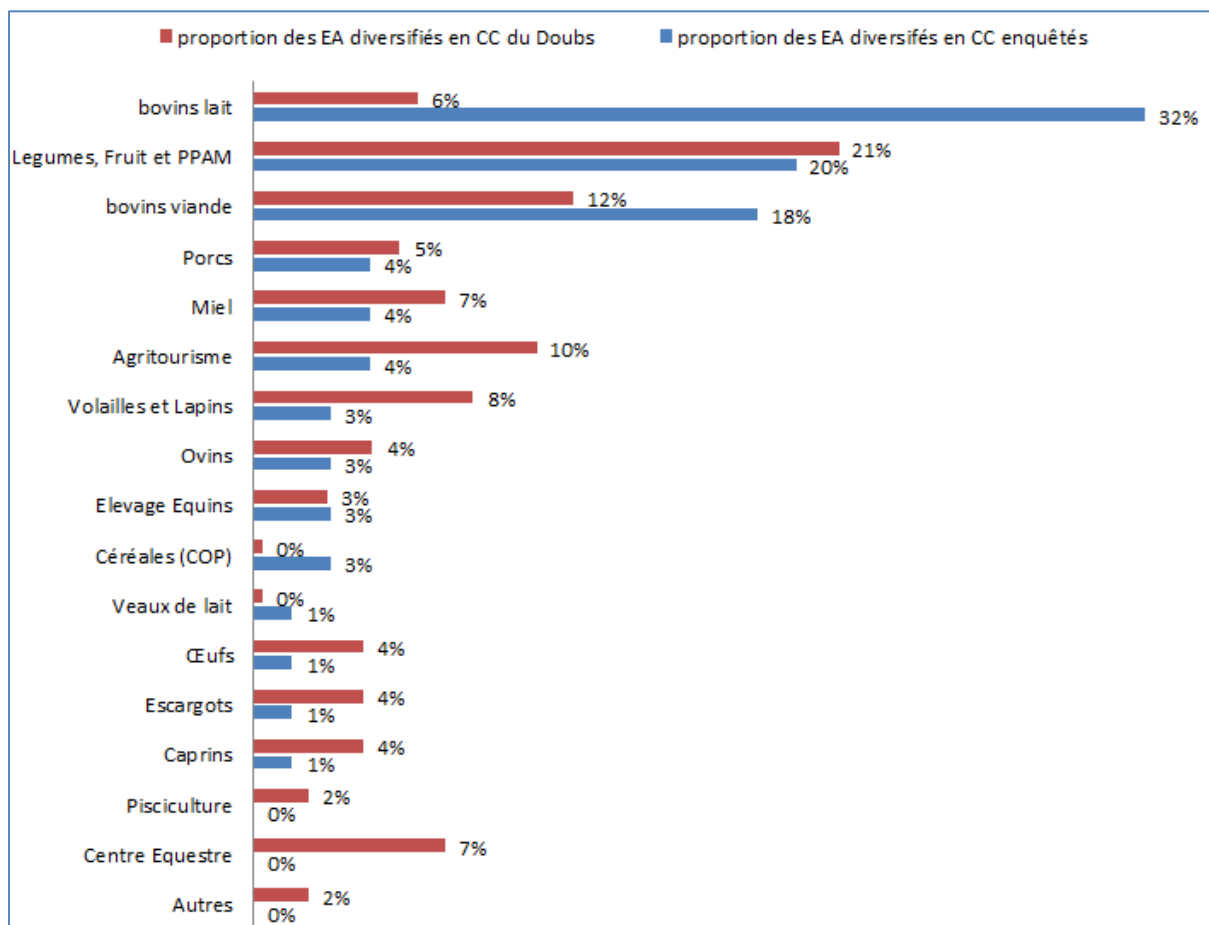


Figure 15 : comparaison de la structuration des EA diversifiés en Circuits-courts (CC) du Doubs et des structures enquêtés par production principale

La répartition géographique des répondants est assez homogène sur le territoire, bien que 60 % sont localisés en plaine de par les études menées sur la CAGB, le Doubs Central et le Pays de Montbéliard Agglomération (*Figure 16*). Il est probable également que les producteurs en lait à comté ce sont sentis moins concernés par une étude orientée sur la diversification.

Pour valoriser l'ensemble des informations sur la diversification, les 7 répondants du Territoire de Belfort, ont été intégrés dans les résultats d'analyse suivants.

² OTEX : orientation technico- économique des exploitations. Il s'agit d'une classification européenne des exploitations agricoles selon leur spécialisation. Une exploitation est dite spécialisée dans une orientation si la Production brute standard (PBS) de la ou des productions dépasse deux tiers du total.

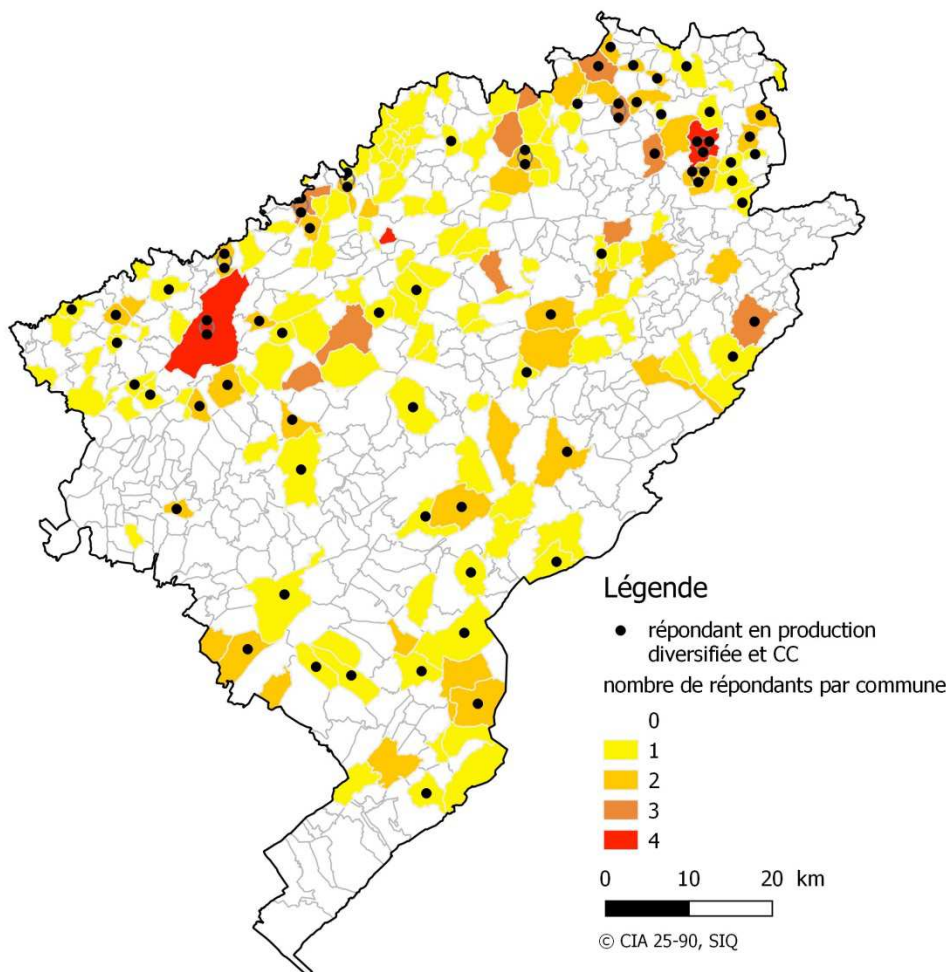


Figure 16 : localisation des répondants aux enquêtes « agriculture diversifiée du Doubs » et « production bovine et porcine de la CAGB et du Doubs Central »

Informations générales sur le profil des répondants

60 % des répondants ont moins de 50 ans et 20 % ont plus de 55 ans. L'âge médian est de 44 ans. 80 % sont des hommes. Environ 28.5 % des personnes qui ont répondu à l'enquête diversification ont le statut de Jeune Agriculteurs (**Figure 17**).

La forme juridique des exploitations est à 42 % en exploitations individuelles, 2 % sont cotisants solidaires à la MSA et 54 % en formes sociétaires (79.7 % de tous les EA du Doubs sont sous cette forme). 39 % ont un changement prévu sur leur structure dont 52 % dans le cadre d'un départ en retraite et 21 % dans le cadre d'un agrandissement ou d'une diversification de l'activité (50 % concerne une diversification de l'activité) (**Figure 18 et Figure 19**).

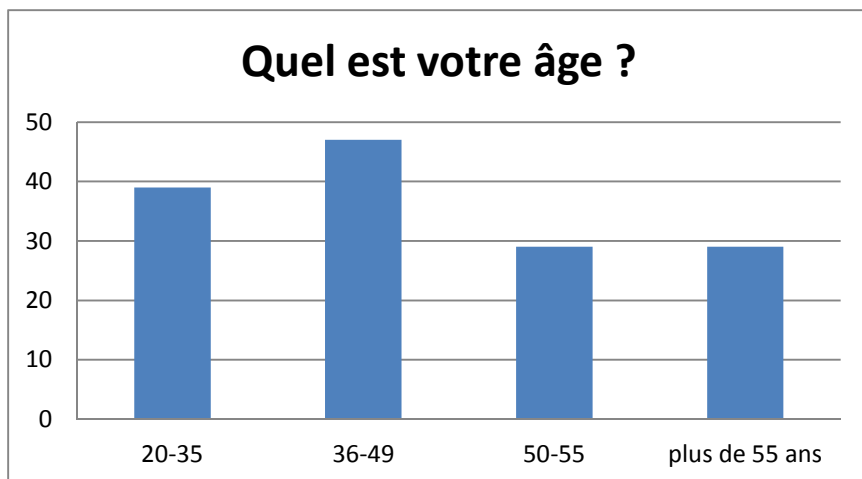


Figure 17 : Structuration des EA répondants par classe d'âge (144)

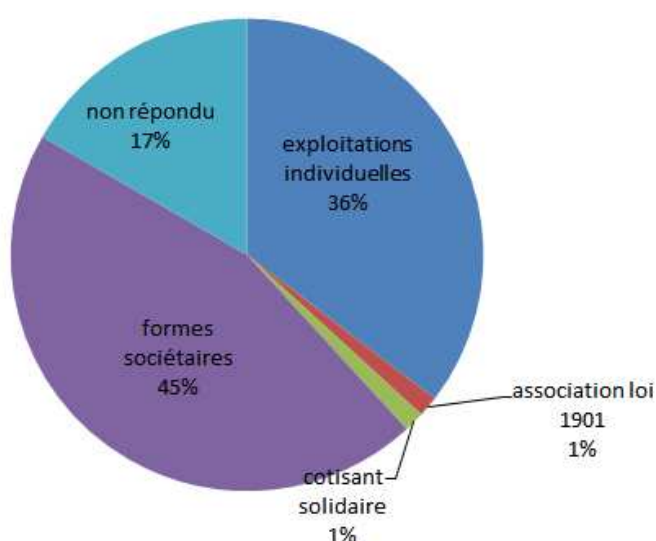


Figure 18 : Structuration des EA répondants suivant la forme juridique de leur entreprise

Une évolution est-elle prévue à court ou moyen terme ?

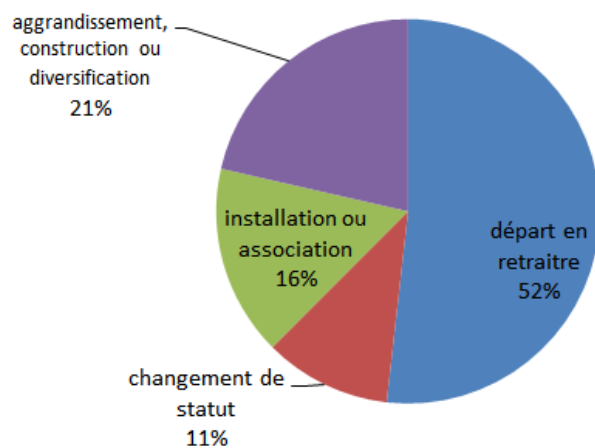


Figure 19 : Retours concernant les causes d'une évolution de la structure à court ou moyen terme

Paramètre économique et conditions de travail des diversifiés

60 retours ont été obtenus sur cette thématique avec un nombre variable de répondants suivant les questions. Le nombre de réponses sera donc précisé systématiquement.

Le temps de travail hebdomadaire median varie entre 40 et 65 heures, 30 % d'entre eux ont des salariés pour une SAU moyenne de 75 ha. 56 % se font aider par la famille de façon occasionnelle. 21 % sont doubles actifs (répondants : 57).

38 % ont moins de 50 k€ de Chiffre d'affaire et 30 % plus de 250 k€ (**Figure 20**). Une analyse par filière est difficile à mettre en œuvre au vu du peu de retour. Les 2/3 des maraichers et producteurs de fruits ont un chiffre d'affaire inférieur à 50 k€ par opposition aux éleveurs de bovins lait qui ont pour les 2/3 plus de 150 k€. Cependant, pour ces derniers le nombre d'UTA³ est plus important. Il ne peut donc pas être comparé en l'état. Un indice CA/UTA salariés serait plus adapté.

45 % des exploitations diversifiées qui nous ont répondu ont plus de 75 % de leur Chiffre d'affaire (CA) qui provient de leur activité de diversification (51 % ont plus de la moitié de la CA lié à une activité de diversification - 47 répondants). 53 % sont satisfaits de leurs revenus (10 % de non réponse). Sur 36 répondants, le revenu net mensuel médian communiqué est de 1037 € par chef d'exploitation.

Quel est votre chiffre d'affaire ?

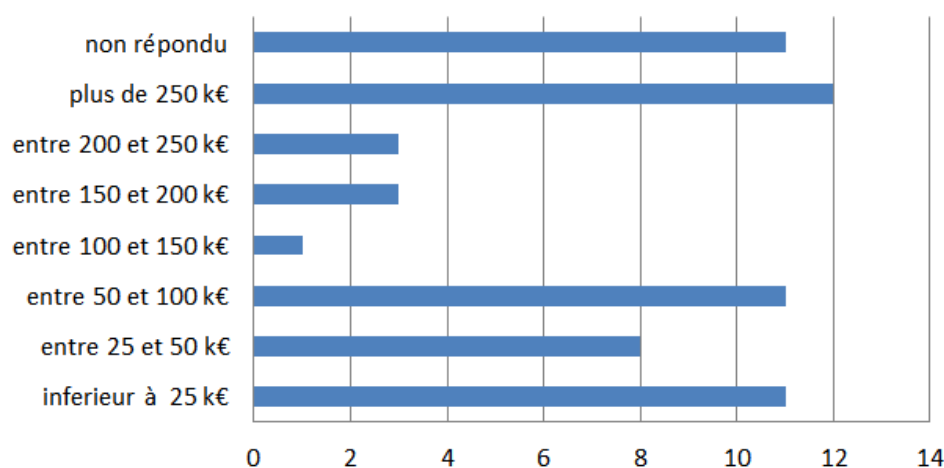


Figure 20 : Retours concernant le chiffre d'affaire (49 retours)

A 64 % ils trouvent que leurs conditions de travail sont bonnes à très bonnes (**Figure 21**). Néanmoins, les difficultés évoquées sont : les revenus faibles, les charges de salaires et les annuités élevées, la pénibilité du travail (froid, fatigue, manutention, pic d'activité et charge de travail importante), la commercialisation des produits, l'accès au foncier, l'équilibre vie privée et professionnelle difficile à trouver, et les contraintes administratives et réglementaires.

³ UTA : Unité Temps Annuel : unité de mesure de la quantité de travail humain fourni sur chaque exploitation agricole. 1 UTA correspond au travail d'une personne à temps plein sur 1 année.

Que pensez-vous de vos conditions de travail ?

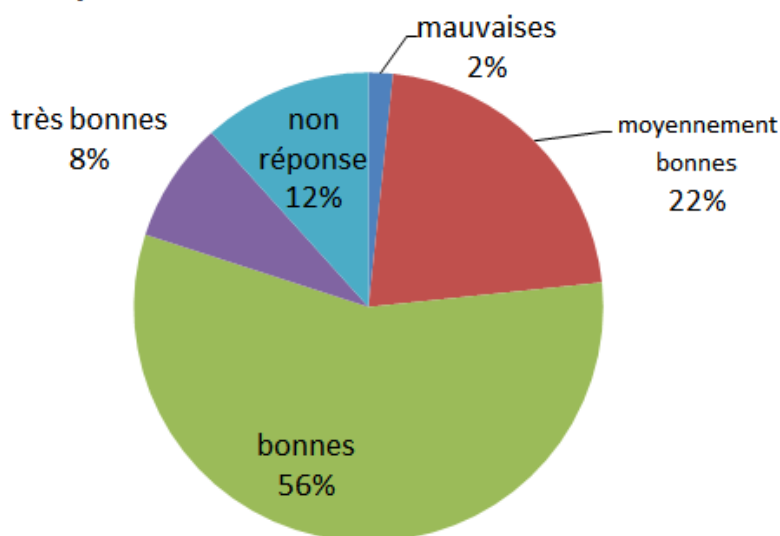


Figure 21 : Retours concernant les conditions de travail (53 retours)

Les pistes d'améliorations évoquées sont multiples :

- recherche d'équilibre entre diversité de points de vente et quantité de production réalisées
- changement de débouché : de la vente directe à la vente via les grandes et moyennes surfaces
- embauche de salarié (3 retours), d'un responsable commercial ou de passer par un prestataire de service
- accéder au foncier pour développer l'activité agricole et ne plus être double actif
- création de GAEC. Ne plus travailler seul permet d'avoir une nouvelle répartition du travail. Développer la vente directe afin de valoriser la production
- se mettre en réseau
- interdire l'utilisation des polluants (pesticides notamment) par les agriculteurs
- améliorer la logistique de transport à l'abattoir
- valoriser le travail de qualité
- améliorer l'ergonomie, les bâtiments, limiter la manutention, mécaniser...
- favoriser l'accès au logement de fonction pour les diversifiés
- obtenir plus d'appui technique sur la production petits fruits

5.1.3. La production du territoire (Tableau 1, Figure 22)

En 2017, les 2 682 exploitations agricoles professionnelles dont 200 en agriculture biologique se répartissent ainsi suivant leur **production principale** :

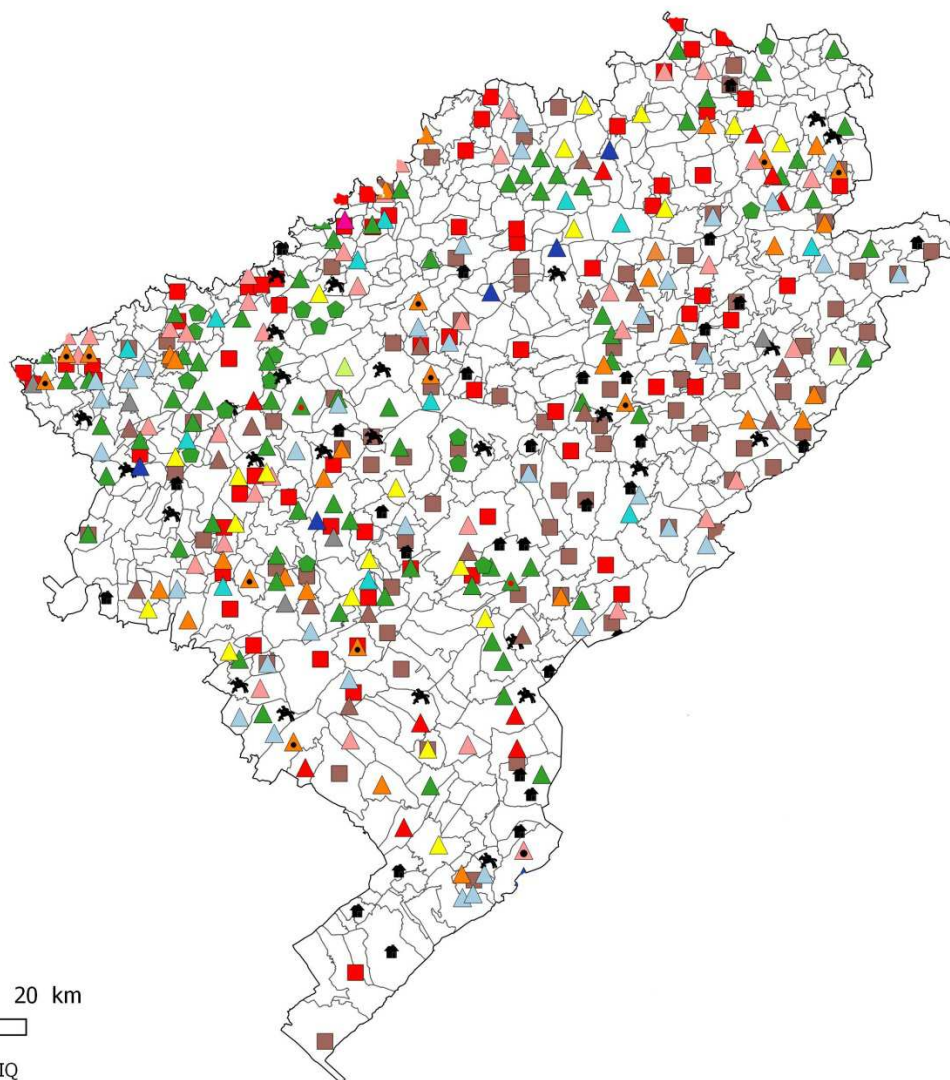
- polyculture-élevage : 2 101 soit **78 %** dont 146 producteurs de viande bovine (à partir de 15 VL ou VA). 112 EA sont en agriculture biologique (AB) (soit 5.3 %)
- 132 éleveurs de porc soit 5 %. Parmi eux, 2.3 % sont en agriculture biologique
- 91 éleveurs d'ovins (20 têtes et +) soit 3,4 %. 4 EA sont en AB (4.4 %).
- 15 éleveurs de caprins (20 têtes et +) soit 0,6 %. 7 EA sont certifiées AB (47 %).
- 30 éleveurs de volailles et lapins soit 1.1 %. 4 EA sont en AB (13.3 %).
- Légumes, PPAM, horticulture : 85 soit 3,2 % dont 49 sont certifiées AB (58 %).
- Autres diversifiés : 56 et Autres: 172 soit 6,4 %.

En 2016, la surface agricole utile du département est de 235 466 ha dont :

- 175 620 ha de prairies permanentes et 25 800 ha de prairies temporaires soit **85,5 %** de la SAU (8 230 ha en agriculture biologique soit 4.1 %)
- 22 610 ha de céréales et 3 860 ha d'oléoprotéagineux soit 11.2 % (945 ha en agriculture biologique soit 3.6 %)
- **99 ha de légumes** (48,3 % en agriculture biologique)
- 17 ha de vergers et arboriculture (64 % en agriculture biologique)
- 8 ha de vignes (3.75 % en agriculture biologique)

Tableau 1 : Productions principales du territoire

	Surface en ha	Production en t		Nombre et Production en l ou t
Blé	8 885	34 515	<i>Nombre de VL</i>	101 824 <i>dont 3 576 bio</i>
Maïs grain	3 530	26 828	Production lait en milliers litres	610 944 dont 21 070 en bio
Orge	6 830	31 561	Fromage de vaches	73 772
Autres Céréales	3 365	-	<i>dont Comté</i>	37 339
Colza	2 460	7 380	<i>dont Emmental</i>	7 646
Tournesol	98	180	<i>dont Morbier</i>	9 062
Autres Oléagineux	1 150	2 415	<i>dont Mont d'Or</i>	5 323
Protéagineux	150	150	Produits laitiers frais	276
Fourrage	231		<i>Nombre de VA</i>	7 262 <i>dont 351 en bio</i>
Vergers	17	-	<i>Nombre de Bovins > 1 an et < 1 an</i>	83 010 60 553
Vignes	8	-	Vaches de réforme (52 231)	16 040
Légumes frais	99	-	Génisses (10 970)	3 468
dont			Mâles (10 874)	4 204
Pommes de terre	32	781	Veaux de boucherie (6 048)	633
Prairies	201 420	-	Porcins (101 002)	8 312
Divers	824	-		



Légende


Production principale

- ▲ Fromages et produits laitiers
- ▲ Légumes, fruits et PPAM
- ▲ Champignons
- ▲ Horticulture
- ▲ Volailles de chairs, foie gras et lapins
- ▲ Oeufs
- ▲ Viande ovine
- ▲ Viande bovine
- ▲ Viande bovine (veau)
- ▲ Viande porcine
- ▲ Autres viandes
- ▲ Miel
- ▲ Céréales
- ▲ Escargots
- ▲ Pisciculture et grenouilles
- viande ovine en CL
- viande porcine en CL
- ▲ Autres

Activité de services

- ▲ Agritourisme
- ▲ Elevage équins et ferme équestre

0 10 20 km



© CIA 25-90, SIQ

Figure 22 : Localisation des 525 exploitations agricoles diversifiées en circuits courts et circuits longs par type d'activité principale

La diversification (Figure 22 et Figure 24)

➤ *Présentation de la diversification du territoire*

525 exploitations agricoles ont pour activité principale la diversification, non compris l'ensemble des exploitations à dominance laitière qui ont un atelier secondaire (porc, poules,...). Au total, cela représente au moins 20 % des exploitations agricoles professionnelles du Doubs. Parmi celles-ci, 324 sont en circuits courts sur le département dont 57 présentent une activité de services (agritourisme, élevage de chevaux, centre équestre,...) soit 17.6 %. **En 2017, le taux d'exploitations agricoles professionnelles en diversification et circuits courts du Doubs est donc de 12 %. Depuis 2010, le nombre de diversifiés en circuits courts a augmenté de 10 %.**

Les 3 activités principales des diversifiés en circuits courts sont par ordre croissante (Figure 23) :

- La production maraichère avec plus de 20 % des diversifiés
- La production de viande bovine avec plus de 12 % des structures
- L'agritourisme avec 10 %.

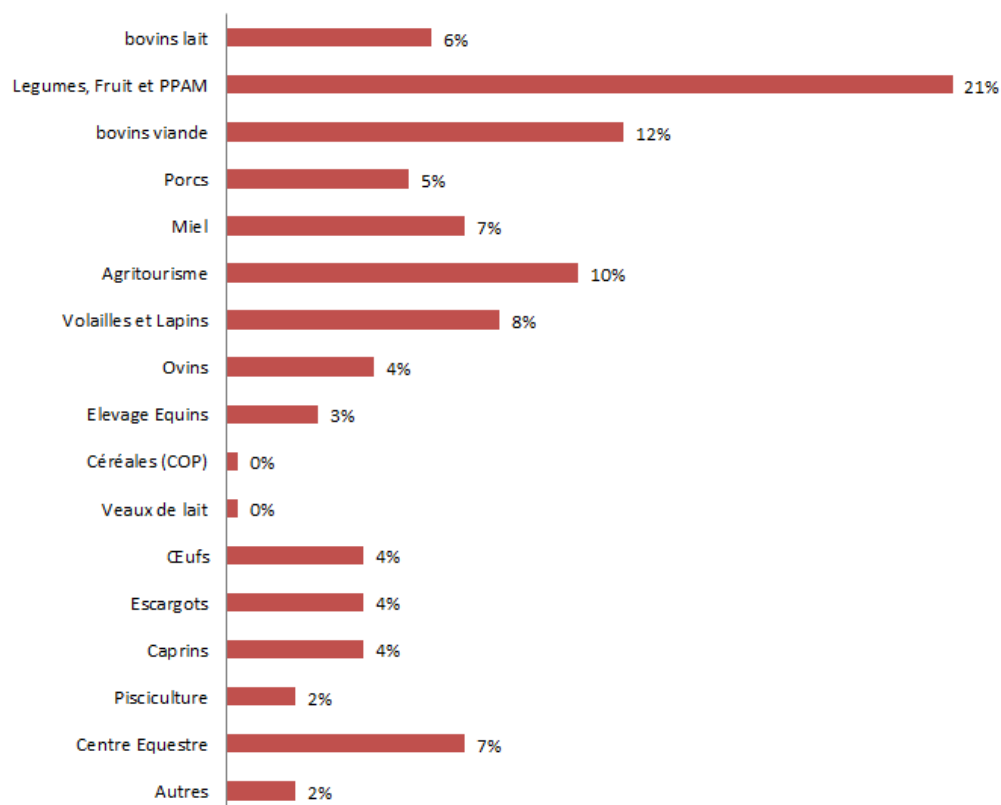
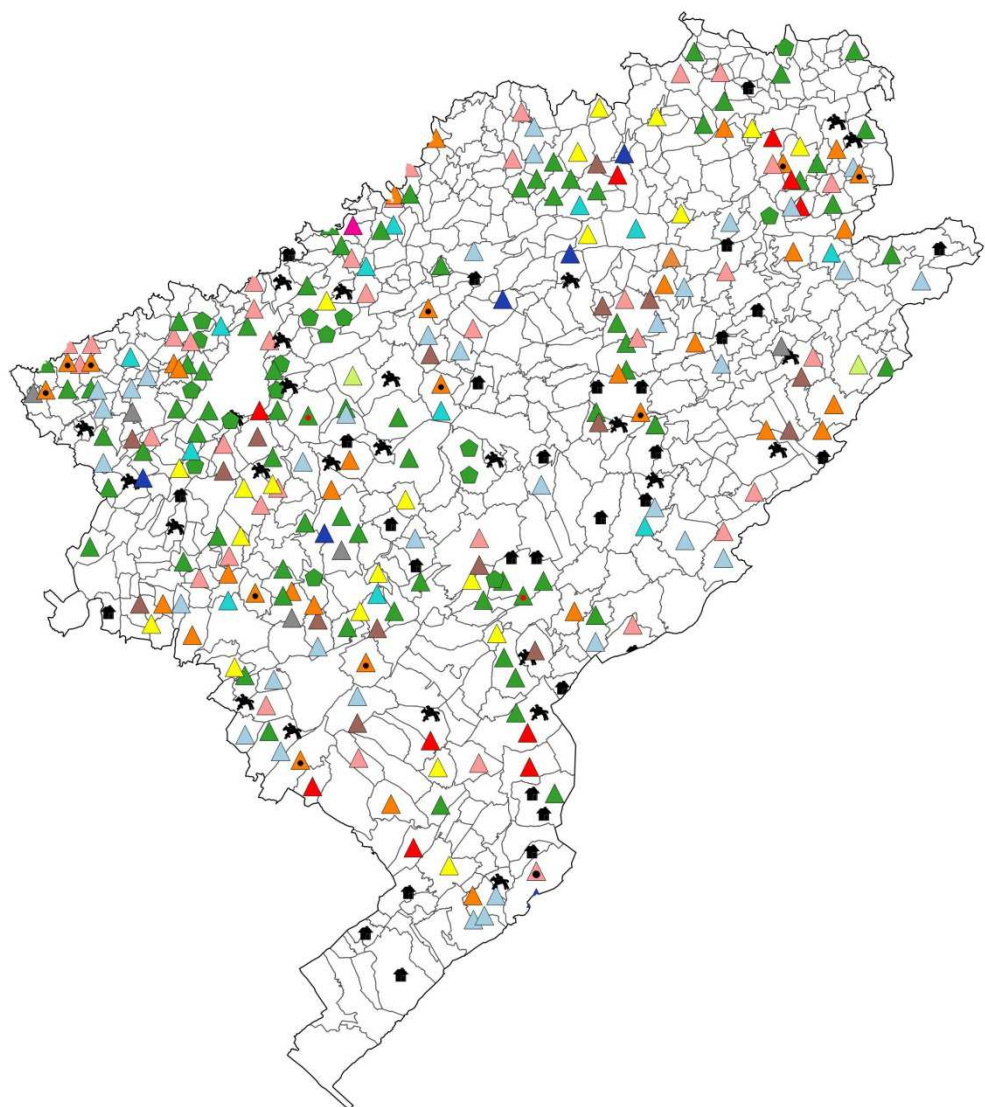


Figure 23 : Structuration des exploitations agricoles professionnelles diversifiées en Circuits courts du Doubs par type d'activité principale



Production principale

- ▲ Fromages et produits laitiers
- ▲ Légumes, fruits et PPAM
- ▲ Champignons
- ▲ Horticulture
- ▲ Volailles de chairs, foie gras et lapins
- ▲ Oeufs
- ▲ Viande ovine
- ▲ Viande bovine
- ▲ Viande bovine (veau)
- ▲ Viande porcine
- ▲ Autres viandes
- ▲ Miel
- ▲ Céréales
- ▲ Escargots
- ▲ Pisciculture et grenouilles
- ▲ Autres

Activité de services

- ▲ Agritourisme
- ▲ Elevage équins et ferme équestre

0 10 20 km



© CIA 25-90, SIQ

Figure 24 : Localisation des 324 exploitations agricoles diversifiées en circuits courts du Doubs par type de production principale

➤ *Porteurs de projets diversifiés*

Comme évoqué plus haut, 27 % des installés concernent des projets de diversification en 2017. Depuis 2016, une centaine de porteurs de projets a été accueilli par le service diversification. Cela concerne principalement des projets de maraichage, petits fruits et PPAM, de transformations lactières (bovins lait et caprins).

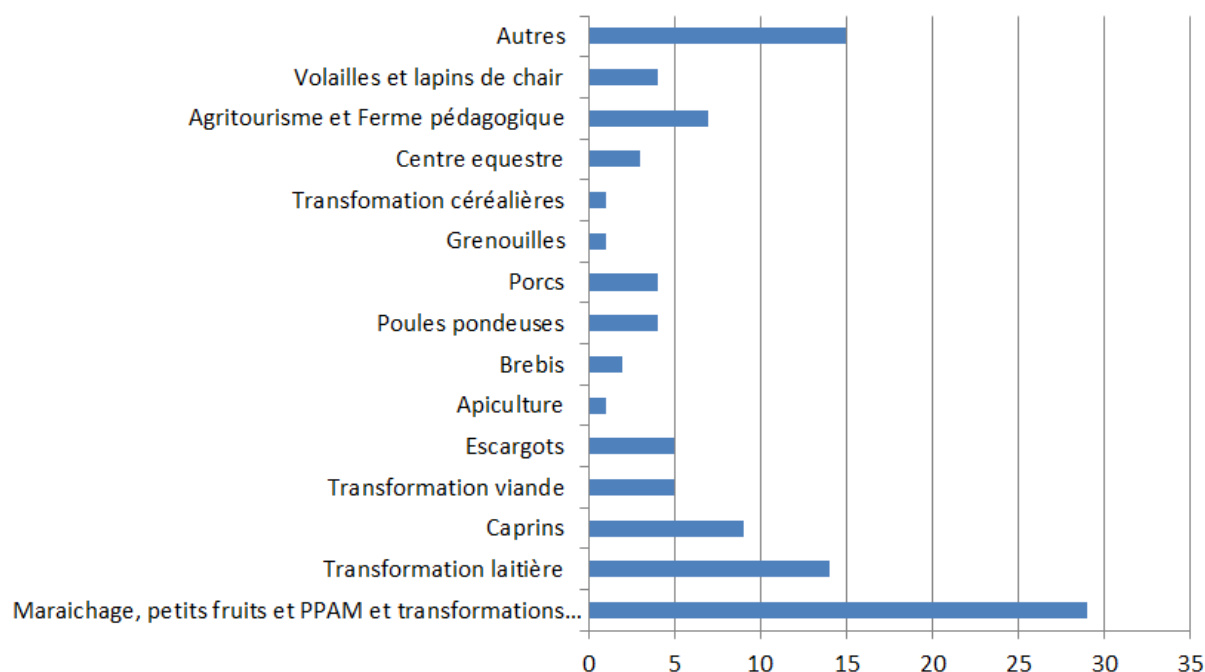


Figure 25 : Activité principale des porteurs de projets accueillis en 2017

➤ *Potentiel de diversification (retours issus de l'enquête)*

Parmi les 84 non diversifiés répondant à l'enquête, 18 % seraient prêts à se diversifier ou modifier leurs productions pour s'ouvrir à de nouveaux débouchés et 18 % sous conditions soit plus d'un tiers des non diversifiés ayant répondu à l'enquête (**Figure 26, Figure 28, Figure 29**). La participation de ces exploitants à cette étude démontre leur intérêt à cette problématique. Une généralisation ne peut donc être effectuée. La moitié est située en zone de plaine.

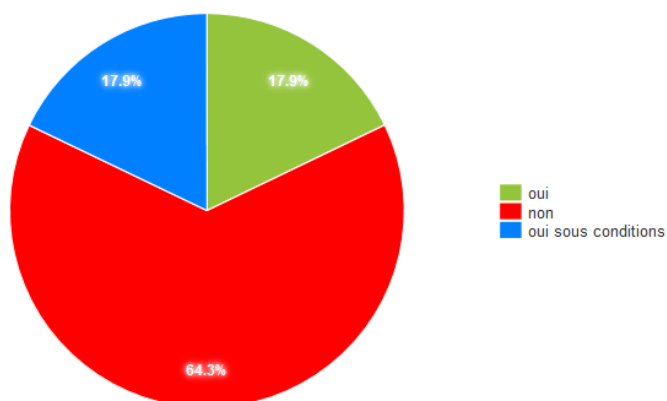


Figure 26 : Réponse des 84 non diversifiés répondant à la question : Seriez-vous prêt à vous diversifier, modifier vos productions afin de vous ouvrir de nouveaux débouchés ?

Quelques exemples de motivations :

- L'installation d'un associé ou d'un conjoint collaborateur
EX. « Avec un nouvel associé dans 2-3 ans la ferme sera petite, il y aura sans doute besoin de trouver une diversification pour augmenter le revenu et valoriser notre temps de travail... »
- La compétitivité et une meilleure valorisation du travail
EX. « Il faut rester compétitif alors on s'adaptera »
EX. « Obtenir une meilleure valorisation de la viande de bœuf »
EX. « si le prix du lait se dégrade »
EX. « si pas possibilité d'évoluer en surface ou en volume après installation »

Les activités envisagées :

- Agritourisme
- Maraichage notamment pour la restauration collective
- Vente de viande en directe notamment en caisse (viande bovine et porcine)
- Elevage de poules pondeuses
- Production de pain et de bière
- Transformation laitière
- Méthanisation et production d'énergie solaire

Les points de vigilances évoqués

- La charge de travail et la recherche de l'équilibre charge de structure/temps de travail/embauche de salariés (10)
- La garantie des débouchés et une bonne rémunération de l'activité
EX. « Il ne faut pas que la charge de travail augmente trop, et ça doit être rémunérateur »
- Investissement lourd à réaliser notamment dans les ateliers de transformation
- « Participer à des groupements de producteurs locaux »

Autres freins évoqués : « De toujours respecter les règles du cahier des charges du Comté. Ne pas créer une activité qui pourrait avoir une quelconque influence sur notre activité principale »

Les raisons de la non diversification

Les raisons principales évoquées à la non diversification sont (**Figure 27**) :

- l'absence de nécessité : 33 %
EX. « Je ne suis pas fermé à cette idée dans l'avenir mais pour le moment non car le lait en AOP se porte bien. »
- le manque de moyen : 26 %
- l'absence d'intérêt pour ce type de circuit : 18 %

Avez-vous une activité de diversification, si non précisez pourquoi ?

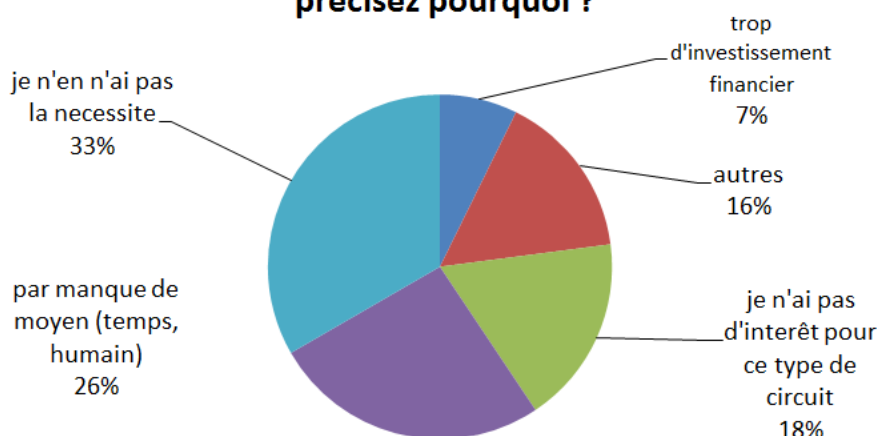


Figure 27 : Réponse des 84 non diversifiés au sujet des motivations de non diversifications

Les autres raisons évoquées sont :

- contractualisation avec des organismes stockeurs empêchant la réalisation de vente directe
- manque d'expérience pour trouver des débouchés (2)
- mauvaises expériences en circuits court avec un intermédiaire
- je ne suis pas dans un secteur favorable à la diversification
- se concentre déjà sur la qualité du travail à réaliser (2). EX. « *Aujourd'hui j'ai un droit à produire supérieur à ma production actuelle mon objectif est donc de l'atteindre.* »
- proche de la retraite et problème de santé (8)
- inadéquation entre offre et demande sur le type de produit (race à viande qui ne correspond pas aux attentes du boucher)

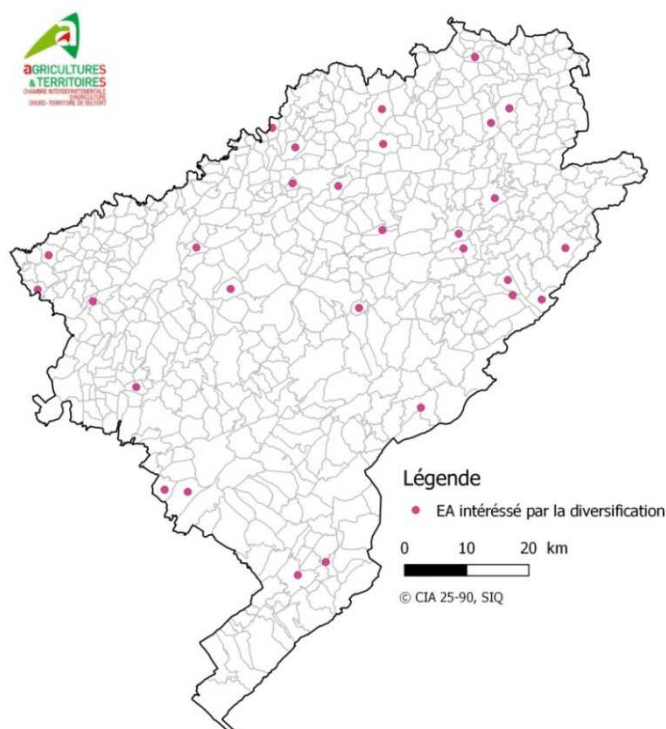


Figure 28 : Localisation des 30 exploitants agricoles ayant répondu à l'enquête et intéressés par la diversification

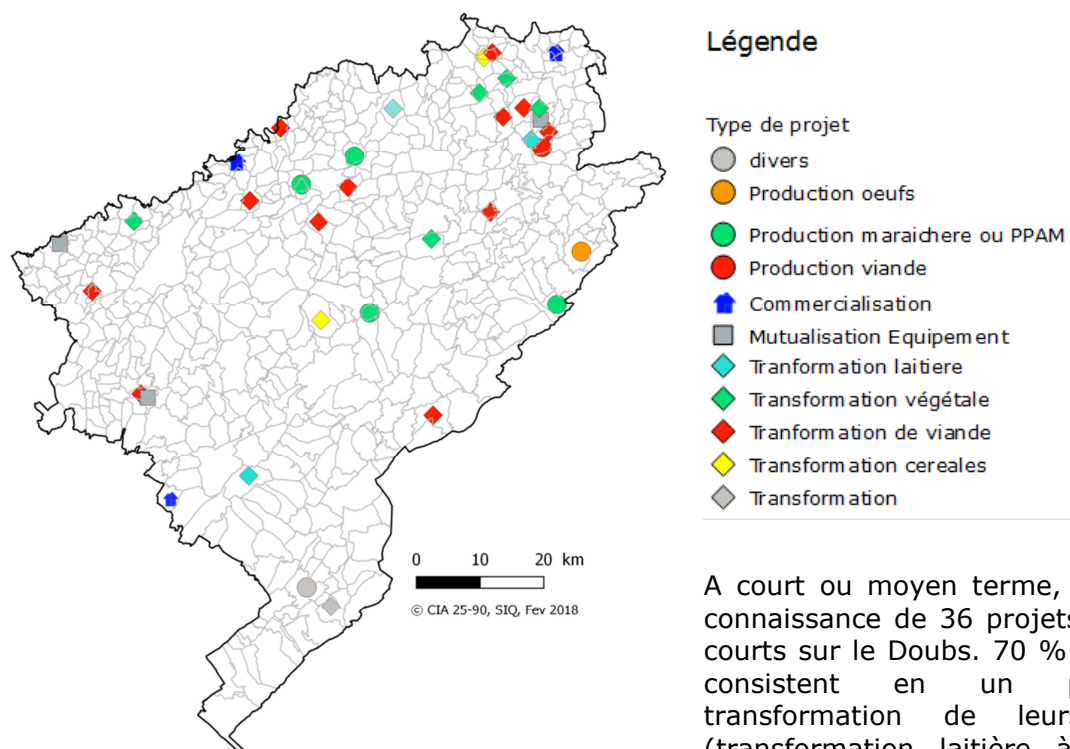


Figure 29 : projets de circuits courts prévus à court ou moyen terme fin 2017 sur le Doubs

A court ou moyen terme, nous avons connaissance de 36 projets de circuits courts sur le Doubs. 70 % d'entre eux consistent en un projet de transformation de leurs produits (transformation laitière à la ferme, transformation végétale : conserves, jus,... ; viande en caissette).

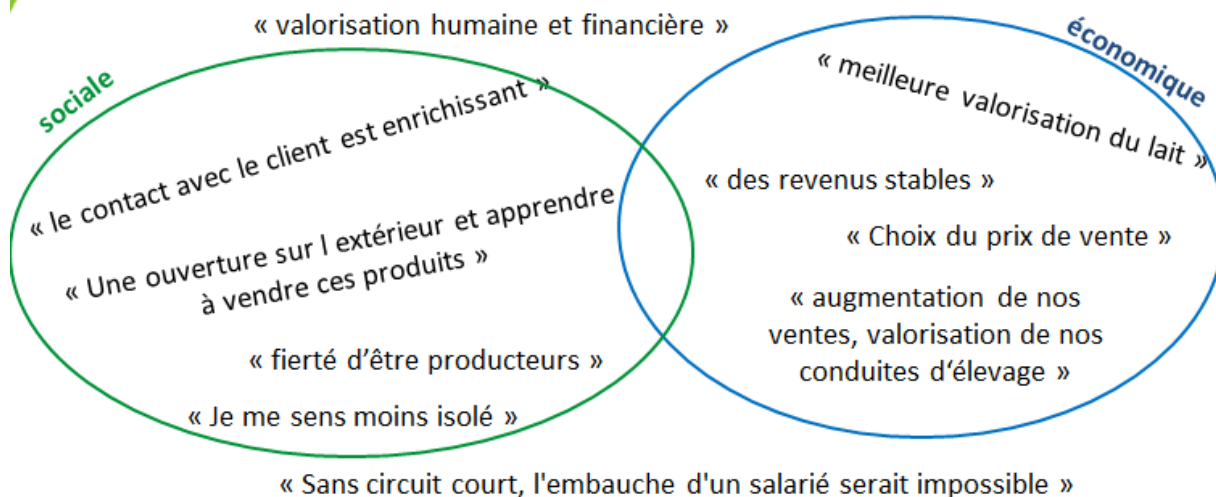
Retours d'expériences sur la diversification

A la question : « Qu'est-ce que vous a apporté le développement des circuits courts ? » (37 retours, taux de réponse de : 62 %).

La plupart ont mis en avant les retours suivants :

- Valorisation des produits/Stabilité économique : 43%
- Lien Social par le contact client, Ouverture sur l'extérieur : 24%
- Choix de vie : 19%
- Augmentation des ventes : 8%
- Charge de travail plus importante : 3%
- Rien : 3%

L'impact positif social et économique ressort donc de façon importante avec les retours suivants :



Les démarches qualités

➤ *Signes de qualité et d'origine : les démarches AOP, IGP, etc.*

19 produits par dénomination sont présents sur le département (source INAO, 2018) et concernent des produits variés : fromages, vins et charcuteries.

Le système AOP influence fortement l'organisation de la filière laitière. Ce sont 5 AOP concernés par notre territoire : Comté, Morbier, Mont d'Or, le Gruyère-France et l'Emmental Grand cru. A cela s'ajoute l'AOP Munster dans le Territoire de Belfort. Les 2 dernières couvrent tous le département. La répartition des exploitations engagées dans une AOP-IGP en 2016 se fait ainsi :

Tableau 2 : Nombre d'exploitations engagées dans les 3 principales AOP-AOC en 2016 et cartographie des zones AOP (source : Agreste 2017 et organismes de défense et de gestion)

Exploitations engagées dans une AOP-AOC en 2016						
Nombre d'exploitations	Côte-d'Or	Doubs	Jura	Saône-et-Loire	Yonne	Région BFC
Comté	-	1 690	833	22	-	2 545
Morbier	-	1 452	724	21	-	2 197
Mont d'Or	-	553	-	-	-	553

Fromages de vache
Bleu de Gex
Comté
Mont d'Or
Morbier
Munster

Huiles et matières grasses
Beurre et crème de Bresse

En ce qui concerne la viande, nous pouvons citer les IGP suivantes : Porc de Franche-Comté, Saucisse de Montbéliard, Saucisse de Morteau ou Jésus de Morteau.

D'autres démarches qualités existent telles que : label rouge, bleu blanc cœur, bœuf comtois et la mention fermière. Via le questionnaire en ligne nous avons eu connaissance d'autres démarches qualités suivies telles que : collège culinaire de France et bœuf de nos régions. Certains exploitants bien que minoritaires s'inscrivent dans une démarche raisonnée ou suivant le cahier des charges de l'agriculture biologique sans demander la certification par simplification administrative.

➤ *Production en agriculture biologique*

Les informations relatives à l'agriculture biologique ont été présentées ci-dessus. Sur l'ensemble des exploitations agricoles professionnelles du Doubs, 7.5 % sont certifiées agriculture biologique. Cette certification est plus importante au sein de la filière maraîchère et la filière caprine dont plus de la moitié des exploitations sont dans cette démarche. **57 % des structures en agriculture biologique ont une activité de diversification, et 43 % pratique la vente directe.**

Le nombre de structure en agriculture biologique a doublée en 7 ans et suit une évolution exponentielle (**Figure 30**). Cette évolution est significativement plus importante que sur l'ensemble de la Bourgogne Franche-Comté qui entre 2010 et 2016 a augmenté de 38 % environ (Agreste. 2017). Pour le Doubs et par comparaison sur cette même période l'évolution est de + 73 %.

La répartition géographique de ces structures est assez homogène sur le territoire (**Figure 31**). Notons néanmoins une plus faible densité sur le plateau de Levier et le Dugeon et au centre du premier plateau (Nord de la communauté de communes des portes du Haut-Doubs et sud du PETR Doubs Central (secteur Bouclans, Domprel, Baumes-les-Dames). 37 % d'entre elles sont situées en zone de plaines.

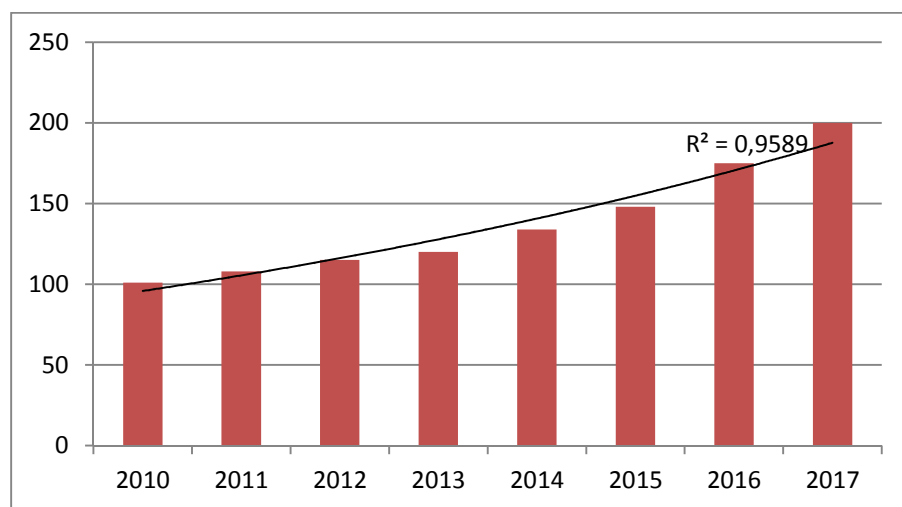


Figure 30 : Evolution du nombre d'exploitations du Doubs en production biologique depuis 2010 (source : CIA 25-90)

Cela représente 10 324 ha de surface en production biologique soit 4.4 % de la SAU du département dont la majorité concerne les surfaces fourragères (80 %). Entre 2010 et 2016, les surfaces ont augmenté de 25 % sur le Doubs (source : Agreste, DRAAF).

Pour les céréales, cette augmentation est passée de 646 ha en 2015 à 945 ha en 2017.

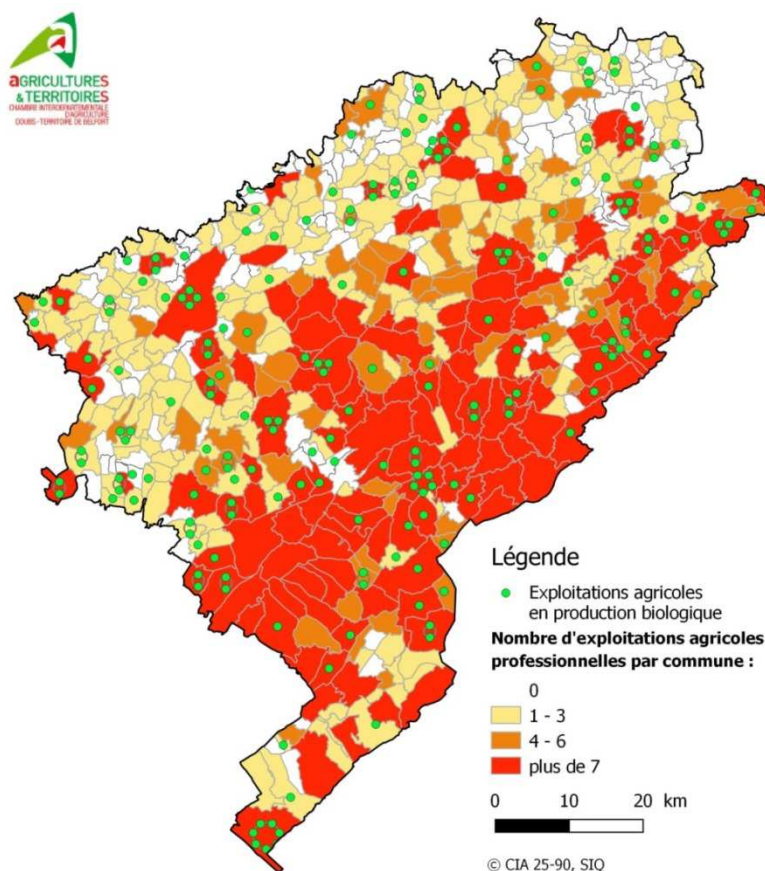


Figure 31 : Localisation des exploitations agricoles du Doubs en production biologique en 2017 et nombre totale d'exploitations agricoles professionnelles par commune (source CIA 25-90)

➤ *Autres démarches/actions en faveur de l'environnement (retours de l'enquête)*

Utilisation des ressources naturelles

Parmi les 60 répondants à cette question, 70 % mettent en place des actions pour économiser l'utilisation des ressources naturelles. Cela passe par différentes actions dont : la préservation des sols (55 %), l'économie de la ressource en eau (52 %), l'économie d'énergie ou l'utilisation d'énergie renouvelables (32 %).

D'autres évoquent : l'autosuffisance alimentaire et le compostage.

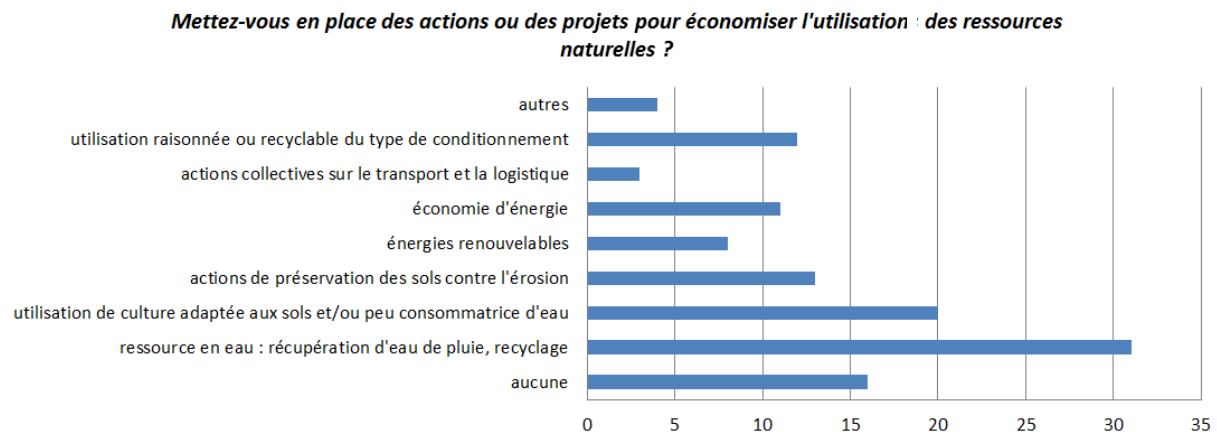


Figure 32 : Réponse des enquêtés en CC (60) sur les actions environnementales mises en œuvre pour limiter l'utilisation des ressources naturelles

Actions en faveur de la biodiversité

42 % des répondants réalisent des actions en faveur de la biodiversité notons par ordre croissant :

- La production en agriculture biologique
- La limitation des intrants et des phytosanitaires. L'agriculture raisonnée.
- La diversification et le choix des variétés cultivées (pas d'hybrides), mise en place de ruches pour le maintien des pollinisateurs
- Maintien et plantation des haies
- Utilisation et ré-utilisation des conditionnements plus vertueux (verre)
- Contrat Natura 2000
- Travail superficiel du sol

Gestion des quantités produites et vendues

80 % des répondants n'ont pas d'invendus. Les 20 % restants essayent au maximum de valoriser, lorsque cela est possible, leurs invendus par :

- le compostage
- la transformation
- l'alimentation animale
- le don à des associations alimentaires (3 structures)

58 % d'entre eux sont confrontés à des pertes soit régulières, soit associées à des pics de production (filière maraichère notamment) ou à des achats plus faibles que prévus (viande notamment).

➤ *Règlementation notamment sanitaire*

De nombreuses réglementations s'appliquent à chaque étape de la vie de l'entreprise ou du produit et contribuent à la qualité sanitaire des produits. Ces différentes normes sont très importantes et conditionnent les choix des producteurs que ce soit lors de la production, la transformation ou de la vente de leurs produits. Celle-ci s'est durcie depuis 2002 avec le Paquet Hygiène. Il s'agit d'un des principaux freins évoqués au développement de chacune de ces étapes.

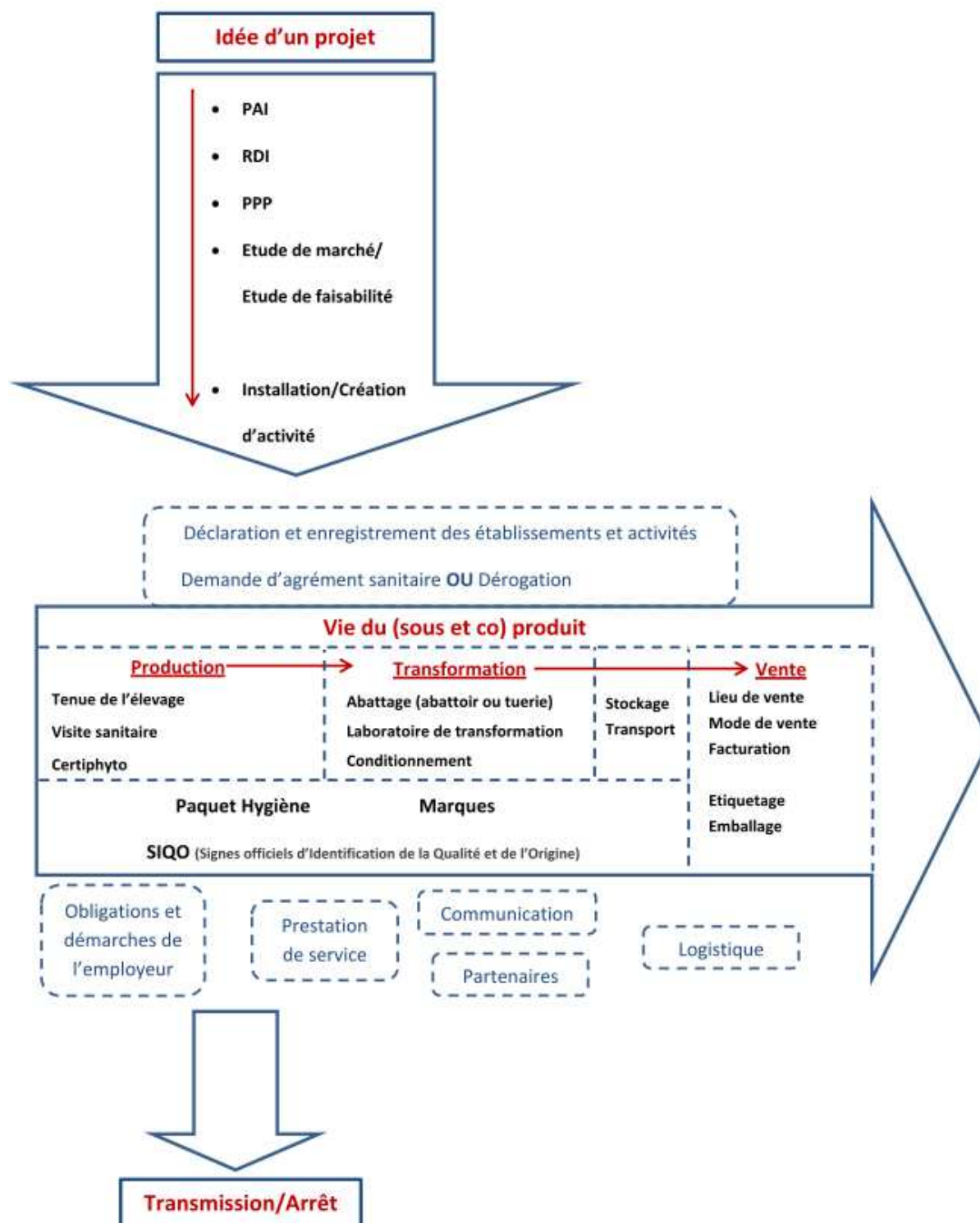


Figure 33 : Schéma conceptuel de la vie d'une entreprise agricole et de ses produits

5.1.4. La transformation agricole du territoire

La transformation agricole concerne plusieurs étapes et varie suivant les produits. Elle peut se résumer ainsi :

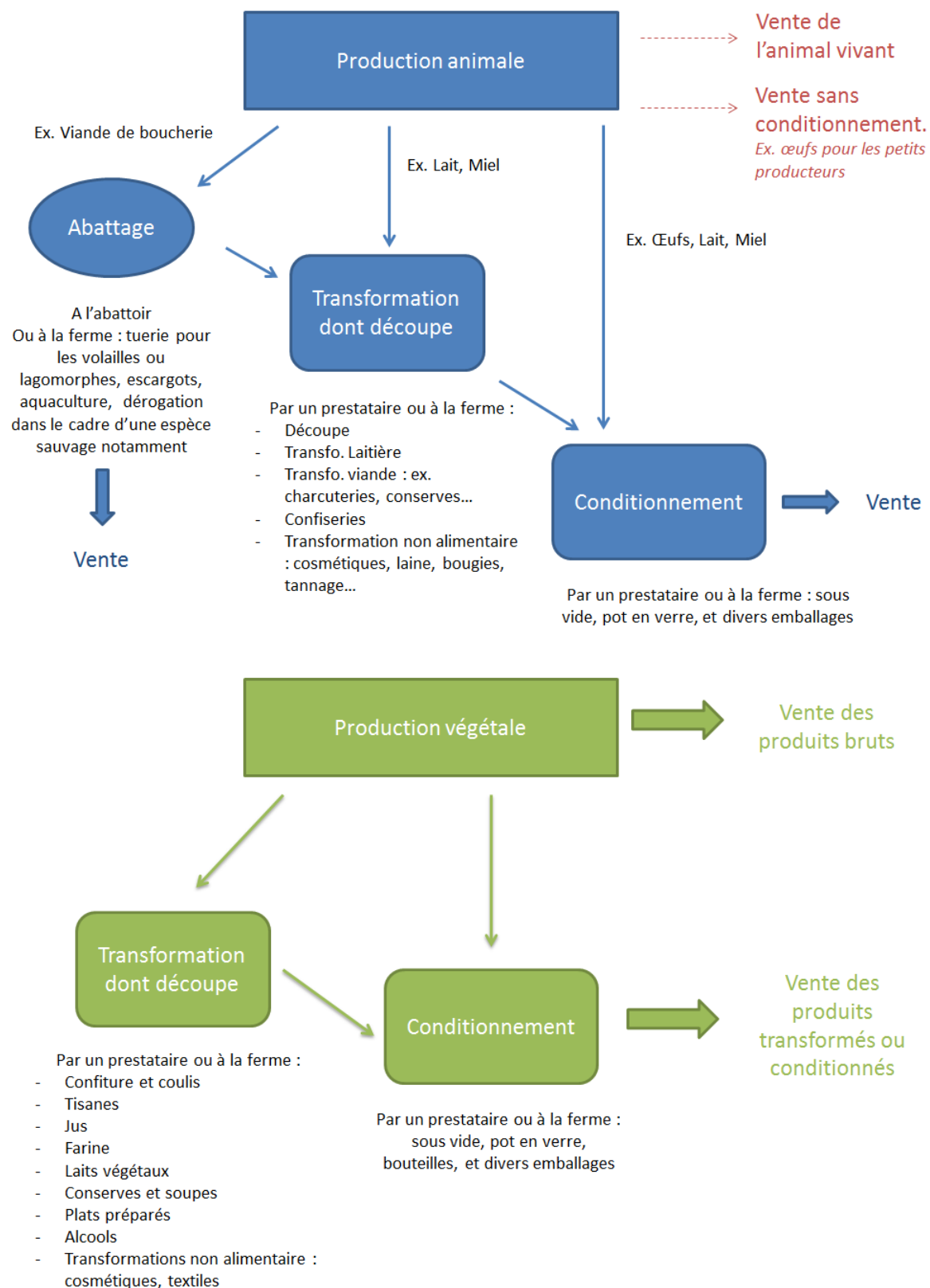


Figure 34 : Schéma de la transformation agricole selon la production

Transformation à la ferme sur le territoire du Doubs

En 2018, sur les 324 diversifiés en circuits courts du Doubs, et au vu de l'état de nos connaissances, 81 possèdent un atelier à la ferme (**Figure 35**) dont :

- 32 ateliers de transformation laitière : bovins (17), caprins (14), ovins (3)
- 20 ateliers de découpe et de transformation de viande : bovine (11), porcine (14), ovine (3)
- 19 tueries et atelier de découpe et de transformation de volailles et lagomorphes
- 1 atelier de découpe et de transformation sanglier
- 7 ateliers d'abattage, découpe et transformation d'escargots
- 3 ateliers d'abattage et de transformation piscicole
- 5 ateliers de transformations de fruits et légumes : confitures (5), sirop (2), jus (2), alcools et spiritueux (1)
- 4 ateliers de séchage de plantes aromatiques et médicinales
- 2 ateliers de transformations de produits cosmétiques (Huiles essentielles, macérâts huileux, hydrolats,...)
- 3 ateliers de transformation et conditionnement de miel
- 3 ateliers de conditionnements d'œufs
- 1 transformation de céréales (laits, farine, huile)

Parmi elles, 9 structures transforment 3 types de production ou plus. Cela concerne notamment les fermes auberges (45 %).

Ce sont donc 25 % des diversifiés en circuits courts qui effectuent une transformation ou le conditionnement de leurs produits à la ferme.

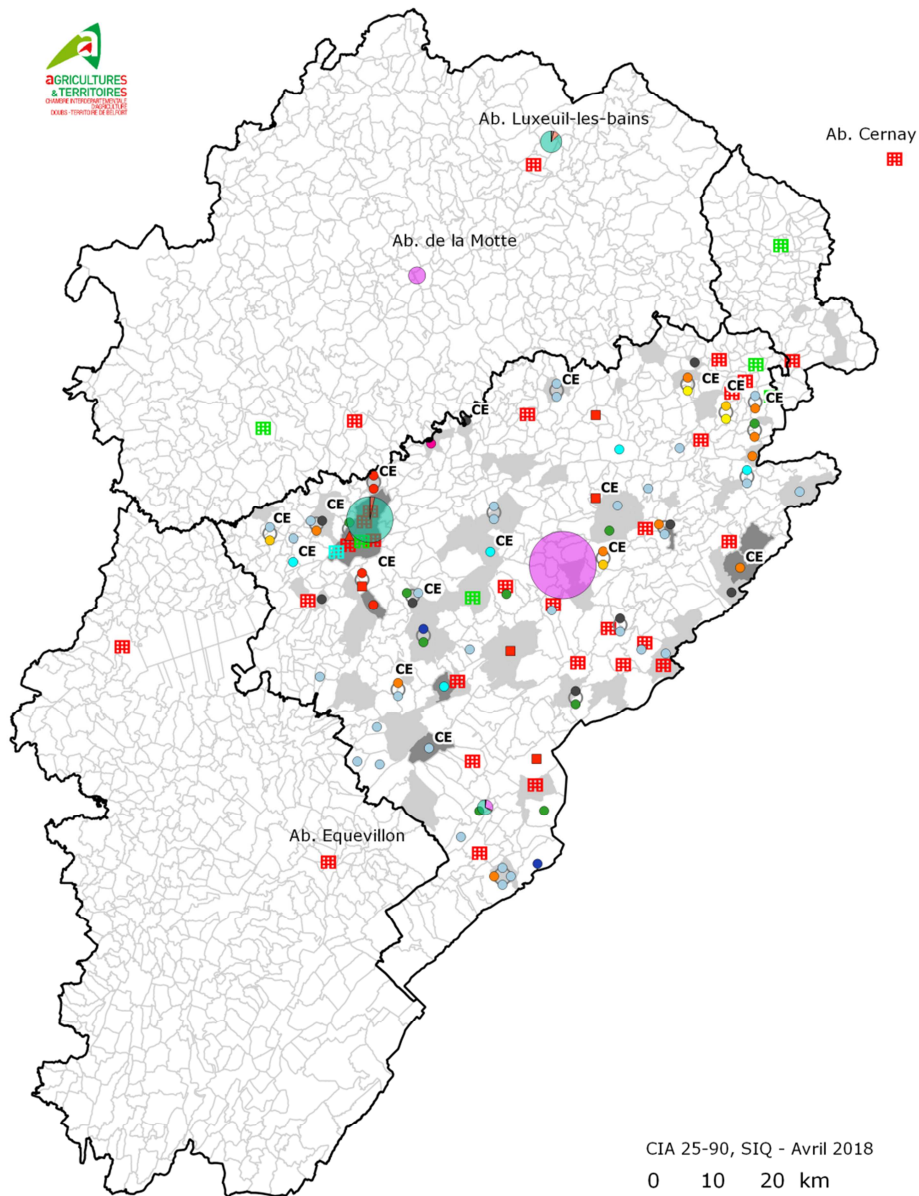
Le développement de cette activité à la ferme est variable et représente selon le type de production des EA professionnelles du Doubs, la part suivante :

- Transformation laitière à la ferme : 0.8 % des producteurs en bovins lait du territoire, 93 % des éleveurs de caprins du territoire (le dernier éleveur élève pour l'entretien paysager et la vente en vifs aux particuliers), 3.3 % des éleveurs d'ovins (et 21 % des éleveurs d'ovins en CC).
- Transformation de la viande de boucherie à la ferme :
 - o Soit 12 % des éleveurs de bovins viande
 - o Soit 11 % des éleveurs de porc tous circuits et 38 % des éleveurs de porcs en CC. Ce faible pourcentage s'explique notamment par la part importante de commercialisation pour la filière Morteau. L'atelier de production de porc est souvent associé à un atelier de production laitière. En CC, 4 EA sont spécialisées dans cette production (11 %).
 - o Soit 3.3 % des éleveurs d'ovins tous circuits et 79 % des éleveurs d'ovins en CC
- Selon notre connaissance, 73 % producteurs de volailles de chairs ou de lagomorphes possèdent des ateliers d'abattage, de transformation ou de découpe à la ferme. En ce qui concerne les producteurs d'œufs seul, et sous réserve des informations connues, seuls 8 % possèdent un atelier de conditionnement.
- La production maraîchage est principalement commercialisée en produits bruts une transformation peut néanmoins être réalisée via un prestataire (légumerie : lavage, épluchage, découpe) ou à la ferme. Cela représente une minorité des producteurs. La transformation à la ferme représente 7 % des producteurs totaux et 63 % des producteurs de fruits et petits fruits.

Début 2018 et d'après nos connaissances, 17 ont l'agrément CE qui leur permettent de :

- Transformer les produits d'autres agriculteurs (travail à façon)
- Louer ou mettre à disposition leur atelier
- Vendre leur produit en circuits long ou à plus de 80 Km

Cela concerne les productions suivantes : laitière (3), volaille de chair (6), conditionnement œufs (2), conditionnement miel (1), escargots (2), viande (5). Le travail à façon ou la location de ces ateliers n'est pas ou peu pratiqué.



CIA 25-90, SIQ - Avril 2018

0 10 20 km

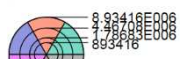


Légende

PRESTATAIRES, OUTILS COLLECTIFS TRANSFORMATION A LA FERME

Viande
Escargots
Produits végétaux

Abattoir



bovins
ovins
caprins
porcins
équides
autres

viande bovine
viande porcine
viande ovine
volailles
escargots
piscicole
conditionnement oeufs
lait
miel
céréalières et laits végétaux
jus de fruits, confitures
diversifiée

nombre de producteurs de gros bétails par commune

0
1 - 3
4 - 6

Figure 35 : Localisation des acteurs principaux de transformations du Doubs issus de l'enquête (transformation à la ferme, prestataires et outils collectifs utilisés (hors fruitières et coopératives laitières) en 2017. (Source : CIA 25-90, et Agreste enquête abattoirs 2014)

Le Centre d'Etude et de Ressources sur la Diversification (CERD) a réalisé plusieurs études à ce sujet et les fiches produites offrent des renseignements précieux sur les moyens nécessaires (humain, temps, investissement financier) :

- Produire et commercialiser de la viande ovine en circuits courts
- Produire et commercialiser de la viande bovine en circuits courts
- Produire et commercialiser des porcs en circuits courts
- Produire et commercialiser des produits bovins laitiers en circuits courts
- Développer une activité de valorisation de légumes et petits fruits en circuit courts
- Produire des volailles destinées aux circuits courts de commercialisation
- Fiches diversifiés, actualisés annuellement consultables sur le site internet du CERD.

L'investissement financier dans un atelier de ce type dépend de l'importance des équipements (et de fait de l'agrément sanitaire), du type de production et de la configuration de l'exploitation. A titre d'exemple, dans le cadre de la transformation de viande porcine, l'investissement médian est de 80 000 euros environ (variant de 12 000 euros à 400 000 euros). Dans le cadre d'un atelier d'abattage de volaille à la ferme, celui-ci varie entre 20 000 (tuerie) et 120 000 euros (abattoir CE).

Du côté des moyens humains et de temps, plusieurs variables sont à considérer :

- Pratique en production
- Type de produit
- Volume transformé et compétence
- Logistique
- Equipement et organisation
- Degré d'élaboration des produits
- Type d'atelier utilisé : prestation, location, atelier collectif ou à la ferme

Prestataires, outils collectifs ou location d'atelier

Ceux qui ne possèdent pas d'atelier à la ferme passent généralement par un prestataire, utilisent un atelier collectif ou louent un atelier. La **Figure 35** localise les acteurs principaux en circuits courts du territoire. 135 transformateurs (recherche sous le terme de « préparateurs » sur le site internet) sont référencés sur l'annuaire de l'agence bio.

La filière viande

24 abattoirs sont présents en région Bourgogne-Franche-Comté. La moitié des volumes abattus concerne des bovins de provenance régionale (60 %). Le porc correspond à 11 % des volumes abattus. 10 abattoirs assurent également la transformation dont 2 sont spécialisés et localisés à Valdahon dans le Doubs (La Chevillote) et Pusey en Haute-Saône (Abattoir de la Motte). Les autres productions abattues restent marginales. L'abattage de volailles correspond à 38 % des volumes régionaux. 73 % des volaillers du Doubs ont leur propre atelier à la ferme, ils utilisent donc peu ou pas ces outils collectifs. Pour les autres, les abattoirs de volailles les plus proches sont situés en Alsace et en Saône et Loire. Un abattoir de volaille halal est présent sur Besançon.

Retour sur l'enquête : Les abattoirs hors département cités par les répondants sont :

- Luxeuil-les-Bains (70) – Utilisation selon les volumes, notamment par les éleveurs du Nord-Est du Doubs et du Territoire de Belfort
- Cernay (68) – Idem précédemment.
- Equevillon (39)

Le choix de l'abattoir dépend de la proximité à l'exploitation et du transport (prestation associée ou non) ainsi que des prix associés au nombre de bête abattue. Certains assurent également la découpe et la transformation du produit. Pontarlier développe

actuellement un atelier de découpe pour le développement de la vente de viande en caissette (service de conditionnement sous vide).

D'autres prestataires spécialisés sont également présents sur le territoire (35 établissements en 2017 selon l'INSEE : code APE 1013 : Préparation industrielle de produits à base de viande et charcuterie).

Un des acteurs incontournable de la région est la coopérative Franche-Comté élevage spécialisé dans le négoce d'animaux vivants et la gestion des abattoirs et des ateliers de découpes. Ils valorisent la filière viande régionale et des filières de qualité (Montbéliarde qualité, Bœufs de Nos Régions, Agneaux de nos contrées, Porcs et Bœufs Franc-Comtois,...). Sur le Doubs, 3 sociétés sont présentes : la Société Bisontine d'Abattage, la SICA de la Chevillote et les Eleveurs de la Chevillote.

Des bouchers locaux peuvent pour certain, également assurer cette transformation (118 établissements en 2017 sur le Doubs selon l'INSEE : code APE 4722Z : commerce de détail de viandes et produits à base de viande, *Figure 36* et *Figure 37*).

Les structures évoquées lors de l'enquête sont :

- Presta Découpe Viande à Boussières
- La Chevillote à Valdahon
- Saveurs du Terroirs à Chaffois
- Boucherie Paillard Frères à Labergement-Sainte-Marie
- Boucherie Pagnot à Besançon
- Salaisons Comtoises, Belleherbe
- Cernay (68)
- Equevillon (39)
- Vosges Saonoise Viande, à Sant-Sauveur (70)

Nous avons également connaissance des structures suivantes (listes non exhaustive) :

- SARL Patrice CARQUILLE à Besançon
- Pro Viande à Besançon
- MAISON POINSOT à Besançon
- Tuyé de Mésandans
- Tuyé du papy Gaby à Gilley
- Au doux Fumé à Maîche
- Maison Noel Myotte à Fournets Luisans
- Renaudot Ph. Salaisons aux Fins
- Haute Loue Salaisons à Longevelle
- JL Amiotte à Avoudrey
- Morteau saucisse à Morteau
- Chapuis Salaisons à Morteau
- Maison Barbier à Pont-de-Roide-Vermondans
- SARL Mercier père et fils à Valentigney
- Charcutier Decreuse à La-Cluse-et-Mijoux
- Bonnet, La triflerie à Boulton (70)
- Salaisons de Franche-Comté à (90)
- Clavieres Viandes à Dole (39)

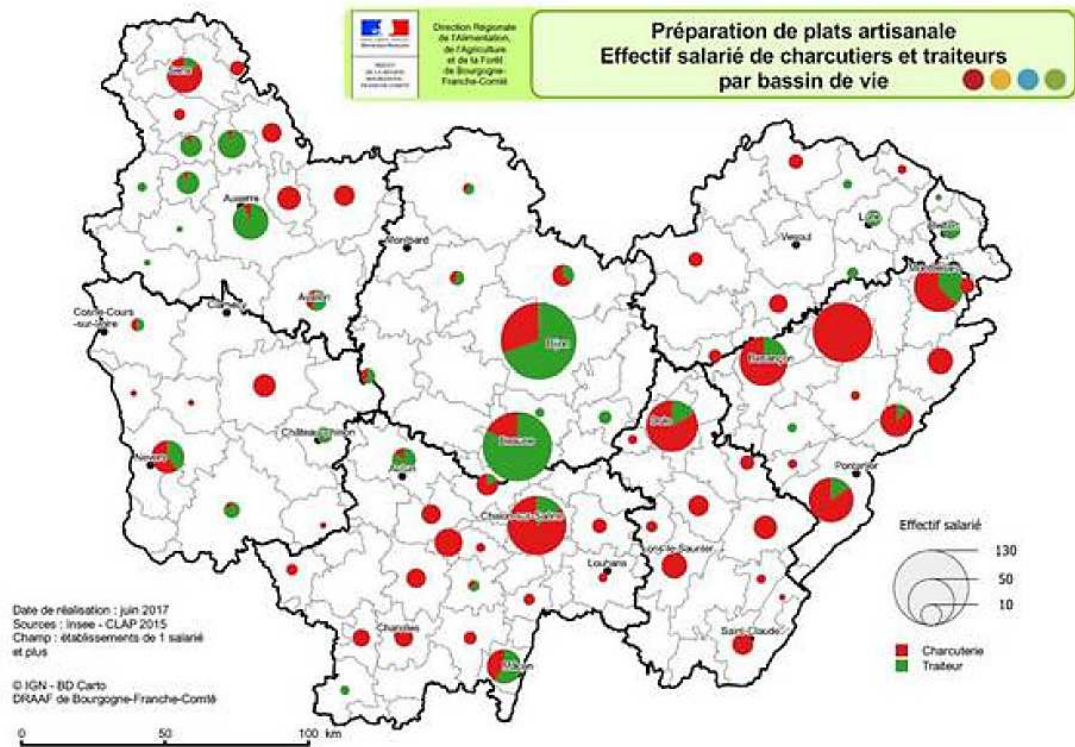


Figure 36 : Préparation de plats artisanaux : Effectif salarié de charcutiers (en rouge) et traiteurs (en vert) par bassin de vie. (Source : DRAAF - SRISE, 2017)

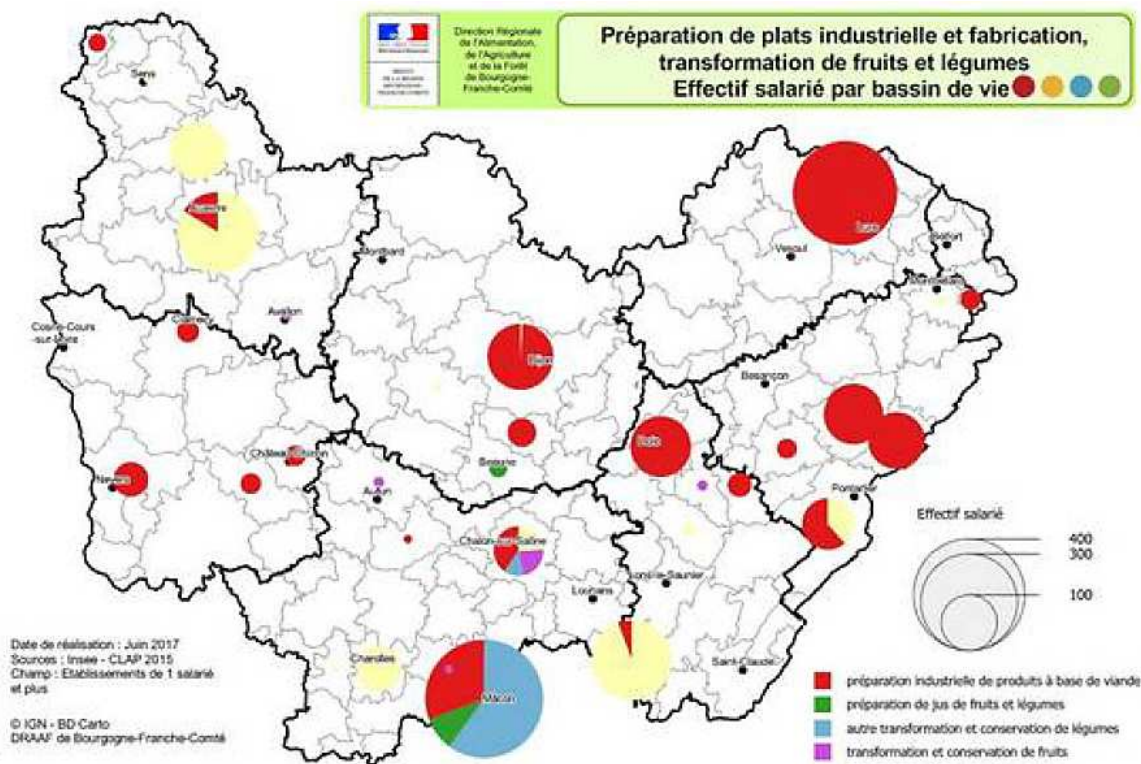


Figure 37 : Préparation de plats industriels : Effectif salarié par bassin de vie selon le produit (rouge : à base de viande, vert : jus de fruits et légumes, bleu : autre transformation et conservation de légumes, violet : transformation et conservation de fruits, jaune : fabrication de plats préparés). (Source : DRAAF - SRISE, 2017)

La filière céréales

Nous n'avons pas eu de retours d'utilisation d'outils collectifs ou de prestataires via l'enquête.

Selon la base SIRENE, 284 établissements ont une activité de transformation pâtissière, boulangère ou de pâtes alimentaires (code APE 1071C, D et 1072Z, **Figure 38**). Parmi celles-ci 56 sont référencées sur l'annuaire de l'Agence bio.

3 minoteries sont présentes dans le Doubs, il s'agit de :

- Moulin de l'Abbaye (EURL) à Mancenans
- SARL Dornier à Bians les Usiers (réalise une partie de leurs productions en agriculture biologique)
- Le moulin Toussaint SAS à Arc-et-Senans

D'autres structures sont présentes dans les départements voisins, notamment dans le Jura tels que Mignot (SA) à Vaux Sur Poligny, Dijon Céréales Meunerie à Vincelles, Julien Chevalet à Mignovillard, Moulin Taron à Chaussin, Moulin du Val D'Amour à Vaudrey, minoteries Sauvini à Patornay ou le moulin de Parcey.

Une structure est présente sur le Territoire de Belfort, il s'agit du Moulin Thuriot à Bethonvilliers et nous pouvons également citer l'entreprise Foricher-Moulins Dormoy à Fougerolles (70).

La Coopérative Agricole Terre Comtoise à la Hays est également un acteur important de cette filière.

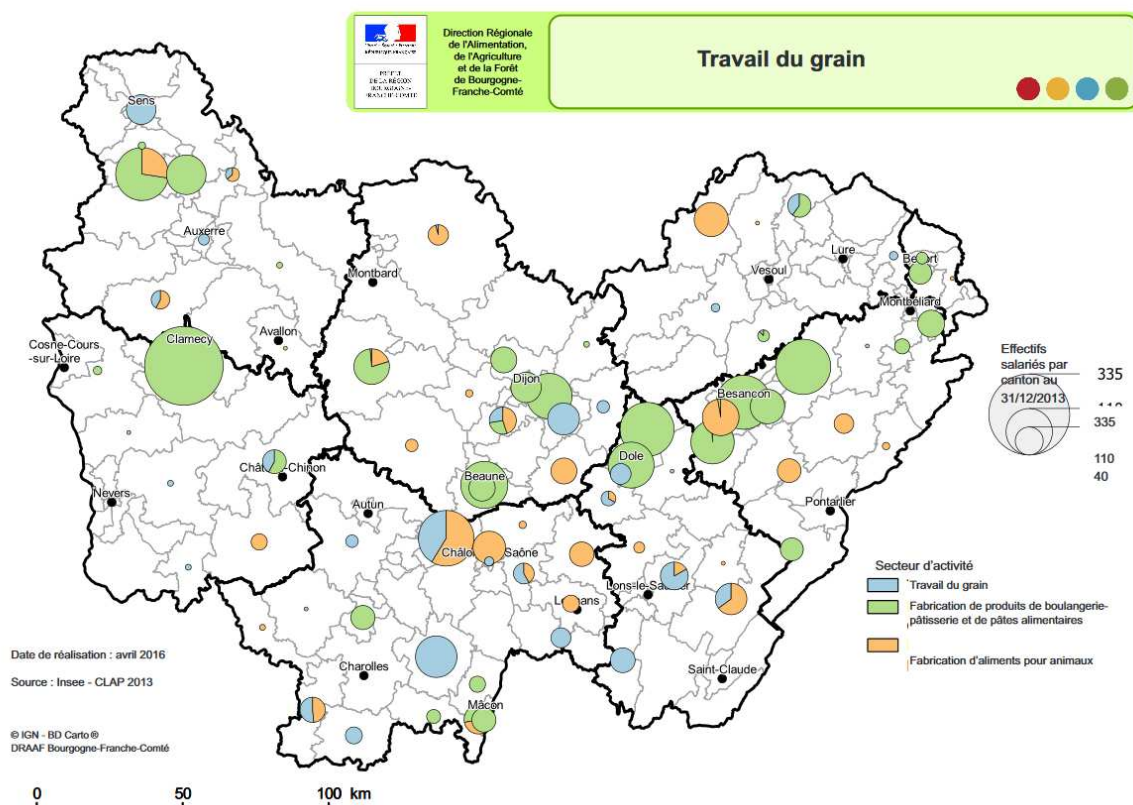


Figure 38 : Localisation des IAA filières céréales. (Sources : CLAP 2013 INSEE ; DRAAF BFC, 2016)

Une filière brassicole bio est en cours de structuration autour de Besançon afin d’approvisionner les microbrasseries régionales (orges maltés, houblons). Il s’agit d’un projet qui est accompagné par InterBio. Dans le Doubs 16 structures sont référencées sur les pages jaunes.

Fruits et légumes

Aucune structure n’est recensée en ce qui concerne les légumes (**Figure 37**), pourtant des légumeries sont présentes sur le territoire et les principales recensées sont :

- Les structures de l’ADAPEI du Doubs : AST d’Etupes et ESAT de Besançon
- La Damassine à Vandoncourt (également utilisé pour la transformation de miel)
- l’ESAT la Bergerie à Etalans (Solidarité Doubs Handicap)
- l’AFSAME à Gy (70)
- L’ESAT du Territoire de Belfort à Belfort (90)

Une entreprise locale la SAPAM, grossiste en fruit et légume réalise également une activité de transformation via sa marque « l’atelier du primeur » en Provence.

Plusieurs projets de légumerie ou conserverie sont en cours de réflexion sur le territoire du Doubs : secteur PMA, Grand Besançon, Pontarlier (PREVAL du Haut-Doubs).

Filière laitière (source : Agreste, chiffre clé du lait 2016, 2018)

La Filière lait représente dans le Doubs 102 établissements laitiers pour 1 145 salariés (86 % d’entre eux assurent la collecte et la livraison, 11 % assurent uniquement la transformation et 3 % assurent uniquement la collecte). 72.5 % sont des coopératives.

Ce sont généralement de petits établissements collecteurs (89 % à moins de 10 millions de litres de lait). Depuis les années 80, le nombre d’établissement a diminué de 60 %. Le Doubs réalise la moitié de la collecte de lait régionale (**Figure 39**). 30 entreprises (dont 93 % sont fabricants affineurs) assurent l’affinage du Comté dans le Doubs.

14 établissements collectent ou fabriquent de produits laitiers certifiés AB.

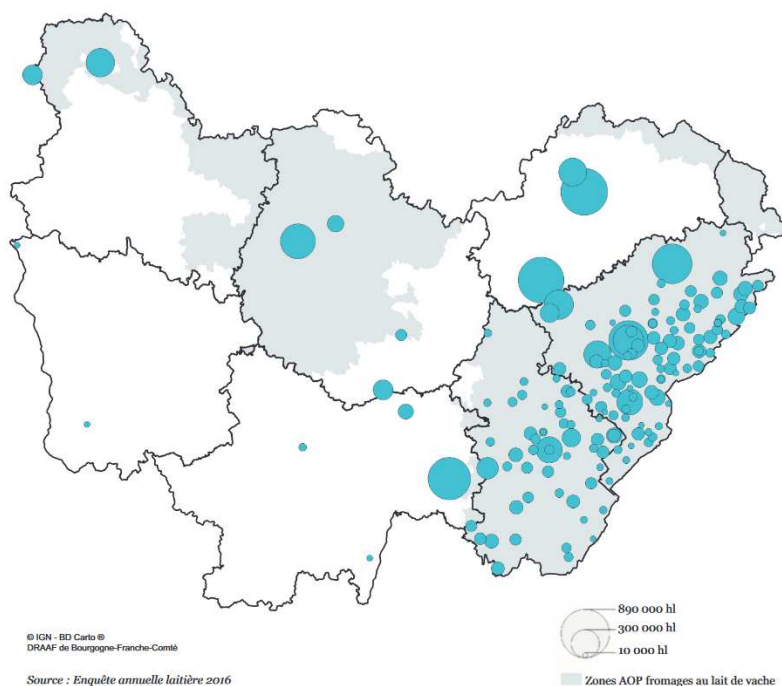


Figure 39 : Etablissements laitiers en Bourgogne-Franche-Comté selon le volume de collecte (source : Agreste, Chiffre du lait 2016, 2018)

Plus de 1 979 producteurs (environ 90 % en AOP, 3.8 % sont en bio) livrent 586 millions de litres de lait pour plus de 99 740 vaches laitières (en moyenne 50 vaches par exploitation et 296 000 litres de lait annuel, dont 2.9 % en bio). La quasi-totalité du lait du Doubs est livrée dans le département (*Figure 40*).

Destination du lait

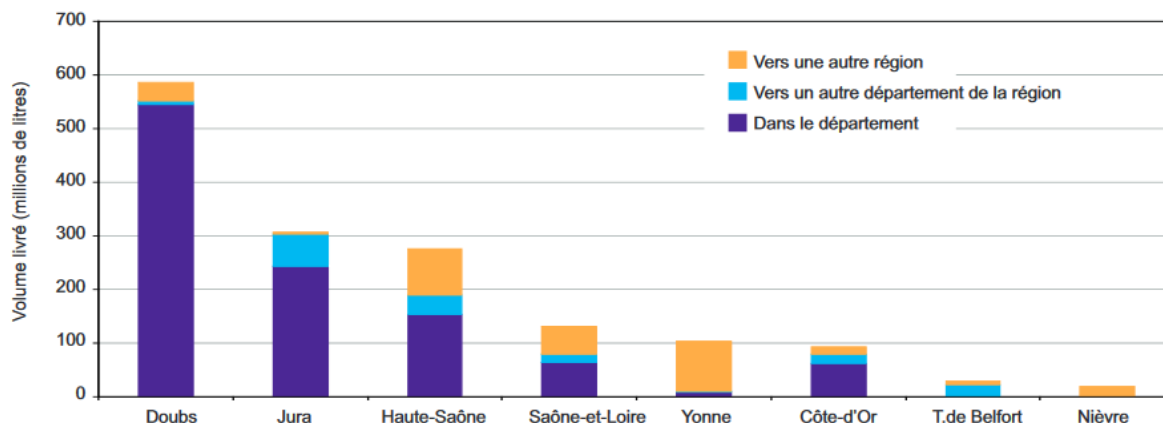


Figure 40 : Destination du lait produit par département (source : Agreste, Chiffre du lait 2016, 2018)

98 % du lait collecté est transformé en fromage à pâtes pressées cuites notamment en Comté (95 % des établissements, 90 % font du Comté), en fromage à pâtes pressées non cuites notamment en Morbier (27 % des établissements), en fromage à pâtes molles notamment en Mont d'Or (9 % des établissements), en fromages fondus (0.5 %).

63 % des établissements produisent également des produits frais. Presque ¼ de la production française de pâtes pressées cuites est réalisée en région.

Les productions régionales de produits laitiers biologiques sont essentiellement les yaourts et desserts lactés, et les pâtes pressées cuites.

Un projet collectif de création d'une laiterie Bio est porté par 9 producteurs de l'association des Paysans Bio Doubs Central.

Zoom sur l'enquête : Les Freins évoqués au développement de cette activité à la ferme (Figure 41)

Les Freins principaux évoqués sont :

- la charge de travail trop importante 35 %
- la complexité de la réglementation 27 %
- et l'importance des investissements 23 %

Un quart des répondants ont précisé leurs besoins. Ils ont évoqué :

- des aides financières pour l'achat de matériels : ex. Autoclave, remorque frigo
- avoir un minimum de volume vendu en direct pour rentabiliser l'investissement
- accès au foncier pour la création du bâtiment de transformation
- un besoin d'accompagnement sur certaines démarches de prises d'informations
- une aide sur la communication et la recherche de clientèle
- besoin de personnel qualifié techniquement pour cette nouvelle activité
- le besoin de réaliser des actions collectives pour sortir des freins évoqués précédemment.

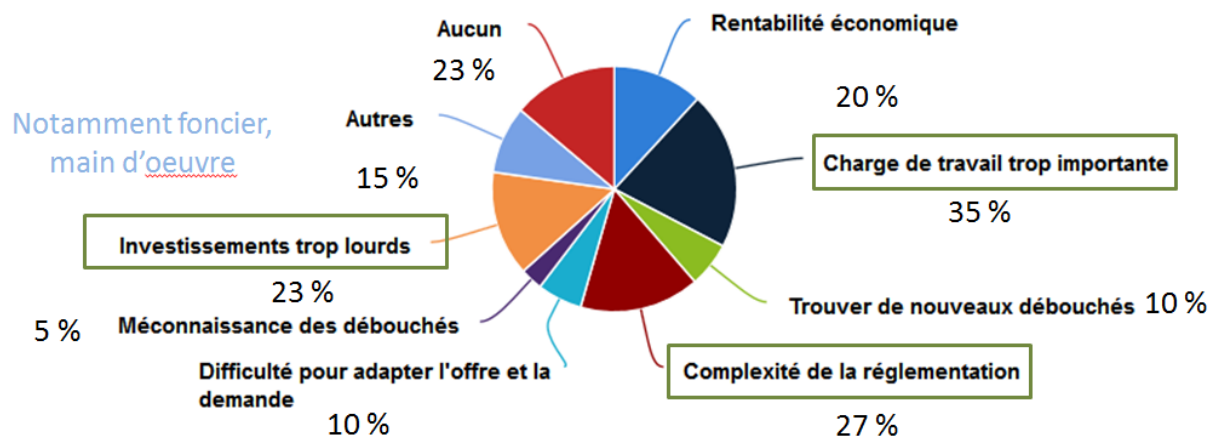
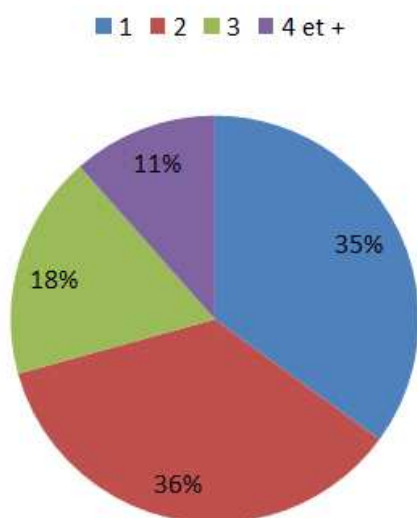


Figure 41 : Retour au questionnaire : Quels sont les freins rencontrés au développement d'un atelier de transformation à la ferme ? (60 retours)

5.1.5. Les modes de commercialisation et de vente des produits

62 % des diversifiés (324) pratiquent les circuits courts, et 96 % d'entre eux font de la vente directe.



La plupart des diversifiés ont plusieurs débouchés pour la commercialisation de leurs produits (**Figure 42**).

Les 3 circuits principaux sont : la vente à la ferme (80 %), les marchés (23 %) et les magasins spécialisés ou de proximité (18 %). 15 % des diversifiés approvisionnent la restauration collective et 11 % les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS). 9 % vendent leurs produits dans des points de ventes collectifs. La vente d'animaux en vifs (2 %) est également pratiquée soit à destination de particuliers (mouton pour les fêtes religieuses), bouchers ou grossistes.

Le réseau de fruitière peut être un débouché potentiel pour la vente des produits locaux. Certains l'utilisent déjà, et ils sont inclus dans la catégorie « magasins spécialisés ou de proximité ».

Figure 42 : répartition des exploitations diversifiées suivant le nombre de circuits de commercialisation utilisés

Le développement de la vente de légumes sur les marchés nécessite une vigilance accrue pour limiter la saturation du débouché et la concurrence sur des produits identiques notamment sur certains secteurs tels que le Pays de Montbéliard Agglomération.

Les grossistes qui ont été évoqués via l'enquête sont les suivants :

- Territoire Viande à Vieux Charmont
- Frères Belot à Besançon
- Océans et terroirs à Besançon
- Servidis à Vieux Charmont
- Franche-Comté Elevage (la chevillotte)
- Est Volaille à Anjoutey (90)
- Grevillot Brebotte (90)

Nous pouvons également citer pour les fruits et légumes la SAPAM.

De nouveaux modes de commercialisation sont pratiqués par les producteurs : vente par internet/correspondance (8%), intermédiaire en e-commerce (5 %), livraisons (3 %). Près de la moitié des répondants serait intéressé par les débouchés de la restauration collective et commerciale.

La carte ci-dessous localise les points de ventes à la ferme et les magasins de producteurs. La répartition sur le territoire est assez homogène, le centre du département dispose d'une offre moins dense et diversifiée (**Figure 44**).

Zoom : Retour de l'enquête : quels sont les freins et les besoins ?

D'après notre enquête, 25% des producteurs n'ont pas rencontrés de freins à la commercialisation de leurs produits (vente de tous leurs produits, ou production insuffisante). Pour les autres les raisons évoquées sont : la charge de travail, le fait de trouver de nouveaux débouchés ou la difficulté pour adapter l'offre et la demande (gestion des stocks, avoir suffisamment de produits/diversité pour satisfaire le client,...) (**Figure 43**).

40 % des répondants ont précisé leurs besoins. Ils ont évoqués :

- l'obtention d'un agrément CE : ce qui implique des investissements importants et donc ils ont besoins d'aides financières.
- la mutualisation d'équipements ou la mise en place d'organisation collective sur commercialisation point de vente collectifs, livraisons groupées,...) ont été évoquées
- le besoin en formation : informatique, communication, réglementation.
- la nécessité d'être aidés pour communiquer ou faire de la publicité sur leurs produits. Connaître la clientèle et ses besoins.
- l'intérêt de développer de nouveaux débouchés : restauration commerciale, drive fermier
- l'importance de reconnaître le statut du petit producteur.
- l'importance de pouvoir valoriser tous les morceaux de la bête produite

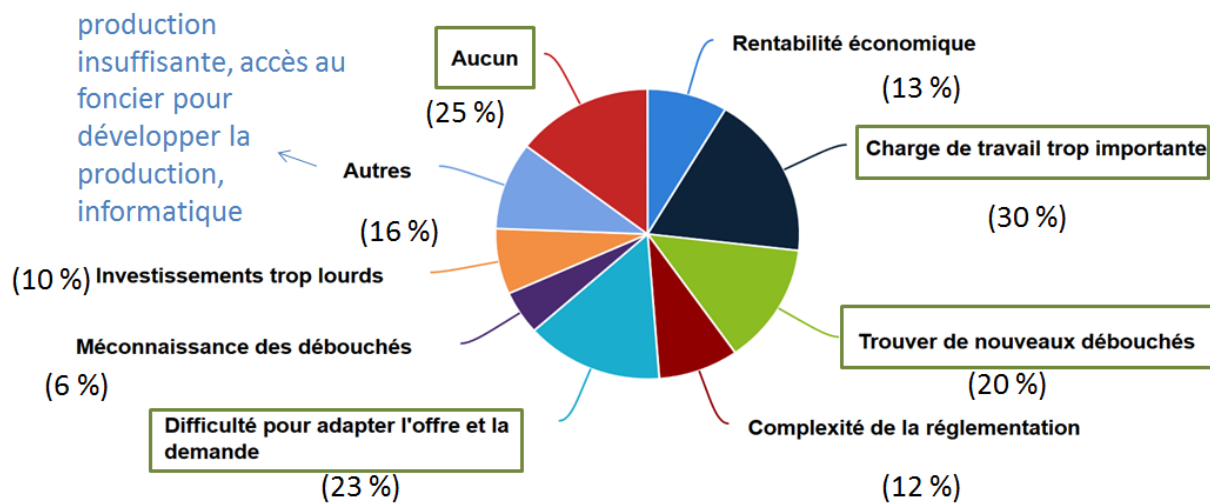


Figure 43 : Retour au questionnaire : Quels sont les freins rencontrés au développement de la commercialisation de vos produits via les circuits courts ? (60 retours)

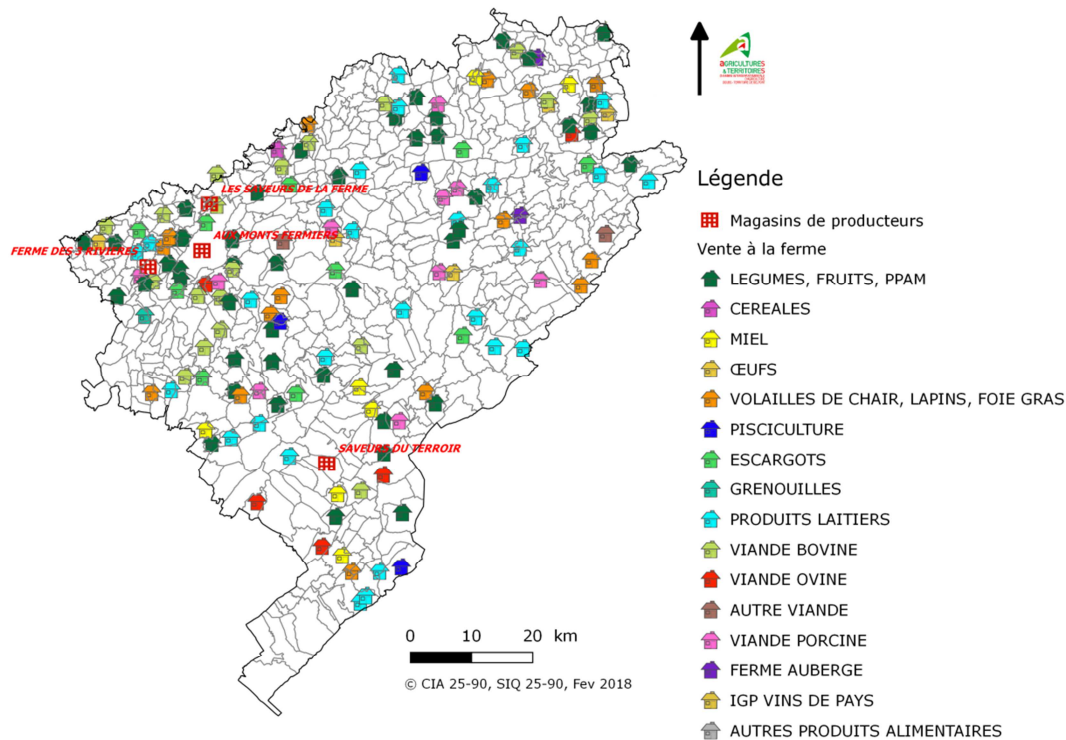


Figure 44 : localisation des points de vente à la ferme et des magasins de producteurs connus sur le Doubs fin 2017

5.1.6. Organisation logistique et communication des producteurs (retours de l'enquête)

Le transport

Les retours au questionnaire sur cette thématique ne permettent pas d'exploiter finement ces résultats.

L'organisation est variable selon les filières et la réalisation d'une transformation du produit brut. Pour la filière viande, 75 % réalisent le transport de leurs animaux vers l'abattoir, environ 50 % passent par un prestataire pour la transformation (28 concernés). Lorsque le transport est réalisé par un prestataire, il s'agit souvent d'un service de l'abattoir ou du transformateur. L'organisation varie pas ou peu (64 % des répondants). Il n'y a pas d'organisation logistique collective structurée. Seules quelques initiatives locales peuvent être notées.

Certains producteurs d'e-commerce (ex Place du Local, Poirier gourmands,...) assurent le stockage, le transport et la vente des produits aux clients.

Communication et Marketing

Les modes principaux de communication utilisés sont le bouche à oreille (80%), l'organisation de visite à la ferme (40 %), l'utilisation des réseaux sociaux (40%), de site internet (37 %), ou la participation à des événements ou des manifestations (23 %).

D'autres réalisent des opérations de dégustations de leurs produits, des tirages aux sorts avec gain de lot par exemple, des contacts via les comités d'entreprises,...

Les difficultés principales que rencontrent les producteurs pour promouvoir leurs produits sont le manque de temps, des contraintes économiques ou une méconnaissance des techniques de communication. Globalement, sur les 60 retours que nous avons obtenus, 42 % ne sont pas confrontés à des freins pour communiquer. (**Figure 45**)

Les besoins évoqués sont la réalisation de formation sur la thématique et en informatique. Un producteur évoque la nécessité de mettre une personne à charge spécifiquement sur cet aspect du métier.

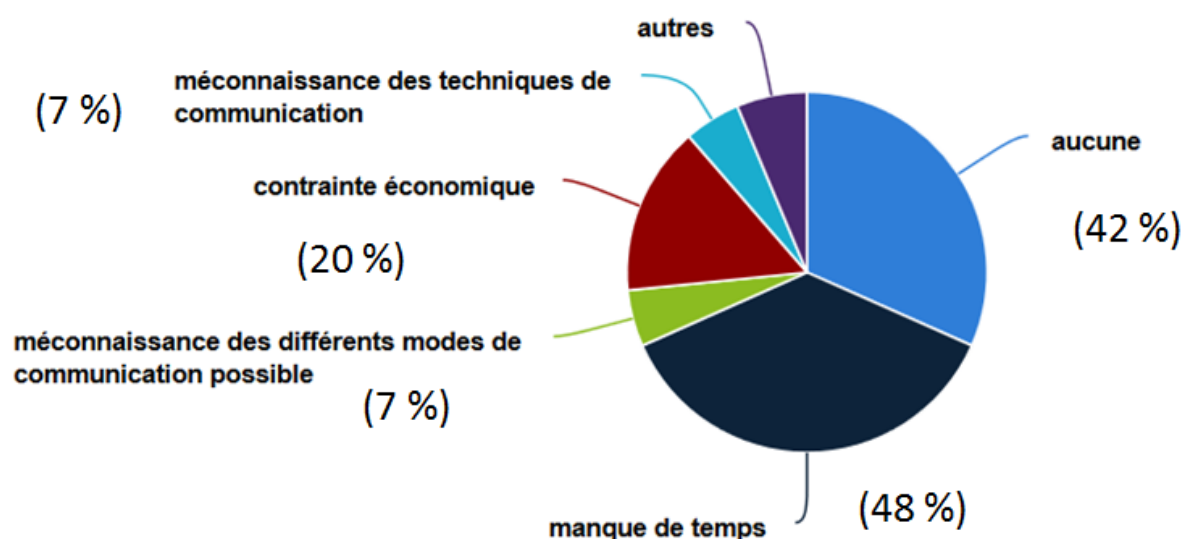


Figure 45 : Retour au questionnaire : difficultés que vous rencontrez pour promouvoir vos produits ? (60 retours)

Dans le cadre de la restauration collective (notamment utilisation de la plateforme Agrilocal), les producteurs peuvent répondre à des appels d'offres. Parmi les 60 répondants, seuls 20 ont déjà réalisé ce type de démarche administrative. La moitié n'a pas rencontré de difficultés. Les autres évoquent les freins suivants :

- délai de réponse peu adapté notamment au niveau de la livraison (21 %)
- méconnaissance des procédures de réponses (25 %)
- concurrence déloyale (2 %)
- tarifs trop bas (2 %)

Certains producteurs font le choix d'intégrer un réseau pour améliorer leur visibilité ou pour obtenir un service. Sur le département, nous pouvons citer pour les principaux : Bienvenue à la Ferme (64 membres en 2017), le réseau de cocagne, InterBio, l'Annuaire bio de l'Agence bio (228 inscrits pour le Doubs au 07/08/2018), les ruches qui dit oui, place du local, Agrilocal (72 inscrits en 2017), Made in chez nous,...

5.1.7. Mutualisation et démarche collaborative (retours de l'enquête)

Un des leviers possible à certains freins est la mise en place de démarches collaboratives : mutualisation des équipements, minimisation des frais, gain de temps, logistique,...

Lors de l'enquête, nous avons sondé les producteurs sur leurs intérêts à la réalisation de telles démarches et 50 % y sont favorables à différentes étapes : transformation, vente, transport, communication (Figure 46).

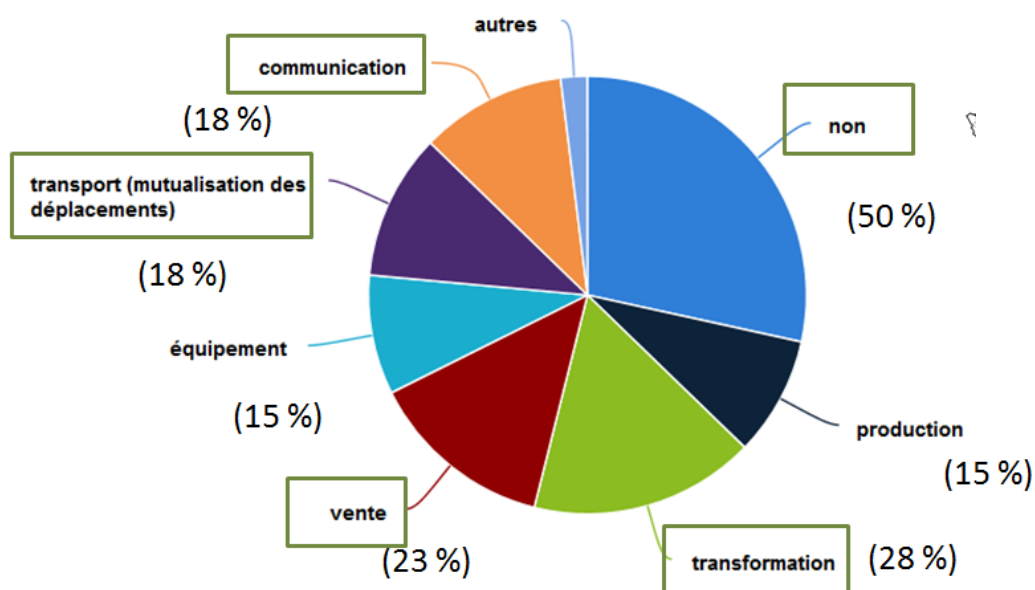


Figure 46 : Retours au questionnaire : souhaitez-vous développer des démarches collaboratives et si oui à quelle(s) étape(s) ? (60 retours)

Les producteurs intéressés par ce type de démarche sont localisés plutôt dans le secteur de Montbéliard (en lien avec une représentation plus importante de ce territoire dans les répondants) et le secteur de la CAGB qui fait déjà l'objet d'une démarche de Plan Alimentaire Territorial (Figure 47). S'ajoute également un projet de transformation de lait bio porté par les Paysans bio Doubs Central. La localisation de cet outil collectif est encore à préciser.

Les facteurs clefs de réussite des projets collectifs sont le facteur humain, le dynamisme et la réceptivité des participants à ce type de démarche.

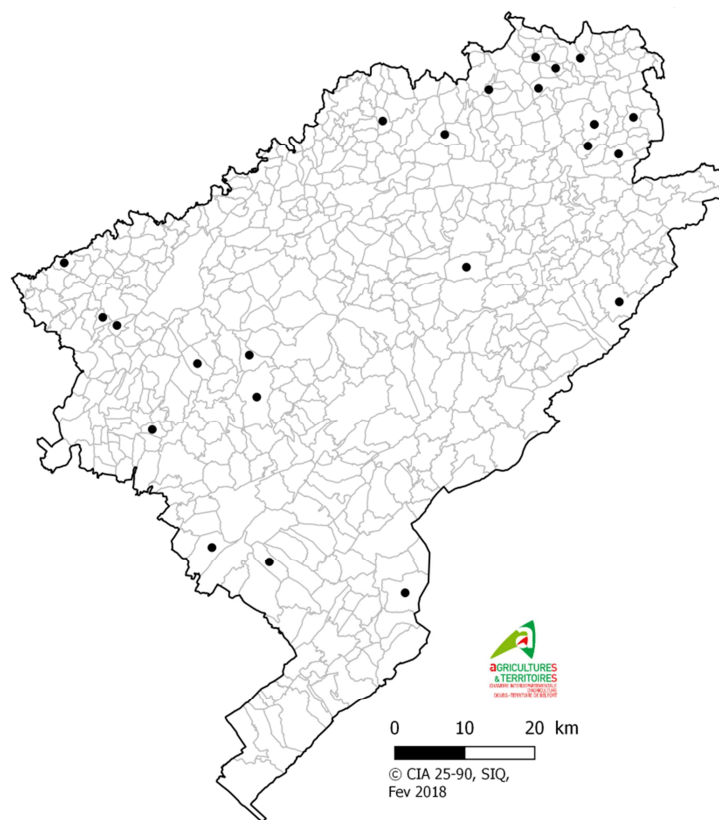


Figure 47 : Localisation des 26 producteurs ayant manifesté lors de l'enquête de leur intérêt pour des démarches collaboratives.

5.2. Bassin de vie

5.2.1. Contexte socio-économique du territoire

Pour mémoire, le Doubs comptabilise 576 communes au 1^{er} janvier 2018, pour une population totale de 537 753 habitants en 2016 (35 % de la population régionale) présents majoritairement en unités urbaine (65 % de la population localisée au sein de commune de plus de 2000 habitants). La surface totale du département est de 525 890 Ha avec une densité de population de 102.2 habitants/Km² (**Figure 48**).

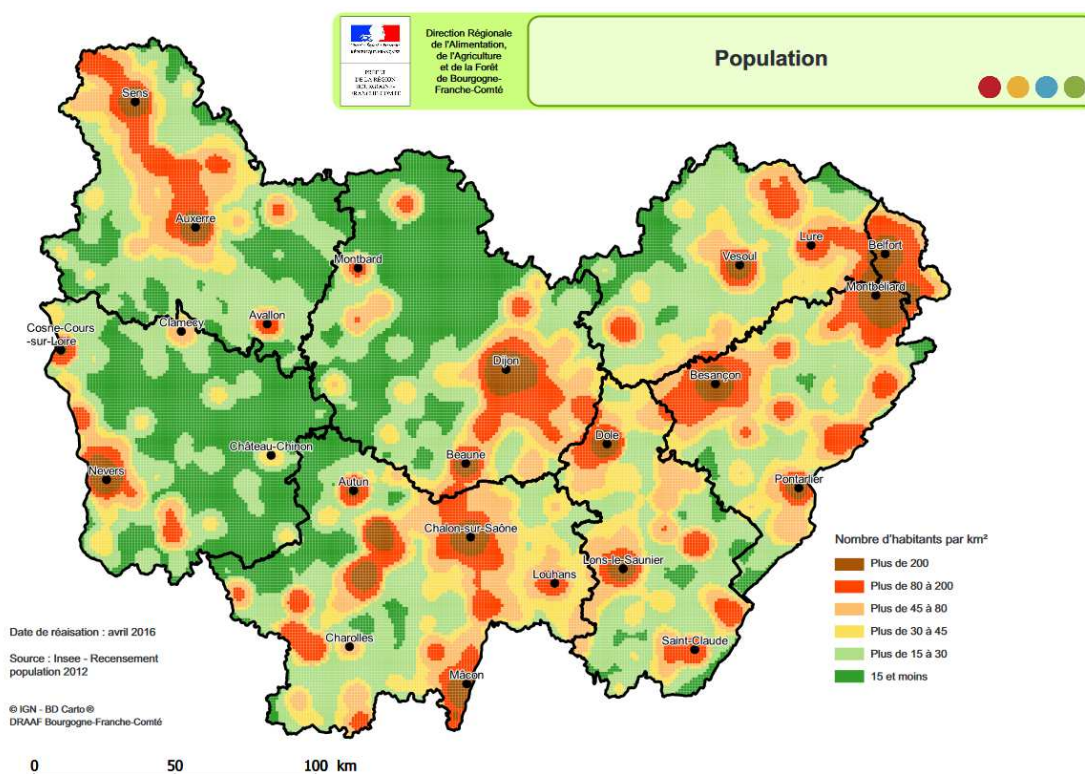


Figure 48 : Répartition de la population régionale, source : DRAAF, issu du recensement 2012)

Les zones d'influences du département sont situées autour des villes principales : Besançon, Montbéliard et Pontarlier (**Figure 49**). L'emploi du Doubs est concentré dans les deux aires urbaines de Besançon et de Montbéliard avec plus de 163 000 emploi (soit 75 % des emplois, source : Agreste, Atlas Bourgogne Franche-Comté 2016). L'aire d'influence de Besançon s'étant jusque dans le sud de la Haute-Saône et à l'est du Jura et celle de Montbéliard se confond avec celle de Belfort.

Les campagnes autour des villes et les vallées urbanisées sont marquées par une forte artificialisation et croissance résidentielle depuis 30 ans (Agreste, Atlas Bourgogne Franche-Comté 2016). Ces communes concentrent 20 % des emplois. Le centre du département est marqué par une économie locale et agricole (Pays Doubs Central, Portes du Haut Doubs). (**Figure 50**)

Le Doubs présente globalement une croissance démographique positive entre 2006 et 2014 (C.CHARTON, INSEE Analyses, 2018). Le secteur de Montbéliard quant à lui connaît une diminution de la population. (**Figure 51**).

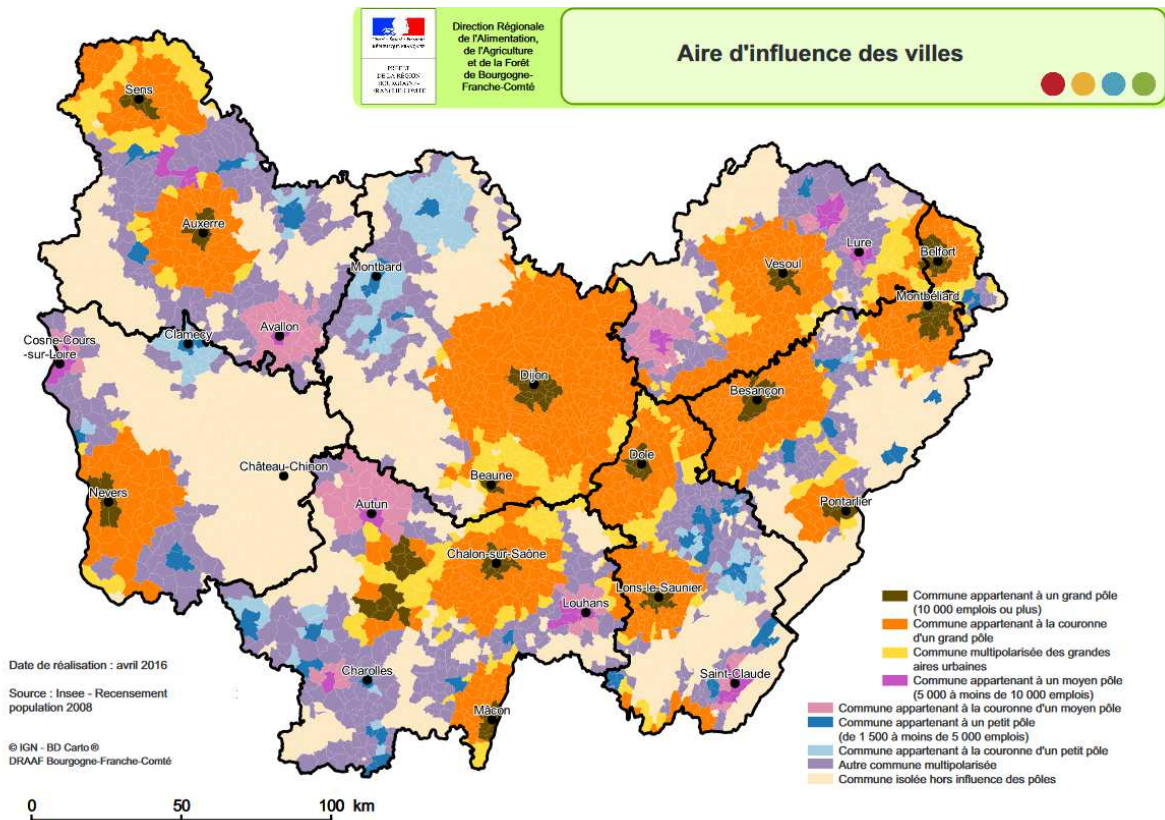


Figure 49 : Aire d'influence des villes : aires urbaines et pôle d'emplois, source : DRAAF, issu du recensement 2008

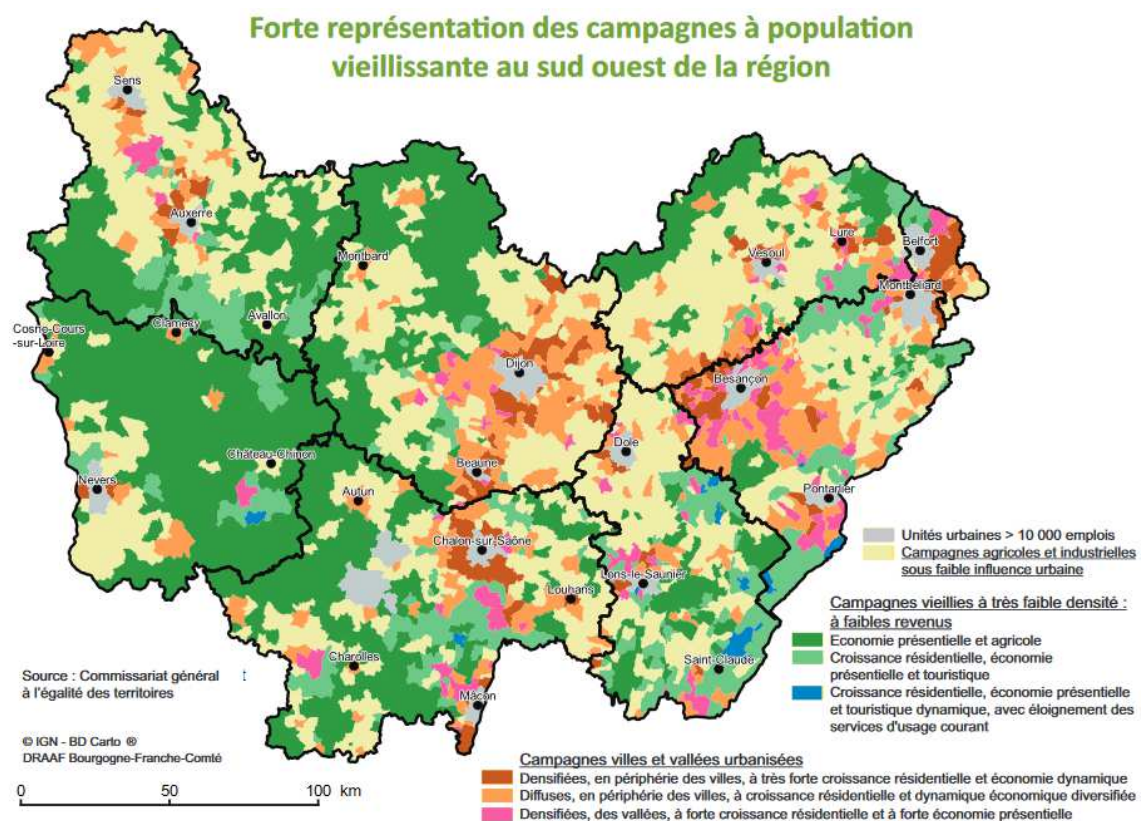
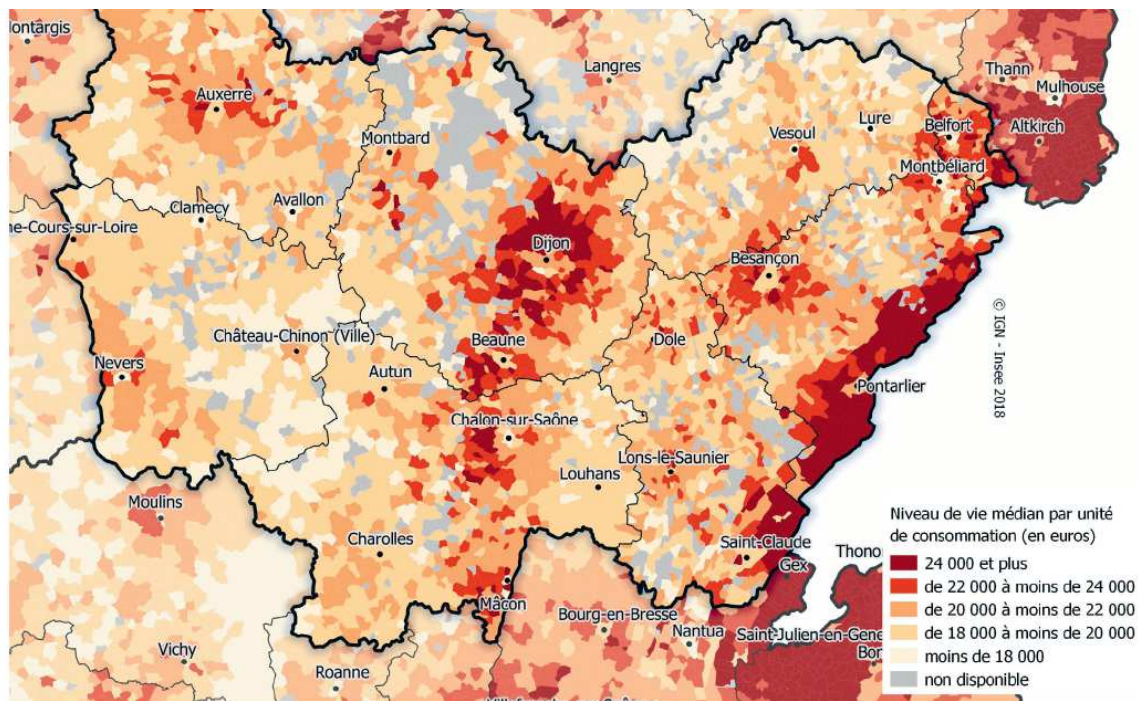


Figure 50 : croissance résidentielle et économique du territoire, source : DRAAF, Atlas Bourgogne Franche-Comté 2016

Les flux domicile-travail doivent être étudiés plus finement à l'échelle d'une communauté de commune. Nous pouvons néanmoins mettre en évidence, des déplacements du Pays Doubs Central en faveur des bassins d'emplois de Besançon et de Montbéliard (Cabinet Gressard, 2017) et également à destination de la Suisse pour les flux principaux. (Figure 53). Il est important d'étudier et de considérer ces déplacements pour les mettre en perspective avec les points de ventes existants ou à créer.

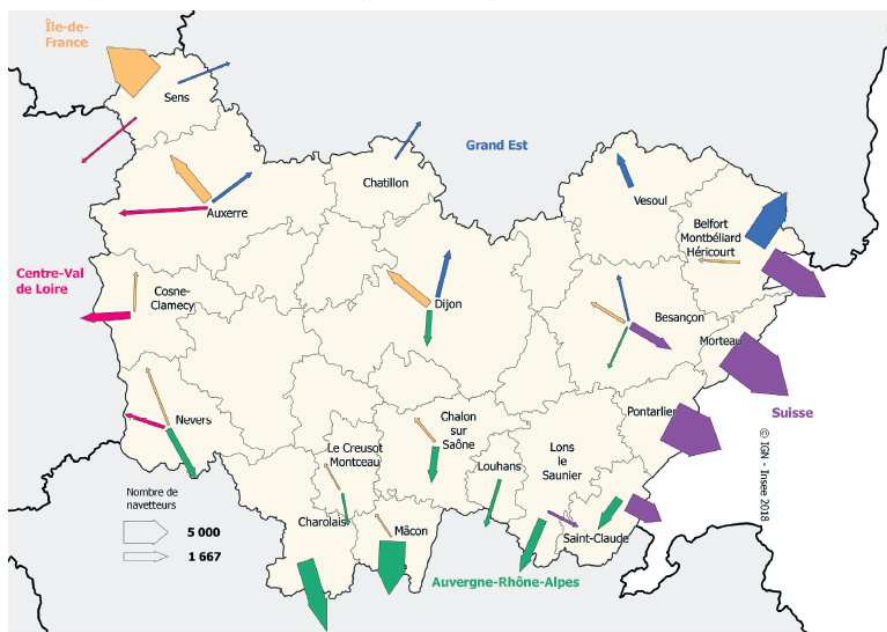


Source : Insee, Filosofi 2014

Figure 52 : Niveau de vie médian par unité de consommation par commune (source : INSEE Analyses, 2018)

6 Une région sous influence externe

Navettes quotidiennes sortantes d'actifs par zone d'emploi (flux > 300 actifs)



Source : Insee, recensement de la population 2014

Figure 53 : Principaux Flux domicile-travail par zone d'emploi en 2014 (source : INSEE Analyses, 2018)

La taille moyenne des ménages est de 2.2 dans le Doubs en 2015 (INSEE). 61 % des ménages sont des ménages familiaux dont 45 % sont constitué de couples sans enfants, 36 % des ménages sont composés d'une seule personne en 2014 (INSEE, 2018).

5.2.2. Les Comportements alimentaires et d'achat des français

Les informations présentées ci-dessous ont été extraites des études consommations ou des rapports évoqués plus haut et mettent en avant les tendances alimentaires d'aujourd'hui ou de demain les plus marquantes.

Quelle part de l'alimentation dans le revenu des ménages ?

« Les ménages français avaient consacré plus de 230 milliards d'€ à leur budget alimentation en 2015 (alimentation foyer et hors foyer), soit 3 600€/hab./an en moyenne » (CORECO, 2017)

La part du budget consacré à l'alimentation au domicile (hors boissons) est en baisse régulière et a diminué de 50 % en 50 ans quel que soit les catégories sociales. Elle atteint aujourd'hui près de 16 % du budget des ménages avec une relative stabilité dans les années récentes (DAMIEN T, 2014). En considérant également la part allouée aux boissons, la part alimentaire du budget des ménages est passée de 35 % en 1960 à 20 % en 2015 (CORECO, 2017). D'autres types de dépenses sont progressivement substitués à l'alimentation qui se place en 3eme poste de dépense derrière le poste « logement, chauffage, éclairage » et « les loisirs » (Figure 54). Néanmoins d'après DAMIEN T, 2014 « l'indice global d'évolution des prix calculé par l'INSEE, [...], ne reflète que très imparfaitement l'impact réel de l'augmentation du coût de l'alimentation sur les ménages à faible pouvoir d'achat pour lesquels ce poste est essentiel ».

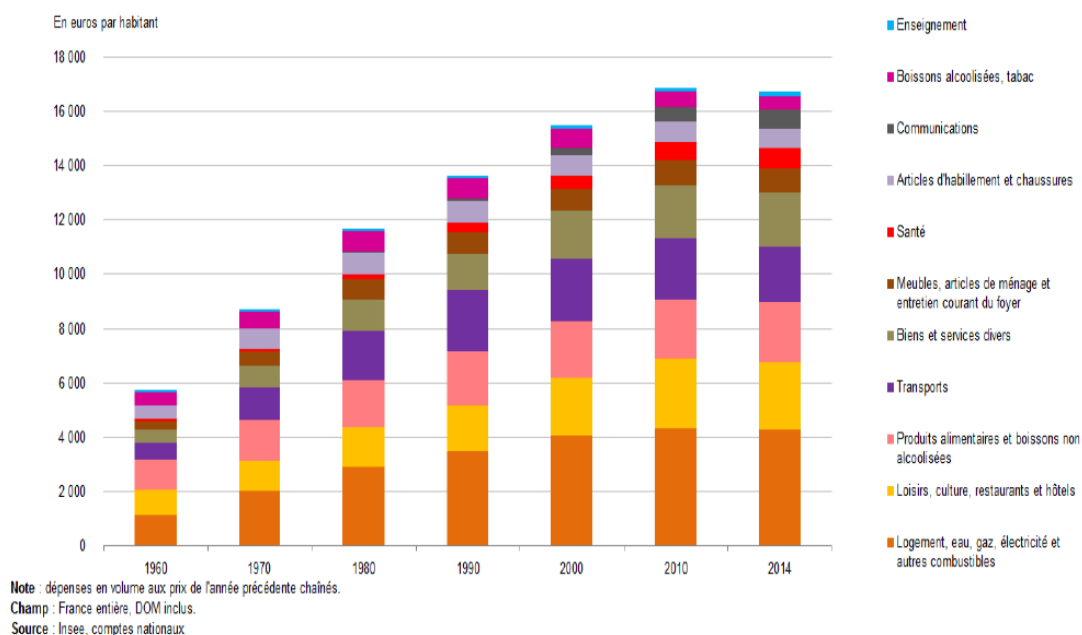


Figure 54 : Evolution des dépenses de consommation finale des ménages par poste (source APCA, étude CORECO, 2017)

Pour finir selon l'âge, de grandes différences intergénérationnelles s'observent : les jeunes consacrant à peine 8 % de leur budget à l'alimentation, contre 15 % pour leurs parents et 20 % pour leurs grands-parents.

Quelle est la composition du panier par ménage ?

Ces changements se répercutent également sur la composition du panier des ménages, avec une part allouée aux produits préparés plus importante (*Figure 55, Figure 56*). Plusieurs facteurs économiques et sociaux conditionnent la composition du panier :

- Le prix
- La catégorie socio-professionnelle et l'âge
- Milieu rural vs urbain
- Composantes structurelles (politiques, marketing, société civil : accélération du rythme de vie, individualisation, nouveaux rapports à la nature, volatilité des préférences, développement des enjeux de santé...)

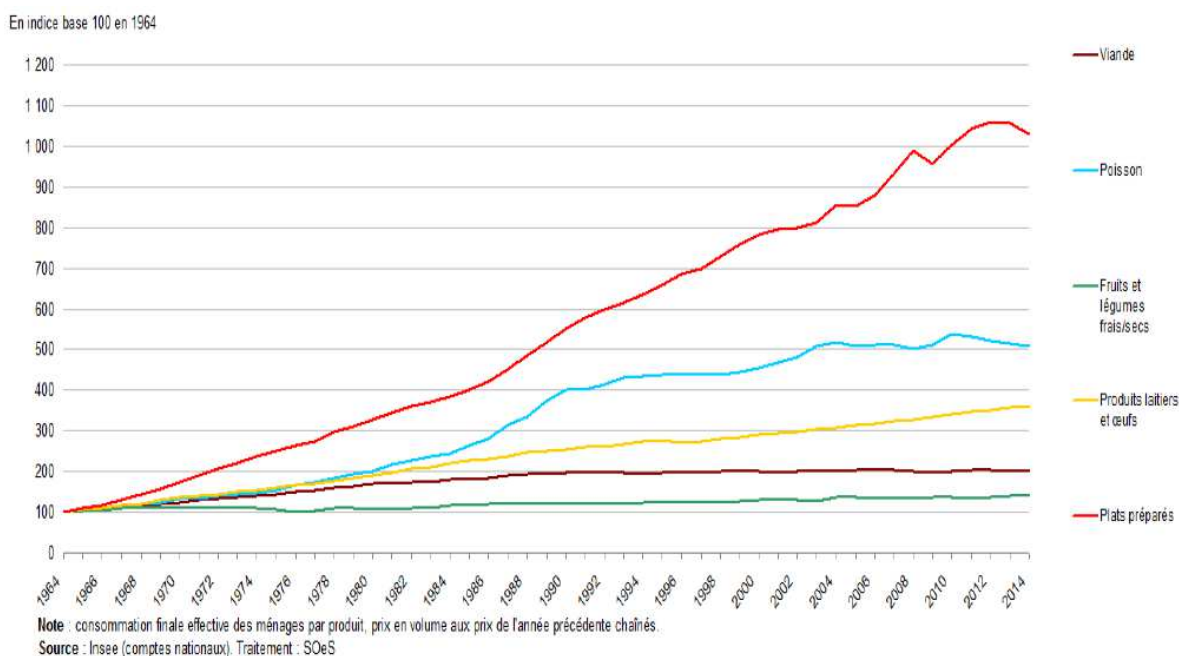
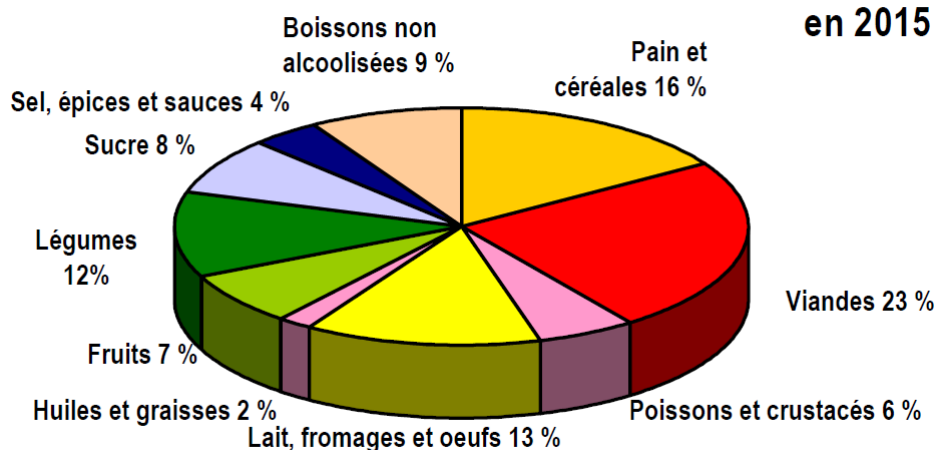


Figure 55 : Évolution des dépenses alimentaires des ménages, pour quelques produits (source APCA, étude CORECO, 2017)

Selon la fluctuation des prix des produits, un effet de substitution peut avoir lieu sur la consommation des produits, le niveau de revenu des ménages impactant également ce phénomène. Par exemple, la consommation des produits de bases, (ex. pâtes alimentaires, pain, porc, volaille, beurre, pommes de terre non transformées, légumes frais,...) est relativement stable quelle que soit la fluctuation de prix ou de revenu, ce qui n'est pas le cas des autres aliments (viande ou de poissons, yaourt et dessert lactés, glaces sorbets, jus de fruits,...) qui peuvent être fortement impactés suivant la hausse des prix ou de revenus.

Les dépenses de consommation alimentaires

en 2015



1068 - Chambres d'Agriculture - Études économiques

source : INSEE

Figure 56 : Les dépenses de consommation alimentaires en 2015 (source APCA, étude CORECO, 2017)

Du consommateur au consomm'acteur, quelles tendances ?

Les Français accordent de plus en plus d'importance à leur alimentation. Les comportements d'achats évoluent et plusieurs tendances sont notables : moins de viande, besoin de transparence, demande en produit de qualité, bons pour la santé, locaux,...

Interrogé par IPSOS en 2014 sur les critères de choix décisif en situation d'achat (**Figure 57**) :

- Le prix arrive en 1^{ère} importance (67 % des répondants dont 73 % des jeunes)
- L'origine du produit arrive en second (54 %, seul critère qui augmente depuis 2007 + 14 points), probablement perçu comme gage de qualité et de transparence.
- La traçabilité du produit (28 % en 2014, 43 % en 2007)

Une étude récente réalisée par le Centre d'études et de prospective a mis en avant 16 tendances alimentaires de demain. Nous citerons ci-dessous les tendances les plus marquantes.

En effet les Français déclarent consommer davantage de produits bons pour la santé (71%), de produits régionaux ou vendus en circuits courts (70%), et qu'ils ont tendance à réduire la quantité de nourriture qu'ils jettent (67%). 57% des sondés s'inquiètent également de la qualité des produits qu'ils consomment... (IPSOS et Fondation Daniel & Nina Carasso, 2016)

La consommation hors domicile est en augmentation surtout chez les plus jeunes. Cette part des dépenses a ainsi presque doublé au cours des 10 dernières années. Cette progression est le résultat de contraintes notamment liées au travail et ne constitue pas un vrai choix. En effet, 40 % des repas pris à l'extérieur sont servis par la restauration collective, 43 % par la restauration commerciale et le reste par les commerces alimentaires proposant une restauration nomade. (DAMIEN T, 2014)



Figure 57 : Les dimensions du consommateur (source APCA, 2017)

➤ Alimentation, santé et bien être

L'étude menée en Novembre 2016 par IPSOS et la fondation Daniel & Nina Carasso mettent en avant les éléments suivants :

« Les Français n'hésitent pas à **écarter certains aliments de leur régime alimentaire** : 64% l'ont déjà fait en raison de la présence d'additifs, 63% en raison de la teneur en sucre, en sel ou en matière grasse, 63% en raison de la présence de pesticides. »

En 2015, 62 % des consommateurs réguliers de produits biologiques expliquent le faire d'abord pour préserver leur santé (CEP, 2017).

➤ Alimentation durable

Pour 73 % des Français, les individus ont un rôle important pour agir concrètement en matière de développement durable et pour 76 %, la consommation responsable est un moyen de s'impliquer dans ce domaine (Etude Ethicity, 2016).

Les catégories supérieures seraient davantage sensibles à la consommation durable (41 % contre 32 % au sein du grand public), et le lieu de résidence (urbain vs rural) n'a pas d'incidence sur ce type de consommation (IPSOS, 2014).

Les préoccupations majeures de ce type de profil est l'utilisation limitée de pesticides (96 %). Le budget reste toujours déterminant pour ce public (55 %). Ils sont également nombreux à considérer la qualité des produits (37 %). Respectivement 36 et 34 % seraient pour obtenir plus de points de vente dédiés spécifiquement à ces produits et avoir plus d'informations sur les démarches et labels. Une meilleure visibilité de ces produits dans les rayons est également attendue.

Près de 9 Français sur 10 ont consommés occasionnellement des produits Bio en 2015, 27% en achètent régulièrement. De plus, 27% consomment régulièrement des **fruits et légumes abîmés**. 31% des sondés déclarent également renoncer souvent ou systématiquement aux produits sur-emballés (IPSOS, 2016)

LES FRANÇAIS DISENT AVOIR DE PLUS EN PLUS ADOPTÉ DES “COMPORTEMENTS DURABLES” DANS LE DOMAINE DE L’ALIMENTATION



LES CONSOMMATEURS DISENT INTÉGRER DE PLUS EN PLUS LA DIMENSION ENVIRONNEMENTALE DANS LEURS CHOIX EN MATIÈRE D’ALIMENTATION

PARMI LES CRITÈRES QUI PROGRESSEDENT DEPUIS DEUX ANS :



Figure 58 : Résultat de l'étude « Les Français et l'alimentation durable », IPSOS et Fondation Daniel & Nina Carosso, 2016

Le prix reste le frein le plus important à l'achat de produits issus d'une agriculture responsable pour 83 % des Français. Néanmoins, les études récentes démontrent le potentiel de changement. Pour une nette majorité d'entre eux, le fait que ces produits requièrent un temps de préparation plus long (58%) et impliquent de changer leurs habitudes de consommation (60%) ne constitue pas un frein important à l'achat (IPSOS, 2016)

➤ **Besoin de transparence**

Au vu des différentes crises alimentaires, les français sont de plus en plus attentifs à la sécurité alimentaire et aux informations qui leur sont communiqués. Les enquêtes réalisées par IPSOS et Bienvenue à la ferme en 2014, puis celle d'Ethicity en 2016 mettent toutes en avant l'importance de l'origine des produits et des lieux de fabrication (**Figure 58, Figure 59**). 1 Français sur 2 dit ne plus savoir de quoi se composent les produits qu'ils consomment. Et seulement 28 % s'estiment suffisamment informés contre 45 % en 2006. (IPSOS, 2014). Cette évolution est homogène et concerne toutes les catégories de la population.

Fait nouveau, les impacts social et environnemental sont devenus des considérations plus importantes, 29% achètent des produits dont ils ont l'assurance qu'ils permettent un juste revenu au producteur. Côté information, 83% disent ne pas avoir assez d'information sur l'impact social des produits (conditions de travail et de rémunération des producteurs), 78% sur l'impact environnemental et autant sur l'impact sur la santé.

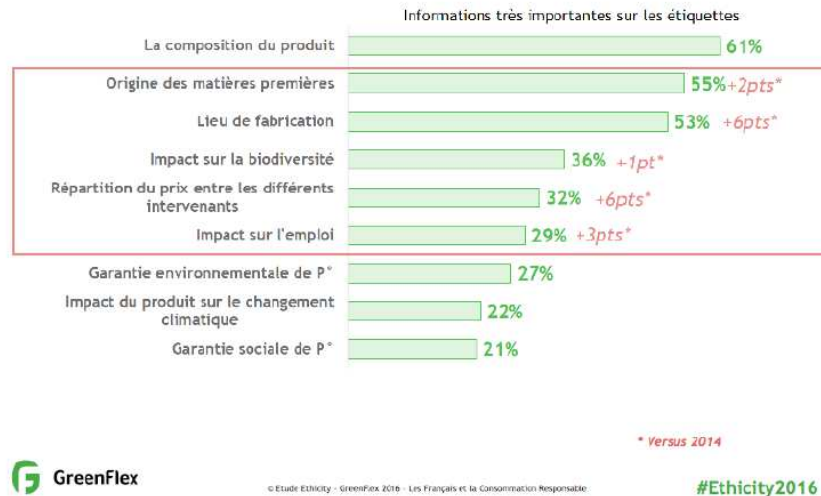


Figure 59 : Quelles informations sont très importantes sur les étiquettes ? (source UFC Que choisir, Etude Ethicity 2016)

➤ **Consommer local**

« Face aux manques d'information, les consommateurs plébiscitent aujourd'hui le « made in » local ou national. Pour les informer sur la qualité des produits alimentaires, les Français plébiscitent les associations de consommateurs (90% ont confiance en eux) et les agriculteurs (80%). Ils expriment, là encore, un très fort besoin de proximité ». (IPSOS, 2013).

Ceux qui consomment localement sont convaincus que cela permet de faire marcher l'économie locale (97 %) (IPSOS et Bienvenue à la Ferme, 2014). De cette tendance, est né le Locavorisme, mouvement qui promeut la consommation de nourriture produite dans un rayon de 100 à 150 Km maximum. Il s'agit surtout d'un choix éthique.

En 2016, 42% des Français achètent systématiquement ou presque des fruits et des légumes de saison, 56% achètent régulièrement des aliments produits à proximité de chez eux et 30% achètent directement aux producteurs (IPSOS et Fondation Daniel & Nina Carosso, 2016). Le potentiel de développement d'achat local est fort avec 75 % de répondants prêts à consommer autant que possible des aliments de proximité (IPSOS, 2016, Figure 60).

DES CONSOMMATEURS QUI SE DISENT PRÊTS À ALLER PLUS LOIN POUR AMÉLIORER L'IMPACT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL DE LEUR ALIMENTATION



Figure 60: Résultat de l'étude « Les Français et l'alimentation durable », IPSOS et Fondation Daniel & Nina Carosso, 2016

Les leviers au « consommé local » sont des prix plus incitatifs (62 %), le nombre de points de vente disponibles (40 %), la visibilité de l'information « produit local » sur l'étiquette (34 %), le contact direct avec le producteur (34%) ou une meilleure visibilité en rayon (32 %).

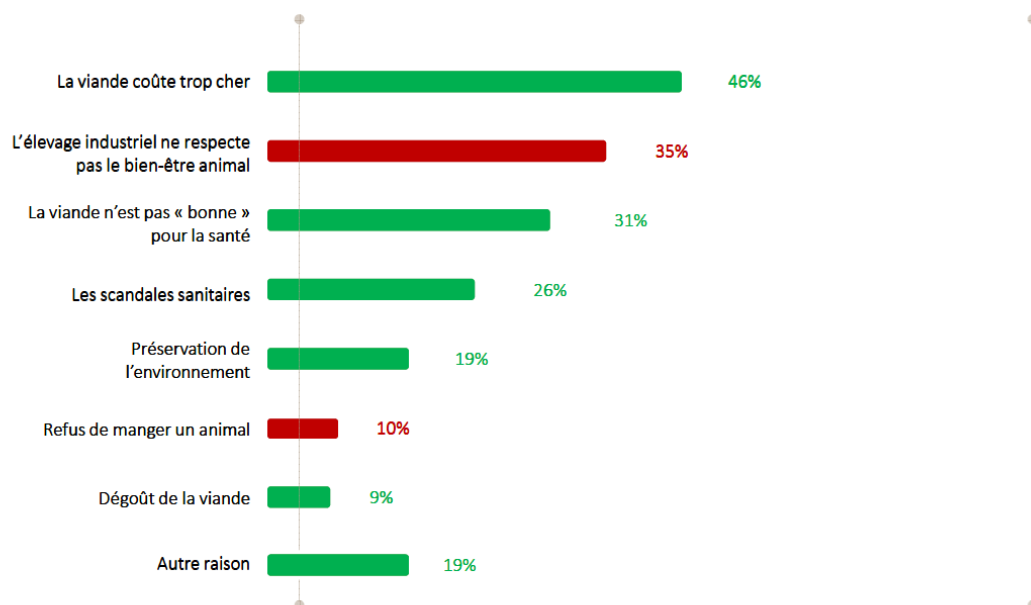
➤ Nouveaux régimes

En 2016, 38 % des Français consomment moins de viande en 2016 qu'en 2014 (Etudes, Ethicity 2016). De nouveaux comportements émergent avec :

- les flexitariens : qui tendent de réduire la consommation de viande par la fréquence et/ou quantité (augmentent de 25 à 35 % entre 2015 et 2016),
- les végétariens : qui ne consomment plus de viande animale (1.7 % en 2016)
- les végétaliens : supprime également la consommation d'œufs et de produits laitiers (0.5 % en 2016)
- Pour finir les vegans : est un mode de vie, ils bannissent tous produits animaux dans le cadre de leur alimentation et plus largement.

Le prix, le bien-être animal et l'argument santé sont les 3 motivations principales évoquées (*Figure 61*).

Des comportements impulsés par des motivations multiples



Source : D'après un sondage Mediaprism pour Goodf Planet

Figure 61 : Réponse de Français sur les raisons de leur baisse de consommation de viande (source, APCA, 2017)

➤ Digital et alimentation

L'émergence de nouvelles technologies et la modifications des rythmes de vies (nomadisme, réduction du temps consacré à l'alimentation, accélération de rythme de vie) abouti au développement de nouvelles habitudes d'achat avec notamment l'utilisation d'internet (e-commerce et drive), la livraison à domicile, utilisation de plateforme d'achat...

5.2.3. Lieux d'achats sur le territoire

Contexte national

La majorité des français font leurs courses alimentaires en grandes surfaces (88 %). Ils fréquentent également les commerces de proximité (74 %) ou encore les marchés (62 %). En ce qui concerne les produits locaux, les consommateurs les achètent presque autant au marché (73%) que dans les grandes surfaces (68%). Les producteurs locaux sont un peu moins sollicités (61%) que les commerces de proximité (65%). (IPSOS, 2014)

La majorité des consommateurs de produits alimentaires locaux achetés directement auprès des producteurs déclarent parcourir une distance maximale de 10 km pour se rendre sur les lieux de vente (65%).

On observe également une modification des lieux d'achat depuis les années 1990 notamment en faveur des GMS, des marchés et des commerces de proximités. Ce qui confirme l'information précédemment indiquée (*Figure 62*).

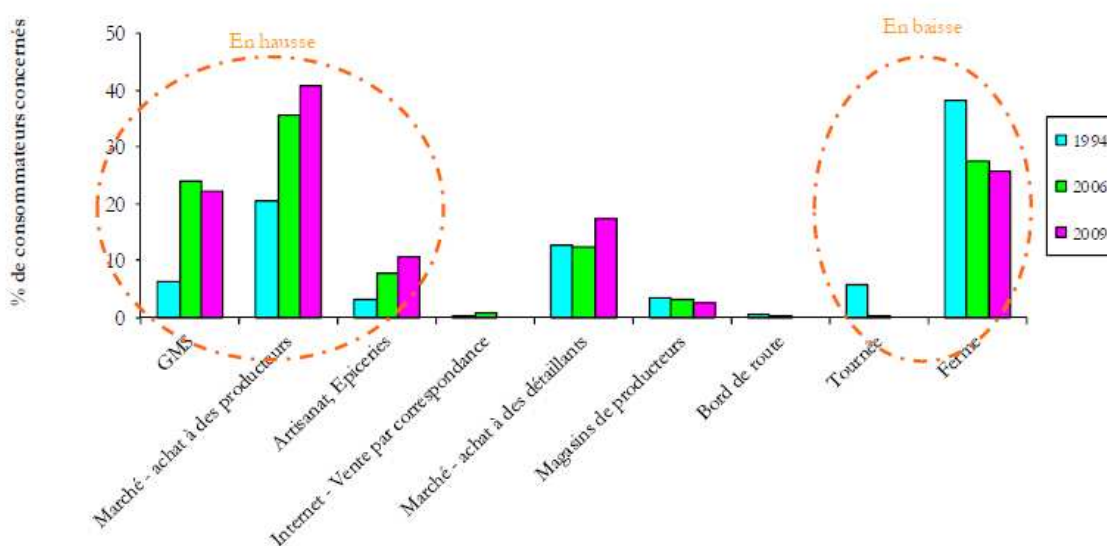


Figure 62 : Modification des lieux d'achats (source : Atelier Alimentation de proximité PRDA, 2017)

Points d'accès sur le territoire

Commerces locaux

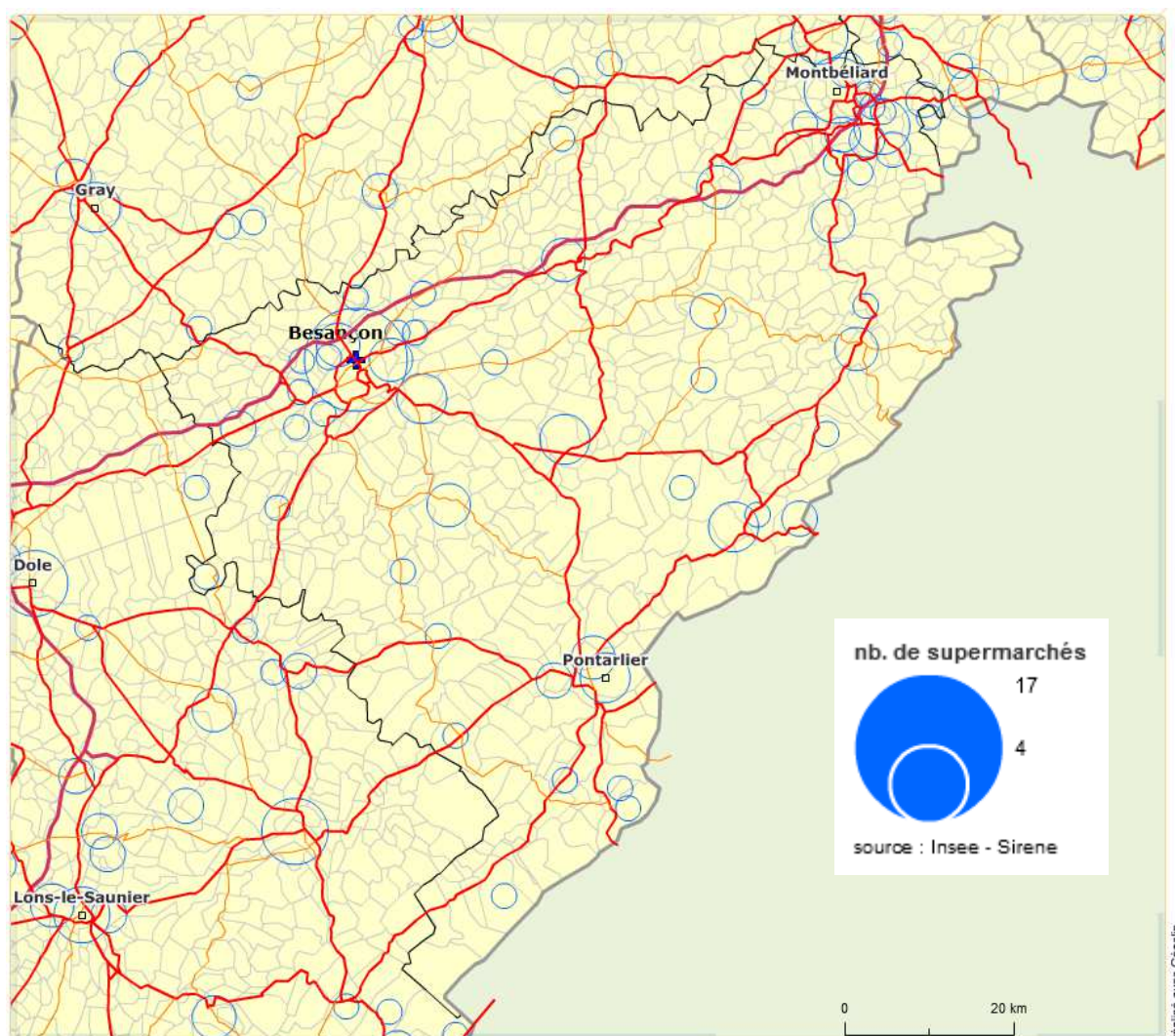


Figure 63 : localisation et nombre de supermarchés sur le Doubs (source, ODIL INSEE, 2017)

Au total sur tous le Doubs, 471 commerces en alimentaires sont présents sur le départements du Doubs en 2017 (**Figure 63**) (source SIRENE, code APE : 4711A, 4711B, 4711C,4711E, 4721Z, 4722Z, 4723Z, 4724Z, 4725Z,4729Z).

Marchés

19 marchés hebdomadaires sont connus sur le territoire fin 2017. A cette liste peut s'ajouter des évènements ponctuels de promotion et de vente de produits locaux ou du terroir.

Fruitières

Certaines fruitières proposent également des produits locaux. Ces points de ventes sont répartis de façon homogène sur le territoire. A notre connaissance ce sont 44 magasins qui sont localisés sur le Doubs en 2017. Il s'agit d'un canal de distribution potentiel à utiliser. (**Figure 64**)

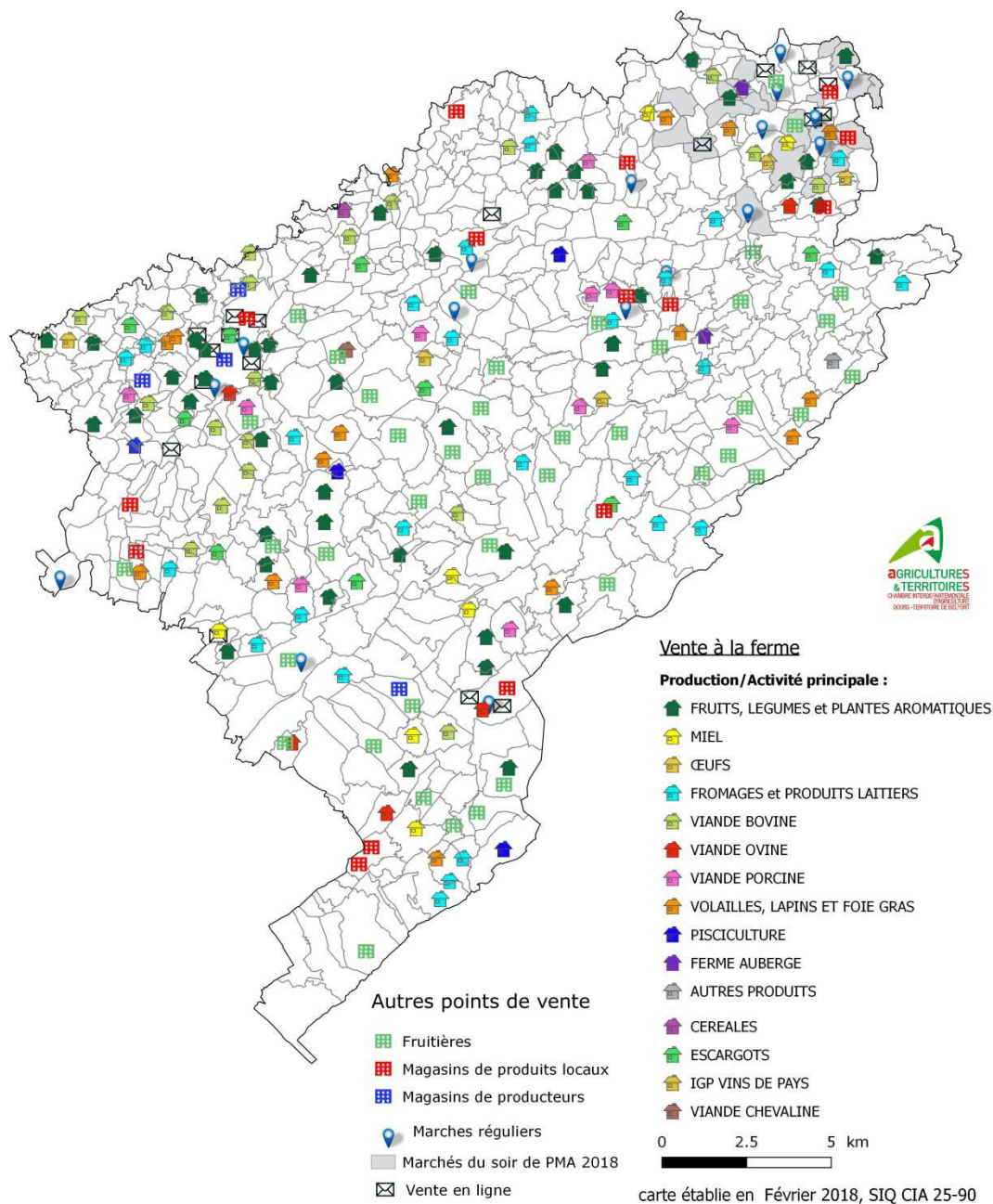


Figure 64 : Points de vente de produits locaux du département connus en 2017

Achats par internet

Plusieurs structures proposent l'achat de produits locaux par internet. Nous en recensons plusieurs sur le territoire notamment :

- Ruche qui dit oui
- Place du local
- Poirier Gourmand
- e-local
- AMAP
- AgrobioConso
-

Avec ou non un service de livraison à domicile.

Aide alimentaire

L'affaiblissement du pouvoir d'achat et la fragilisation croissante d'une partie de la population induit une forte augmentation de l'aide alimentaire en France. Plus de 3,5 millions de personnes sont concernées, de façon ponctuelle, régulière ou permanente. (DAMIEN T, 2014). Afin de fournir un accès à tous à une alimentation de qualité et locale, l'état des lieux de ces structures est nécessaire pour la mise en œuvre d'actions potentielles à destination de cet enjeu.

Un tissu important d'acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS) est présent sur le territoire Nous pouvons citer comme acteurs principaux :

- La Banque alimentaire
- Le Secours catholique
- Les Restaurants du Cœur
- Les CCAS
- Des restaurants solidaires
- Des Epicerie solidaires

5.3. Analyse de l'environnement

5.3.1. Politiques publiques

La problématique du développement de l'alimentation de proximité et des circuits courts est depuis quelques années une préoccupation politique (prise de conscience sociétale notamment vis-à-vis de la qualité de l'alimentation et son importance pour la santé).

Echelle internationale

Projet INTERREG : Il s'agit d'un projet Franco-suisse « Terroirs Innovation 2 » mis en place sur le massif jurassien sur la période 2016-2018. Ce programme est financé par un fond FEDER piloté par la région et par la coordination régionale Interreg Suisse. Il vise à partager les différentes expériences franco-suissees et mettre en place des actions co-construites de coopération sur les thèmes de l'alimentation de proximité, les circuits courts et sur l'enjeu de la commercialisation des produits locaux régionaux. Il s'agit de mettre en avant les actions innovantes sur 2 volets : les produits et les services. Dans le cadre de ce projet, différentes actions sont prévues ou déjà mises en œuvre telles que : actions de promotions du des produits locaux ou des producteurs, réalisation d'outils ou de guide de référence, etc...

Echelle nationale

Au niveau national cela s'est traduit principalement via les lois suivantes : Grenelle de l'Environnement (2009), loi de modernisation de l'agriculture (2010), Loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt (2014) notamment.

Certains engagements ont été pris au niveau national sur cette thématique notamment via la restauration collective publique. L'engagement pris par Hollande (40 % de local dont 20 % de bio d'ici 2020) a été renouvelé et confirmé lors des Etats généraux de l'alimentation de 2017 et concrétisé dans la loi sur l'agriculture en mai 2018. Un objectif de 50 % de produits bio ou de qualité dans la restauration collective y est inscrit.

Le programme national pour l'alimentation (PNA) encourage les collectivités à changer les pratiques d'approvisionnement de leurs cantines en favorisant les filières locales.

Au niveau du département, 2 territoires se sont lancés dans cette démarche de projets alimentaires territoriaux (PAT) : il s'agit du Grand Besançon en 2017, et de Pays de Montbéliard Agglomération en 2018.

Le PAT de la CAGB est orienté sur les axes et les actions suivantes : développer une offre en lien avec une demande, accompagner le lien offre/demande, débat, sensibilisation sur l'alimentation, visibilité de l'offre pour le grand public, rendre les produits locaux accessibles à tous, développer une alimentation locale bonne pour la santé.

Les axes de travaux du PAT de PMA sont : l'ancrage territorial et la mise en valeur du patrimoine alimentaire, la justice sociale, l'éducation à l'alimentation de la jeunesse et la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Echelle régionale

Au niveau régional, la DRAAF Bourgogne Franche-Comté est chargée de relayer la politique nationale. Un observatoire de l'alimentation et de l'approvisionnement de proximité sur la thématique de la restauration collective est en cours de création.

Le Plan Régional pour l'Alimentation (PRAlim) précise les actions et les orientations régionales. Il se développe grâce à l'implication des acteurs du territoire et de leurs projets (182 000 euros d'aides DRAAF en 2016). Le Plan Régional pour le Développement agricole 2017-2022 (PRDA) précise les enjeux et les orientations stratégiques du territoire. Il met en avant 5 défis à relever.

Les Etats généraux de l'alimentation au niveau régional ont fait ressortir les objectifs et actions suivantes :

① Innovations et alimentation durable :

- développer une alimentation saine au sens large à travers une approche globale garantissant la qualité sanitaire des aliments et la santé humaine, préservant les différents compartiments environnementaux, les milieux naturels et la biodiversité
- développer une production de protéines végétales et de valorisation en alimentation humaine ou animale en développant l'organisation des filières
- éduquer et sensibiliser : promouvoir l'exemplarité des collectivités notamment dans le cadre de la restauration collective, sensibiliser en matière de lutte contre le gaspillage, sur l'origine des produits et retrouver le lien avec ces produits non transformés, favoriser le conditionnement en vrac et les emballages biodégradables
- construire et développer un indicateur global intégrant les pratiques alimentaires et d'autres pratiques à incidence forte sur l'environnement, l'économique et le social pour promouvoir l'exemplarité des consommateurs et les responsabiliser, au même titre que les collectivités
- développer un étiquetage garant de l'éthique de la production et de la valeur nutritionnelle
- créer une marque régionale pour l'ensemble des filières
- recréer des liens entre consommateurs et lieux de productions (jardins en établissement scolaire, jardins collectifs en ville), communiqué sur les modes de production (chaîne TV agricole), instaurer de nouveaux contrats sociaux entre producteurs et consommateurs
- réorienter la recherche et sa vulgarisation vers des modes de production pour mieux prendre en compte les attentes des producteurs et des consommateurs

② Innovations et proximité :

- développer éducation à l'alimentation dans les systèmes scolaires (sur le terrain, impliquant les élèves dans la constitution de leur menu à la cantine par exemple...)
- développer les infrastructures de transformation des produits locaux en s'assurant du débouché (groupement d'acheteurs, groupements de producteurs)
- agir sur le foncier dans les collectivités, avec une meilleure concertation entre usagers pour être économe dans la consommation d'espaces par l'urbanisation
- former en restauration collective
- renforcer les liens entre producteurs et consommateurs : vente directes, AMAP, drive fermier, ruche qui dit oui, achats groupés ; les lieux d'échanges entre producteurs et consommateurs (marchés, portes ouvertes, points de vente locaux...)
- utiliser le numérique pour mieux informer les consommateurs, mettre en réseau les producteurs et consommateurs, pour organiser l'offre et la régularité des approvisionnements

③ Innovations pour plus de transparence :

- améliorer l'information sur les produits et l'accès à l'information (travail à réaliser par les filières) :

Contenus : information sur la répartition de la valeur sur le produit, sur l'origine du produit, le producteur, sur toute la traçabilité de la fourche à la fourchette (y compris nourriture des animaux). Indicateur de durabilité et d'efficacité environnementale et sociale

Moyens : flash code, vidéo au-dessus du rayon concerné, personnel formé en rayon, présence du producteur

- simplifier l'étiquetage des produits transformés
- en RHF : permettre l'accès au même niveau d'information qu'à l'achat des produits comme en grande distribution ; éduquer sur l'origine des produits, l'alimentation, visites à la ferme. Ne pas oublier de former les enseignants

④ **Innovations et santé/bien-être :**

- développer les services de conseil et d'éducation à l'alimentation,
- faciliter les innovations en faisant remonter les besoins des consommateurs vers le tissu des PME IAA,
- améliorer la traçabilité et le contrôle de la qualité dans toute la chaîne alimentaire y compris pour les importations,
- adapter les modes de production pour produire en qualité et quantité pour répondre aux nouveaux enjeux (ex.climat),
- améliorer le système d'étiquetage/d'information sur la valeur « santé » des produits notamment en RHF
- innover dans les slogans nutritionnels par une communication percutante.

Le Conseil régional s'implique également dans le développement de l'approvisionnement local notamment pour les lycées (secteur de compétence). Un objectif de 50 % de produits locaux ou bio pour approvisionner les lycées d'ici 2021 a été fixé par la préfète. La Plateforme « Loc'Halles » qui permettait de mettre en relation les producteurs et les lycées n'est plus utilisée depuis fin 2017 remplacée par Agrilocal.

En Franche-Comté, le Programme Régional de l'Alimentation de Proximité (PRAP), œuvrait également dans ce sens, avec pour objectif la caractérisation de la demande, la structuration de l'offre et l'accompagnement de porteurs de projets.

Des aides financières à destination des porteurs de projets sont disponibles via des appels à projets qui sont ouverts chaque année. Une veille est nécessaire afin de porter ces informations auprès des porteurs de projets.

Les aides européennes FEADER gérées par le Conseil régional et instruites par la DRAAF et la DDT en font parties, notamment :

- l'aide 4.1D : aides aux investissements en faveur de la mise en place de productions peu présentes
- l'aide 4.2B : aides aux investissements en faveur de la transformation et commercialisation des produits agricoles
- aide 6.4C : aide aux investissements dans la création et le développement d'activités non agricoles

En 2018, 545 000 euros sont prévus pour les aides 4.1D et 4.2B en Franche-Comté. Des co-financements des départements et de la région sont réalisés pour ces aides. Le plan de financement est le suivant : FEADER (277 000 €), Région (50 000 €), CD25 (120 000 €), CD39 (35 000 €), CD70 (40 000 €), CD90 (23 000 €). Toute l'enveloppe n'a pas été consommée en 2018 faute de projet.

Echelle départementale

Le Département du Doubs s'implique sur son territoire et développe un partenariat avec le monde agricole depuis 1995. Il accompagne les porteurs de projets pour le développement des filières de proximité notamment depuis l'adoption de la loi NOTRe. Le développement de l'approvisionnement local au sein de la restauration collective fait partie des priorités de cette collectivité. Cela passe notamment par le déploiement de la plateforme de mise en relation entre acheteur/producteurs Agrilocal. Des rencontres annuelles sont également réalisées afin que les différents acteurs se rencontrent. L'animation de ce réseau et de cet outil passe également par l'accompagnement des collègues. Cette plateforme est utilisée dans 6 des 8 départements régionaux. Depuis 2018, elle est également utilisée par certains lycées.

Le Projet Interdépartemental d'Agriculture 25/90 de la chambre interdépartementale d'agriculture 25/90 (CIA25/90) réalisée avec ces partenaires est un document cadre. La diversification de l'agriculture est un des axes stratégiques majeurs de l'agriculture de demain pour répondre à la demande croissante des consommateurs en produits locaux de qualité, pour renforcer la résilience et l'efficacité des exploitations agricoles et pour renforcer le développement économique local.

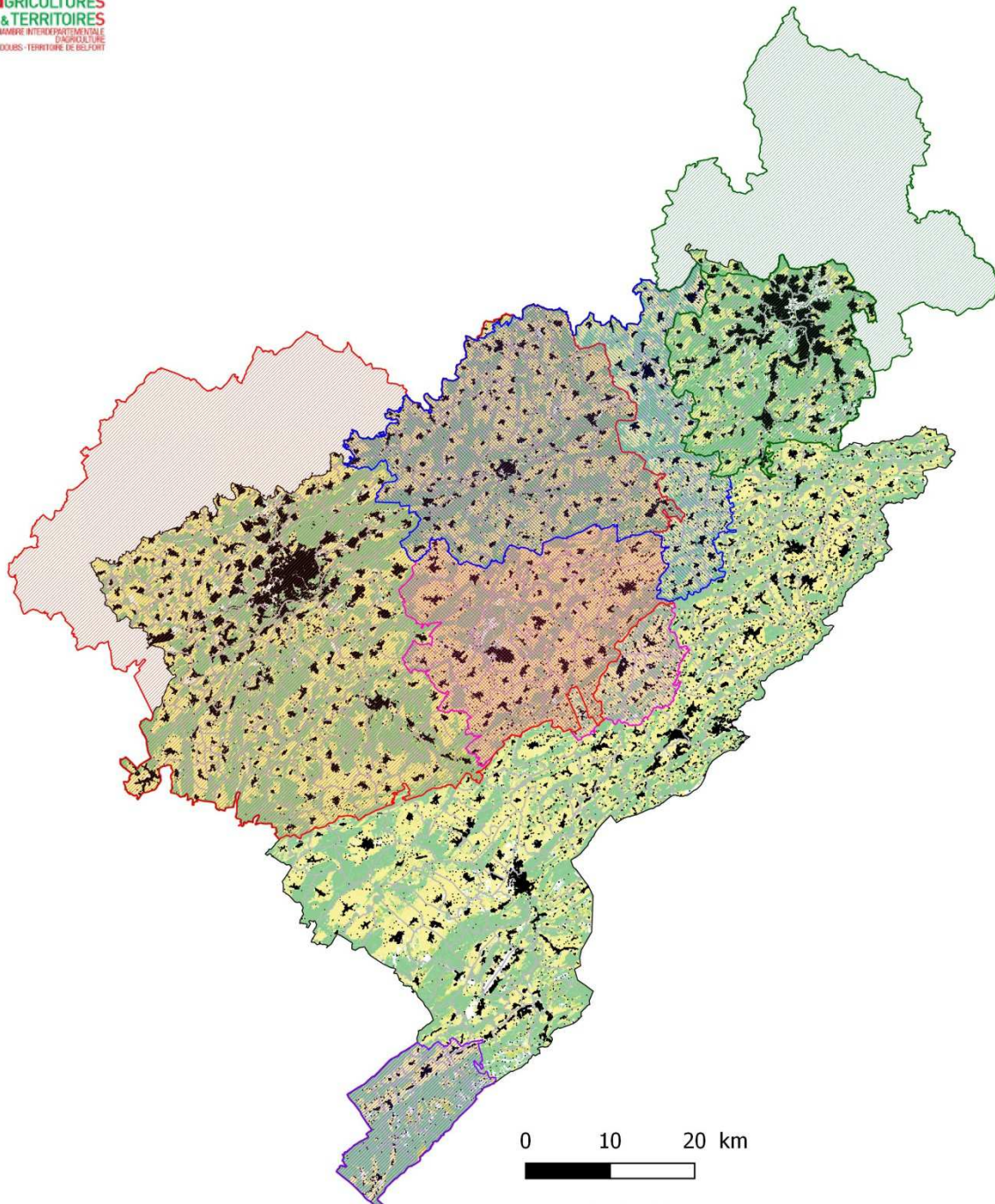
Echelle locale

Au niveau local, les intercommunalités s'engagent également dans des démarches et des diagnostics de territoire afin de développer les circuits courts et l'alimentation de proximité. Le soutien des collectivités est important notamment sur la question foncière. Actuellement plusieurs démarches de diagnostic alimentaire sont en cours sur le territoire à différents stades d'avancement (**Figure 65**) :

- Projet Alimentaire Territorial du Grand Besançon : diagnostic réalisé, actions en cours de mise en œuvre
- Projet Alimentaire Territorial du Pays de Montbéliard Agglomération : PAT obtenu en mars 2018. Pré-diagnostic réalisé en 2017.
- Etude de l'offre alimentaire sur le territoire du PNR LEADER du Haut-Jura en lien avec la création d'une cuisine centrale à St Claude (39). L'enquête de l'offre alimentaire a été réalisée en 2017.
- Projets de circuits alimentaires de proximité sur le territoire du PÉTR du Doubs Central : restitution du diagnostic réalisé, accompagnement à l'émergence de projet.
- Etude d'opportunité et de faisabilité pour le développement des circuits alimentaires de proximité sur le territoire de la Communauté de communes des Portes du Haut Doubs : étude en cours.

Un résumé des actions réalisées, en cours ou envisagées sur chaque territoire sera repris dans la partie d'analyse du diagnostic.

A compléter avec les retours du questionnaire envoyé par le département



© CIA 25-90, SIQ

Légende


- | | |
|---|---|
|  zone agricole - ilots PAC |  PETR Doubs Central - territoire d'étude |
|  milieux forestiers et haies, BDTopo |  CCPHD - territoire d'étude |
|  bâtiments |  PNR HJ Territoire LEADER : |
|  PAT PMA - territoire d'étude de l'analyse de 2017 | communes du Doubs concernées |
|  PAT CAGB - territoire d'étude | par l'étude de l'offre alimentaire |

Figure 65 : Occupation des sols du département du Doubs et localisation des périmètres des études en cours sur le territoire

5.3.2. Restauration hors foyer

La Restauration collective

L'accès à une alimentation locale de qualité pour tous passe notamment par le développement de l'approvisionnement local dans la restauration collective. En France, la restauration collective représente 3 Milliards de repas par an et concerne plusieurs secteurs d'activité (source DRAAF) :

- milieu scolaire (38 %)
- entreprise (26 %)
- maisons de retraite (21 %)
- hôpitaux (12 %)
- prisons (3 %)

En Bourgogne Franche-Comté, se sont 2300 cuisines collectives et 211 lycées et 329 collèges pour 164 millions de repas servis. (**Figure 66**)

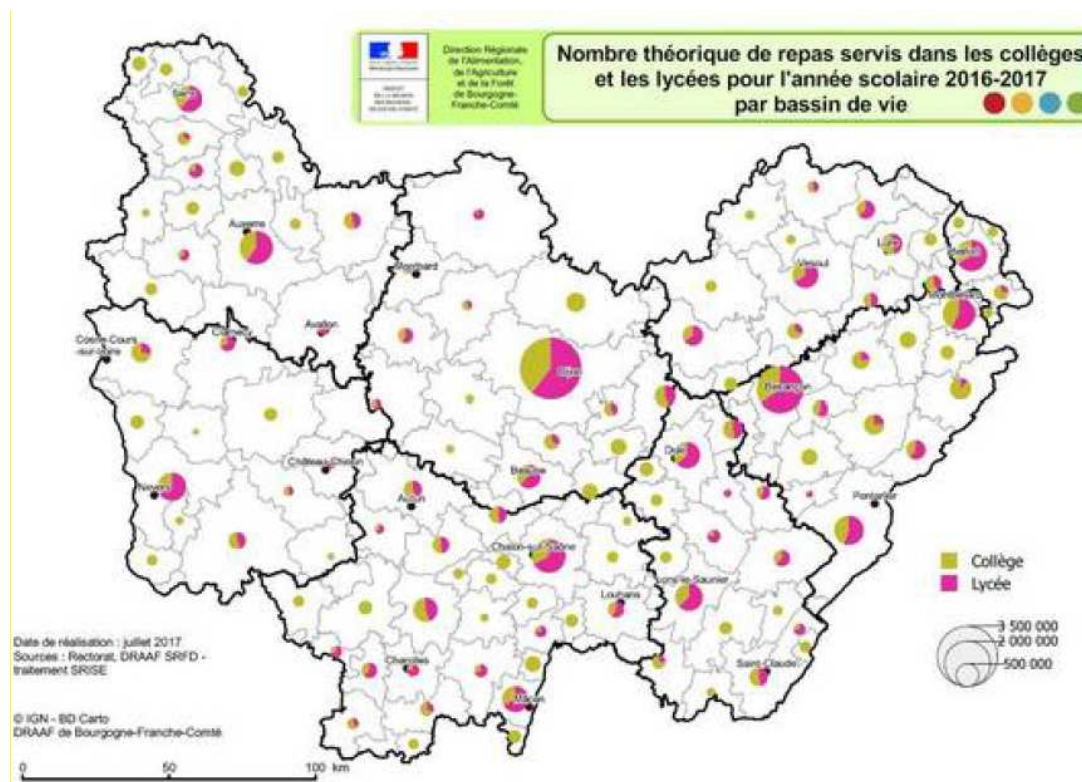


Figure 66 : Nombre théorique de repas servis dans les collèges et les lycées pour l'année scolaire 2016-2017 par bassin de vie (source : Pauthier ; DRAAF, 2017)

Sur le Doubs, 486 écoles, 61 collèges et 33 lycées publics ou privés sont présents sur le territoire (source : annuaire de l'éducation nationale) (**Figure 67**). Les 44 collèges publics du Doubs accueillent plus de 15 000 demi-pensionnaires et fonctionnent comme suit (source : agrilocal25.fr) :

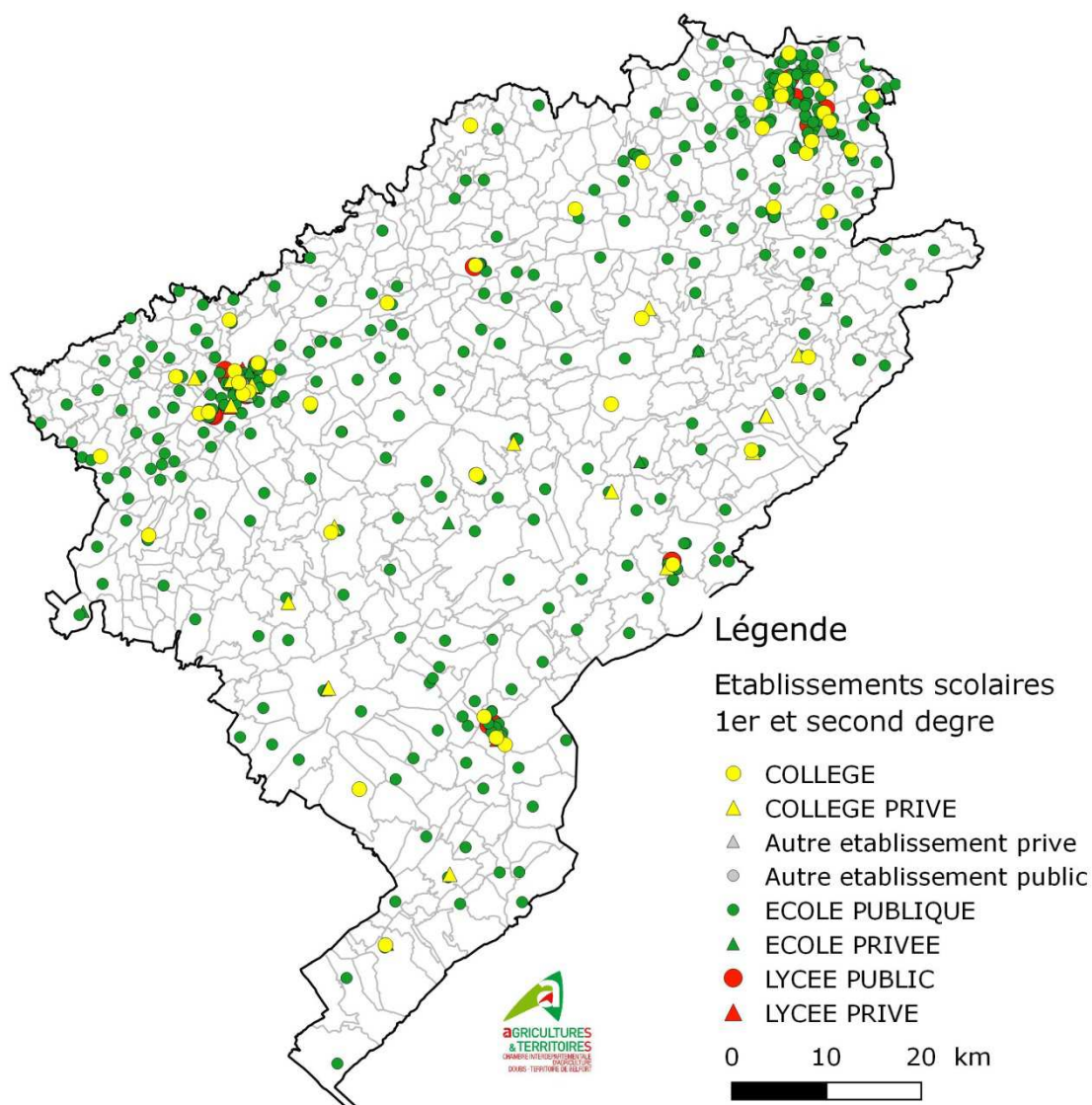
- 34 services de restauration et d'hébergement autonomes organisés sur 36 sites de fabrication et de service des repas, parmi lesquels 5 disposent d'un internat
- 7 cuisines satellites achetant les repas fabriqués en liaison avec une autre structure (3 par un collège, 3 par des prestataires privés, et 1 par un lycée)
- 2 collèges sont hébergés au service de restauration d'un lycée
- 1 a son service de restauration géré par un syndical intercommunal

Cela représente 28 900 repas servis par jour durant les périodes scolaires. Les collèges à eux seuls servent en une année plus de 2 millions de repas. A cela s'ajoute également l'ensemble des établissements supérieurs (8 restaurations CROUS sur le Doubs).

Une enquête a été réalisée par la DRAAF en 2017 (Pauthier, DRAAF 2017), et a été relayé à plus de 200 établissements du Doubs (établissements d'enseignements, médico-sociaux et d'entreprise). Le taux de réponse pour le département est de 37 %.

En synthèse, les résultats principaux qui ressortent de cette étude sont :

- le cout d'un repas est d'en moyenne 2.11 euros (entre 1 et 4.5 euros : issu étude REALISAB) avec pour répartition du cout sur les postes suivant : 12 % part lait, 14 % fruits/légumes, 17 % part viande, 57 % autres : épicerie, pain, conserves etc.)
- la part des achats de produits bruts frais et surgelé équivaut donc à 43 % du prix du repas. Le Frais représente 70 % des produits achetés.
- 34 % des achats des répondants des établissements du département du Doubs sont d'origine locale (département et département voisins). En proportion, cela concerne surtout la viande de porc et la viande bovine.



© CIA 25-90, SIQ Aout 2018
source des données : education nationale

Figure 67 : localisation des établissements scolaires du 1^{er} et second degré (source : éducation nationale, consulté : aout 2018)

Le développement de l’approvisionnement local au sein de la restauration collective fait partie des priorités du département notamment dans les collèges (domaine de compétence). Le déploiement de la plateforme de mise en relation entre acheteur/producteurs Agrilocal (Figure 68), a été mise en place en 2014 pour le Doubs.

Créé en 2013, Agrilocal est un outil national numérique de mise en relation directe entre les fournisseurs locaux et les acheteurs publics de la restauration collective.

Comment ça marche ?

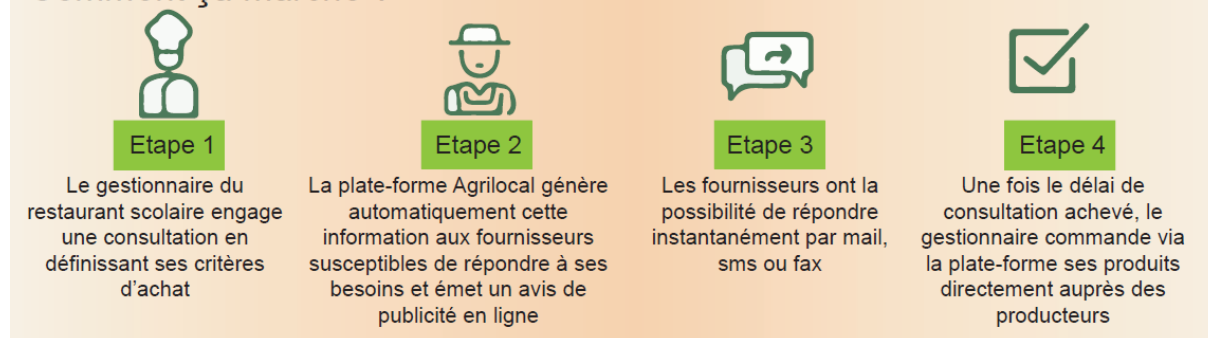


Figure 68 : Fonctionnement d’Agrilocal

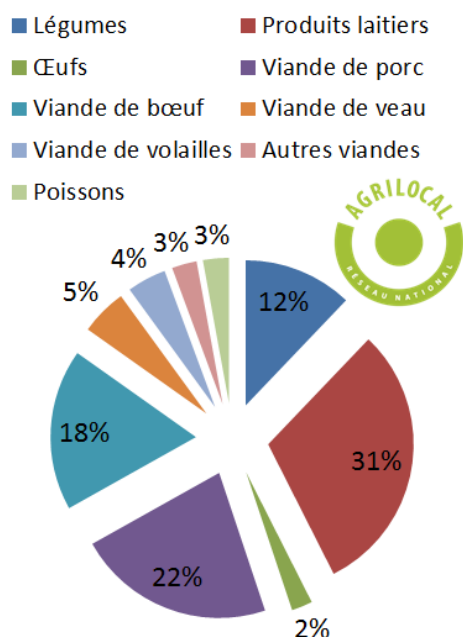


Figure 69 : Part du tonnage acheté en 2017 par famille de produits

Fin 2017, 37 acheteurs sont référencés sur la plateforme, 19 ont déjà commandé au moins une fois. Côté producteurs, 72 sont inscrits 27 ont déjà livré des collèges. Sur l’année 2017, 17 tonnes de produits ont été commandé par la plateforme. Cela concerne surtout, les produits laitiers, la viande de porc et la viande de bœuf (Figure 69).

Le retour quant à l’utilisation de cet outil est mitigé pour chaque type d’utilisateur :

- Les chefs de cuisiniers souhaiteraient plus d’offre concernant la volaille, le poisson et les fruits et légumes. Les freins évoqués lors des différentes rencontres sont : les prix pratiqués, le volume parfois insuffisant, le code des marchés public, la méconnaissance de l’offre, la logistique (livraison), incompatibilité entre période de production maraichère/vacances scolaire d’été, ...

Zoom : un exemple, le cas des légumes :

Dans le cadre du PAT du Grand Besançon, il a été estimé que pour alimenter la cuisine centrale de Besançon et l’ensemble des écoles primaires, il faudrait 5 ha seulement de légumes de pleins champs. Celle-ci s’est également engagée dans la démarche d’approvisionnement local avec 40 % de produits locaux en partie bio (650 000 repas par an, 5 500 repas/jour pour 80 sites livrés).

- côté producteur : les difficultés principales évoquées lors des rencontres et lors de l'enquête sont : les prix, la concurrence forte (vu comme déloyale) avec des grossistes ou transformateurs (transformation locale ne veut pas dire que le produit est d'origine locale), la logistique (livraison) pour des volumes faibles, délai parfois court entre la commande et la livraison, valorisation partielle des carcasses,

Zoom : retour sur l'enquête : Une plateforme encore mal connue des producteurs !

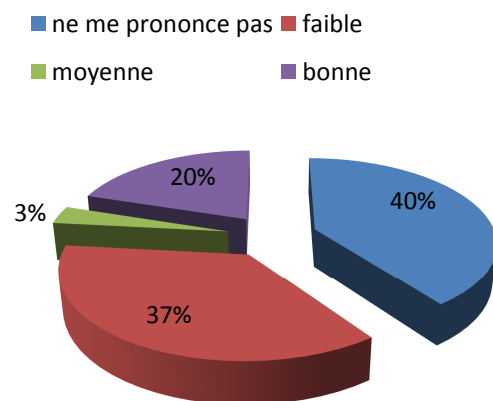


Figure 70 : Retour de l'enquête à la question : « Quelles sont vos connaissances sur Agrilocal ? » (60 retours)

Lors de l'enquête, trois questions ont été posées au sujet d'agrilocal, l'une sur le niveau de connaissance de l'outil, sur son utilisation et sur son niveau de satisfaction. Parmi les 60 répondants, 20 % seulement considère avoir une bonne connaissance de l'outil (Figure 70). L'ensemble des personnes qui ne se sont pas exprimés ne sont pas inscrits sur Agrilocal et 83 % à aucun autre réseau d'ailleurs.

Seuls, 7 répondants (11.6 %) font partis du réseau agrilocal. Tous considère avoir une bonne connaissance de cet outil. Parmi les retours satisfaction, 57 % sont satisfaits de la plateforme, 28.5 % peu satisfait et 14.5 % moyennement satisfait.

Quelques propositions d'améliorations suggérées : « Sélectionner les vrais producteurs par des contrôles » ; « cout de transport à améliorer, quantité commandée » ; « dommage qu'il n'y ait pas plus de collègues », « que les collègues prennent agrilocal 25 au sérieux ».

- côté transformateur : les freins évoqués sont le manque de visibilité de l'offre, les volumes de livraison insuffisants, la constance des volumes livrés.

Des rencontres entre la restauration collective et les producteurs sont organisés lors d'AgriLocal à l'échelle de chaque département. Des actions régionales d'accompagnements de sites pilotes sont également misent en œuvre par la Région et la CRA Bourgogne Franche-Comté.

La restauration commerciale

Dans le cadre du PAT du Grand Besançon, des actions pour rapprocher les restaurateurs des producteurs locaux ont été réalisés. Cela passe notamment par l'étude d'une plateforme de mise en relation Open Food France et l'organisation de rencontres

5.3.3. Initiatives créant du lien entre consommateurs et producteurs

De nombreuses initiatives sont réalisées pour créer du lien entre les consommateurs et les producteurs nous pouvons citer par exemple et ce de façon général :

- les marchés
- les AMAP et la livraison de paniers
- l'accueil à la ferme : vente à la ferme, cueillette libre, porte ouverte,...
- l'agritourisme et les fermes pédagogiques
- la restauration collective (voir ci-dessus)
- les magasins de producteurs,...

Sur le Doubs, des **initiatives multi-acteurs**, associatives ou citoyennes sur cette thématiques sont réalisées ou en projets. La liste ci-dessous n'est pas exhaustive et se veut faire l'objet d'actualisations régulières.

Initiatives	Pilotes	Description	Localisation	Etat
Marchés du soir	PMA	Organisation de marchés du soir tournant pendant l'été	PMA - 21 communes en 2018	Actif depuis 2017
Intermédiaire de vente (Locavor, Place du local, Poirier gourmand, Ruche qui dit oui,...)	privé	Assure un rôle intermédiaire pour la vente et/ou le transport des produits locaux	Doubs - voir carte accès produits locaux	12 initiatives sur le territoire
AMAP du Biocal Lomont	Association consommateurs /producteurs	Faciliter le lien entre producteurs/consommateurs pour la vente et la distribution de paniers	Doubs - voir carte accès produits locaux	5 AMAP active + Biocal du Lomont
La Damassine	PMA	Actions de sensibilisation et outils collectif	PMA - Vandoncourt	Nombreuses animations
Lycée Jeanne d'Arc	Lycée	Magasins de vente de produits locaux tenus par les étudiants	Pontarlier	Actif
Dimanche à la Ferme, Parties de campagne etc.	CIA 25-90 et EPCI	Portes ouvertes	Toutes la Franche-Comté	Annuel
Conserverie	PREVAL	Limiter le gaspillage alimentaire	Haut-Doubs secteur Pontarlier	En projet
La Cuisine d'Uzel, La table d'Uzel	ADAPEI	Restauration collective et travailleurs en insertion	Doubs	Actif et en dev.
Actions diverses Ex. Conseil de l'alimentation, CC Portes Haut Doubs	EPCI	Cf actions de territoires reprises au § 5.4.2	CAGB, PETR Doubs Central, CC Portes Haut Doubs	Prévu et/ou en cours
Annuaire Bio en FC	InterBio	Annuaire des producteurs bio	Franche-Comté	Annuel

D'autres actions extérieures innovantes sont présentées ici :

- Partenariat avec la poste et Drive fermier. Des facteurs livreurs de produits locaux dans les Ardennes (testé en 2017).

- Les Champs des possibles : est une coopérative d'activités agricoles et rurales qui réunit des paysans, des artisans, des porteurs de projet, des consommateurs,

- Cœur paysans (initiatives de producteurs) : magasin de vente de producteurs. Rachat d'un ancien Lidl par 354 paysans alsaciens à Colmar. Il s'est lancé en 2016.

- Chouette coop (initiative de consommateurs) : Projet toulousain de supermarché coopératif et participatif à but non lucratif (actions de consommateurs). Seul les membres peuvent acheter dans ces magasins et participe à hauteur de 3h par mois à la gestion du supermarché. Un projet sur Besançon a avorté.

- Le Cabas des champs (initiative de consommateurs) : Initiative bretonne pour recréer du lien entre consommateurs et producteurs. Il s'agit de la mise en place d'un système d'achat groupé pour un quartier de Brest avec le centre social « Les Amarres ». Projet lancé en 2014.

- Association nationale Solaal : association reconnue d'intérêt général, facilitant le lien entre les agriculteurs et les associations d'aide alimentaire

- Projet Lowcow (Belgique) : application mobile pour développer l'économie coopérative locale notamment dans le domaine de l'alimentation. Projet en cours de développement.

5.4. Analyse globale et synthèse

5.4.1. Flux alimentaire du territoire

Plusieurs acteurs du territoire sont responsables de la production, de la transformation, de la distribution et la consommation des produits du territoire.

En 2017, les 2 682 exploitations agricoles professionnelles dont 200 en agriculture biologique se répartissent ainsi suivant leur **production principale** :

- polyculture-élevage : 2 101 soit **78 %** dont 146 producteurs de viande bovine (à partir de 15 VL ou VA). 112 EA sont en agriculture biologique (soit 5.3 %)
- 132 éleveurs de porc soit 5 %. Parmi eux, 2.3 % sont en agriculture biologique
- 91 éleveurs d'ovins (20 têtes et +) soit 3,4 %. 4 EA sont en agriculture biologique
- 15 éleveurs de caprins (20 têtes et +) soit 0,6 %. 7 EA sont certifiées AB
- 30 éleveurs de volailles et lapins soit 1.1 %. 4 EA sont en agriculture biologique
- Légumes, PPAM, horticulture : 85 soit 3,2 % dont 49 sont certifiées AB (58 %)
- Autres diversifiés : 56 et Autres: 172 soit 6,4 %

Parmi ceux-ci, 324 sont en circuits courts sur le département dont 57 présentes une activité de services (agritourisme, élevage de chevaux, centre équestre,...) soit 17.6 %. Parmi eux 249 sont en production alimentaire soit 77 %. **En 2017, le taux d'exploitations agricoles professionnelles en diversification et circuits courts du Doubs est donc de 12 %** et 96 % d'entre eux pratiquent la vente directe.

Plusieurs outils de transformation sont présents sur le territoire. Les outils de transformation de produits végétaux (notamment fruits et légumes) sont peu présents et nécessiteraient d'être développés. Des projets de ce type sont en cours de réflexion sur le Grand Besançon, PMA et PREVAL du Haut-Doubs. Des outils de transformation mobiles sont à étudier dans certains secteurs notamment pour la filière viande.

Une dynamique importante est présente sur le territoire, la multiplication de ces projets pose la question de la mutualisation. Pour se faire, les différents acteurs doivent mieux se connaître. Un travail sur la communication et le partage des informations semble indispensable pour garantir une cohérence des actions. Le développement des ateliers de transformation à la ferme permet aux agriculteurs de commercialiser des produits à plus forte valeur ajoutée et d'internaliser une plus grande partie de l'aval de la filière (25 % des diversifiés). La mutualisation des outils, et l'établissement d'outils collectifs est un levier possible complémentaire pour dépasser certains freins existants : charge de travail, investissements lourds, ...

La commercialisation des produits (en volume) se fait principalement via les circuits longs avec la présence d'acteurs incontournables en région : coopérative laitière (circuit mixte), Franche-Comté Elevage, Terre Comtoise. Les producteurs fournissant en circuits courts réalisent la vente de leurs produits principalement à la ferme (80 %), lors des marchés (23 %) et dans des magasins spécialisés ou de proximité (18 %).

La Carte ci-dessous synthétise les éléments détaillés ci-dessus (**Figure 71**). En fonction de l'émergence de projet, celle-ci devra être affinée par secteur et/ou par filière. Les secteurs de plus faible densité présentent un maillage moins dense, de l'amont à l'aval. Cela concerne notamment les secteurs des portes du Haut Doubs et du Doubs Central.

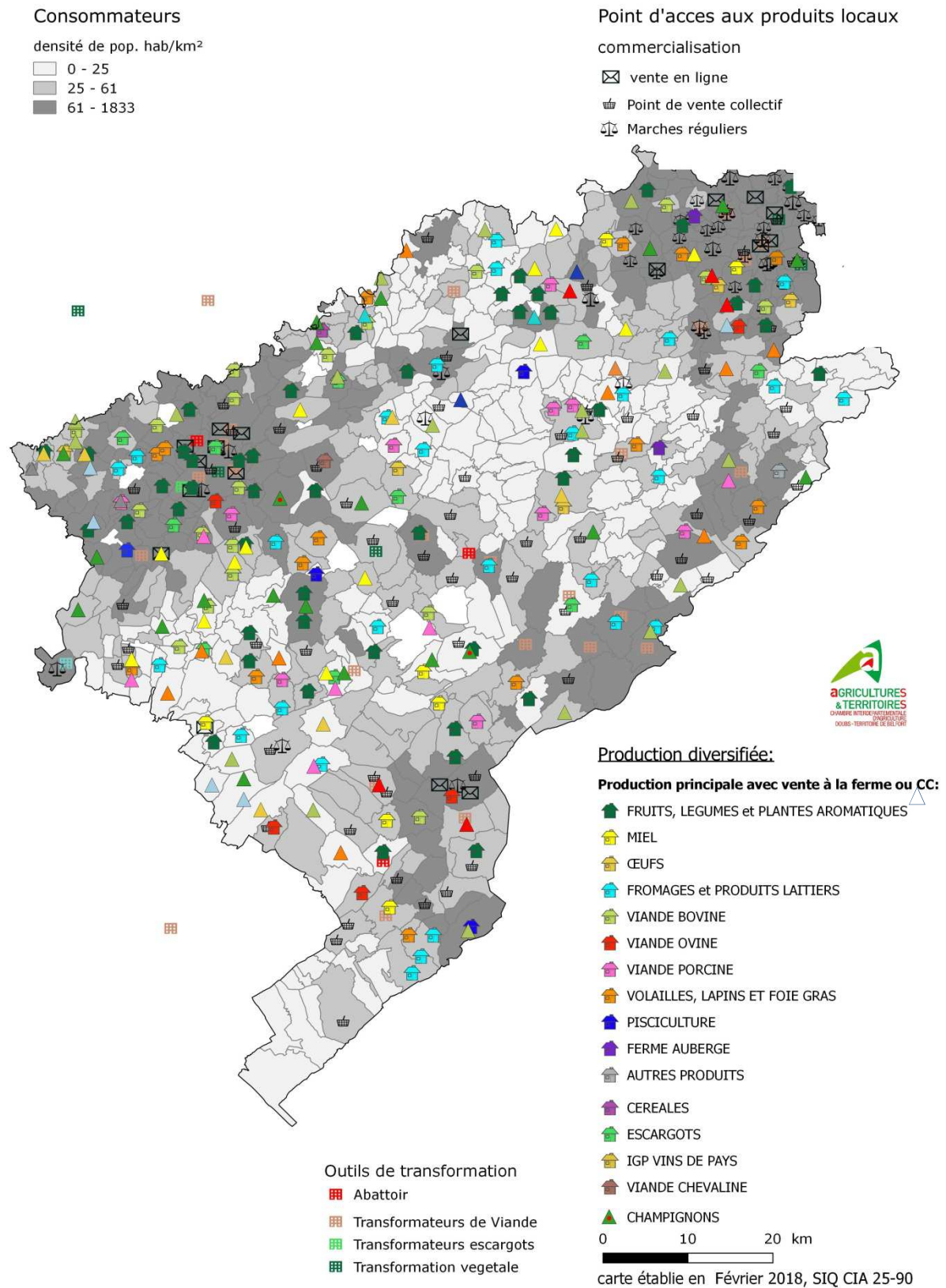


Figure 71 : carte de synthèse des acteurs du système alimentaire en circuits courts du Doubs en 2017

5.4.2. Atouts et Points de vigilances

Analyse par secteur : retour sur les études locales

Projet Alimentaire Territorial du Grand Besançon

Constats :

- sols plutôt favorables pour production agricole diversifiée secteurs plaines et basses vallées
- présence d'outils d'abattage et de stockage
- des filières dynamiques AOP d'autres cherchant une meilleure valorisation : lait conventionnel, lait bio, viande
- des productions diversifiées à développer pour répondre à la demande des consommateurs
- agriculture bio encore peu développée mais conversion en cours zone basse
- pression foncière, grande structures agricoles sur la zone basse avec charge de travail importante
- besoin d'un bassin large d'alimentation
- un savoir-faire important sur la transformation du lait
- Des filières d'approvisionnements basées sur des grossistes, des intermédiaires logistiques.
- Une offre locale peu structurée pour répondre aux grossistes

Objectifs :

- Volet 1 : Développer une offre en lien avec une demande, accompagner le lien offre/demande
- Volet 2 : Débat, sensibilisation sur l'alimentation
- Volet 3 : Visibilité de l'offre pour le grand public
- Volet 4 : Rendre les produits locaux accessibles à tous
- Volet 5 : Développer une alimentation locale bonne pour la santé

Actions envisagées/initiées :

Volet 1	Une offre de produits locaux pour les restaurateurs (travail avec Cuisine Mode d'Emploi)
	Une offre de légumes pour la restauration collective
	Mobiliser des fruits dans les vergers pour du jus ou de la vente de fruits
	Formation apiculture pour les amateurs sur la pépinière
	Outils de transformations : Projet de légumerie et outils structurants pour la filière apicole
	Action de développement de la filière lin
	Développer l'approvisionnement local de la filière brassicole bio
	Accompagner des communes souhaitant approvisionner leur restauration en local
	Développer une offre en produits locaux pour les professionnels
	Développer des valorisations alimentaires à base de soja
Volet 2	Développer un partenariat avec la MJC Palente
	Utiliser les événements locaux pour relayer les questions alimentaires et expériences locales
	Livre de cuisine et partenariat avec Freiburg
Volet 3	Appel à projet pour fourniture de cours de cuisine amateurs
	Développer un outil souple et complet où trouver des produits locaux fermiers près de chez vous
Volet 4	Développer un groupe de travail à réunir pour faire émerger des actions : action Mangeons local ! Tous à table
Volet 5	A définir

Constats :

Les Forces	Les points de vigilance	
<p>Bassin de Vie/d'Emploi important</p> <p>Des productions agricoles diverses et bio significatives</p> <p>Une dynamique importante d'installation de structures en prod. div.</p> <p>Des points de ventes multiples et divers sur le territoire</p> <p>Intérêt pour démarche collaborative</p> <p>Acteurs ESS / Tissu et compétences industrielles et artisanales</p>	<p>Inégalité sociale</p> <p>Des productions à développer (légumes, fruits, lentilles,...)</p> <p>Des outils de transfo. Manquants/Organisation logistique</p> <p>Accès au Foncier / Formations</p> <p>Maillage des points de ventes sur le territoire – très concentré en milieu urbain.</p> <p>Adaptation des types de points de vente en fonction du contexte/comportements</p> <p>Communication/Partage de l'offre et de la demande/+ de Transparence</p>	
	<th data-bbox="770 1070 1394 1126">Points de vigilance</th>	Points de vigilance
<th data-bbox="188 1081 770 1137">Les Opportunités</th> <td data-bbox="770 1137 1394 1193"></td>	Les Opportunités	
<p>Des producteurs extérieurs en renfort</p> <p>Des consom'acteurs</p> <p>Volonté des politiques publiques (et intérêt des acteurs du territoire)</p>	<p>Concurrence foncière avec les suisses</p> <p>Intégrer les projets/actions extérieures : cohérence territoriale</p> <p>Concurrence avec les produits bio d'importation</p>	

Figure 72 : Extrait de l'étude de l'agriculture diversifiée de PMA de 2017

Le plan d'actions est à définir avec la réalisation d'ateliers spécifiques à l'automne.

Constats :

Les forces	Les faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Une dynamique de projets à l'amont avec des agriculteurs qui cherchent à innover • Des outils de commercialisation déjà présents sur le territoire • Quelques porteurs de projet à l'aval pour proposer de nouveaux modes de commercialisation • Une qualité des produits locaux reconnus par les consommateurs • Des consommateurs mobilisés 	<ul style="list-style-type: none"> • Une offre encore limitée en quantité • Manque de communication entre tous les acteurs • Difficultés d'accès pour l'aval aux produits locaux • Multiplication des lieux d'achats pour les consommateurs
Les opportunités	Les menaces
<ul style="list-style-type: none"> • La consommation de produits locaux est valorisée dans les politiques publiques • Les chambres consulaires également engagées dans la dynamique • Un territoire LEADER qui peut accompagner des projets • Des territoires voisins qui se mobilisent sur ces sujets 	<ul style="list-style-type: none"> • Un nombre limité de porteurs de projet • Difficultés d'accès au foncier • Un accompagnement à l'installation en cours de structuration • Une défiance entre producteurs de comté et agriculteurs diversifiés • La concurrence entre les magasins de produits locaux

Tableau 9 : Matrice stratégique - Atouts et contraintes du territoire pour le développement des circuits alimentaires de proximité

Figure 73 : extrait de l'étude de l'offre et la demande en produits locaux du PETR Doubs Central (Cabinet Gressard consultants, 2018)

- dynamique de projets tant à l'amont qu'à l'aval à mobiliser
- nécessité de structurer, mettre en réseau des acteurs de l'accompagnement à l'installation et favoriser l'interconnaissance entre tous les acteurs des filières
- outils de commercialisation déjà présents à adapter aux nouveaux modes de consommation : vente en ligne, livraison, drive
- démarche à mener avec les territoires voisins qui sont dans des démarches similaires pour une stratégie globale

Enjeux :

- Clarifier l'offre et les circuits de commercialisation ;
- Mieux communiquer au sein des filières alimentaires ;
- Etoffer la gamme de produits locaux disponible ;
- Structurer les filières autour de produits transformés répondant à la demande des opérateurs de l'aval ;
- Adapter les circuits de commercialisation aux nouvelles tendances de consommation.

Actions envisagées :

- Création d'une charte territoriale
- Création d'une plateforme internet de présentation et de géolocalisation des produits locaux et des lieux de vente
- Structuration de filières locales de l'amont et de l'aval : la filière blé-farine-pain, une filière de valorisation du lait bio standard, le développement d'une offre en légumes pré-transformés ;
- Structuration des circuits existants permettant de valoriser les points de vente à la ferme, par des marchés locaux itinérants, le développement d'une offre étoffée avec de nouveaux services : drive, livraison ou vente en ligne.

Etudes de marché portant sur l'opportunité du développement de l'offre et de la demande en produits locaux sur la CCPHD, extrait de l'étude réalisée par Gressard consultants, 2018)

Constats :

- agriculture du territoire dominée par la production laitière AOP
- méfiance entre producteurs de lait et les autres.
- production diversifiée faible sur le territoire malgré une gamme large de produits
- des porteurs de projets dans le département qui se tournent vers de nouvelles productions
- difficulté d'accès au foncier pour les diversifiés
- un accompagnement qui se structure
- rigueur climatique et altitude
- un savoir-faire artisanal et industriel
- une volonté de valoriser les produits locaux via la transformation, de créer des filières locales
- peu de dynamique collective sur le territoire en dehors des filières traditionnelles
- Interconnaissance limitée
- des volumes faibles qui limitent les démarches collectives
- quelques initiatives qui se structurent de l'amont à l'aval
- des attentes fortes de la part de la restauration collective
- une concurrence à venir des circuits traditionnels développant leur propre local
- la commercialisation en direct est chronophage, la pérennité des installations se questionne
- l'agritourisme est bien développer sur le territoire : atout de valorisation de l'agriculture du territoire
- le réseau de fruitière, bien présent sur le territoire est un atout pour la valorisation locale des produits et facilite leur accès auprès de la population
- des consommateurs en forte demande
- un bassin de consommation à proximité permettant d'écouler les productions
- une offre limitée et peu visible

Enjeux :

- accompagner les producteurs non diversifiés désireux de développer une activité de diversification (ex. production de légumes de pleins champs, organisation logistique pour la filière viande)
- accompagner les producteurs et les porteurs de projets pour faciliter l'accès au foncier, sur les questions réglementaires, et pour promouvoir leurs activités et produits

Objectifs :

- Créer un conseil de l'alimentation pour ré-apprendre aux gens à consommer localement
- Le Foncier comme levier de la diversification
- Développer les circuits de vente
- Faciliter la mise en relation et la communication

Actions envisagées :

- ① Conseil de l'alimentation : Animé par la CCPHD. Le Rôle : faire le lien entre le terrain et les élus. Actions envisagées :
 - solliciter les associations, les communes, les comités des fêtes
 - lancer un défi « famille circuits courts »
 - réaliser des actions dans les écoles
 - faire des guides du type : »organiser un événement avec un repas issu des « Circuits-courts »

- ② Le foncier comme levier de la diversification : disposer d'une réserve foncière pour l'installation des productions sous-représentées. Permettre de l'installation progressive

sur du foncier mis à disposition. Faire un pôle maraîcher. Identifier et préserver les terres adaptées à la diversification.

③ Développer les circuits de vente : faciliter l'accès des produits locaux pour le plus grand nombre. Impliquer les acteurs plus « traditionnels ». Rendre les produits locaux attractifs. Actions :

- s'appuyer et valoriser l'existant : moulin à légumes, fruitières notamment
- développer un commerce ambulant
- mutualiser la logistique
- améliorer l'image des produits en magasin
- créer des recettes à partir des produits locaux
- animer un temps d'échange entre tous les acteurs (format marché)

④ Faciliter la mise en relation et la communication. Rendre lisible à tous l'offre locale. Construire et animer un annuaire des démarches.

- répertorier ce qui existe
- impliquer les chambres consulaires et les acteurs locaux
- échanger avec les territoires voisins
- envisager les liens avec ce qui existe déjà : Bienvenue à la ferme, Agence Bio, Agrobioconso
- animer des rencontres entre les acteurs

Analyse globale du territoire du Doubs

Sphère concernée	Atouts	Points de vigilance	Territoire principale en terme d'émergence / Filière Concernée
Production *	<p>Diversité de produits et d'activités à développer :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projet de production d'ortie pour l'alimentation humaine et animale - Projet de structuration d'une filière brassicole bio (CAGB, InterBio) - Soja : projet en cours sur le Grand Besançon 	<p>Productions manquantes (légumes et fruits, protéines végétales)</p> <p>Conditions de travail : manque de moyens humains, temps, matériels, etc...</p> <p>Qualité agronomique des sols et conditions climatiques</p>	<p>Tous. Forte dépendance de la qualité agronomique des sols</p> <p>Légumes : zone basse plus favorable Vergers : tous + zone historique PMA</p>
Production	<p>Dynamique d'installation et potentiel de diversification bien présents (producteurs non diversifiés, porteurs de projets) : 30 projets connus fin 2017</p>	<p>Limité par contrat en cours (notamment lait) pour développer un autre débouché</p> <p>Garantie des débouchés, formation sur les débouchés possible</p> <p>Dynamique moins présente secteur Pays Doubs Central/Portes du Haut Doubs</p>	<p>Plutôt Est du département (cf figure 28)</p>
Transformation	<p>Des outils existants sur lesquels s'appuyer (individuel, IAA notamment filière viande, artisans métiers de bouches)</p> <p>Dynamique importante (concerne 70 % des projets recensés)</p>	<p>Des outils de transformation à adapter aux enjeux des territoires et aux débouchés</p> <p>Des actions collectives à soutenir et encourager</p> <p>Des compétences spécifiques à acquérir</p>	<p>Tous. Lien avec l'artisanat / IAA</p> <p>Projet de Laiterie bio secteur Doubs Central</p> <p>Filière viande : réflexion abattage mobile ou organisation logistique (secteur PMA, Doubs Central)</p> <p>Projets de légumerie : PMA, CAGB, Pontarlier</p>

Commercialisation	Des points de vente existants sur lesquels s'appuyer – maillage du territoire (points de vente de produits locaux notamment fruitière)	<p>Besoin de Formation (Marketing, Informatique, Communication)</p> <p>Outils digitaux</p> <p>Organisation à trouver dans les territoires ruraux, déconnecté de l'influence urbaine (service de livraison ?)</p> <p>Nouveau débouché à saisir (Restauration collective) pouvant notamment nécessiter une organisation collective sur la logistique ou le regroupement de la vente</p> <p>Saturation locale du débouché (vente sur marchés notamment pour la filière maraichère: ex. PMA)</p>	Tous.
De la production à la commercialisation	<p>Démarche qualité présente : SIQO, Agriculture biologique (notamment caprins, maraichage/PPAM, volailles), agroécologie, énergie renouvelable,...</p> <p>Initiatives pour se positionner sur nouveau débouché/marché et répondre aux attentes de société</p>	<p>Visibilité et transparence de la démarche qualité auprès des consommateurs. Communiquer sur les actions faites sur ces thématiques : tous publics même agricoles (services écosystémiques comme argumentaire, limitation des impacts,...).</p> <p>Gestion des invendus notamment pour la filière viande.</p> <p>Organisation logistique (transport et impact carbone)</p> <p>Conditionnement écoresponsable</p> <p>Certification HVE</p>	Tous. Secteur plaine.

De la production à la commercialisation	<p>Producteurs intéressés par des démarches collaboratives (notamment dans le domaine des échanges entre pairs, transport, des outils de transformation ou de la communication (36 projets)</p> <p>Un savoir coopératif historique</p>	<p>Visibilité et partage</p> <p>Présence d'un coordinateur, créer une gouvernance et planifier/suivre le projet, être accompagné dans cette démarche de groupe, innover, avoir un esprit de groupe, prendre le temps de créer du lien, considérer la logistique</p>	Zone basse, secteur PMA (cf. figure 29)
De la production à la commercialisation	Dynamique de projets bien présente. Emulation à toute étape.	<p>Processus d'accompagnement technique (étude des sols, agronomie, process de transformation, qualité, animation de groupe ; etc.) administratif, réglementaire</p> <p>Statut juridique des petites structures limitant pour l'accès à la formation/aides</p> <p>Manque de moyens humains, temps, matériels, investissement financier, etc...</p> <p>Formation des diversifiés après l'installation ou lors d'une diversification de l'activité</p> <p>Accès au foncier</p> <p>Difficulté de partage de l'information entre les différents acteurs</p> <p>Contrainte administrative et réglementaire (étiquetage, qualité, sanitaire, etc)</p>	Tous

Logistique	Intérêt pour des démarches collectives Des axes routiers structurants	Paramètre souvent peu considéré (déplacement ; lieu de stockage ; flux de l'information ; organisation de la gouvernance en amont,...). A encourager en logique multi-acteurs.	Tous. Filière viande : mutualisation du transport (secteur PMA, Pays Doubs Central)
Promotion Communication	Appui de l'activité Agritouristique pour promouvoir les produits locaux et les producteurs du territoire Réseau BAF	Contrainte de temps, besoin de formation	Tous
Consommateurs	Contexte sociétal favorable à ce type d'initiative (plus en plus de sensibilisation, d'attrait pour des produits transparents locaux, etc.) pôles métropolitains assez importants : 3 aires d'influences sur le territoire des populations à revenus élevés (notamment clientèle suisse, frontaliers, grand Besançon)	Prix Utiliser des modes de communication/commercialisation adapté aux spécificités des territoires et au public (population vieillissante, cibler les zones peu accessibles : secteur à offre de service de base insuffisante ; rural vs urbain) Evaluer le débouché potentiel par les outils digitaux et préciser suivant les territoires (attention saturation sur certains territoires : CAGB)	Tous. Attention à confirmer sur certains secteurs (PMA,...).
Externe	Soutiens financiers et politiques Attente de la restauration collective : outils, marchés, débouchés Des territoires locaux dynamiques (voir actions misent en œuvre § 5.4.2)	Erosion de la SAU Regroupement de la production. Organisation de la logistique Cohérence entre les actions et les initiatives des territoires	Tous

Toutes (Interne/Externe)	<p>Implication des acteurs des filières alimentaire et agricole</p> <p>Transversalité dans les services d'accompagnement et amélioration continue</p> <p>Audit : vue d'ensemble</p>	Connaissance faible des acteurs, des débouchés, des actions....	<p>Tous.</p> <p>certains territoires sont plus en avant sur ce point (organisation de réunion inter-acteurs)</p>
-----------------------------	---	---	--

** Précisions d'analyses :*

La production agricole du territoire est diversifiée néanmoins certaines productions sont insuffisantes sur le territoire, d'autres sont commercialisées principalement en circuit long (notamment filière viande). Il est alors possible d'envisager des actions sur ces deux points en :

- développant les productions existantes mais présentes en volumes insuffisants : ex. légumes, fruits. Les 99 ha de légumes (1/2 en bio) ne couvrent que 3 % des besoins des doubsistes. Certaines attentes, notamment auprès des acteurs de la restauration collective, peuvent favoriser le développement de certaines cultures de plein champ : ex. Pomme de terre. La production de pomme de terre du Doubs couvre actuellement les besoins de 8.8 % de la population du département.
- développant de nouvelles filières (ex production de lentilles,...)
- proposant des outils de transformation adaptés aux attentes et besoins des exploitants en circuit long qui souhaiteraient développer les circuits courts ou les porteurs de projet en cours d'installation
- développant un processus d'accompagnement diversifiés pour chaque étape de la vie de l'entreprise et du produit

6. Enjeux et objectifs stratégiques

L'Analyse présentée ci-dessus met en avant les principaux enjeux déclinés en objectifs stratégiques opérationnels :

ENJEU/AXE	OBJECTIFS STRATEGIQUES
<p>① Développement et structuration de l'offre à travers une approche de territoire et de filière (lien avec les défis 1 et 2 du PRDA et objectifs 3 et 4 du PAI)</p>	<p>1. A. Structurer les filières locales autour de l'existant et des besoins des territoires (notamment maraichage/arboriculture/PPAM ; volailles ; porc ; association éleveurs de veau de boucherie/bouchers)</p> <p>1. B. Développer et Structurer les filières émergentes (protéines végétales, filière brassicole, veau de lait et maroquinerie)</p>
<p>② Optimisation des moyens et soutien des producteurs (lien avec les défis 1 et 3 du PRDA) (lien avec les objectifs 1,2,5 et 6 du PAI)</p>	<p>2. A. Accompagner et soutenir les producteurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sur leurs compétences (échange entre pairs, formation, pépinière, communication, marketing, agriculture durable, groupe de recherche et de test), - sur les moyens humains (service de remplacement, mutualisation, association producteurs/consommateurs, travailleurs en insertion ou TIG), - sur l'organisation par l'optimisation de la logistique et la mutualisation des équipements (mutualisation, regroupement de producteurs, plateforme de stockage, transport...) - aux changements de leurs circuits de distribution, - sur leur recherche de débouchés adaptés ou de modèle marketing pertinent - sur les aspects administratifs, réglementaires (notamment sanitaires), juridiques et financiers : informations, appui aux montages de dossiers individuels ou collectifs, études de marchés et de faisabilités, recherche et aide au montage de dossier de financement (aide à l'installation, aides diversifications, plateforme de financement participative, aides aux petites structures hors cadre des financements conventionnels, aide dans les cas des 3 premières années...) - pour l'efficacité et l'optimisation des exploitations agricoles : aide aux exploitations fragilisées, diagnostic d'efficacité, aide à l'établissement du prix de revient...) - sur les aspects environnementaux : appui à la recherche de concepts innovants pour répondre aux enjeux environnementaux (ex. conditionnement, etc.) <p>2. B. Accompagner et soutenir les producteurs sur l'accès au foncier : intégration de zones agricoles/transformation réservés dans les documents d'urbanismes, échanges parcellaires, inventaire de zones non occupées, parrainage, notamment en zone AOP, compensation suite à étude d'impact,...</p> <p>2. C. Développer des outils de suivi de l'agriculture diversifiée</p>

ENJEU/AXE	OBJECTIFS STRATEGIQUES
<p>③ Réponse aux attentes sociétales (lien avec les défis 2 et 4 du PRDA)</p>	<p>3. A. Adapter l'accessibilité en produits locaux pour tous, aux besoins des territoires et aux attentes des consommateurs (points de vente collectif, outils digitaux, magasin de vente des fruitières, RHF, restaurations solidaires, livraison dans les zones rurales,...)</p>
	<p>3. B. Encourager les démarches qualités à toutes étapes (qualité sanitaire des produits, agriculture durable, ESS, environnement et éco-responsabilité, certification et labels,...)</p>
	<p>3. C. Permettre une meilleure transparence et visibilité de l'offre (objectivité sur le prix, démarche qualité,...)</p>
	<p>3. D. Répondre aux nouvelles tendances alimentaires</p>
<p>④ Communication transversale (lien avec les défis 4 et 5 du PRDA)</p>	<p>4. A. Permettre une meilleure visibilité de l'offre et de la demande : Partager le même langage, Mieux se connaître et se comprendre (réalisation d'ateliers/rencontres, visites, cartographie, utilisation d'outils de communication ou de mise en réseau, actions de sensibilisation,...)</p>
	<p>4. B. Permettre et développer une communication et le partage des informations au niveau des territoires pour assurer la cohérence dans les actions réalisées dans une vision globale partagée (développement d'outils, veille territoriale, coopération entre acteurs)</p>
	<p>4. C. Créer un Point Accueil diversification (en lien avec l'enjeu 2)</p>