

DOSSIER : CIRCUITS COURTS

Le CIRCUI COURT, un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire, sans notion de distance.

Ce mode de commercialisation est bien souvent confondu avec le circuit de proximité, ce dernier qualifiant plus particulièrement l'approvisionnement local ou régional sans que la notion d'intermédiaire entre le producteur et le consommateur soit prise en compte.

Une commercialisation en circuit court peut être de proximité ou non, exemple la vente directe du producteur au consommateur par internet avec un adressage postale reste un circuit court. Une vente de proximité, peut ne pas être considérée comme une vente en circuit court si entre le producteur et le consommateur, s'intercale un grossiste, voir un distributeur ou un commerçant quel que soit sa taille.

La notion de circuit court est vraiment essentielle pour définir ce mode d'organisation commerciale qui réinscrit le lien entre le producteur et le consommateur.

CIRCUITS COURTS OU LA FIN DES INTERMÉDIAIRES

La commercialisation des produits agricoles, quelle que soit la filière de production, est organisée selon un système pyramidal, circuit conventionnel-long, qui implique bien souvent de nombreux intermédiaires entre le producteur à la base de la pyramide et le vendeur final au sommet de celle-ci.

Ce système n'est pas une conséquence de notre économie productiviste et consumériste, il est la conséquence des aspects spatiaux et temporels des productions agricoles et de la demande des consommateurs.

Produire en agriculture nécessite du temps : entre 3 mois pour des tomates ou des fraises et 24 mois pour de la viande bovine. La production agricole répond à des nécessités de temps et de saison.

Au temps, les productions agricoles nécessitent aussi espaces et surfaces pour être en capacité de répondre aux demandes du marchés. Des productions industrielles d'œufs qui ne requièrent que quelques hectares aux productions de fruits occupant des surfaces très importantes, les productions agricoles nécessitent des espaces et parfois des environnements spécifiques.

L'exploitant s'est souvent spécialisé pour améliorer la rentabilité et la durabilité de son entreprise, n'offrant de ce fait qu'un ou deux produits sur le marché. Les grossistes, les MIN (Marché d'intérêt National), les marchés de gros et, autres intermédiaires industriels permettaient alors aux distributeurs finaux d'avoir une offre complète et permanente.

Ces organisations se sont développées car la conduite des exploitations ne laissait plus de temps pour assurer une commercialisation directe, d'un produit trop souvent saisonnier, ou nécessitant des investissements immatériels importants.

Les consommateurs retrouvent le chemin des terroirs.

Depuis le début des années 2000, les consommateurs ont faim de circuits courts. Ils souhaitent connaître l'origine des produits et privilégient la qualité, la fraîcheur et le goût. Depuis peu ils ont ajouté un paramètre à leur décision d'achat, c'est la notion d'agriculture biologique et respectueuse de l'environnement.



Ce changement de comportement alimentaire a amené l'émergence du renouveau de certaines organisations commerciales mais aussi l'apparition de nouveaux modèles de commerce en circuit court.

Les exploitants agricoles ont répondu aux exigences des consommateurs sous différentes formes. Certains ont développé l'activité de circuit court qu'il pratiquait déjà, d'autres l'ont initié soit pour assurer la survie de leur exploitation, soit pour mieux valoriser leur production.

DOSSIER

Près d'une vingtaine de modèles commerciaux en circuit court.

Des plus anciens comme la **vente directe à la ferme et les marchés** en passant par la **restauration collective**, la **naissance des AMAP (Association de Maintien de l'Agriculture Paysanne)**, jusqu'au tout dernier, le **e-commerce**.

Près d'une exploitation sur cinq commercialise tout ou partie de sa production en circuit court. Avec une mention particulière pour la Corse et les départements d'Outre-mer, où deux tiers des agriculteurs réalisent des ventes en direct ou avec un seul intermédiaire. (Source INRA).

Selon une étude du cabinet Natural Marketing, 71 % des consommateurs privilégient les produits locaux. Mais seulement 42 % ont acheté en circuit court dans le dernier mois. Le circuit court n'est pas une pratique marginale. C'est une nouvelle articulation des comportements habituels de consommation. Les acheteurs en circuits courts restent acheteurs en GMS.

Les différentes organisations des circuits courts.

La plus ancienne des formes de circuits courts, connue de tous, **LA VENTE DIRECTE A LA FERME** connaît un important développement depuis les années 2000. Les ventes se sont diversifiées et les producteurs ont su faire évoluer leurs produits. Les exploitants, surtout dans les zones touristiques ou péri-urbaines, ont

diversifié leur offre en proposant entre autres la récolte au champ.

Une autre forme de commercialisation traditionnelle **LE MARCHÉ DE VILLAGE OU DE CENTRE-VILLE** appelé aussi **marché de plein vent** qui regroupe des produits avec une offre complète sur un même lieu. C'est la forme d'achat privilégiée en circuit court devant la vente à la ferme.

Sur cette base, les organisations professionnelles ont développé **LES MARCHÉS DE PRODUCTEURS**. Saisonniers et principalement étendus dans les zones touristiques, ils recréent des lieux d'échanges et de liens entre les consommateurs et les producteurs tout en mettant en avant les terroirs et les savoir-faire.

Ceux-ci ont été déclinés en **MAGASIN DE PRODUCTEURS** pour permettre à un plus grand nombre de consommateurs d'avoir accès à des produits de terroir au meilleur prix avec une garantie de qualité et d'origine. Les Halles de l'Aveyron en sont le meilleur exemple, installé en premier lieu à Rodez, ils ont développé leur concept avec l'ouverture de deux magasins et un restaurant en Ile de France.

Les **AMAP** sont issues de ces formes traditionnelles de commercialisation des produits agricoles. Partenariat entre un groupe de consommateurs et des producteurs, les AMAP sont pour le paysan le maintien de l'activité agricole par la garantie de revenu, pour le consommateur des aliments frais, de saison, souvent biologiques, produits à partir de variétés végétales ou races animales de terroir ou anciennes et un prix équitable pour les deux partenaires.

C'est une forme novatrice commerciale qui établit un lien particulier entre le producteur et le consommateur.

LA RESTAURATION COLLECTIVE

n'est pas en reste. Afin de garantir une alimentation de qualité accessible à tous, elle a multiplié de nombreuses solutions pour mettre en avant les productions locales au sein de ses menus en s'affranchissant des plateformes d'achat.

LES PETITES SURFACES ALIMENTAIRES

, souvent de proximité, se multiplient. Elles proposent régulièrement les produits des exploitants de la région, mettant en avant les valeurs du terroir.

D'autres formes de circuits courts existent et sont menées par des associations avec les collectivités locales ou régionales : **Les P.A.T. (Projets Alimentaire Territoriaux)**. Ils ont pour objectif de répondre au Programme National d'Alimentation et aux objectifs territoriaux pour une agriculture durable. Ces programmes se veulent promoteurs de synergies entre les acteurs d'un territoire.

DEUX PAT EN CORSE

« UN PIATU IN PIU »



Porté par le Pôle Territorial et Rural du Pays de l'Ornano, Taravu, Valincu, Sartonais

(présenté dans notre magazine 4)

CIRCUITS COURTS



Magasin les Halles de l'Aveyron - Coopérative UNICOR

- ◇ Un rayon épicerie sucrée
- ◇ Un rayon épicerie salée / produits du terroir
- ◇ Un rayon boulangerie

Un restaurant attenant propose les produits du magasin et est devenu en 5 ans la deuxième table de Rodez.

Magasin GAMM VERT de la Coopérative « La ferme de Figeac »

Coopérative de production viande et lait elle travaille depuis une vingtaine d'années sur les circuits courts et de proximités.

Elle compte 3 magasins GAMM VERT dont 2 ont un rayon alimentaire (Figeac et Capelle), le troisième n'étant que de la jardinerie.

Le magasin de Capelle, ouvert il y a moins d'un an, dispose également d'un restaurant proposant les produits du Magasin.

Le Magasin de Figeac a une superficie de 700m² avec au fond du magasin de la vente en circuit de proximité en frais. On y



Magasin GAMM VERT des Fermes de Figeac de Capelle

L'ensemble des salariés du magasin est formé selon les valeurs du magasin avec en premier lieu une formation sur qu'est ce qu'une coopérative. L'accueil et le service client y sont une priorité. La bonne entente est pour eux primordiale.

La coopérative est très impliquée dans la vie locale (Atelier cuisine du terroir animé par les femmes des producteurs, fabrication de leurs panier cadeau par une association de personnes handicapées à base des produits de la scierie de la coopérative, etc...). L'ensemble des adhérents de la coopérative sont impliqués dans la RSE et les énergies durables.

1 producteur sur 2 est équipé de panneaux photovoltaïques sur le toit de leur hangar de même que le magasin GAMM VERT de Capelle. Un projet de ferme éolienne est en cours.

- retrouve :
- ◇ En rayon d'appel une boucherie comprenant uniquement de la viande provenant des adhérents de la coopérative. On compte 7 bouchers dont 2 apprentis.
 - ◇ Un rayon traditionnel de fromages de la région
 - ◇ Des fruits et légumes (priorité aux producteurs locaux)
 - ◇ Du vin et de la bière de la région
 - ◇ Un rayon épicerie sucrée (chocolat, bonbon, etc...)
 - ◇ Un rayon épicerie salée / produits du terroir (foie gras, etc...)

DOSSIER

La coopération agricole et les circuits courts, Une opportunité évidente.

Les circuits courts se développent sur la coopération producteur-consommateur. Le mouvement coopératif né au début du XXème siècle pourrait être considéré comme le premier modèle de circuits courts. Dans une coopérative les exploitants agricoles sont associés pour utiliser un outil en commun en vue de valoriser et d'assurer la durabilité de leur exploitation. Née aussi d'une crise commerciale, la coopération agricole est présente sur les circuits longs et les circuits courts.

Les circuits courts sont une évidente opportunité pour ces structures dont la vocation première est la valorisation des productions agricoles de leurs adhérents. Etablies en milieu rural, les coopératives sont un outil de développement économique et social. En prônant une agriculture responsable et écologique, elles développent par de multiples dispositifs une alimentation de qualité pour tous et partout et participent pleinement au développement durable.

Par la vente directe, par sa présence sur les marchés de plein vent, en passant par les magasins de producteurs ou la vente à distance, voire même des restaurants de producteurs, la coopération agricole utilise les circuits courts comme un outil de valorisation des productions, des terroirs et des savoir-faire. En se réappropriant le contact avec le consommateur, elle tisse des liens entre les hommes en garantissant l'origine et la qualité des produits.

Les Halles de l'Aveyron constituent une véritable innovation économique. Pour la première fois, des paysans rassemblés en coopérative se dotent d'une enseigne de distribution pour s'adresser aux consommateurs à une échelle nationale.

A l'origine des Halles de l'Aveyron, des paysans rassemblés au sein d'UNICOR, une coopérative agricole historiquement implantée en Aveyron et rayonnant sur les départements limitrophes. Désireux de se dégager des contraintes de la grande distribution et constatant les limites des magasins de ferme individuels (constance de l'approvisionnement, logistique, charges, zone de chalandise limitée etc.), ils décident d'innover en créant leur propre enseigne.

C'est ainsi qu'est née l'enseigne Les Halles de l'Aveyron. Le succès du premier magasin implanté à Rodez,

a conduit les coopérateurs à ce projeter au-delà de leur région d'origine, l'enseigne compte aujourd'hui 3 magasins dont 2 en Île-de-France et 16 « corners alimentaires » installés dans leurs jardineries.

leur ambition : mieux valoriser les productions des adhérents tout en proposant aux consommateurs des



produits de grande qualité à des prix justes.



Mais pour faire venir le consommateur il faut pouvoir trouver l'ensemble de l'offre alimentaire dans le magasin. Les priorités du magasin pour la vente sont :

- ◇ Les produits de la coopérative,
- ◇ Les produits locaux / régionaux
- ◇ Les produits sous signe de qualité

On retrouve donc dans le magasin des rayons tel que :

- ◇ Un rayon d'appel boucherie, avec des bouchers d'expérience
- ◇ Un rayon traditionnel de fromages de la région
- ◇ Un rayon vins de la région
- ◇ Un rayon fruits et légumes



CIRCUITS COURTS

« MIEUX VIVRE ET MANGER



DANS LE FIUM'ORBUCASTELLU

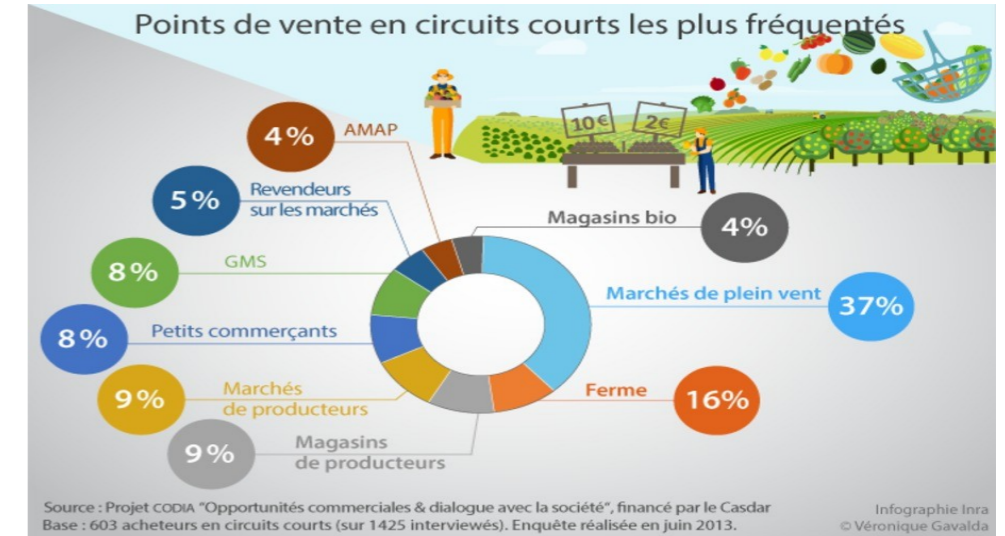
porté par la Communauté de Communes du Fium'Orbu Castellu (« ça bouge en Corse » magazine 5)

Enfin le petit dernier des modèles commerciaux de circuits courts est le **E-COMMERCE**. En effet l'agriculture est le secteur d'activité le plus numérisé et les exploitants ont rapidement saisi l'opportunité de développer leur vente directe même avec des consommateurs éloignés. La vente par internet a permis pour beaucoup d'initier une nouvelle activité ou de développer celle existante. Le transitaire n'est pas considéré comme un intermédiaire.

Pour ne pas se retrouver isolé, **LA GMS** a multiplié les opérations circuits courts en ouvrant leurs étals aux producteurs locaux.

D'autres solutions de vente en circuits courts sont initiées sous l'impulsion de producteurs avec ou sans partenariat avec des consommateurs. Ces modèles à la fois traditionnels et novateurs sont une réponse aux besoins des producteurs comme des consommateurs. Au XXIème siècle à l'heure de la virtualité mondiale, les consommateurs sont en recherche de valeurs, d'origine et de lien.

Les points de ventes les plus fréquentés,



Les magasins bio, par leur faible implantation, présentent un retard de fréquentation par rapport aux autres modèles de circuits courts.

TENDANCES D'ACHAT EN CIRCUIT COURT

Les fruits et légumes remportent largement la palme !

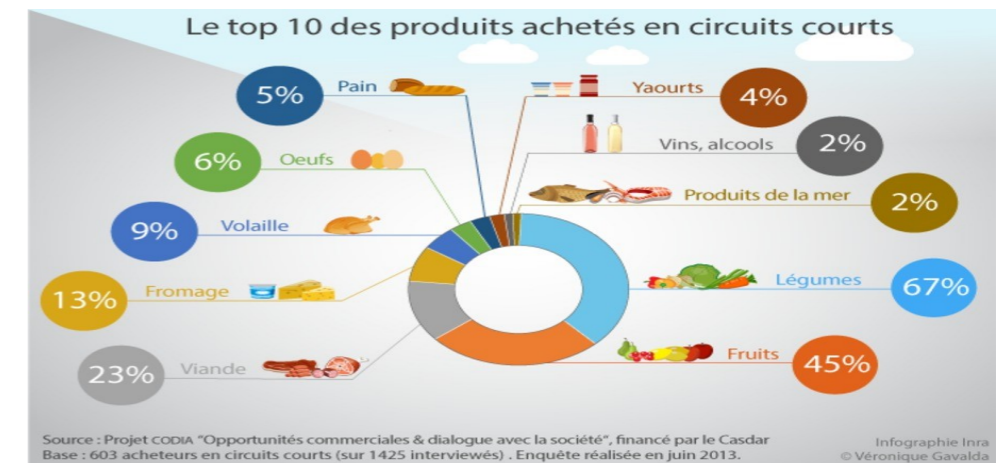
Les consommateurs sont à la recherche de produits sains, de qualité et gouteux. On trouve sur les circuits courts les fruits et légumes mûrs ou ramassés du jour.

Sur la seconde marche du podium les viandes et produits d'origine animale. Deux raisons : la diminution régulière de la consommation de viande, mais surtout les contraintes

réglementaires sanitaires devant être mises en place chez les exploitants qui sont des freins au développement de ces activités.

Pour ce qui est du **poisson et produits de la mer**, les zones de vente en circuit court sont essentiellement limitées aux zones littorales ou de proximité.

Pour **le vin**, l'acte d'achat en circuit court se réalise dans les régions de production, au travers des routes des vins. Si les vignerons ont toujours réalisé de la vente directe, celle-ci reste locale. Le vin reste encore empreint de culture, et les cavistes sont de très bons conseillers.



DOSSIER

CIRCUITS COURTS INNOVATEURS DE LIENS ET DE VALEURS RESPON- SABLES

Au-delà d'une finalité de manger sain et local, les circuits courts répondent aux enjeux territoriaux en termes d'innovations et de valeurs responsables.

Les circuits courts participent à l'émergence de nouvelles dynamiques et pratiques socioéconomiques locales et territoriales, ils agissent sur les différentes dimensions du développement durable.

L'objet d'une alimentation durable et de qualité, motivation d'un premier acte d'achat en circuit court, laisse la place à différents objectifs :

1) L'amélioration de la rémunération des producteurs en tête des intentions des consommateurs ,

2) La valorisation des ressources locales, en parallèle d'une modification des pratiques pour une agriculture durable et respectueuse de l'environnement sont de nouvelles valeurs de développement des circuits courts.

3) La revalorisation du tissu social agricole devient ainsi le moteur d'un nouveau modèle de cohésion socio-économique des territoires, visant à une diminution de leur interdépendance et une transmission des savoir faire.

Le développement des circuits courts est présenté par les analystes en économie, comme le pouvoir de réaliser ses choix (Pouvoir de) et le pouvoir d'agir avec les autres.

(Pouvoir avec). En choisissant les circuits courts le consommateur exprime sa liberté de choix vis-à-vis de l'ordre commerçant établi. Au-delà de la valeur ajoutée monétaire créée par la suppression des intermédiaires, les acteurs des circuits courts créent une valeur morale et responsable. Ils créent une interaction commune et circulaire.

LES CIRCUITS COURTS : Une alimentation de qualité, accessible à tous, réfléchi comme un processus global. Du producteur au consommateur, elle initie une restauration de la qualité environnementale, la relocalisation des systèmes alimentaires, la formation au goût et à la qualité et enfin la réinitialisation et la sécurisation des productions locales.

Les CIRCUITS COURTS : une

Les circuits courts participent à l'émergence de nouvelles dynamiques et pratiques socioéconomiques locales et territoriales, et agissent sur les différentes dimensions du développement durable.

amélioration des échanges producteurs-consommateurs génératrice de nouvelles activités

En initiant une nouvelle dynamique locale, les attentes de chacun deviennent mutuelles, les intérêts deviennent projets et engagent ainsi des objectifs de durabilité, par la mise en place de nouveaux liens sociaux et de coopération.

SOUTENIR LE MODELE « CIRCUIT

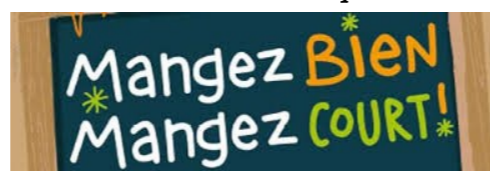
COURT » : UN ACTE RESPONSABLE ET CITOYEN

En reformulant les liens marchands de coopération entre producteurs mais aussi entre producteurs et consommateurs, voire consommateurs entre eux, les CIRCUITS COURTS participent à la dynamisation de l'ancrage aux territoires. D'initiatives locales aux actions collectives soutenues par les régions et l'état, ils responsabilisent les différents acteurs territoriaux.

Le modèle commercial, CIRCUIT COURT ne peut être considéré comme une alternative, ni comme un complément aux modèles conventionnels longs. **Le CIRCUIT COURT** est une nouvelle articulation des modèles commerciaux traditionnels. Plus que ça, le CIRCUIT COURT change de statut, de modèle économique commercial ; il devient un outil de développement durable, empreint de circularité, à l'inverse des modèles marchands linéaires traditionnels.



Présentation : Qu'est-ce qu'A Robba



CIRCUITS COURTS

enregistrés par A Robba Paisana servent souvent à financer des initiatives portées par d'autres associations.

En matière ENVIRONNEMENTALE, A Robba Paisana s'est engagée à **réduire au maximum ses déchets et le gaspillage**. Les restes de fruits et légumes sont récupérés par les agriculteurs qui les donnent ensuite à leurs bêtes. Les pots et autres emballages en verre sont récupérés par les producteurs qui les réutilisent après stérilisation. Une signalétique spécifique a été mise en place dans le PVC pour identifier les contenants récupérés. Nous incitons les clients à rapporter leurs boîtes à œuf afin

de fonctionner en circuit fermé. Enfin, nous effectuons le **tri sélectif** du papier et des déchets plastiques, les consommateurs viennent avec leur propre sac car nous n'avons pas de sacs en plastique, l'Atelier Créatif de Calvi réalise des sacs cabas en jute entièrement recyclés et fabriqués par des personnes en situation de handicap, et, en partenariat, le FabLab de Corte s'est proposé d'effectuer le flocage gratuitement. Nous sommes **signataire de « l'Appel des 600 »** visant à réduire l'usage du plastique et appelant à la réouverture de l'ancienne laverie de Barchetta. Prochainement nous souhaitons aménager un espace de dépôt près du PVC afin que tout un chacun puisse y déposer ses pots en verre ou autres cagettes que les agriculteurs viendraient ensuite récupérer, nettoyer afin de les remettre en circulation.

En matière SOCIALE, A Robba Paisana est un espace de rencontres

et d'échanges. A ce titre, nombreux sont celles et ceux qui en profitent pour s'y donner rendez-vous et y développer des projets communs. Nous collaborons avec la Mission Locale de Corte auprès de qui nous engageons de jeunes stagiaires en situation de difficulté. Nous recevons régulièrement les élèves des Lycées Agricoles de Borgo et de Sartène mais également du Centre de Promotion Social de Corte à qui nous présentons le « modèle » A Robba Paisana. Nous essayons d'**œuvrer pour la langue corse** en diffusant des communiqués bilingues et visons une signalétique 100% bilingue ; parallèlement, nous envisageons de nouer un



partenariat avec Pratica Lingua qui va s'installer à Corte en septembre afin que les producteurs non-corsophones puissent apprendre la langue s'ils le désirent. Nous intervenons régulièrement lors de conférences, foires, débats et autres manifestations pour présenter le PVC et les dynamiques que nous portons [Assemblée Générale des Foires de Corse, Festival des Alternatives, Foire de Saint Théophile, PAT Ornano-Taravu-Sartinesi ou encore Assemblée constitutive de Terre de Liens Terra di u Cumunu].

Ces initiatives nous permettent de **créer des passerelles entre le monde agricole et le monde associatif** notamment, partenariats d'autant plus riches qu'ils embrassent un large spectre d'actions.

Comment envisagez-vous la suite pour A Robba Paisana ?

La gestion et le fonctionnement du PVC nous prend beaucoup de temps, mais l'adage « **l'union fait la force** » prend ici tout son sens puisque le fait de travailler à plusieurs permet à chacun de s'investir dans son domaine de prédilection. Le cap reste la promotion d'une agriculture corse respectueuse de ses savoir-faire, de son environnement et qui recouvrerait dans son intégralité la place qu'elle occupait dans la société d'antan. Voilà pourquoi nous souhaitons voir éclore d'autres Points de Vente Collectif en Corse, eux aussi portés et porteurs des mêmes espoirs.

Pour conclure, nous voudrions remercier tous les clients et habitués qui effectuent leurs courses à A Robba Paisana, et sans qui le Point de Vente n'existerait pas. Nous saluons aussi tous les agriculteurs qui participent à cette aventure, mais également les associations et organismes qui nous soutiennent.

Merci à MANGHJEMU CORSU de nous avoir consacré ces pages et ainsi permis de faire connaître A ROBBA PAISANA !

Démarche coopérative région Occitanie

Les halles de l'Aveyron de la coopérative « UNICOR »

DOSSIER

sein d'A Robba Paisana et le panel de produits fermiers s'en trouve augmenté et diversifié, reflet d'une agriculture plus moderne.

Quel producteur peut travailler à A Robba Paisana ? Sur quel critère vous basez-vous ?

Les Points de Vente Collectifs fonctionnent selon des statuts régissant l'association. Cela implique avant tout que les producteurs apporteurs soient en accord avec la philosophie portée par les membres fondateurs du point de vente, et puissent ainsi apporter leur pierre à l'édifice par leur engagement. A ce titre, A Robba Paisana n'échappe pas à la règle. Si un producteur souhaite adhérer à l'association, il faut qu'il puisse justifier du fait qu'il exerce une activité agricole comme activité principale, que sa production soit localisée en Corse et qu'elle soit respectueuse de l'environnement. En général l'adhésion se fait de deux façons : soit un producteur entend parler d'A Robba Paisana et se reconnaît dans les valeurs de sa Charte, soit nous sollicitons un producteur pour palier à une carence de produit(s). **Pratiquant une agriculture à taille humaine et respectueuse de la terre** confrontée aux aléas climatiques, nous devons **prendre en compte et faire prendre en compte par le consommateur la saisonnalité des produits que nous proposons. Il s'agit en somme de réduire les habitants vis-à-vis de leurs pratiques de consommation.**

Concrètement, que représente A Robba Paisana aujourd'hui ?

Après 4 années d'existence, une équipe d'une douzaine de producteurs effectuent des

Aujourd'hui A Robba Paisana demeure le seul Point de Vente Collectif d'agriculteurs de Corse.

permanences chaque semaine, un emploi salarié a été créé, et nous avons acquis un fourgon pour l'approvisionnement et un camion frigorifique qui est mis au service des agriculteurs qui en ont besoin. Le Point de Vente Collectif a un fort ancrage local et est devenu un lieu d'échanges privilégié entre agriculteurs et consommateurs. Nous prêtons également nos locaux à diverses structures pour y tenir des réunions et des associations telles que Casgiu Casanu qui l'utilise comme plateforme de stockage et d'expédition ou qui s'en sert du Point de Vente comme base d'appui, sous réserve qu'elles partagent avec nous un socle de valeurs communes.

Quel bilan faites-vous de ce que vous avez accompli ?

L'exemplarité : A Robba Paisana est la preuve vivante que **le travail en**

La satisfaction d'avoir créé un instrument efficace au service des agriculteurs corses mais également du consommateur en quête de produits locaux de qualité et dont les bénéficiaires assureront un revenu digne aux producteurs et à leur famille.

commun est possible en Corse.

Enfin, grâce à la vente directe de produits issus de petites exploitations, c'est le **modèle agricole** que nous prônons et que nous promouvons, et par la même occasion que nous développons.

Notre Point de Vente s'inscrit donc dans une démarche bien plus large qui dépasse le simple fait de faire de la vente directe. Dès le départ il était évident que nous partagerions un espace et un travail en commun qui nous amèneraient naturellement à œuvrer aux côtés du tissu associatif mais aussi avec différents acteurs de la société civile. A Robba Paisana s'est donc

entouré d'un solide réseau avec lequel nous interagissons. Le Point de Vente nous permet donc de mener de fronts divers projets qui nous tiennent à cœur.

A Robba Paisana : Les Engagements

Quels sont justement ces projets et quels champs d'actions recouvrent-ils ?

Concrètement, nous pouvons définir **trois axes majeurs : l'économie, le social, et l'environnemental.** En matière ECONOMIQUE, le fait même qu'A Robba Paisana soit un Point de Vente Directe induit qu'il y a forcément échange monétaire. Nous achetons les denrées que nous livrent les agriculteurs et les revendons ensuite au prix établis par ces derniers en appliquant une marge plus ou moins importante selon le degré d'implication dudit agriculteur dans l'association. Cette marge permet de s'acquitter du loyer, de payer le salarié, le fourgon et les autres frais d'entretien ou d'aménagement. Les agriculteurs-apporteurs peuvent donc décider librement du prix qu'ils estiment juste, sans avoir à rogner sur leurs marges ni même avoir à subir la pression des grandes surfaces commerciales. Ainsi A Robba Paisana contribue à assurer un revenu digne aux agriculteurs, un revenu basé sur la valeur réelle du produit. Le fait que soixante producteurs occupent le même local pour y vendre leurs produits libère du temps pour diversifier leur production et enrichir le panel de produits proposés. Enfin, l'ouverture d'un commerce permet de revitaliser la cité et sa fréquentation rejaillie sur les commerces alentours.

Pour conclure, les bénéficiaires

CIRCUITS COURTS

surtout trouver un local approprié pour la vente.

Majoritairement originaires des villages du centre Corse, l'idée d'installer le nouveau PVC à Corte s'est imposée d'elle-même. Nous avons trouvé un local à la sortie de la ville de Corte que nous avons inauguré le 16 juin 2015. 4 ans plus tard nous y sommes toujours et le Point de Vente étend ses actions.

Pourquoi le choix de la vente directe et quel idéal vous anime ?

Le choix de la vente directe était pour nous une évidence puisque nous la pratiquions déjà au sein de nos exploitations. Nous voulions cependant **aller au-delà en mutualisant les moyens et ainsi gagner du temps, de la visibilité sur nos produits et donc de l'efficacité pour développer d'autres projets.** En favorisant la vente de nos produits fermiers au sein du PVC et non plus au sein de nos exploitations, nous libérons du temps que nous pouvons consacrer à la création et à la diversification de nos productions. **A Robba Paisana est ouvert toute l'année** et devenu un point de référence pour les consommateurs désireux d'acheter des produits fermiers issus de l'agriculture corse, en direct, sans intermédiaires, des produits de qualité, à forte traçabilité, et plutôt rares ailleurs. Enfin ce mode de vente nous a permis de **créer un point de rencontre pour échanger les idées et regrouper les forces vives** qui souhaitent agir pour promouvoir une agriculture à taille humaine et respectueuse de l'environnement. **Nous pouvons ainsi mener de front plusieurs projets qui nous tiennent à cœur et qui vont dans ce sens autour de trois axes : l'économique, le social, et l'environnemental, le tout via le prisme de l'agriculture qui en est le pilier et le moteur.**

Comment fonctionne concrètement le Point de Vente ?

A Robba Paisana fonctionne grâce à 12 agriculteurs qui se relaient pour assurer chaque jour des permanences : un agriculteur de permanence le matin, et un second l'après-midi. Ils sont épaulés par un salarié qui assure la cohésion de l'équipe le long de la semaine. Le fonctionnement du PVC implique une gestion assez lourde : gestion du planning des permanences, des commandes et des stocks, bonne tenue de la trésorerie ainsi que respect des normes sanitaires. Chaque agriculteur s'occupe de la mise en place et de l'achalandage des rayons, passe les commandes de produits auprès des autres agriculteurs, veille à la propreté du local et s'occupe de la vente à la caisse. L'un de son rôle essentiel consiste à renseigner le client sur ses produits mais aussi ceux de ses collègues, ce qui implique une certaine connaissance de la production de chacun. Selon ses prédispositions et sa volonté d'implication, il assure aussi des tâches telles que la gestion de la trésorerie, la communication, la gestion des stocks, les adhésions ou encore le développement du PVC via le développement de projets par exemple.

Quels sont les produits que nous pouvons y trouver ?

Vous pourrez trouver tous types de produits issus de l'agriculture corse traditionnelle : **fruits, légumes, charcuterie, viande, fromages, miel, confitures, huiles etc.** Si, au départ, nous n'étions que six producteurs et l'offre pouvait sembler limitée, grâce au réseau Casgiu casanu et Via Campagnola nous avons fait connaître notre démarche auprès d'autres agriculteurs.

Nous sommes actuellement plus de soixante agriculteurs à travailler au

(Suite page 7)



Paisana ?

A Robba Paisana est un Point de Vente Collectif (PVC) d'agriculteurs, c'est-à-dire un lieu où les agriculteurs vendent en direct et en circuit court leur production fermière. A Robba Paisana c'est également une association qui prône **un autre modèle de production et de consommation pour la Corse, mais aussi un fort engagement social et environnemental.**

Comment a commencé cette initiative ?

Lors d'un voyage au Pays basque, nous avons pu visiter différents points de ventes collectifs tenus par les agriculteurs basques engagés au sein de l'association Idoki qui ne fédère pas moins de 6 points de vente collectifs pour un bassin de vie de 300 000 habitants. Cela nous a permis de toucher du doigt les avantages liés à la **mutualisation des méthodes de vente mais aussi de production** tout en prônant concrètement une alternative aux modes de production et de consommation qui sont aujourd'hui la norme au sein de l'espace européen.

Après ce voyage, le groupe d'amis que nous étions a longuement nourri une réflexion quant au comment et au pourquoi de mener à bien cette initiative en Corse. Nous nous sommes petit à petit organisés afin de chercher des producteurs et des partenaires prêts à se lancer dans l'aventure, et