

C'est un PAT qu'il nous faut !

AGRICULTEURS - PRODUCTEURS

Rédacteur : Frederika LHUISSIER

Date révision : 18/06/2018

Cible :

Les agriculteurs-producteurs de la région, de toutes les filières

Filières prioritaires (notamment pour livrer la RHD) : Fruits et légumes, Viande (Boeuf, porc, volaille), lait et produits laitiers, céréales.

Contexte régional :

Productions :

La région PACA est la première région pour la production de fruits et de légumes frais (22 % de la production française de fruits proviennent de PACA, 9 % de la production française de légumes) :

- 1ère région productrice de salades, pommes, poires, cerises, courgettes, raisin,
- 2ème région productrice de tomates, fraises, pêches, aubergines ...

Pour ce qui est des autres filières, seule la production ovine est significative (7 % de la production française). Les autres productions sont faibles, voire anecdotiques, comparées aux autres régions françaises (on ne parle ici que des productions comestibles ou « recommandées » par le PNA, c'est-à-dire qu'on exclut l'horticulture, les PAPAM et la viticulture)

Disparités régionales :

Les Bouches du Rhône et le Vaucluse sont les principaux départements producteurs de fruits et légumes.

Les Hautes-Alpes et les Alpes de Haute Provence sont des départements qui se distinguent par l'élevage (surtout ovin, un peu bovin dans des exploitations de polyculture) et la production de pommes.

Le Var et les Alpes-Maritimes font face à un déficit de productions comestibles ou « recommandées » PNA sur leur territoire.

Circuits :

Les fruits et légumes cultivés en PACA sont majoritairement exportés en dehors du territoire de production.

Au contraire, ceux consommés proviennent souvent de l'extérieur de PACA, voire de l'étranger (UE/autres).

La production régionale d'ovins est la 2^e de France mais ne représente que 17 % de la consommation.

Menaces :

Actuellement, l'agriculture provençale, et particulièrement les productions de fruits et légumes, fait face à des menaces importantes que sont la forte concurrence internationale (notamment Espagne et Italie) et les aléas climatiques plus fréquents, liés au changement climatique.

Notre objectif :

Réserver une part significative de la production de PACA aux consommateurs de PACA, confiants et demandeurs de produits de qualité.

Bénéfices d'intégrer un PAT pour les producteurs :

Un PAT doit mettre en œuvre des actions qui permettent la commercialisation d'une part significative de la production PACA (notamment Fruits et légumes) en PACA afin de :

1- Diversifier les débouchés commerciaux :

Les producteurs, notamment de fruits et légumes, ont des débouchés commerciaux peu diversifiés. Certains vendent, via des filières longues, à l'extérieur de la région (export et reste de la France) sans trop investir la vente en circuits courts / circuits de proximité (surtout producteurs Dept 13). A contrario, d'autres

producteurs vendent uniquement en circuits courts (surtout Dept 06, ou production carnée Dept 04 et 05) et n'ont pas les moyens matériels (logistique essentiellement) de commercialiser leurs produits dans des circuits régionaux.

La résistance face aux crises, engendrées par la concurrence internationale, ou par la fermeture de marchés export, ou encore par des aléas climatiques, est d'autant plus grande que **les circuits de commercialisation sont multiples**. Un exemple en France : les éleveurs de porc en Bretagne ont diversifié la commercialisation de leurs produits suite à la crise de la viande porcine de 2015 et ont valorisé leur production auprès des acteurs de la restauration collective locale (Breiz'Alim).

Dans le cadre d'un PAT, la rencontre et la concertation entre acteurs locaux doivent permettre d'élaborer des **schémas de commercialisation à plusieurs branches dans lesquels les circuits longs et les circuits courts coexistent et se complètent**. Apparaissent aussi des **systèmes du « milieu »**, dans lesquels la distribution et la commercialisation des produits se font sur un territoire (d'envergure moyenne, entre le micro-local et la région entière), en empruntant des outils de transformation, massification et logistique aux circuits longs.

2- Valoriser et maintenir les productions locales

Les consommateurs sont désireux de retrouver dans leurs assiettes des produits de qualité, vecteurs d'identité culturelle et sociétale. Ainsi, une demande existe concernant des produits de terroirs et des variétés locales remises au goût du jour, afin d'affirmer une appartenance à la gastronomie provençale. Ainsi, plusieurs **productions sont maintenues voire réimplantées sur les territoires** et peuvent être développées dans le cadre d'actions constitutives de PAT. Ex : dans le Verdon, des vergers de pommiers et de poiriers de variétés anciennes sont replantés (PAT PNR Verdon), la prune de Brignolles retrouve ses lettres de noblesse (PAT la Provence Verte) ... Ces demandes des consommateurs, même faibles comparées aux tonnages de fruits et légumes produits sur la région, **soutiennent des installations d'exploitations**, notamment sur des territoires en perte, voire en disparition, d'agriculteurs.

La première valorisation des produits reste, néanmoins, leur qualité intrinsèque, notamment en termes organoleptique et chimique (absence ou faible teneur en résidus de pesticides). La qualité des productions régionales doit se placer au-dessus de celle des produits importés. Dans le cadre des PAT, les partenaires du territoire s'engagent dans un **accompagnement vers l'agroécologie ou vers l'agriculture biologique**. Cette transition des modes de production et de l'amélioration de la qualité des produits sont des éléments de communication et de sensibilisation des citoyens-consommateurs, mis en œuvre au travers des PAT. Ainsi, le consommateur, confiant dans la qualité des produits, sera le premier « promoteur » vis à vis des marchés extérieurs (reste de la France et export). Cette sensibilisation à la consommation de produits locaux de qualité est au cœur des actions entreprises dans le cadre des restaurations scolaires, pour « former » les consommateurs de demain (nombreuses actions de ce type dans les PAT)

Par ailleurs, une tendance sociétale se développe à savoir la prise de conscience du consommateur sur le « juste » prix à payer (pour des produits de qualité), afin de permettre une « **juste** » **rémunération du producteur**. Les PAT, parce qu'ils replacent les producteurs, les intermédiaires et les consommateurs dans leurs rôles respectifs, en connaissance du rôle des autres, **permettent de valoriser les produits aussi par leur « histoire » de production**. La manière de produire devient un avantage concurrentiel.

En résumé, ce qu'une démarche PAT peut apporter à un producteur ou un groupement de producteurs qui l'intègre :

- **une diversification et une coexistence des circuits de commercialisation pour mieux résister aux aléas des marchés : circuit long, circuit court, circuit intermédiaire (système du « milieu »)**
- **une ouverture sur un marché régional local qui permet une meilleure valorisation des produits grâce à des productions locales provençales (historiques et culturelles), à des modes de production plus respectueux de l'environnement et des hommes, et à une connaissance des producteurs par les consommateurs, et qui permet donc, une « juste » rémunération du producteur.**