

Septembre 2009

ENQUETE SUR LA VENTE DIRECTE EN SUD CHARENTE



Chambre d'Agriculture de la Charente
Association de Développement Agricole du Sud Charente (ADASC)

SOMMAIRE

I.	INTRODUCTION.....	3
I.	CONTEXTE DE L'ETUDE	4
1.	Une étude précédente sur la Vente Directe en Sud Charente	4
2.	Contexte	4
II.	DEMARCHE.....	5
1.	Réalisation d'une liste exhaustive de vendeurs directs en Sud Charente.....	5
2.	Enquête auprès des vendeurs directs recensés	5
III.	RESULTATS DE L'ENQUETE.....	6
1.	Mode d'analyse et présentation des résultats.....	6
2.	Vue générale par thèmes.....	6
a)	Informations générales.....	6
b)	Transformation	8
c)	Commercialisation.....	8
d)	Projet de développement	11
e)	Groupe/réseaux.....	11
3.	Vue par productions.....	13
IV.	PRISE DE RECUL.....	46
1.	Difficultés rencontrées lors de l'étude	46
2.	Exhaustivité de l'enquête	46
V.	CONCLUSION	47
VI.	ANNEXES.....	48
1.	Annexe 1 : Questionnaire.....	48
2.	Annexe 2 : Carte répartition des vendeurs directs par canton	58
3.	Annexe 3 : Tableau du nombre de productions par canton.....	58
4.	Annexe 4 : Graphiques de la répartition des vendeurs directs par production par canton	59
5.	Annexe 5 : Carte représentant la vente sur l'exploitation	61
6.	Annexe 6 : Graphique répartition des vendeurs directs par production.....	61
7.	Annexe 7: Tableau « Projet de développement » des producteurs.....	62

I. INTRODUCTION

Depuis quelques temps, l'alimentation est au cœur de l'actualité. On évoque les problèmes de société de consommation, de mondialisation. Et d'un autre côté il y a une prise de conscience de la population. Manger plus sain, plus équilibré, avec des fruits et légumes de saison. Tous ces facteurs favorisent la vente directe. Et on se rend compte qu'il y en a de plus en plus, en particulier en Sud Charente.

Le Sud Charente est une région où la vente directe est déjà très présente. C'est aussi une région où l'activité agricole est importante. Ce qui fait qu'il y a beaucoup de vendeurs directs. Cette activité est très diversifiée. Nous connaissons bien sûr les marchés, la vente à la ferme, les magasins de producteurs. Mais il existe une multitude de formes de vente directe et de circuits courts. De plus, même si beaucoup de vendeurs directs sont connus du monde agricole, il en existe une grande partie qui commercialisent leurs produits sans faire partie d'une association ou d'un groupe, qui ne font pas forcément de publicité, qui ne vendent pas sur le territoire. Ce sont ces vendeurs là qui sont difficilement quantifiables.

Un groupe, Tourisme Evasion, s'était déjà créé en Sud Charente pour rassembler les vendeurs directs et faire de la promotion. Mais malheureusement, il n'a pas duré. Face à l'engouement actuel pour la vente directe, L'Association de Développement de l'Agriculture du Sud Charente a donc voulu remonter un groupe de vendeurs directs. Mais pour cela il fallait avant tout faire un état des lieux de la vente directe en Sud Charente. La Chambre d'Agriculture était également intéressée par une enquête sur la vente directe et surtout par un recensement des vendeurs directs en Sud Charente. Elle a donc proposé à l'ADASC de l'épauler dans cette étude qui a duré trois mois.

L'enquête a donc consisté à faire une liste exhaustive des vendeurs directs du Sud Charente et de faire un état des lieux de cette activité sur le territoire.

Avant de présenter les résultats de l'enquête, nous allons tout d'abord vous exposer son contexte, la démarche qui a été suivie et la méthode d'analyse utilisée. Puis nous vous présenterons les résultats d'un point de vue général puis par production, sous forme de fiche récapitulative. Enfin, nous verrons les limites de l'étude et les problèmes rencontrés.

I. CONTEXTE DE L'ETUDE

1. Une étude précédente sur la Vente Directe en Sud Charente

En 2002, une étude sur la vente directe en Sud Charente avait déjà été menée. Elle avait été demandée par le Pays Sud Charente et la Chambre d'Agriculture. Cette étude portait sur un diagnostic de la vente directe dans certaines filières. Le Pays Sud Charente avait des projets de développement. L'un était pour l'approvisionnement des restaurations collectives du Sud Charente par des producteurs locaux, l'autre proposait une marque de territoire pour les produits du Sud Charente. Cette étude avait été menée sur un échantillon de producteurs par enquêtes téléphoniques. Malheureusement, à la suite de ce travail, la marque collective n'a pas été créée.

2. Contexte

Comme nous l'avons dit dans l'introduction, la vente directe est très présente en Sud Charente. Il existe des GIE (Groupements d'Intérêt économique) et des magasins de producteurs. De plus, beaucoup de vendeurs directs sont connus grâce à leurs panneaux en bord de route. Enfin, les producteurs faisant des marchés locaux (hebdomadaires et occasionnels) sont déjà connus de la Chambre d'Agriculture.

De plus, l'agriculture de la Charente se caractérise par des productions qui se prêtent particulièrement à la vente directe. Tout d'abord, la viticulture, très présente pour le pineau et le cognac, apporte beaucoup de vendeurs directs. Ensuite le Sud Charente est voisin de la Dordogne, connue pour ses productions de volailles et de fruits à coque. Des agriculteurs du Sud Charente sont également dans ces productions propices à la vente directe. Enfin, il existe une part non négligeable de maraîchers et de producteurs de fruits qui sont eux aussi susceptibles de faire de la vente directe.

En ce qui concerne le groupe de vendeurs directs en Sud Charente, il existe déjà un noyau de producteurs très intéressés par ce groupe. Ce sont des vendeurs directs déjà très impliqués dans des groupes ou des associations et très proches de la Chambre d'Agriculture.

II. DEMARCHE

1. Réalisation d'une liste exhaustive de vendeurs directs en Sud Charente

Cette enquête a pour but de faire un diagnostic sur la vente directe en Sud Charente. Mais avant d'enquêter les producteurs il fallait constituer une liste exhaustive des vendeurs directs du Sud Charente.

En 2007, la Chambre d'Agriculture avait commencé à constituer une liste mais elle était incomplète et demandait d'être réactualisée. Nous sommes donc partie de cette liste. Certains techniciens de l'antenne Sud Charente de la Chambre d'Agriculture l'ont complétée avec les noms de producteurs qu'ils connaissaient. D'autres noms ont été enlevés (départ en retraite, arrêt de la vente directe, etc.). Ensuite il a fallu trouver les producteurs qui n'étaient pas connus par la Chambre d'Agriculture. Nous avons donc appelé la plus part des mairies du Sud Charente qui ont pu nous apporter des vendeurs directs supplémentaires. Avec tous ces producteurs listés, nous avons pu commencer l'enquête. Mais durant la passation de questionnaire, nous avons continué à agrandir notre liste de vendeurs directs en questionnant les producteurs sur les vendeurs directs qu'ils connaissaient et en faisant fonctionner le bouche à oreille.

Finalement, nous avons pu recenser **190 vendeurs directs** sur le territoire Sud Charente avec le canton de Villebois Lavalette. Cette liste se veut la plus exhaustive possible mais il est probable que quelques vendeurs directs aient été oubliés.

2. Enquête auprès des vendeurs directs recensés

La passation de questionnaire avait différents buts :

- Connaître les produits vendus en vente directe et savoir où quand et comment ils étaient commercialisés
- Connaître les projets de développement de ces producteurs, dans la vente directe ou autre
- Savoir quels vendeurs directs seraient intéressés par la formation d'un groupe en Sud Charente

Nous avons donc construit un questionnaire qui permettait de répondre à toutes ces attentes (Cf. Annexe 1).

Pour que l'enquête soit complète et pour proposer à tous les vendeurs directs de participer au groupe, il fallait enquêter le plus de personnes possible et non pas seulement un échantillon. Nous avons donc commencé l'enquête avec pour but d'interroger le plus de vendeurs directs possible.

Du fait du nombre important de personnes à interroger et du temps restreint, l'enquête s'est faite essentiellement par téléphone. Quelques producteurs ont tout de même été interrogés directement car il semblait intéressant d'avoir un entretien plus approfondi avec eux du fait de leurs idées et de leur expérience dans la vente directe.

Pour avoir le temps de faire une analyse complète des résultats, l'enquête s'est clôturée début Septembre. Au total 125 vendeurs directs ont été interrogés. Ce qui représente plus de 65% des vendeurs directs répertoriés. Après la clôture, d'autres vendeurs directs ont été interrogés. Leurs réponses n'ont pas été intégrées dans l'analyse mais elles ont pu servir lors de la synthèse.

III. RESULTATS DE L'ENQUETE

1. Mode d'analyse et présentation des résultats

Pour l'analyse des résultats, nous avons utilisé le logiciel Sphinx Plus². Ce logiciel a permis de faire un dépouillement rapide des questionnaires. Il a également facilité l'analyse grâce aux fonctions de croisement de variables et d'élaboration de tableaux et de graphiques.

Pour permettre une meilleure lecture des résultats, nous les avons présentés sous forme de fiche. Il y a 16 fiches au total : une fiche par production et une fiche sur l'Agriculture Biologique. Pour une lecture simplifiée, les fiches ont toutes la même présentation et sont découpées en différents thèmes :

- Informations générales (sur les producteurs, les productions, cartographie, etc.)
- Transformation
- Commercialisation (forme de vente, publicité, etc.)
- Projet de développement
- Groupes

Cependant, avant de présenter cette analyse approfondie par production, nous vous proposons une analyse générale par thème qui réunit l'ensemble des producteurs interrogés.

2. Vue générale par thème

a) Informations générales

Analyse répartition des vendeurs directs par canton

La première constatation que l'on peut faire est que les vendeurs directs sont répartis de façon hétérogène sur le territoire (Cf. *Annexe 2*). Il y a une très forte concentration à Barbezieux (24.2% des vendeurs directs du Sud Charente). Les cantons de Baignes, Blanzac et Villebois ont, après Barbezieux, le plus de vendeurs directs (≈14%). Ce sont les cantons de Brossac et Montmoreau qui comptent le moins de vendeurs directs (moins de 9%).

Si l'on regarde ensuite la répartition géographique des productions en vente directe par canton, on remarque là aussi de grandes disparités.

Tout d'abord, il y a des différences entre les cantons dans la diversité des productions en vente directe (Cf. *Annexe 3*). Villebois est le canton qui a la plus grande diversité de productions (13 productions différentes). Viennent ensuite Barbezieux, Chalais, Montmoreau et Blanzac. Enfin, Baignes et Brossac sont les cantons ayant la plus faible diversité de productions (6 et 7 productions différentes).

Ensuite, nous pouvons remarquer qu'au sein d'un même canton, la répartition des vendeurs directs par production est elle aussi très hétérogène (Cf. *Annexe 4*). Ceci se voit surtout sur les cantons de Barbezieux, Blanzac et Baignes. Ces trois cantons regroupent la plus part

des viticulteurs du Sud Charente. La viticulture concerne donc une grande part des vendeurs directs de ces cantons (39 à 47% des vendeurs directs).

Sur les cantons de Baignes, Aubeterre et Montmoreau, le maraîchage concerne plus de 20% des vendeurs directs.

Les productions animales sont proportionnellement plus présentes sur les cantons de Villebois, Montmoreau, Aubeterre et Chalais. Ces cantons sont aussi ceux où la viticulture est moins présente. Il y a donc une sorte de « compensation » entre la viticulture et les productions animales.

La production de volaille est celle qui compte le plus de vendeurs directs parmi les productions animales (15.2% des vendeurs directs). Vient ensuite la production bovine (veau sous la mère et gros bovins).

Analyse répartition des vendeurs directs par production

Dans la répartition des vendeurs directs par production, la première chose que l'on remarque est la grande proportion de viticulteurs (58 sur les 190 vendeurs directs interrogés). Les autres productions majoritaires sont le maraîchage et l'aviculture. Les productions les moins représentées sont les productions ovine, caprine et la production laitière bovine.

(Cf. Annexe 6)

Age des producteurs

L'âge moyen des vendeurs directs du Sud Charente est de 47 ans. Les plus jeunes sont les producteurs de bovins lait (36 ans). De même, les maraîchers, les producteurs de viande bovine (y compris de veau sous la mère), de porcs et de pain sont plus jeunes que la moyenne (de 39 à 45 ans). Les plus âgés sont les apiculteurs (56 ans). Ce résultat peut s'expliquer par le fait que la production de miel est souvent un loisir pour les personnes retraitées. Enfin, les horticulteurs, les producteurs de volailles et de petits ruminants sont également plus âgés que la moyenne. Les viticulteurs et les producteurs de fruits à coque se situent dans la moyenne.

La vente directe : depuis quand et pourquoi ?

Les vendeurs directs du Sud Charente font de la vente directe depuis 1997, en moyenne. Cependant, cette date varie selon les productions. En effet, les viticulteurs, les éleveurs de petits ruminants et de porcs font de la vente directe depuis plus de 15 ans. Ceux pour qui la vente directe est plus récente sont les producteurs de pain, de viande bovine (veau et gros bovins), de lapin et de miel. Mais ces chiffres doivent être nuancés avec les transmissions et les reprises d'exploitation.

Plus de la moitié des vendeurs directs ont commencé cette activité pour avoir un meilleur prix de vente. 10% des producteurs font de la vente directe pour le contact avec le consommateur. Certains producteurs font de la vente directe pour valoriser le produit (10%), diversifier l'activité (9%) ou encore finaliser la chaîne (6%). Enfin, des producteurs se sont mis à la vente directe après un événement économique comme la crise du Cognac ou la crise de la vache folle.

b) Transformation

25.6% des vendeurs directs font de la transformation, soit 32 producteurs. Il n'y a pas de transformation pour seulement trois productions sur les quinze référencées (maraîchage, cuniculture et ovins).

Dans les productions suivantes, la transformation est très développée :

- | | |
|------------------|---|
| ➤ Pain | ➤ Viticulture |
| ➤ Fruits à coque | ➤ Volaille |
| ➤ Miel | ➤ Productions laitières (bovins, caprins) |

Dans les productions de gros bovins, de veaux sous la mère et de porcs, un producteur par production fait de la transformation. En porcs et gros bovins, ces deux producteurs transforment une grande partie de leur production.

c) Commercialisation

Part en Vente directe

36% des producteurs interrogés vendent toute leur production en vente directe. Mais ce pourcentage varie fortement selon les productions. Pour les productions horticoles, maraîchères, de fruits, de miel et de volaille, plus de la moitié des producteurs vendent la totalité de leur production en vente directe. Dans les productions, ovines, porcines, bovins lait et produits céréaliers, aucun des producteurs ne vend tout en vente directe. Pour les autres productions, le pourcentage de producteurs vendant tout en vente directe varie entre 7 et 40%.

Pour la production laitière bovine et les produits céréaliers (pain, farine, ...) et les chiffres changent complètement selon que l'on prenne la production totale de céréales ou la production transformée. En effet, en apparence, un seul producteur de pain vend toute sa production de céréales en vente directe. Cependant, les autres vendent toute leur production transformée en vente directe.

(Cf. Annexe 7)

Vente à la ferme

Pour toutes les productions, au moins la moitié des producteurs vendent leurs produits sur l'exploitation. La moyenne se situe à 80% des producteurs. Ce pourcentage élevé montre que la vente directe reste assez locale. Par contre, 55% des producteurs vendant à la ferme ont une salle de vente et un panneau à l'entrée de l'exploitation. Ces producteurs essaient donc de favoriser la vente à la ferme. Les autres fonctionnent plus avec le bouche à oreille.

Si on regarde les résultats de vente à la ferme par canton, on se rend compte que ce sont les cantons de Brossac, Chalais et Aubeterre qui ont la part la plus faible de vente directe sur l'exploitation. Ceci peut s'expliquer par le fait que les cantons de Villebois Lavalette, Blanzac Porcheresse et Montmoreau Saint Cybard sont les cantons les plus près d'Angoulême. La clientèle y est donc plus importante. Quant à Baignes et Barbezieux, on peut émettre l'hypothèse que la forte présence de la viticulture et le passage de la Nationale 10 permettent de vendre plus facilement les produits sur l'exploitation.

De plus, si on compare ces résultats avec la densité de population par canton, on peut émettre l'hypothèse d'un éventuel lien entre les deux ; les cantons de Brossac et Aubeterre font partie des moins peuplés.
(Cf. Annexe 5)

Autres formes de vente

La deuxième forme de vente directe la plus utilisée sont les foires et les marchés (50.4% des vendeurs directs). Parmi eux, la moitié font des marchés occasionnels type Marchés des Producteurs de Pays (25.6% des vendeurs directs). Un peu moins de la moitié font des marchés hebdomadaires (23.2% des vendeurs directs) et 21.6% des vendeurs directs font des foires.

Parmi les producteurs qui font les marchés hebdomadaires, 41% vendent des légumes, 28% des fruits et 17% de la volaille. Ces producteurs font en moyenne 2 à 3 marchés par semaine.

Les maraîchers représentent aussi la plus grande part de vendeurs directs (31%) sur les marchés occasionnels. Mais, contrairement aux marchés hebdomadaires, sur ces marchés souvent estivaux, on retrouve une grande part de viticulteurs (19%) qui devancent les producteurs de fruits et de volaille (16% pour chaque production). Presque les trois quarts de ces producteurs font plus de 4 marchés occasionnels par an.

Les foires n'attirent pas les mêmes producteurs. Les plus nombreux sont les viticulteurs (30% des forains). Ensuite ce sont les producteurs de volailles (22%) puis les maraîchers (19%), les apiculteurs et les horticulteurs (15% pour chaque production). Pour les foires, la fréquence moyenne est de deux par mois. Cependant, on peut différencier les foires régulières qui ont lieu une ou deux fois par mois, des foires occasionnelles telles que les foires annuelles.

La vente aux commerçants locaux est aussi une forme de vente directe très utilisée en Sud Charente. 23% des vendeurs directs y ont recours. La plus part sont des éleveurs qui revendent la viande aux bouchers. Mais on trouve également un certain nombre de restaurateurs qui souhaitent se fournir localement. Certains producteurs se servent aussi des commerces locaux comme dépôt-vente. C'est surtout le cas pour les denrées non périssables telles que le miel et l'huile de noix. Cependant, un peu plus de la moitié de ces vendeurs directs ne livrent qu'un seul commerçant.

10% des vendeurs directs utilisent la vente par colis. Cela peut être des livraisons de colis ou de l'expédition. La dernière forme concerne plus les viticulteurs et les producteurs de volailles grasses. Certains vendeurs directs de viande bovine utilisent également la livraison de colis.

Les salons sont une forme de vente directe très utilisée par les viticulteurs. Ils représentent 73% des vendeurs directs qui utilisent cette forme de vente. La moyenne est de 7 salons par an.

La vente sur des lieux de livraison collective est aussi pratiquée. Elle concerne 7% des vendeurs directs. Près de 60% de ces vendeurs sont des éleveurs de veau sous la mère.

D'autres formes de vente directe sont pratiquées en Sud Charente mais elles représentent chacune moins de 6% des vendeurs directs :

- Les restaurations collectives (5.6%)
- La livraison aux GMS (4.8%)
- Les comités d'entreprise (3.2%)
- Les AMAP (2.4%)
- Les magasins de producteurs (1.6%)
- Les lieux touristiques (1.6%)
- Les stands en bord de route (1.6%)

Restauration collective

Comme nous l'avons vu précédemment, 5.6% des vendeurs directs soit sept producteurs, fournissent les restaurations collectives. Cependant, 13% des vendeurs directs interrogés ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives mais ont arrêté. Parmi les producteurs qui ne livrent pas les restaurations collectives pour le moment, 8.4% seraient intéressés par cette forme de vente directe.

Les principaux freins à la restauration collective évoquée par les producteurs sont :

- Les restaurations collectives n'acceptent pas tous les morceaux (surtout dans la production de viande)
- Il faut pouvoir fournir de plus grandes quantités
- La réglementation et les normes sont plus strictes.

Publicité

La publicité la plus utilisée chez les vendeurs directs est le bouche à oreille. 22% des agriculteurs ne fonctionnent qu'avec cela. Plus de 45% des producteurs interrogés ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, c'est la deuxième forme de publicité la plus utilisée. On trouve ensuite dans l'ordre les tracts et les affiches, la publicité par Internet, les événements sur l'exploitation et les salons.

Ce sont les producteurs de fruits à coque et les viticulteurs qui font le plus de publicité. Ils font aussi bien des tracts et affiches (50% de ces producteurs) que de la publicité sur Internet (30% de ces producteurs), des événements sur l'exploitation (20% de ces producteurs) ou des salons.

Les autres productions où l'on trouve beaucoup de publicité sont la volaille, l'horticulture, la production bovine et caprine, le pain, le maraîchage et l'apiculture.

Clientèle

Lors de l'enquête, certaines questions concernaient la clientèle des vendeurs directs. Le but était de savoir s'il y avait une clientèle type selon les productions et/ou la situation géographique.

Au niveau de l'analyse par canton, les résultats sont relativement homogènes. La clientèle est globalement à 50% rurale. La part de touristes varie entre 20 et 30% mais ce résultat dépend surtout des productions. En ce qui concerne la fréquence de venue de la clientèle, elle est à peu près égale sur l'ensemble des cantons. 65 à 80% des producteurs ont une clientèle régulière. Environ 30% des producteurs ont deux types de clientèle : régulière et occasionnelle. Enfin, on ne peut pas vraiment faire de conclusion sur l'âge des clients selon les cantons. Cela reste assez varié.

A l'inverse, l'analyse du type de clientèle selon les productions fait ressortir plusieurs différences. Tout d'abord, nous pouvons constater que la viticulture, l'apiculture et la fromagerie sont les trois productions où la fréquentation des touristes est la plus forte. Cela est facilement explicable par le fait que ce sont des produits plus particuliers, à forte valeur ajoutée et qui sont achetés plus occasionnellement que des légumes ou de la viande. Pour ces trois productions, la part de clients issus du milieu rural est donc plus faible. De plus, ce sont logiquement les productions pour lesquelles la part de clientèle occasionnelle est la plus forte.

Pour les autres productions, la clientèle est plutôt régulière et est en majorité issue du milieu rural. En ce qui concerne l'âge des clients, on constate certaines tendances selon les productions. Pour la vente de pain, de viande porcine et bovine, la clientèle est plutôt jeune (inférieur ou égal à 40 ans en majorité). Par contre, pour la production de fruits à coque, la cuniculture et de fromages de chèvres, la clientèle a en majorité plus de 50/60 ans.

D'après l'analyse, les clients de produits issus de l'Agriculture Biologique ont, en majorité, entre 40 et 60 ans. Et ce sont autant des citoyens que des ruraux. Cette clientèle est surtout régulière.

Ces résultats affichent seulement une tendance car beaucoup de producteurs avaient du mal à estimer l'âge moyen ou la provenance de leur clientèle. Une étude plus spécifique de la clientèle des vendeurs directs permettrait d'obtenir des résultats plus précis.

d) Projet de développement

(Cf. Annexe 7)

En moyenne, 47% des vendeurs directs ont un projet de développement, 12% veulent augmenter la vente directe. Cela correspond à moins de la moitié des projets de développement. Les autres thèmes de projets de développement qui reviennent le plus sont :

- l'augmentation de la production
- l'augmentation de la transformation
- la création d'un nouvel atelier

Si l'on regarde les résultats par production, on remarque que parmi les vendeurs directs de fruits à coque, de lapins, de viande bovine (veau et gros bovins) et de volailles, plus de 50% ont un projet de développement (en particulier chez les producteurs de fruits à coque : tous veulent se développer).

Par contre, pour les productions porcines, ovines, caprines et de bovins lait, aucun producteur n'a de projet de développement. Ces productions sont aussi celles qui comptent le moins de vendeurs directs.

Pour les productions ovines et caprines, cela peut se comprendre par le fait que la moyenne d'âge des producteurs est respectivement de 53 et 50 ans. Ce manque de projet peut donc être lié à l'âge des producteurs. Notons quand même qu'un des producteurs de fromage de chèvre a un projet de développement pour sa production de noix.

Par contre, les producteurs de porcs et de lait de vache ont en moyenne respectivement 39 et 36 ans. Certains d'entre eux souhaiteraient augmenter la vente directe mais aucun n'a de projet de développement.

Pour les autres productions (miel, viticulture, maraîchage, fruits, pain, horticulture) 25 à 50% des producteurs ont un projet de développement.

Parmi les producteurs qui ne vendent pas toute leur production en vente directe, la plus part aimeraient voir leur vente directe augmenter. Mais ils n'ont pas forcément de projet de développement. Il y a donc un fort décalage entre le nombre de producteurs qui souhaiteraient augmenter la vente directe et ceux qui ont déjà le projet d'augmenter la vente directe.

e) Groupe/réseaux

Implication des vendeurs directs dans des groupes

Plus de la moitié des vendeurs directs du Sud Charente font partie d'un groupe (55%). Cela montre que ces vendeurs directs sont assez impliqués dans la vie agricole.

11% sont adhérents à « Bienvenue à la ferme ». Puis viennent les viticulteurs qui adhèrent à différents groupes (10% des vendeurs directs, soit 70% des viticulteurs interrogés) tels que le Comité du Pineau, Les Etapes du Cognac, Le Vin de Pays Charentais et les groupes proposés par la Chambre d'Agriculture (ex : groupe de lutte raisonnée).

Nous retrouvons ensuite les agriculteurs syndiqués (8%), les adhérents à la MAB (Maison de l'Agriculture Biologique) (4%), à l'ASPOULBA (3.2%) et à l'association pour la promotion du Veau de Chalais (4.8%).

Nous pouvons remarquer que chez les horticulteurs et les producteurs de fruits (autre que fruits à coque), de légumes, de volaille ou de miel, il y a moins de vendeurs directs adhérents à un groupe ou une association.

Pour la majorité d'entre eux, ces groupes leur permettent d'échanger et/ou de faire de la promotion. D'autres vendeurs directs adhèrent à un groupe pour recevoir des informations et/ou de la formation.

Idée d'un groupe en Sud Charente

En ce qui concerne l'idée d'un groupe de vendeurs directs en Sud Charente, 30% des producteurs semblent intéressés. 27% émettent des réserves. Pour la plus part, ce groupe permettrait aux vendeurs directs d'échanger. Certains envisagent d'aller plus loin en constituant un réseau de vendeurs directs en Sud Charente.

3. Vue par production

Les fiches par production ont été établies à partir des réponses des 125 producteurs interrogés. La proportion de producteurs interrogés par rapport aux producteurs recensés varie selon les productions. Pour certaines, les résultats se rapprochent donc plus de la réalité que pour d'autres.

Sommaire des fiches :

Productions végétales

1. Dérivés de céréales	Page 14
2 Fruits	Page 16
3 Fruits à coque	Page 18
4 Horticulture	Page 20
5 Maraîchage	Page 22
6 Viticulture	Page 24

Productions animales

7 Bovins lait	Page 26
8 Caprins	Page 28
9 Cuniculture	Page 30
10 Gros bovins	Page 32
11 Apiculture	Page 34
12 Ovins	Page 36
13 Porcins	Page 38
14 Veau sous la mère	Page 40
15 Aviculture	Page 42

Autres

16 Agriculture Biologique	Page 44
---------------------------	---------

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

1 producteur vend toute sa production en vente directe, les autres vendent la part transformée en vente directe et la part non transformée (75% en moyenne) aux coopératives

Pour 1 producteur la part de la production commercialisée en vente directe augmente d'année en année, pour 3 autres elle est égale, 2 producteurs ne se prononcent pas

Formes de vente directe

- ✓ 3 producteurs vendent leurs produits sur l'exploitation et 1 a une salle de vente
- ✓ 3 font des marchés hebdomadaires à raison de 2 par semaine en moyenne et 2 font aussi des marchés occasionnels
- ✓ Certains ont encore d'autres formes de vente directe mais qui concernent les autres productions

Publicité

33% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 33% font des tracts

Restauration collective

- ✓ 2 producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives et 1 continue
- ✓ 1 autre producteur serait intéressé par la restauration collective

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

50% ont des projets de développement

- ✓ 2 producteurs dans la transformation dont 1 veut aussi augmenter la vente directe
- ✓ 1 producteur a un projet de fusion avec une autre exploitation

GROUPES / RESEAUX

100% des producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe

- ✓ 2 sont en AMAP
- ✓ 1 fait parti de l'ASPOULBA
- ✓ 3 font partis de la Maison de l'Agriculture Biologique
- ✓ 1 fait parti d'un GIE

Parmi les producteurs interrogés :

- ✓ 5 ne sont pas intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente
- ✓ 1 producteur émet des réserves

Fiche n°2**Production Végétale****Fruits (sans coque)****INFORMATIONS GENERALES**

On dénombre 16 producteurs soit **8 %** des vendeurs directs du Sud Charente

11 producteurs ont été interrogés

Age moyen :45 ans

Parmi les producteurs interrogés 27% pratiquent une agriculture conventionnelle
45% pratiquent une agriculture raisonnée
9% pratiquent une agriculture biologique

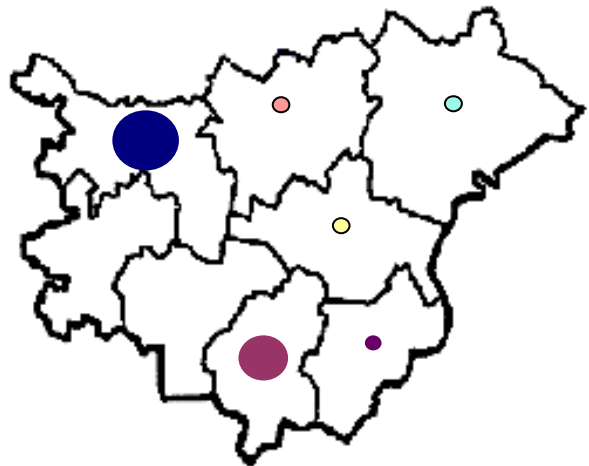
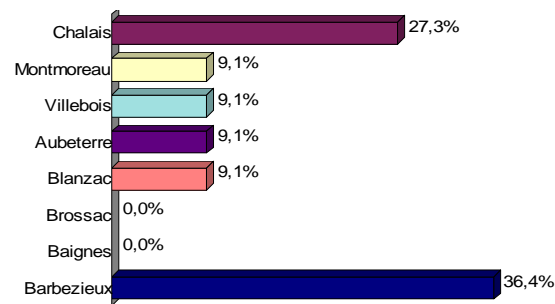
Particularités de la production

SAU moyenne :145 ares plein champ, 14 ares sous serre (pour les fraises)

Produits:

- ✓ 8 producteurs de melon
- ✓ 3 producteurs de fraise dont 1 fait d'autres fruits rouges
- ✓ 1 producteur de cerise
- ✓ 1 producteur de pomme

Autres productions associées : Céréales (73%, mais pas de vente directe), Maraîchage (55%, tous en vente directe)

Cartographie**Répartition des producteurs par canton
(histogramme en pourcentage, carte en effectifs)****TRANSFORMATION**

2 producteurs font de la confiture de fraise (300 pots par an en moyenne)

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

- ✓ 80% commercialisent tout en vente directe
- ✓ Pour les autres producteurs, la part de la production commercialisée en vente directe est égale d'une année sur l'autre
- ✓ 1 producteur aimerait augmenter la vente directe

Formes de vente directe

64% vendent leurs produits sur l'exploitation et 54% ont une salle de vente
73% font des marchés hebdomadaires (3 par semaine en moyenne)
46% font des marchés occasionnels (plus de 4 par saison)
18% font des foires
18% ont un stand en bord de route
18% vendent aux commerçants
1 producteur vend aux restaurations collectives

Publicité

64% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 18% font des tracts

Restauration collective

- ✓ 2 des producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives et aucun ne le fait encore
- ✓ 2 producteurs seraient intéressés par la restauration collective
- ✓ Le principal frein est de pouvoir fournir en plus grosse quantité

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

45% ont un projet de développement
27% veulent faire de nouveaux produits (élargir la gamme proposée)
18% veulent créer un nouvel atelier

Un producteur va partir en retraite mais n'a pas de projet de transmission

GROUPES / RESEAUX

45% des producteurs interrogés (soit 5 producteurs) font déjà parti d'un groupe
Dont 2 sont dans un syndicat
1 est adhérent à Bienvenue à la ferme
1 est à la Maison de l'Agriculture Biologique
1 est adhérent aux Planteurs de Tabac

Parmi les 11 producteurs interrogés :

- 2 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente
- 4 émettent des réserves

Fiche n°3

Production Végétale

Fruits à coque

INFORMATIONS GENERALES

On dénombre 6 producteurs soit 3 % des vendeurs directs du Sud Charente

5 producteurs ont été interrogés

Age moyen : 47 ans

Parmi les producteurs interrogés 1 pratique une agriculture conventionnelle
4 pratiquent une agriculture raisonnée

Particularités de la production

SAU moyenne : 23 Ha de verger en moyenne

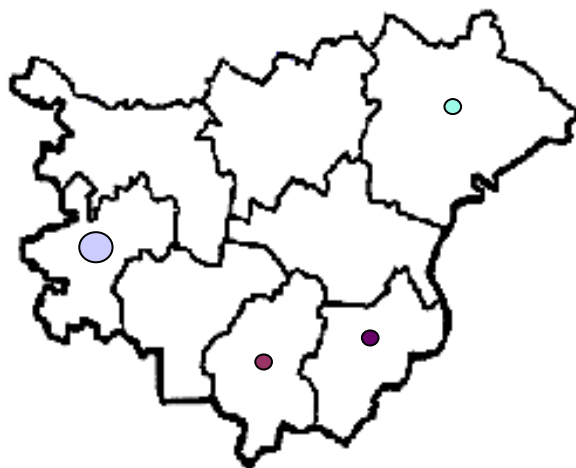
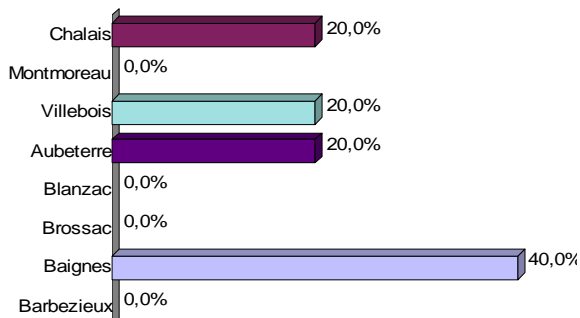
Produits:

Fruits	Nbr de producteurs	Part moyenne vente directe (%)
Noix	5	Très variable (5 à 100)
Châtaigne	1	20
Noisette	1	100

Autres productions associées : Viticulture (40%, en vente directe), Céréales (40%, sans vente directe), Fromage de chèvre (20%, en vente directe)

Cartographie

Répartition des producteurs par canton
(histogramme en pourcentages, carte en effectifs)



TRANSFORMATION

Noix : Tous les producteurs font de l'huile de noix (400 bouteilles par an en moyenne)

3 producteurs vendent des noix décortiquées

1 producteur fait de la transformation en gâteaux, biscuits, confiseries

1 producteur fait du vin de noix

Noisette : 1 producteur fait de l'huile de noisette et des noisettes décortiquées

Châtaigne : 1 producteur fait de l'huile de châtaigne

La transformation se fait soit dans une huilerie soit sur l'exploitation

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

- ✓ 2 producteurs vendent toute leur production transformée en vente directe
- ✓ Les trois producteurs qui n'écoulent pas toute leur production transformée en vente directe aimeraient augmenter ce mode de commercialisation

Formes de vente directe

100% vendent leurs produits sur l'exploitation et 60% ont une salle de vente

60% font des marchés occasionnels (plus de 4 par saison)

60% vendent par le biais de commerçants

1 producteur fait 3 marchés hebdomadaires (mais avant tout pour ses fromages de chèvre)

1 producteur fait des salons (3 à 5 par an)

Publicité

3 producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 3 font des tracts, 2 font de la publicité par Internet, 1 organise des événements sur l'exploitation et un autre fait des salons

Restauration collective

2 producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives mais un seul le fait toujours (mais pour une autre production)

Le principal frein est que le produit ne se prête pas forcément à la restauration collective

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

Tous les producteurs ont un projet de développement :

- ✓ 2 veulent augmenter la vente directe
- ✓ 2 veulent augmenter la surface de leurs vergers
- ✓ 1 veut développer la transformation

GROUPE / RESEAUX

80% des producteurs interrogés font déjà parti d'un ou plusieurs groupes

- ✓ 2 sont adhérents à Bienvenue à la ferme
- ✓ 2 font partis de groupes animés par la Chambre d'Agriculture (lutte raisonnée, etc.)
- ✓ 1 est dans un GIE et un autre est dans un syndicat

Parmi les 5 producteurs interrogés :

- ✓ 3 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente
- ✓ 1 émet des réserves

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

58% des horticulteurs commercialisent tout en vente directe

Sur les cinq horticulteurs qui commercialisent entre 5 et 90% de leur production en vente directe, 3 voient la part de production vendue directement augmenter, elle diminue pour un producteur

Les 5 voudraient augmenter la vente directe

Formes de vente directe

83% vendent leurs produits sur l'exploitation et 34% ont une salle de vente

33% font des foires, parmi eux la moitié en fait régulièrement et l'autre occasionnellement

25% font des marchés hebdomadaires (1 à 3 par semaine)

17% vendent par le biais de commerçants

1 horticulteur vend par Internet et 1 autre sur un lieu de livraison collective

Publicité

42% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 33% font des tracts, 25% font de la publicité par Internet et 1 producteur organise des événements sur l'exploitation et un autre utilise la presse

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

25% ont un projet de développement (3 producteurs)

2 pour cette production

1 pour le maraîchage

1 producteur partant en retraite compte revendre la partie horticulture de son exploitation

GROUPES / RESEAUX

25% des producteurs interrogés (soit 3 producteurs) font déjà parti d'un groupe

1 est dans un groupe anti-OGM

1 est adhérent aux Fermiers Itinérants

1 appartient à un GIGE horticulture

Parmi les 12 producteurs interrogés :

2 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

4 émettent des réserves

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

81% des producteurs commercialisent 100% de leurs légumes en vente directe
Les autres commercialisent en moyenne 31% de leur production

Sur les quatre maraîchers qui ne commercialisent pas 100% de leur production en vente directe, seulement 1 voit la part de production vendue directement augmenter
Pour les 3 autres, elle est égale et ils ne souhaitent pas l'augmenter

Formes de vente directe

71% des maraîchers vendent leurs produits sur l'exploitation et 38% ont une salle de vente
57% font des marchés hebdomadaires (4 par semaine en moyenne)
48% font des marchés occasionnels (5 par été en moyenne)
33% vendent chez les commerçants ou dans un magasin de producteurs
24% font des foires
14% sont en AMAP
14% vendent aux restaurations collectives

Publicité

52% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 14% font des tracts, 5% font de la publicité par Internet
La majorité fonctionne beaucoup par le bouche à oreille

Restauration collective

- ✓ 8 producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives, 2 le font encore
- ✓ 2 producteurs qui n'ont jamais vendu aux restaurations collectives seraient intéressés
- ✓ Le principal frein est de pouvoir fournir en plus grosse quantité

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

- ✓ 45% ont un projet de développement
- ✓ 10% dans la production de nouveaux produits
- ✓ 10% dans la création ou la rénovation d'un atelier
- ✓ le reste correspond à des projets spécifiques (fusion, etc.)

GROUPE / RESEAUX

48% des producteurs interrogés ont déjà fait partie d'un groupe
19% des producteurs sont inscrits à la maison de l'Agriculture Biologique
14% des producteurs sont adhérents à Bienvenue à la ferme
14% des producteurs sont en AMAP
10% des producteurs ont fait partie d'un syndicat

Parmi les 21 producteurs interrogés :

- ✓ 4 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente
- ✓ 5 émettent des réserves

Fiche n°6 **Production Végétale** **Viticulture**

INFORMATIONS GENERALES

On dénombre 58 viticulteurs soit **31 %** des vendeurs directs du Sud Charente

32 producteurs ont été interrogés

Age moyen : 47 ans

Parmi les producteurs interrogés 28% pratiquent une agriculture conventionnelle
 69% pratiquent une agriculture raisonnée
 3% pratiquent une agriculture biologique

Particularités de la production

SAU moyenne : 56 Ha

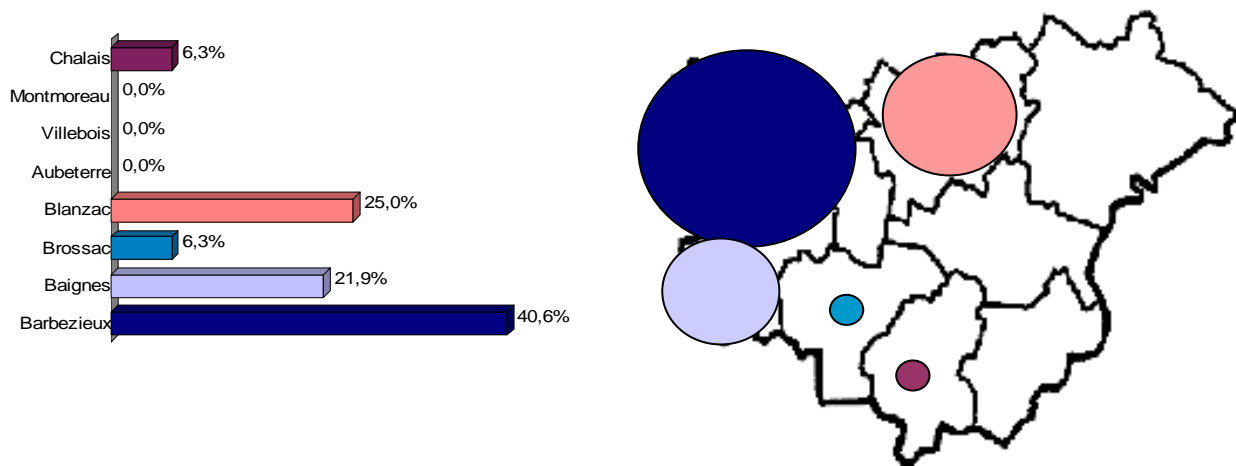
Produits en V.D	Nbr de producteurs	Nbr moyen de bouteilles par an	% moy de la production
COGNAC	23	1 400	32
PINEAU	24	7 000	48
VIN DE PAYS*	6	12 000	88
VIN DE TABLE*	1	500	100
PETILLANT	2	250/3000	60
JUS	4	3 200	54

*les producteurs de vin de pays et de table font aussi des Bag in Box (365 hl en moyenne) et du vrac (130 hl en moyenne)

Autres productions associées : 66% font aussi des céréales et 9% ont une production animale

Cartographie

Répartition des producteurs par canton
 (histogramme en pourcentages, carte en effectifs)



TRANSFORMATION

22% font des cocktails (soit 7 producteurs)

2 producteurs les font faire par des entreprises

Le nombre de bouteilles de cocktails vendues par an est en moyenne de 2000

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

25% des viticulteurs commercialisent toute leur production en vente directe

Pour les autres, la part vendue directement varie de 2 à 80% de la production totale

Parmi les autres, la part de la production commercialisée en vente directe augmente d'année en année pour 31% de ces producteurs, pour 25% elle diminue et pour 25% elle est égale (19% ne se prononcent pas)

65% de ces producteurs aimeraient augmenter la vente directe

Formes de vente directe

- ✓ Tous les viticulteurs vendent leurs produits sur l'exploitation et 69% ont une salle de vente
- ✓ 6% font des marchés hebdomadaires et 19% font des marchés occasionnels (4 par an en moyenne);
- ✓ 50% font des foires (2 par mois en moyenne) et des salons (6 par an en moyenne)
- ✓ 16% font de la vente directe par le biais des commerçants et des GMS du Sud Charente
- ✓ 10% font de la vente par colis
- ✓ 6% vente leurs produits sur les lieux touristiques (Généralement en Charente-Maritime)

Publicité

69% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation (c'est la seule publicité pour 31% des viticulteurs), 41% font des tracts et/ou affiches, 28% font de la publicité par Internet et 22% organisent des événements sur l'exploitation

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

48% ont un projet de développement

dont 19% dans la vente directe

12,5% dans la recherche de nouveaux produits

6% dans l'exportation

Parmi les 5 viticulteurs partant bientôt en retraite, 2 non pas de projet de transmission

GROUPES / RESEAUX

69% des producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe

dont 19% dans le groupe de lutte raisonnée de la Chambre d'Agriculture

12,5% sont adhérents à Bienvenue à la ferme

12,5% aux Etapes du Cognac

12,5% font parti d'un autre groupe de viticulteurs (Comité du Pineau, etc.)

12,5% sont dans un syndicat

Parmi les 32 producteurs interrogés :

10 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

9 émettent des réserves

Fiche n°7**Production Animale****Bovins lait****INFORMATIONS GENERALES**

On dénombre 2 producteurs soit 1% des vendeurs directs du Sud Charente

2 producteurs ont été interrogés

Age moyen : 36 ans

Particularités : cette production est tenue des femmes

Parmi les producteurs interrogés 1 pratique une agriculture conventionnelle

1 pratique une agriculture raisonnée

Particularités de la production

SAU moyenne : 70 ha

Quotas laitiers : 242 000 et 600 000 L

Produits en vente directe:

1 éleveur vend seulement du lait en bouteille (6 500 L par an)

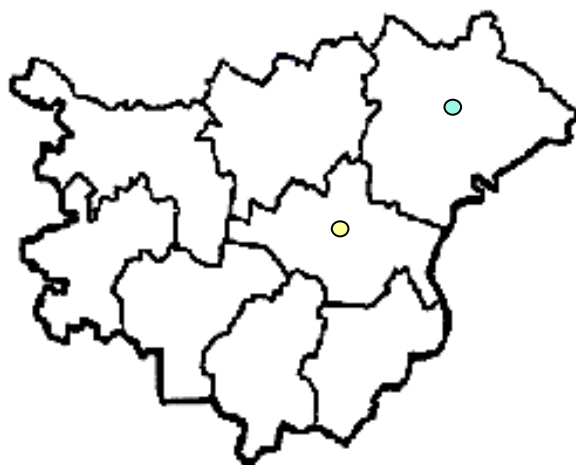
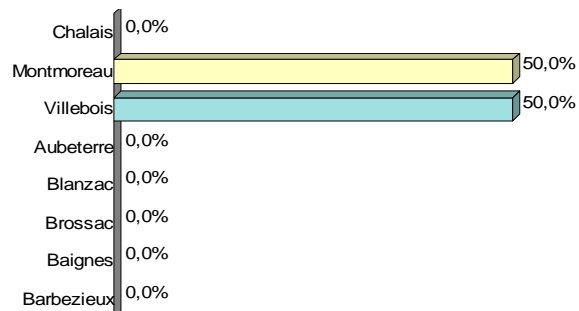
1 éleveur vend du lait en bouteille et fait de la transformation

Label : 1 éleveur a le label « Beurre des Charentes » (avec la laiterie)

Autres productions associées : Viticulture (1, sans vente directe), Caprins (1, avec vente directe)

Cartographie**Répartition des producteurs par canton**

(histogramme en pourcentages, carte en effectifs)

**TRANSFORMATION**

1 éleveur fait de la transformation :

18 000 L transformés par an en faisselle, fromages frais et pressés, yaourts

Tous les produits issus de la transformation sont vendus en vente directe

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

Les 2 éleveurs vendent 3% de leur production en vente directe

Pour les 2, la part de la production commercialisée en vente directe est égale d'année en année, 1 éleveur aimerait augmenter la part vendue en vente directe

Formes de vente directe

Les 2 vendent leurs produits sur l'exploitation et ont une salle de vente

L'éleveur qui transforme fait des marchés hebdomadaires, occasionnels et des foires

L'autre livre aux restaurations collectives (2 fois par semaine) et aux particuliers

Publicité

1 des producteurs a un panneau à l'entrée de l'exploitation

L'autre producteur fait de la publicité sur son fourgon

Restauration collective

Les 2 producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives et un le fait encore

L'autre serait intéressé pour reprendre la vente aux restaurations collectives

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

Aucun des éleveurs n'a un projet de développement

GROUPES / RESEAUX

1 éleveur fait partie du réseau « Bienvenue à la ferme »

Parmi les 2 producteurs interrogés :

✓ 1 émet des réserves pour un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

✓ L'autre ne souhaite pas y adhérer

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

- ✓ 1 producteur vend 100% de sa production en vente directe
- ✓ Les deux autres vendent 90% de leur production en vente directe. Cette part reste égale d'une année sur l'autre mais tous deux aimeraient l'augmenter.

Formes de vente directe

Les 3 éleveurs vendent leurs produits sur l'exploitation et 2 ont une salle de vente

Les 3 éleveurs font des marchés hebdomadaires (2 par semaine en moyenne)

2 font des foires

2 font des marchés occasionnels

1 vend sur un lieu de livraison collective et à un supermarché local

Publicité

2 producteurs font de la publicité :

- ✓ 1 producteur a un panneau à l'entrée de l'exploitation, fait des tracts et de la publicité par Internet
- ✓ L'autre organise des événements sur l'exploitation

Restauration collective

2 producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives et 1 le fait encore

L'autre serait intéressé pour recommencer la vente aux restaurations collectives

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

1 producteur a un projet de développer sa production de fruits à coque

1 producteur va partir en retraite et a un projet de transmission

GROUPE / RESEAUX

Les 3 producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe

Tous sont adhérents à « Bienvenue à la ferme »

1 éleveur appartient aussi à un GIE

Parmi les 3 producteurs interrogés :

Tous émettent des réserves sur l'adhésion à un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

Fiche n°9**Production Animale****Cuniculture****INFORMATIONS GENERALES**

On dénombre 5 producteurs soit **3%** des vendeurs directs du Sud Charente
 5 producteurs ont été interrogés (un des cinq éleveurs va arrêter cette production très prochainement, nous ne tiendrons pas compte de cet élevage dans les résultats)

Age moyen : 44 ans

Particularités : la plus part des éleveurs sont des femmes

Parmi les producteurs interrogés 75% pratiquent une agriculture conventionnelle
 25% pratiquent une agriculture raisonnée

Particularités de la production

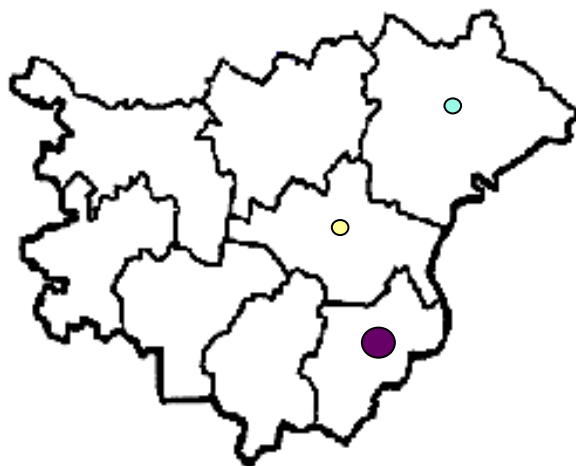
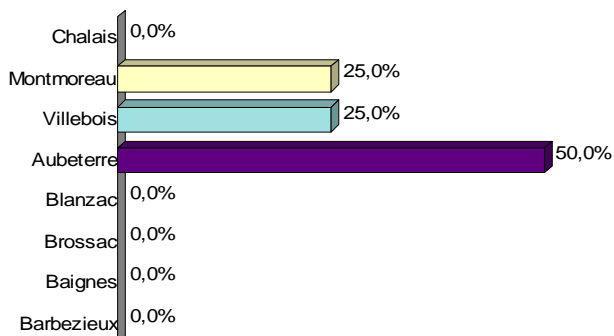
Effectif moyen : 30 000 lapins

Produits : Tous vendent des lapins morts, entiers
 1 éleveur vend aussi des lapins vivants

Autres productions associées : Autre production animale (60%, avec ou sans vente directe)

Cartographie

Répartition des producteurs par canton
 (histogramme en pourcentages, carte en effectifs)

**TRANSFORMATION**

Il n'y a pas de transformation (conserves, etc.) pour cette production

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

1 producteur vend 100% de sa production en vente directe

Les 3 autres vendent moins de 5% de leur production (mais ils ont une production beaucoup plus importante)

Pour 2 de ces producteurs, la part de la production commercialisée en vente directe augmente d'année en année, pour l'autre elle est égale

Ces 3 producteurs aimeraient augmenter la vente directe

Formes de vente directe

✓ 75% vendent leurs produits sur l'exploitation et 1 producteur a une salle de vente

Parmi eux, 1 producteur fait aussi des marchés occasionnels (plus de 4 par saison) et fait des livraisons

1 autre fait des marchés hebdomadaires (3 par semaine) et des foires (2 par mois)

✓ 1 producteur vend à un revendeur sur les marchés

Publicité

1 producteur a un panneau à l'entrée de l'exploitation

Les autres fonctionnent tous avec le bouche à oreille

Restauration collective

1 producteur a déjà vendu ses produits à des restaurations collectives et le fait encore

Les autres producteurs ne sont pas intéressés par la restauration collective

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

75% ont un projet de développement

2 producteurs veulent augmenter la vente directe

1 producteur prévoit l'installation d'une nouvelle personne

GROUPES / RESEAUX

75% des producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe

Dont 2 sont adhérents à la CPLC

1 était adhérent à Tourisme Evasion

1 est dans le groupe Bois Energie de la Chambre d'Agriculture

Parmi les 4 producteurs interrogés :

3 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

1 émet des réserves

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

- ✓ 2 éleveurs vendent toute leur production en vente directe
- ✓ Les autres vendent entre 2 et 33% de leur production en vente directe, pour deux d'entre eux la part de la production commercialisée en vente directe augmente d'année en année
Pour les 3 autres, elle reste égale ou diminue et deux ne souhaitent pas augmenter la vente directe

Formes de vente directe

100% vendent leurs produits sur l'exploitation et 29% ont une salle de vente
43% livrent aux comités d'entreprise (1 à 2 livraisons par mois)
29% ont un lieu de livraison collective (2 à 3 points différents par producteur, 1 livraison par mois)
29% vendent aux commerçants et supermarchés locaux

Publicité

29% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 43% font des tracts et/ou des affiches
Tous fonctionnent surtout avec le bouche à oreille

Restauration collective

2 producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives mais ne le font plus
2 autres producteurs seraient intéressés par la restauration collective
Le principal frein est que les restaurations collectives n'achètent que certains morceaux

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

57% des producteurs ont un projet de développement
dont 1 dans l'énergie solaire
1 veut augmenter la vente directe
1 veut créer un nouvel atelier

1 producteur va partir en retraite et a un projet de transmission

GROUPES / RESEAUX

57% des producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe
Dont 2 sont adhérents aux Veau de Chalais
1 est à l'ASPOULBA et à L'ADASC
1 appartient à un groupe d'éleveurs et à un syndicat

Parmi les 7 producteurs interrogés :

- 3 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente
- 3 émettent des réserves

Fiche n°11**Production Animale****Apiculture****INFORMATIONS GENERALES**

On dénombre 9 producteurs soit **5 %** des vendeurs directs du Sud Charente

7 producteurs ont été interrogés

Age moyen : 56 ans

Parmi les producteurs interrogés 17% pratiquent une agriculture conventionnelle
17% pratiquent une agriculture raisonnée
66% pratiquent une agriculture biologique ou très proche

Particularités de la production

SAU moyenne : 6,5 ha

Produits : La production est en moyenne de 1 160 kg de miel par producteur par an

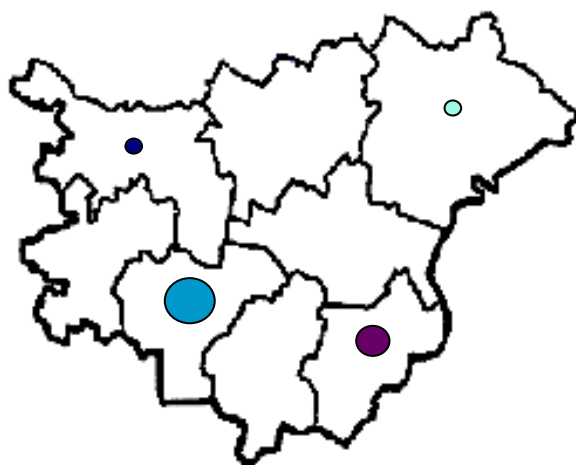
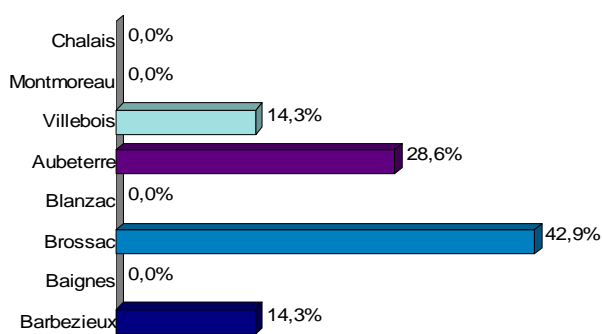
Tous font du miel en pot

3 apiculteurs font de la transformation

Aucune autre production associée

Cartographie**Répartition des producteurs par canton**

(histogramme en pourcentages, carte en effectifs)

**TRANSFORMATION**

Sur les trois producteurs qui font de la transformation, tous font du pain d'épices

2 font des bonbons et des bougies

1 fait également des sucettes, des bouteilles d'hydromel, du vin de miel, de la gelée royale,...

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

5 producteurs vendent toute leur production en vente directe

Les deux autres vendent 15 et 95 % de leur production en vente directe

Pour 1 producteur, la part de la production commercialisée en vente directe augmente d'année en année, pour l'autre, elle est égale

Formes de vente directe

86% vendent leurs produits sur l'exploitation et 39% ont une salle de vente

57% font des foires (1 à 2 par mois en moyenne)

57% vendent chez des commerçants

29% font des marchés hebdomadaires (en moyenne 1 par semaine)

29% font des marchés occasionnels (4 par saison en moyenne)

Publicité

29% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 1 producteur fait des tracts

Tous fonctionnent beaucoup avec le bouche à oreille

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

43% des apiculteurs ont un projet de développement

1 veut augmenter la vente directe

1 veut augmenter la production

1 veut développer de nouveaux produits (transformation)

Un producteur part bientôt en retraite mais n'a pas de projet de reprise

GROUPE / RESEAUX

43% des producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe

Dont 1 apiculteur est adhérent à Bienvenue à la ferme.

1 apiculteur est à la Maison de l'Agriculture Biologique et est dans l'association des Producteurs Bio du Sud Charente

1 apiculteur est un membre de syndicat

Parmi les 7 producteurs interrogés :

3 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

1 émet des réserves

Fiche n°12**Production Animale****Ovins****INFORMATIONS GENERALES**

On dénombre 2 producteurs soit 1 % des vendeurs directs du Sud Charente

2 producteurs ont été interrogés

Age moyen : 53 ans

Parmi les producteurs interrogés 1 pratique une agriculture biologique
1 pratique une agriculture raisonnée

Particularités de la production

SAU moyenne : 18,5 ha

Produits en vente directe:

Les deux producteurs vendent des agneaux à l'unité

1 producteur vend également des agneaux vivants ou en demi carcasse

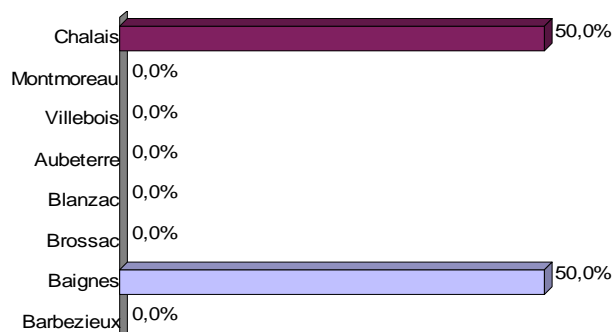
La vente directe représente en moyenne 10 agneaux par an

Label : 1 éleveur a le label « Agriculture Biologique »

Pas d'autres productions associées

Cartographie**Répartition des producteurs par canton**

(histogramme en pourcentages, carte en effectifs)

**TRANSFORMATION**

Il n'y a pas vraiment de transformation si ce n'est la découpe en demi carcasse effectuée par un boucher

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

Les 2 producteurs commercialisent entre 3 et 5% de leur production

La part de la production commercialisée en vente directe reste égale d'une année sur l'autre pour les deux éleveurs. Aucun ne souhaite augmenter la vente directe

Formes de vente directe

1 éleveur vend ses produits sur l'exploitation, il n'a pas de salle de vente et les personnes viennent sur rendez-vous

L'autre éleveur vend les agneaux directement à l'abattoir

Les 2 éleveurs vendent leurs agneaux à des bouchers

Publicité

Les deux éleveurs fonctionnent exclusivement avec le bouche à oreille

Restauration collective

Aucun n'a déjà vendu ses produits à des restaurations collectives et aucun n'est intéressé

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

Aucun des deux éleveurs n'a de projet de développement

L'éleveur partant bientôt en retraite n'a pas de projet de transmission

GROUPES / RESEAUX

1 producteurs fait déjà parti d'un groupe

Parmi les 2 producteurs interrogés :

Aucun n'est intéressé par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

1 des éleveurs vend 50% de sa production en vente directe

Pour les 2 producteurs, la part de la production commercialisée en vente directe augmente d'année en année

Les 2 producteurs aimeraient augmenter la vente directe

Formes de vente directe

Les deux éleveurs vendent leurs produits sur l'exploitation :

1 des 2 a une salle de vente et des jours d'ouverture

L'autre vend sur rendez-vous mais livre des colis et vend à un commerçant

Publicité

1 producteur a un panneau à l'entrée de l'exploitation et fait des tracts

Les deux fonctionnent avec le bouche à oreille

Restauration collective

1 des producteurs vend ses produits à des restaurations collectives

L'autre n'est pas intéressé

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

Aucun des producteurs n'a de projet de développement

GROUPES / RESEAUX

Les 2 producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe

✓ 1 est adhérent à « Bienvenue à la ferme »

✓ L'autre est adhérent à Club16

Parmi les producteurs interrogés aucun n'est intéressé par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

Fiche n°14**Production Animale****Veau sous la mère****INFORMATIONS GENERALES**

On dénombre 14 producteurs soit 7 % des vendeurs directs du Sud Charente

14 producteurs ont été interrogés

Age moyen : 40 ans

Parmi les producteurs interrogés 29% pratiquent une agriculture conventionnelle
64% pratiquent une agriculture raisonnée
7% pratiquent une agriculture biologique

Particularités de la production

SAU moyenne : 103 Ha

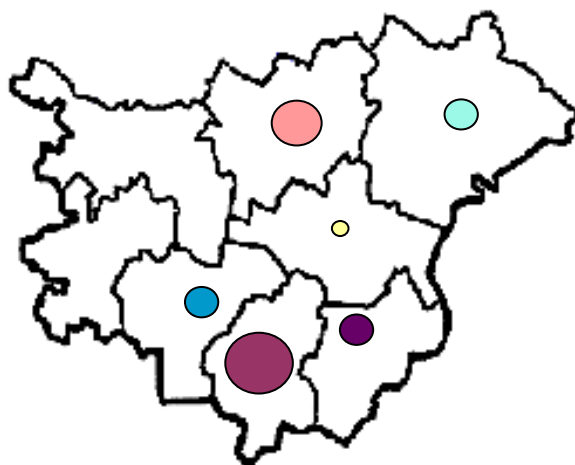
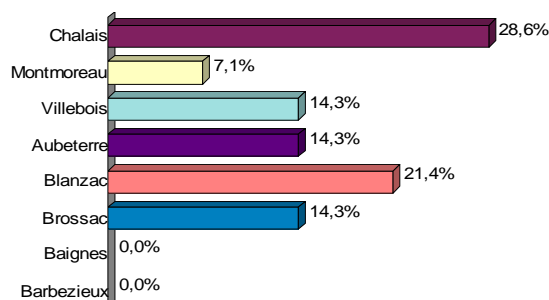
50 veaux vendus par an en moyenne par éleveur (toutes ventes confondues)

Produits en vente directe:

86% des éleveurs vendent en caissette (≈10 kg), en moyenne 11.5 veaux par an
21% des éleveurs vendent en carcasse entière, en moyenne 29 veaux par an

Label : 43% des éleveurs ont le label « Veau de Chalais »
7% des éleveurs ont le label « Agriculture Biologique »
7% des éleveurs ont l'appellation « Signé Poitou Charente »

Autres productions associées : Viticulture (29%, sans vente directe), Gros bovins (36%, avec vente directe), Volaille (7%, avec vente directe), Céréales (7%, avec transformation et vente directe)

Cartographie**Répartition des producteurs par canton
(histogramme en pourcentages, carte en effectifs)****TRANSFORMATION**

1 producteur fait de la transformation :
des conserves vendues par l'association du « Veau de Chalais »

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

✓ 1 seul éleveur vend tous ses veaux en vente directe

✓ Les autres vendent en moyenne 27% de leur production

Parmi eux, 56% voient la part de la production commercialisée en vente directe augmenter d'année en année, pour 22% elle diminue et pour 22% elle est égale
50% de ces producteurs aimeraient augmenter la vente directe

Formes de vente directe

64% vendent leurs produits sur l'exploitation et 21% ont une salle de vente

36% vont sur un lieu de livraison collective (en moyenne 1 livraison par mois avec 2 lieux différents)

29% livrent des colis (1 livraison par mois ou tous les deux mois)

29% vendent aux commerçants (1 à 2 fois par mois)

14% livrent aux comités d'entreprise (1 à 2 livraisons par mois)

14% font des marchés occasionnels (en particulier pour les conserves)

Publicité

29% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 14% font des tracts et/ou des affiches et 1 producteur fait des salons

Tous fonctionnent surtout avec le bouche à oreille

Restauration collective

2 producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives, aucun ne continue

2 autres producteurs seraient intéressés par la restauration collective

Le principal frein est que les restaurations collectives n'achètent que certains morceaux

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

57% des producteurs ont un projet de développement

2 éleveurs veulent passer en Agriculture Biologique

2 éleveurs veulent augmenter la vente directe et la transformation

2 éleveurs ont un projet d'installation

2 éleveurs veulent faire un nouveau produit ou un nouvel atelier

GROUPES / RESEAUX

64% des producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe

Dont 6 éleveurs sont dans l'association « Veau de Chalais »

1 est à la Maison de l'Agriculture Biologique

1 est adhérent à « Bienvenue à la ferme »

1 est dans le groupe lait de la Chambre d'agriculture

1 est dans un syndicat

Parmi les 14 producteurs interrogés :

✓ 4 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

✓ 6 émettent des réserves

Fiche n°15**Production Animale****Aviculture****INFORMATIONS GENERALES**

On dénombre 25 producteurs soit **13 %** des vendeurs directs du Sud Charente

19 producteurs ont été interrogés

Age moyen :49 ans

Parmi les producteurs interrogés 42% pratiquent une agriculture conventionnelle
32% pratiquent une agriculture raisonnée
16% pratiquent une agriculture biologique

Particularités de la production

✓ Effectif moyen : 4 800 volailles par élevage (de 350 à 25 000)

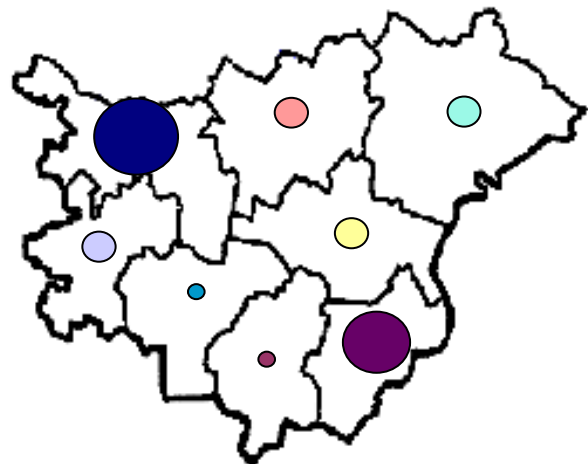
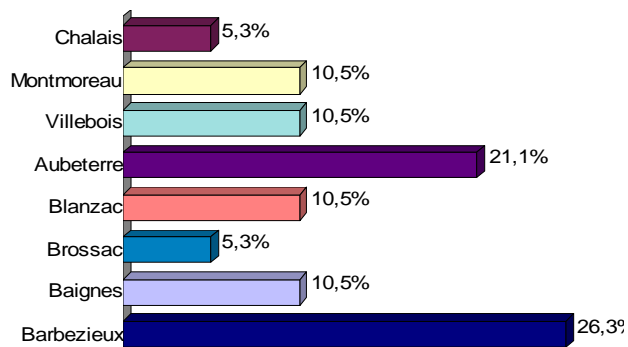
✓ Produits:

Volaille	% d'éleveurs	Volaille	% d'éleveurs
Poulet	74	Oie	21
Canard	53	Poule pondeuse	11
Pintade	47	Dinde, Pigeon, Canette	5
Chapon	21		

47% des éleveurs ont au moins trois volailles différentes

✓ Label : 3 producteurs de Poulet de Race de Barbezieux
2 producteurs ont l'appellation Agriculture Biologique

✓ Autres productions associées : Céréales (89%), Viticulture (26%) (cognac et pineau mais seulement 2 en vente directe), maraîchage (11%, avec ou sans vente directe)

Cartographie**Répartition des producteurs par canton
(histogramme en pourcentages, carte en effectifs)****TRANSFORMATION**

60 % font l'abattage sur l'exploitation

11% des producteurs transforment leurs volailles en foie gras, pâtés, terrines et autres produits de volailles en conserve

COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

68% des producteurs vendent toute leur production en vente directe

11% vendent entre 80 et 99% de leur production en vente directe

Parmi les 6 producteurs qui ne commercialisent pas toute leur production en vente directe, 3 voient la part de la production commercialisée en vente directe augmenter d'année en année, pour 2 elle est égale et elle diminue pour un éleveur
5 producteurs sur 6 aimeraient augmenter la vente directe

Formes de vente directe

84% des éleveurs vendent leurs produits sur l'exploitation et 57% ont une salle de vente

37% vendent aux commerçants et aux supermarchés locaux

32% font des foires (1 par mois en moyenne)

26% font des marchés hebdomadaires (en moyenne 2 par semaine)

22% font des marchés occasionnels (3 ou plus par saison)

16% livrent ou envoient des colis

11% vont sur un lieu de livraison collective (1 à 4 fois par mois)

1 producteur fait des salons, 1 vend dans un magasin de producteur

Publicité

63% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 42% font des tracts et/ou affiches, 21% font de la publicité par Internet et 10% organisent des événements sur l'exploitation

Restauration collective

4 producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives et aucun ne continue

1 producteur serait intéressé par la restauration collective

Le principal frein est de pouvoir fournir plus et de répondre aux normes.

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

53% des éleveurs ont un projet de développement

✓ 11% veulent augmenter la vente directe

✓ 11% veulent augmenter la production

✓ 6% ont un projet dans la transformation

✓ 6% dans l'installation d'une nouvelle personne

1 producteur va partir en retraite mais n'a pas de projet de transmission

GROUPES / RESEAUX

47% des producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe

Dont 3 producteurs sont à l'ASPOULBA

2 sont en GIE

2 dont adhérents à « Bienvenue à la ferme »

1 est à la Maison de l'Agriculture Biologique

Parmi les 19 producteurs interrogés :

✓ 6 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente

✓ 6 émettent des réserves

Fiche n°16

Agriculture Biologique

INFORMATIONS GENERALES

On dénombre 18 producteurs soit **9.5 %** des vendeurs directs du Sud Charente
 13 producteurs ont été interrogés
 Age moyen : 47 ans

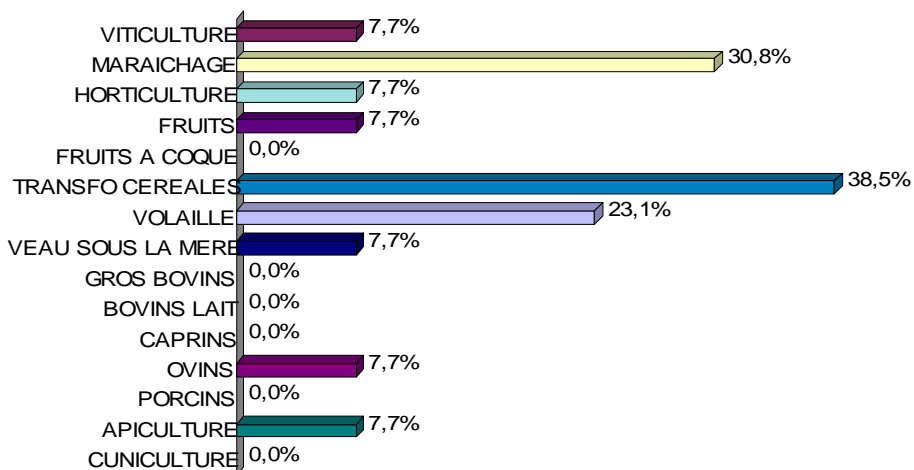
En moyenne, les producteurs font de la vente directe depuis 2000 (attention, moyenne à nuancer avec les transmissions).
 Plus de la moitié font de la vente directe pour avoir un meilleur prix de vente et/ou plus de contact avec le client.

Productions

SAU moyenne : 25 ha
 Produits en vente directe:

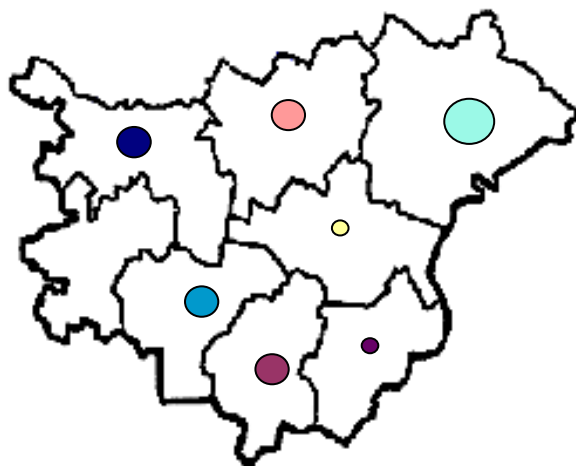
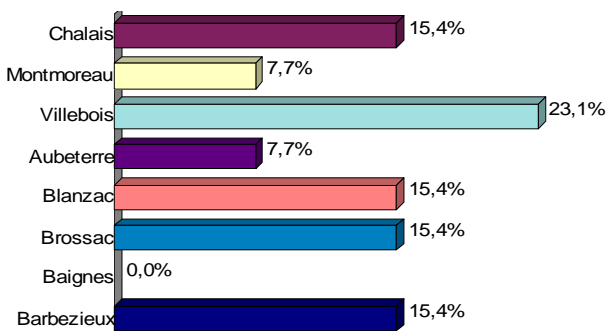
Somme des pourcentages différente de 100 du fait des réponses multiples et des suppressions.

	Nb	% obs.
VITICULTURE	1	7,7%
MARAICHAGE	4	30,8%
HORTICULTURE	1	7,7%
FRUITS	1	7,7%
FRUITS A COQUE	0	0,0%
TRANSFO CEREALES	5	38,5%
VOLAILLE	3	23,1%
VEAU SOUS LA MERE	1	7,7%
GROS BOVINS	0	0,0%
BOVINS LAIT	0	0,0%
CAPRINS	0	0,0%
OVINS	1	7,7%
PORCINS	0	0,0%
APICULTURE	1	7,7%
CUNICULTURE	0	0,0%
Total	13	



Cartographie

**Répartition des producteurs par canton
 (histogramme en pourcentages, carte en effectifs)**



COMMERCIALISATION

Place de la vente directe dans la commercialisation

- ✓ 77% des vendeurs directs Bio vendent au moins 95% de leur production en vente directe

- ✓ 23% vendent moins de 20% de leur production en vente directe. Ces vendeurs directs ont une production de pain et /ou de veau sous la mère. Ces résultats sont en accord avec les résultats obtenus pour ces deux productions.

Formes de vente directe

62% vendent leurs produits sur l'exploitation et 57% ont une salle de vente
46% font des marchés hebdomadaires
23% font des marchés occasionnels
39% vendent aux commerçants
23% sont en AMAP
8% vendent aux restaurations collectives
8% vendent sur un lieu de livraison collective

Publicité

46% des producteurs ont un panneau à l'entrée de l'exploitation, 23% font des tracts et/ou des affiches
Beaucoup fonctionnent avec le bouche à oreille

Restauration collective

3 des 13 producteurs ont déjà vendu leurs produits à des restaurations collectives et 1 seul le fait encore
1 autre producteur serait intéressé par la restauration collective

PROJETS DE DEVELOPPEMENT

46% ont un projet de développement
5 veulent augmenter soit la production soit la surface agricole soit vont fusionner
1 veut augmenter la vente directe et la transformation

Deux pourraient partir en retraite mais n'ont pas encore de projet de reprise

GROUPES / RESEAUX

75% des producteurs interrogés font déjà parti d'un groupe
Dont 6 sont inscrits à la Maison de l'Agriculture Biologique
2 sont en AMAP
1 est en GIE
1 est dans un groupe anti-OGM

Parmi les 13 producteurs interrogés :

- ✓ 2 sont intéressés par un groupe de vendeurs directs en Sud Charente
- ✓ 3 émettent des réserves

IV. PRISE DE RECUL

1. Difficultés rencontrées lors de l'étude

La plus grosse difficulté de cette enquête a été de joindre les agriculteurs. En effet, la plus part du temps les vendeurs directs ne répondaient au téléphone qu'au deuxième ou troisième appel. Et, à la clôture de l'enquête, un nombre non négligeable de producteurs n'avait pas été interrogé (65 sur les 190 producteurs recensés). L'enquête s'est déroulée durant les trois mois d'été. C'est une période chargée pour la plus part des producteurs. Ils n'étaient donc pas forcément disponibles pour répondre à l'enquête.

Nous avons également eu du mal à contacter les mairies car elles avaient des jours d'ouverture propres et certaines étaient fermées durant les vacances.

Même si les vendeurs directs interrogés ont dans l'ensemble bien répondu à l'enquête, il a souvent été difficile d'obtenir des réponses exactes, en particulier sur les quantités produites. Beaucoup de producteurs avaient du mal à donner des chiffres justes. De même pour les questions sur la clientèle, la plus part ne savaient pas évaluer leur clientèle.

Mais nous pouvons trouver des raisons à ce problème. Tout d'abord, avec une enquête téléphonique, les personnes interrogés sont prises au dépourvu, elles n'ont pas forcément les chiffres en tête et ne peuvent pas toujours les trouver sur l'instant. L'envoi préalable d'un avertissement a été proposé par la suite, pour que, lors de l'appel téléphonique, les producteurs soient déjà préparés à répondre. Ce système pourra être gardé pour une future enquête.

De plus, il est apparu que pour des productions telles que le maraîchage, beaucoup de producteurs ne pouvaient pas quantifier leurs productions.

En ce qui concerne la partie sur la clientèle, le questionnaire n'était peut-être pas adapté.

2. Exhaustivité de l'enquête

L'enquête se voulait exhaustive. Le but n'était donc pas d'interroger un échantillon représentatif mais l'ensemble des vendeurs directs. Nous avons réussi à en interroger 65%. Ce résultat assez satisfaisant nous a permis d'obtenir des statistiques très proches de la réalité qui reflétaient bien les pratiques des vendeurs directs. Cependant, tous n'ont pas été interrogés. On peut donc se demander si, en interrogeant tous les vendeurs directs recensés, les statistiques auraient été modifiées.

Les productions de gibiers autres que pour la chasse et de truffe avaient été prises en compte. Mais ces producteurs ont déclaré ne pas faire de vente directe. Il est donc fort possible qu'ils n'aient pas eu envie de divulguer leur activité, sûrement par méfiance.

C'est le cas aussi dans d'autres productions où quelques producteurs ont affirmés ne pas pratiquer cette activité alors que les techniciens de la Chambre d'Agriculture les savaient vendeurs directs. On peut donc se demander si parmi les personnes contactées qui ont déclaré ne pas faire ou ne plus faire de vente directe, certains sont tout de même vendeurs directs. Cependant, ces producteurs ne représentent que des cas exceptionnels et cela n'a pas vraiment influencé les résultats.

Enfin, sur la question du type d'agriculture pratiquée, beaucoup ont répondu « agriculture raisonnée ». Mais chacun a sa vision de l'agriculture raisonnée. Certains appartenaient à un groupe de lutte raisonnée et d'autres faisaient de l'agriculture raisonnée « comme tout le monde ». Les résultats sur le type d'agriculture pratiquée ne doivent donc pas être pris stricto sensu.

V. CONCLUSION

Cette enquête nous a confirmé que la vente directe était très présente sur le territoire du Sud Charente. 190 vendeurs directs ont été recensés. Pour cette région rurale ce chiffre est donc assez important.

Nous avons pu voir que certaines productions étaient plus présentes que d'autres dans la vente directe, notamment la viticulture, le maraîchage et l'aviculture. De plus, grâce à l'analyse géographique, nous avons pu constater une répartition très hétérogène des vendeurs directs notamment pour certaines productions et surtout pour la viticulture.

Cette enquête nous a également permis de connaître les formes de vente directe pratiquées par les producteurs et cela en fonction des productions.

De plus, nous avons eu un aperçu des projets de ces producteurs, dans la vente directe ou ailleurs.

Enfin, un des buts de l'étude était de connaître les vendeurs directs intéressés par un groupe en Sud Charente. Grâce à l'enquête téléphonique nous avons identifié trente huit producteurs intéressés par le projet. Ce résultat va donc permettre par la suite de rassembler ces producteurs pour former un groupe en Sud Charente. A l'issue de l'enquête, une présentation des résultats a été faite pour les vendeurs directs recensés. Les producteurs en ont profité pour échanger autour de la formation éventuelle d'un groupe et ont finalement prévu de se retrouver prochainement.

VI. ANNEXES

1. Annexe 1 : Questionnaire

Informations Générales

Titre : Mr, Mme, Mlle, Mrs

Nom - Prénom :

Société :

Adresse :

CP :

Commune :



:

Fax :

Email :

Année de naissance :

Port :

Productions

*Que produisez-vous ?**Quelle est votre SAU ?* ha*Quel type d'agriculture pratiquez-vous ?* Conventiennelle Biologique Autres :*Comment voyez-vous le BIO ?*

Productions végétales

Grandes cultures :**ha** Blé Tournesol Autres fourrages Maïs Pois Tabac Orge Prairie Autres : Colza*Y a-t-il de la transformation ? Oui Non**si oui : farine : kg/an**pain : kg/an**Grains (en sachet) : kg/an*

Part de la production transformée pour la vente directe (%) :

*où se fait la transformation ?**qui transforme ?**· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation**S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non**Pourquoi ?***Viticulture :** ha

Type	Bag in box (hl/an)	Nbr bouteilles/an	Vrac (L/an)	Si VD, part en%
Cognac				
Pineau				
Vin de Pays				
Vin de table				
Pétillant				
Jus				

Y a-t-il de la transformation ? Oui Non Si oui part de la production (%) :
 si oui : cocktail bouteilles/an

où se fait la transformation ?
 qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Légumes

Surface : Plein champ
 Serre

ha
 ha

Légumes	plein champ /serre	quantité	Transfor- mation	Conserves (quantité)	Autres (quantité)	Si vente directe, part en %
Poireaux	P.C / serres		OUI / NON			
Salades	P.C / serres		OUI / NON			
Carottes	P.C / serres		OUI / NON			
Radis	P.C / serres		OUI / NON			
Courgettes	P.C / serres		OUI / NON			
Tomates	P.C / serres		OUI / NON			
Pommes de terre	P.C / serres		OUI / NON			
Citrouilles	P.C / serres		OUI / NON			
Oignons	P.C / serres		OUI / NON			
Ails	P.C / serres		OUI / NON			
Echalotes	P.C / serres		OUI / NON			
Persil	P.C / serres		OUI / NON			
Haricots	P.C / serres		OUI / NON			
Petits pois	P.C / serres		OUI / NON			
Céleri	P.C / serres		OUI / NON			
Betterave	P.C / serres		OUI / NON			
	P.C / serres		OUI / NON			

Part de la production transformée pour la vente directe (%) :
 où se fait la transformation ?
 qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Fruits (autres que fruits à coques)

Surface : Plein champ ha, Serre

ha

Fruits	plein champ /serre	quantité	Transfor- mation	Confitures qté	jus qté	Autres qté	Si vente directe, part (%)
melons	P.C / serres		OUI / NON				
Pommes	P.C / serres		OUI / NON				
Poires	P.C / serres		OUI / NON				
Fraises	P.C / serres		OUI / NON				
Autres Fruits rouges	P.C / serres		OUI / NON				

pêches	P.C / serres		OUI / NON				
kiwis	P.C / serres		OUI / NON				
Prunes	P.C / serres		OUI / NON				
cerises	P.C / serres		OUI / NON				
	P.C / serres		OUI / NON				

Part de la production transformée pour la vente directe (%) :
 où se fait la transformation ?
 qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? \nearrow / \searrow / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Fruits à coque : ha

Fruits	Quantité (tonnes)		Transfor- -mation	huile qté	farine qté	sachet qté	Gâteau/ biscuits qté	Décorti- quées qté	autres qté	Si vente directe, part (%)
	Total	Transformée								
Noix			OUI / NON							
Noisette			OUI / NON							
Châtaigne			OUI / NON							

Part de la production transformée pour la vente directe (%) :
 où se fait la transformation ?
 qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? \nearrow / \searrow / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Trufficulture

Surface : ha
 Volume : kg/tonnes

Part de la production pour la vente directe (%) :
 Y a-t-il de la transformation ? Oui Non Si oui part de la production (%) :

Quel produit ? , qté :
 où se fait la transformation ?
 qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? \nearrow / \searrow / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Horticulture : Surface : Plein champ ha
Serre ha

- Plantes en pot :
 - Fleuries :
 - Chrysanthème
 - Impatiens
 - Surfinia
 - Géranium
 - mini-rosier
 - Autres :
 - Plantes à massif :
 - Plantes aromatiques :
 - Basilic
 - Fines Herbes
 - Autres :
 - Ciboulette
 - Persil
- Fleurs coupées :

Part de la production vendue en vente directe (%)?

Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation

S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non

Pourquoi ?

Productions animales

Gros Bovins

- Nombre vendu / an :
- Label : Oui / non si oui lequel :
 - AB
 - Label Rouge
 - CCP
 - Veau du Limousin
 - Autres :

· Découpe/Abattage :

Où se fait l'abattage ?

Où se fait la découpe?

· Vente :

Quantité vendue en vente directe : _____ nombre Animaux

Type : à l'unité en caissette (_____kg) au détail

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation

S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non

Pourquoi ?

Veau sous la mère:

- Nombre vendu / an :
- label : Oui / non si oui lequel :
 - AB
 - Veau fermier du Limousin
 - Veau de Chalais
 - Autres :

· Découpe/Abattage :

Où se fait l'abattage ?

Où se fait la découpe?

· Vente :

Quantité vendue en vente directe : _____ nombre Animaux

Type : à l'unité en caissette (_____kg) au détail

Transformation ? Oui / non

Conserves : oui/non autres :

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Bovins lait:

- Volume (quotas) : L/an
- label : Oui / non si oui lequel :
 - Beurre des Charentes (AOC)
 - Autres

· Vente :
 Part de la production transformée pour la vente directe (%) :
 Produits de la transformation (indiquer les quantités par an) :

Produits	Quantité	Produits	Quantité
Lait cru en poche		Fromages à pâte pressée	
Lait cru en bouteille		Glace	
Crème fraîche		Beurre	
Faisselle		Desserts lactés	
Fromages à pâte molle		Yaourts	
Fromages frais		Autres :	

où se fait la transformation ?
 qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Volailles :

- Catégorie :
 - Poulet
 - Canard
 - Oie
 - Dinde
 - Pintade
 - Pigeon
 - Autruche
 - Caille
 - Autres :

· Label : Oui / non si oui lequel ?
 Label Rouge Canard Gras du Périgord
 Race Barbezieux Autres :

· Abattage :
 Où se fait l'abattage ?
 Agrément CE Tuerie

· Vente :
 Part de la production transformée pour la vente directe :
 Produits vendus en vente directe (indiquer les quantités par an) :

Produits	Quantité	Produits	Quantité	Produits	Quantité
Poulet vivant		Dinde prête à cuire		Œufs d'autruche	
Poulet prêt à cuire		Pintade vivante		Œufs de poule	
Canard vivant		Pintade prête à cuire		Œufs de caille	
Canard prêt à cuire		oie		Volaille en conserve	
Caille		Pigeon		Volaille cuisinée	
autruche		Dinde vivante		Pâtés, terrines	
Foie gras		Autres :		Autres :	

où se fait la transformation ?
qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation
S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
Pourquoi ?

Caprins

- Volume (quotas) : L/an
(viande) : chevreaux/an
- Vente :

Part de la production transformée pour la vente directe :

Produits de la transformation (indiquer les quantités par an) :

Produits	Quantité	Produits	Quantité
Lait cru en poche		Fromages à pâte pressée	
Lait cru en bouteille		Desserts lactés	
Fromages à pâte molle		Chevreaux	
Fromages frais		Autres :	

où se fait la transformation ?
qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation
S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
Pourquoi ?

Porcins

- Volume total: kg/an volume en vente directe: kg/an
Label : Oui / non
si oui lequel ?
 Jambon de Bayonne Autres :
 Porc du Limousin

· Abattage :
Où se fait l'abattage ?
Où se fait la découpe?

· Vente :
Part de la production transformée pour la vente directe :
Produits de la transformation (indiquer les quantités par an) :

Produits	Quantité	Produits	Quantité
½ carcasse		saucisson	
Caissette		saucisse	
A l'unité		boudin	
Jambon cru		Viande cuisinée	
Jambon cuit		Autres :	

où se fait la transformation ?
qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Ovins

· Volume total: kg/an volume en vente directe: kg/an
 · Label : Oui / non
 si oui lequel ?
 Agneau du Poitou-Charentes Autres :

· Abattage : Où se fait l'abattage ?
 · Vente :
 Part de la production transformée pour la vente directe :
 Produits de la transformation (indiquer les quantités par an) :

Agneaux :
 ½ carcasse A l'unité
 Caissette Autres :

Moutons :
 ½ carcasse A l'unité
 Caissette Autres :

où se fait la transformation ?
 qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Gibiers (autres que pour la chasse)

· Catégories :
 Faisans Lièvres Autres :
 Sangliers Perdreaux
 Chevreuils Biches/cerfs
 · Vente :

Part de la production transformée pour la vente directe :
 Produits de la transformation (indiquer les quantités par an) :

Produits	Quantité	Produits	Quantité
Perdreaux Prêts à cuire		Morceaux biche	
Lièvres Prêts à cuire		Morceaux sanglier	
Faisans Prêts à cuire		Caissettes	
Morceau chevreuil		Viande cuisinée	
Pâtés/terrines		Conserve	
Autres :		Autres :	

où se fait la transformation ?
 qui transforme ?

· Comment évolue la part de la vente directe? ↗ / ↘ / = % de variation
 S'il y avait plus de débouchés, augmenteriez-vous la vente directe ? Oui / non
 Pourquoi ?

Vente Directe

Depuis quand faites-vous de la vente directe ?

Pourquoi avoir choisi ce mode de commercialisation ?

Où ?	Quand ?	Comment ?
<i>Entourer vos modes de vente</i>	<i>Entourer vos jours de marchés et/ou de livraisons et indiquer les fréquences</i>	<i>Entourer vos moyens matériels</i>
à la ferme	l, m, me, j, v, s, d / sur rdv ?	Salle de vente ? oui / non
marchés hebdomadaires	l, m, me, j, v, s, d	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
marchés occasionnels	WE, vacances, soir nbr/an :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
foires	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
Salons	nbr/an :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
colis	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
AMAP	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
commerçants	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
restauration collective	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
Comité d'Entreprise	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
stand (bord de route)	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
magasin	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
lieux touristiques	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
GMS	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
lieu de livraison collective	l, m, me, j, v, s, d fréquence :	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
magasin de producteurs	l, m, me, j, v, s, d	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :
Autres :	l, m, me, j, v, s, d	Fourgon, voiture, camion frigorifique, vitrine, autres :

Clientèle *(cocher vos réponses)*

Age : moins de 40 ans 40 à 60 ans plus de 60 ans
 Type : Citadins Ruraux Touristes
 Fréquence : occasionnelle régulière les deux

Restauration collective

Avez-vous déjà vendu vos produits à des restaurations collectives ? Oui / non

Si oui, continuez-vous à le faire ? Oui / non

Si non, pourquoi avez-vous arrêté ?

Que faudrait-il mettre en place pour que vous ayez envie de (re)commencer à vendre vos produits aux R.C ?

Promotion/Publicité

Comment faites-vous de la publicité pour votre vente directe?

- | | | |
|-----------------------------------|---|--|
| <input type="checkbox"/> Salons | <input type="checkbox"/> Affiches | <input type="checkbox"/> Évènements sur l'exploitation |
| <input type="checkbox"/> Internet | <input type="checkbox"/> Bouche à oreille | <input type="checkbox"/> autres : |
| <input type="checkbox"/> Tracts | <input type="checkbox"/> Panneau à l'entrée | |

Possibilité de nous faire parvenir un tract ? Oui / non

Projets de :

Si Année de naissance < 1955 :

- **Transmission** : y aura-t-il une reprise ? Oui / non
- si non : quelle autre transmission envisagée ?

Développement : Avez-vous un projet de développement ? Oui / non

si oui dans quoi ?

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="checkbox"/> Les produits | <input type="checkbox"/> un nouvel atelier | <input type="checkbox"/> Nouveau lieu de vente |
| <input type="checkbox"/> La transformation | <input type="checkbox"/> le transport | <input type="checkbox"/> Autres : |
| <input type="checkbox"/> rénovation/création | <input type="checkbox"/> ↗ la vente directe | |

Réseaux/groupes

Faites-vous partie d'un groupe ou plusieurs groupes d'agriculteurs ? Oui / non

si oui le(s)quel(s) ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Bienvenue à la ferme | <input type="checkbox"/> Club 16 |
| <input type="checkbox"/> Les étapes du Cognac | <input type="checkbox"/> Maison de l'AB |
| <input type="checkbox"/> Accueil Paysan | <input type="checkbox"/> CUMA |
| <input type="checkbox"/> Gîtes de France | <input type="checkbox"/> Syndicat |
| <input type="checkbox"/> AMAP | <input type="checkbox"/> Autres : |
| <input type="checkbox"/> Veau de Chalais | |

Qu'est-ce que cela vous apporte ?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mise en réseau | <input type="checkbox"/> Promotion |
| <input type="checkbox"/> Développement d'un autre mode de vente | <input type="checkbox"/> Vente collective |
| <input type="checkbox"/> Echanges | <input type="checkbox"/> Autres : |

Seriez-vous intéressé pour faire partie d'un groupe de vendeurs directs en Sud Charente ?

Oui / non / Peut-être

Si non pourquoi ?

- | | | |
|---|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pas assez de temps | <input type="checkbox"/> Pas de motivation | <input type="checkbox"/> Autres : |
| <input type="checkbox"/> Pas besoin | <input type="checkbox"/> Pas intéressé | |

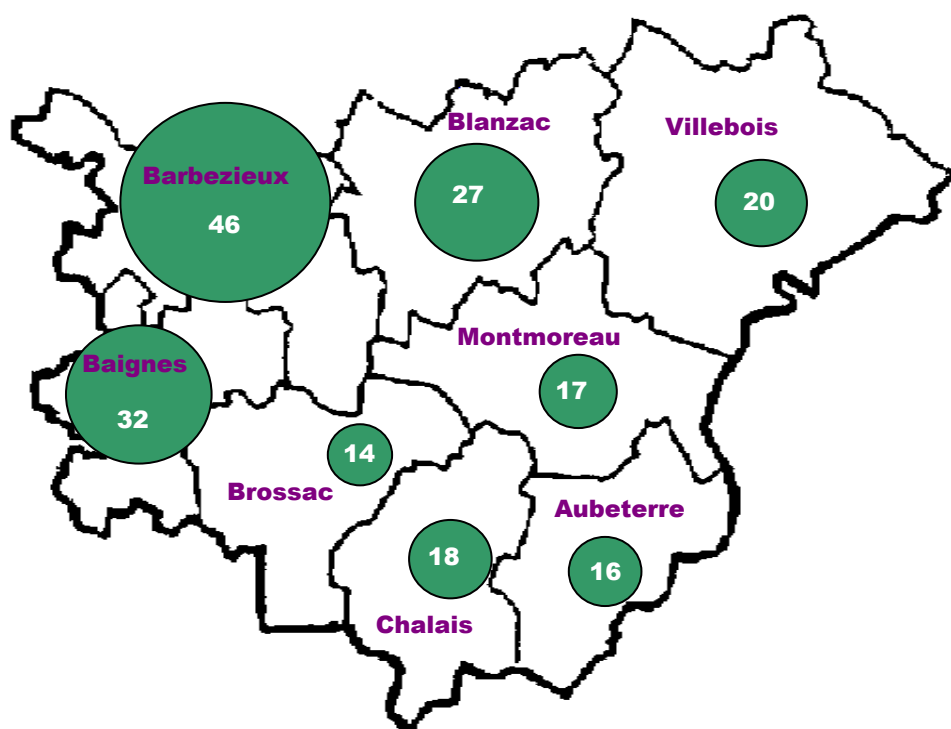
Si oui pourquoi ? Quelle serait votre motivation ?

Etes-vous prêt à y consacrer de temps ? oui / non / Peut-être

Si oui, dans quoi ?

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Vente | <input type="checkbox"/> Publicité | <input type="checkbox"/> Promotion du territoire |
| <input type="checkbox"/> Recherche de clients | <input type="checkbox"/> Mise en réseau | <input type="checkbox"/> Autres : |

2. Annexe 2 : Carte répartition des vendeurs directs par canton

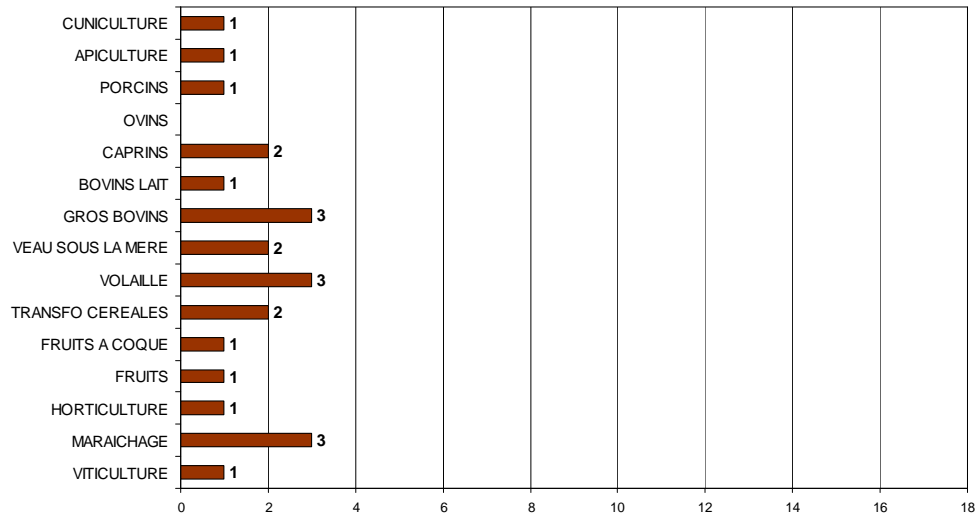


Résultats établis sur 190 vendeurs directs répertoriés en Sud Charente
ADASC, 2009

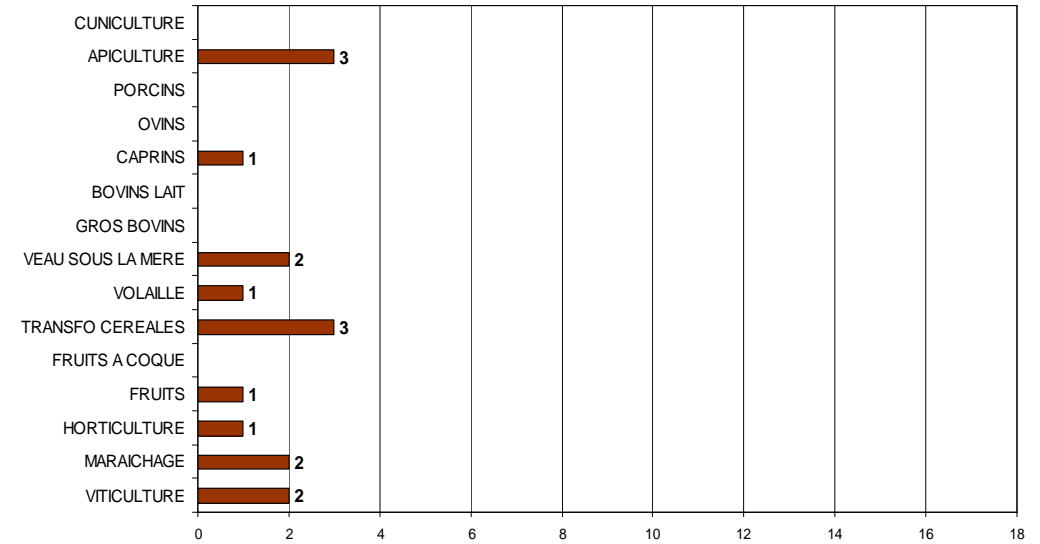
3. Annexe 3 : Tableau du nombre de productions par canton

Canton	Nbr productions différentes
Aubeterre	7
Baignes	6
Barbezieux	10
Blanzac	8
Brossac	7
Chalais	9
Montmoreau	8
Villebois	13

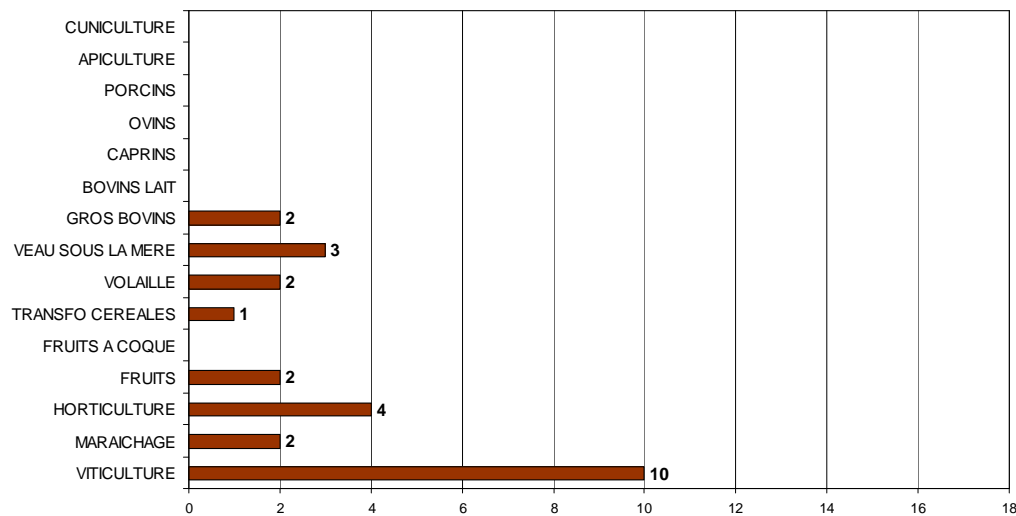
4. Annexe 4 : Graphiques de la répartition des vendeurs directs par production par canton



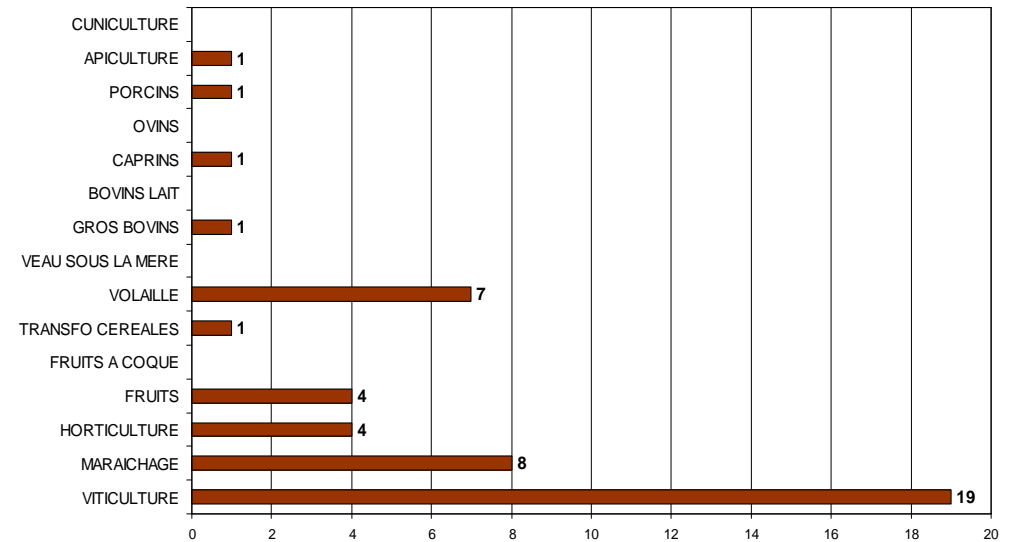
Répartition des vendeurs directs par production sur le canton de Villebois



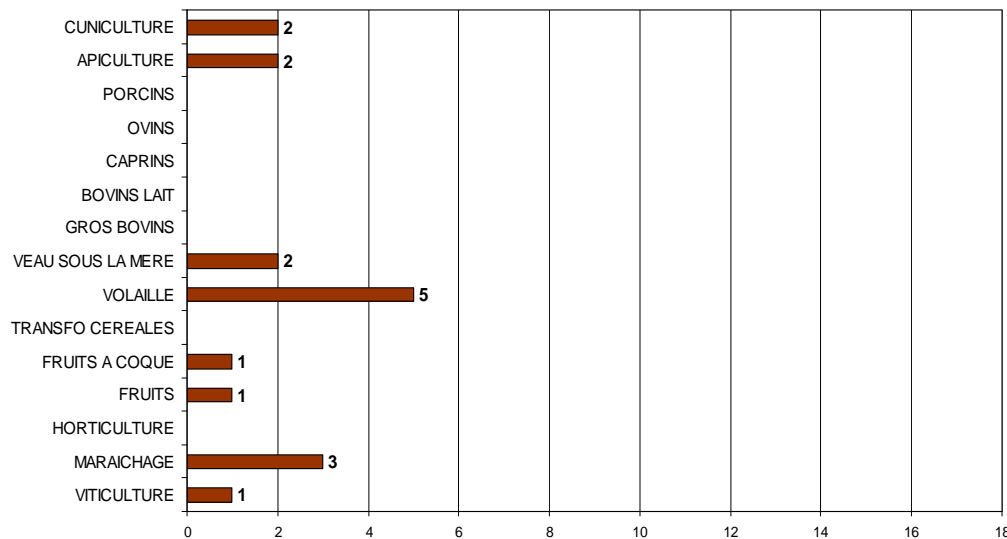
Répartition des vendeurs directs par production sur le canton de Brossac



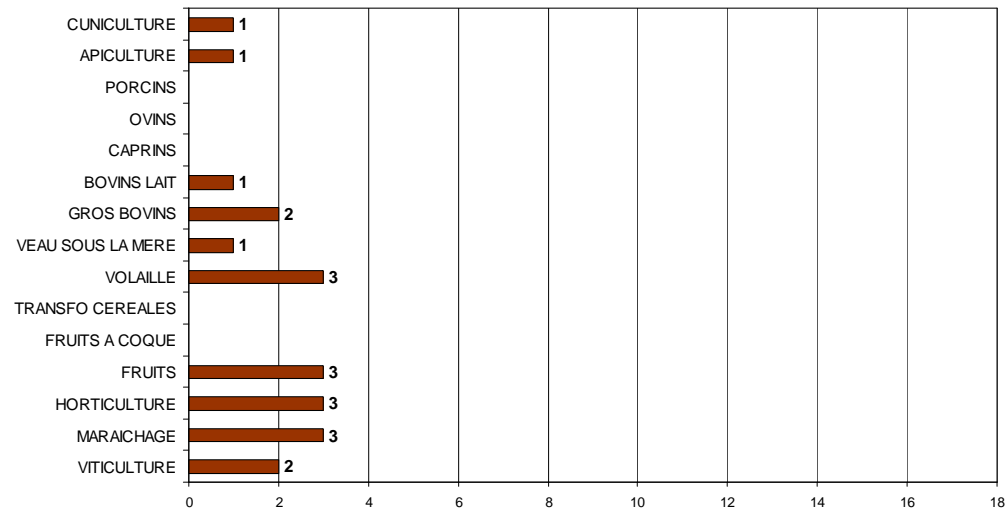
Répartition des vendeurs directs par production sur le canton de Blanzac



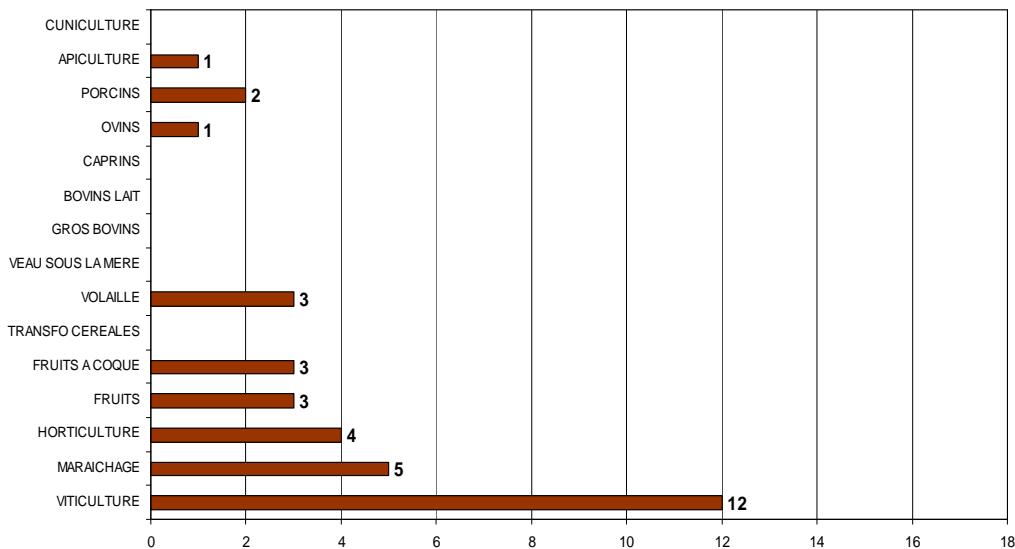
Répartition des vendeurs directs par production sur le canton de Barbezieux



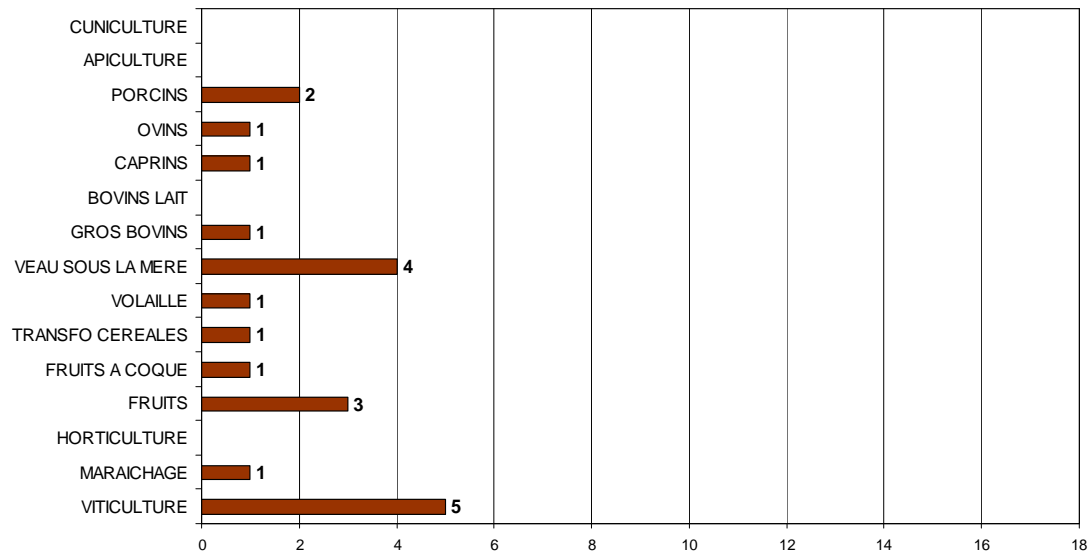
Répartition des vendeurs directs par production sur le canton d'Aubeterre



Répartition des vendeurs directs par production sur le canton de Montmoreau



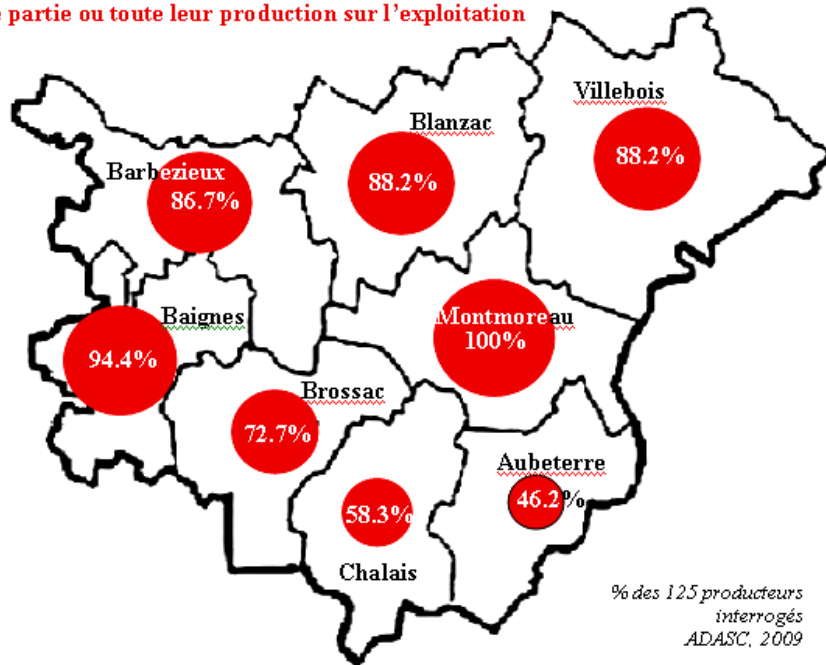
Répartition des vendeurs directs par production sur le canton de Baignes



Répartition des vendeurs directs par production sur le canton de Chalais

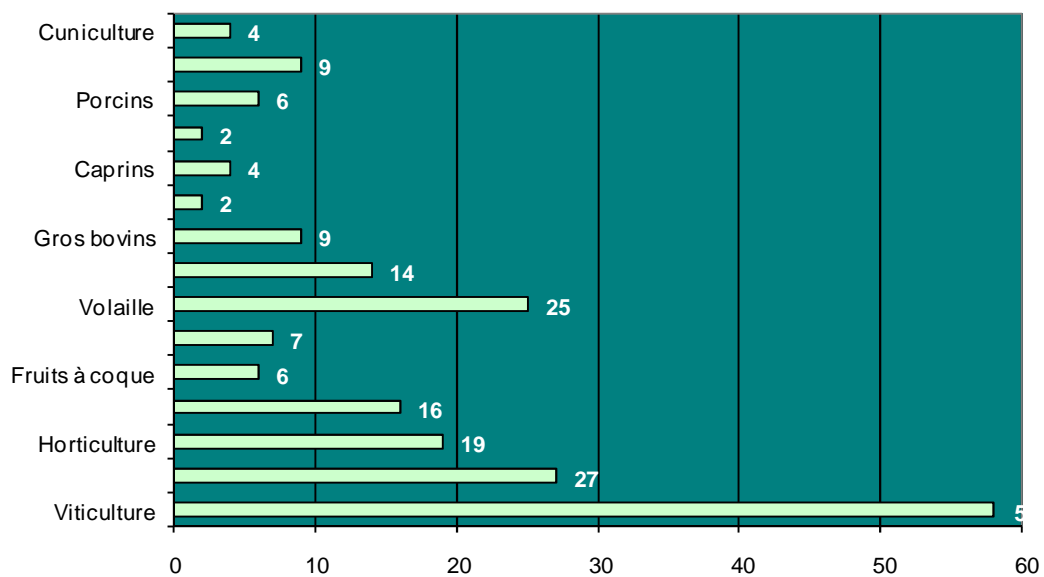
5. Annexe 5 : Carte représentant la vente sur l'exploitation

Part par canton des producteurs vendant une partie ou toute leur production sur l'exploitation



6. Annexe 6 : Graphique répartition des vendeurs directs par production

Répartition des vendeurs directs par production
(sur les 190 producteurs répertoriés, attention certains vendeurs directs ont plusieurs productions)



7. Annexe 7: Tableau « Projet de développement » des producteurs par production

N° fiche	Production	% des producteurs qui ont un projet de développement *	% qui ont un projet en VD*	Ceux qui aimeraient augmenter la VD *	Parmi les producteurs qui ne vendent pas tout en VD, % de ceux qui voudrait aug la VD	% des producteurs vendant 100% de leur production en VD
1	Dérivés céréales	50	17	17	-	17
2	Fruits	45	0	9	50	80
3	Fruits à coque	100	40	60	100	40
4	Horticulture	25	18	42	100	58
5	Maraîchage	45	0	5	25	81
6	Viticulture	48	19	65	50	25
7	Bovins lait	0	0	50	100	0
8	Caprins	0	0	67	100	33
9	Cuniculture	75	50	75	100	25
10	Gros bovins	57	14	42	40	29
11	Miel	43	14	29	0	71
12	Ovins	0	0	0	0	0
13	Porcins	0	0	100	100	0
14	Veau sous la mère	57	14	50	50	7
15	Volaille	53	11	26	83	68

* (en % des producteurs totaux pour cette production)