



Résultats de l'enquête

« Vos besoins pour le développement de vos débouchés commerciaux en circuits courts » à destination des producteurs et productrices installé.es sur la Communauté de communes Castelnaudary Lauragais Audois

La CCCLA tient à remercier les producteurs et productrices qui ont pris le temps de répondre au questionnaire, qui est précieux pour la suite de l'action intercommunale.

Le questionnaire a été diffusé auprès de tous les agriculteurs du territoire en septembre 2022, par mail via la Chambre d'agriculture et le Biocivam11. La CCCLA est également allée sur le marché de Castelnaudary donner le questionnaire aux producteurs présents. Les dernières réponses ont été rendus début décembre 2022.

1. Typologie des répondants

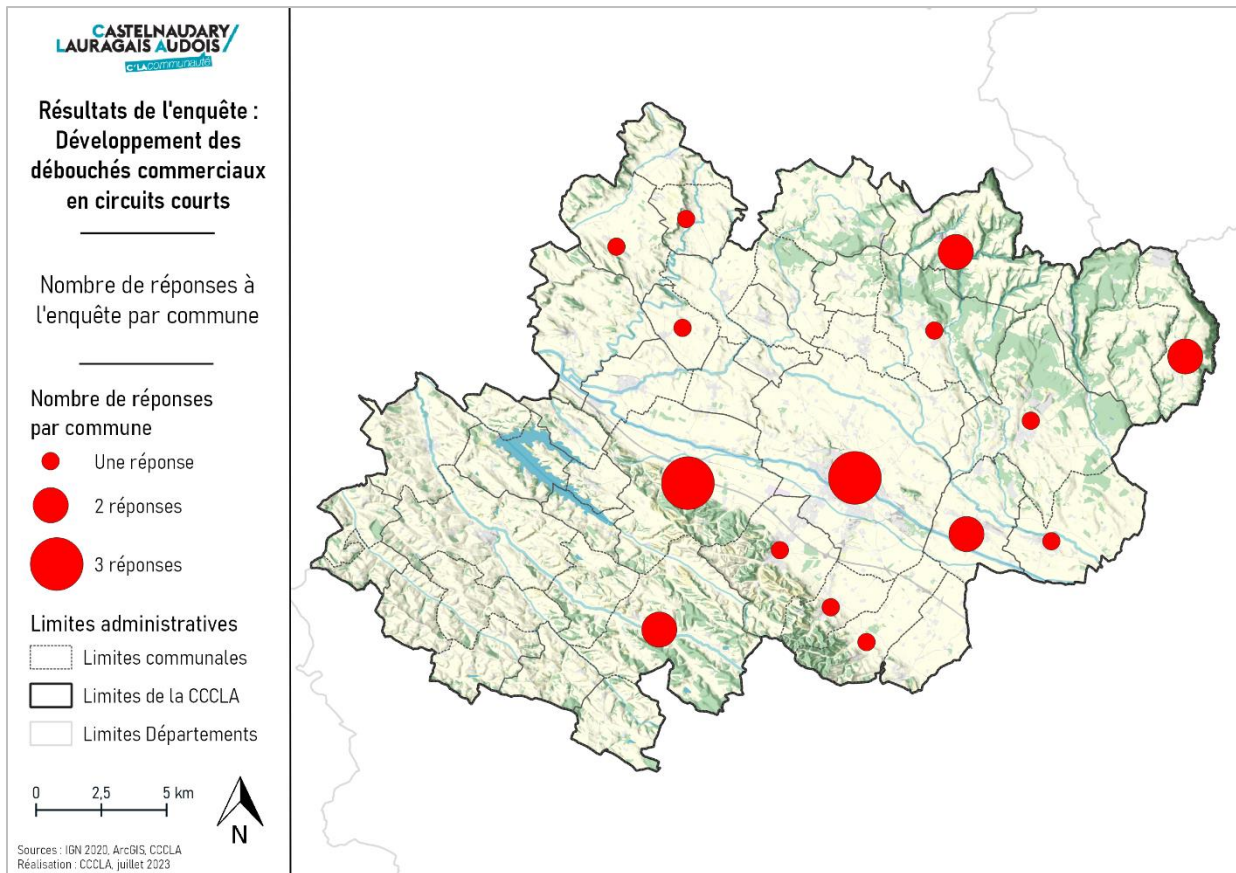
1.1. [Réponses par commune](#)

A total, 28 agriculteurs ont répondu au questionnaire.

Les enquêtés sont issus 15 communes du territoire de la CCCLA. 5 enquêtés habitent hors de la CCCLA : Courtauly, Cucugnan, Fanjeaux, Pennautier, Saint-Julien-de-Briola. Afin d'avoir une réponses du territoire, les réponses des personnes des communes éloignées ont été supprimées de l'analyse (Cucugnan, Courtauly, Pennautier), mais celles des communes très proches de la CCCLA (Saint-Julien-de-Briola, Fanjeaux) ont été conservées.

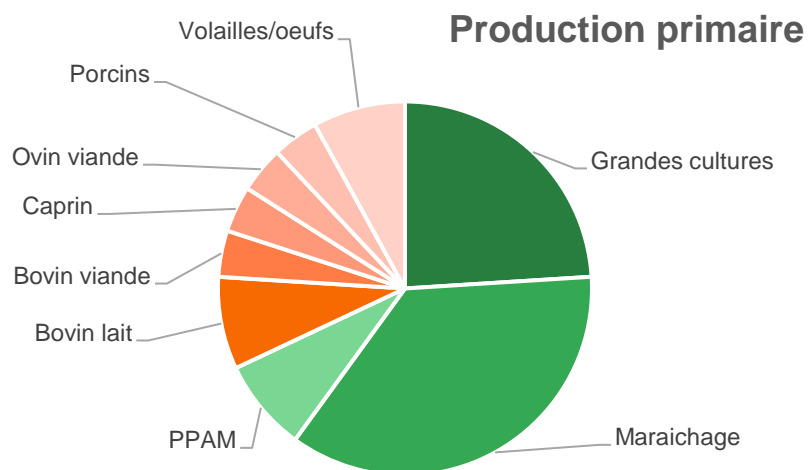
La Piège est assez peu représentée, tandis que la plaine du Lauragais et les contreforts de la Montagne noire sont assez bien représentés.

Le nombre de réponses obtenus est donc faible au regard des 425 exploitations agricoles de la CCCLA : le taux de réponse est de 5%.



1.2. [Types de productions](#)

➤ Production primaire



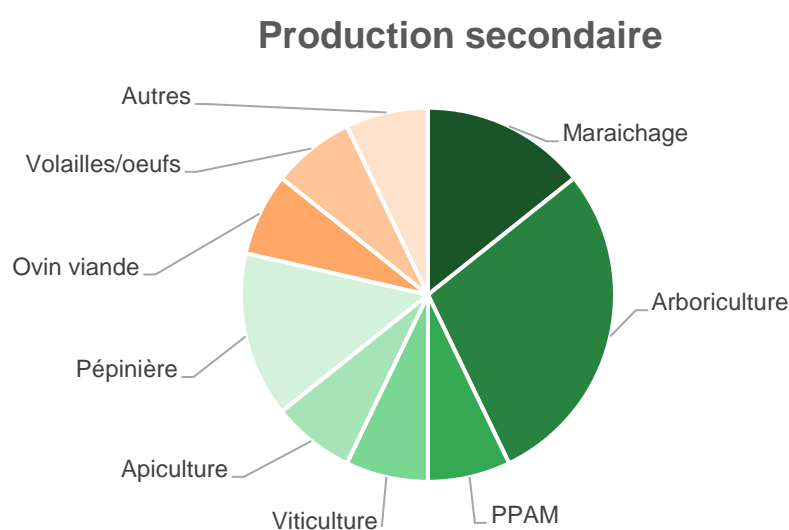
Les répondants sont majoritairement en production primaire végétale : grandes cultures pour un quart d'entre eux et 36% en maraichage. Les filières animales sont variées et représentent bien la diversité

des productions du territoire, même si le nombre de répondants est faible (1 ou 2 réponses à chaque fois).

Or si l'on compare avec le nombre d'exploitants agricoles total de la CCCLA (425)¹, 67 % ont une exploitations en céréales, oléoprotéagineux ou autres grandes cultures, et seuls 3% des agriculteurs sont maraichers. Les éleveurs et exploitants en polyculture élevage représentent 23% de l'ensemble des exploitations. Ainsi, les réponses à cette enquête doivent être prises avec précaution : elle n'offre pas des résultats représentatifs de tous les agriculteurs de la CCCLA. Il semble que ce soit plutôt les agriculteurs déjà intéressés par les circuits courts qui ont plutôt répondu.

➤ Production secondaire

14 des 26 producteurs répondants ont une production secondaire. Elles sont très variées : arboriculture, maraichage, pépinière...

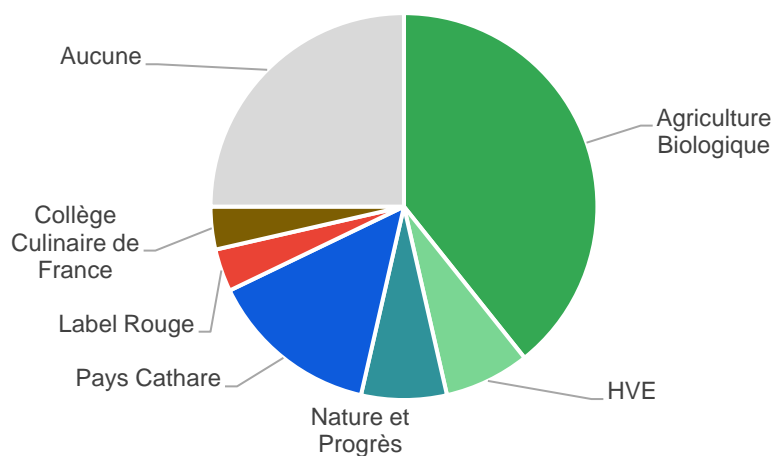


1.3. [Démarches de qualité](#)

Très de trois quart des producteurs sont engagés dans des démarches de qualité : le tiers des producteurs (8) sont engagés en agriculture biologique. Il s'agit principalement de maraichers (5 personnes). La marque Pays cathare est le 2^{ème} signe de qualité en terme de nombre (4). Les labels Nature en progrès, Haute valeur environnementale (HVE), Label rouge sont également cités. Un agriculteur est engagé dans la démarche Collège culinaire de France. Un autre agriculteur, pour l'instant engagé dans aucune démarche, envisage la conversion vers en Agriculture biologique.

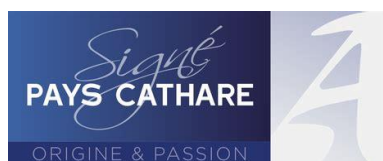
¹ Source : Agreste – recensements agricoles 2020

Démarches de qualité



1.4. [Démarches de qualité pour l'accueil](#)

Concernant les démarches de qualité liées à l'accueil du public, un tiers des répondants y sont engagés : Bienvenue à la ferme pour moitié, et Pays cathare pour l'autre moitié.



1.5. [Transformation](#)

Deux tiers des agriculteurs interrogés transforment une partie de leur production ou la totalité. Il s'agit principalement des filières animales (bovin lait et viande, caprin, volaille, ovin, porcin) et les PPAM. Concernant les grandes cultures, la moitié transforme leur production en partie, sur place à la ferme. Un quart des maraichers transforment en partie leur production, également sur place à la ferme.

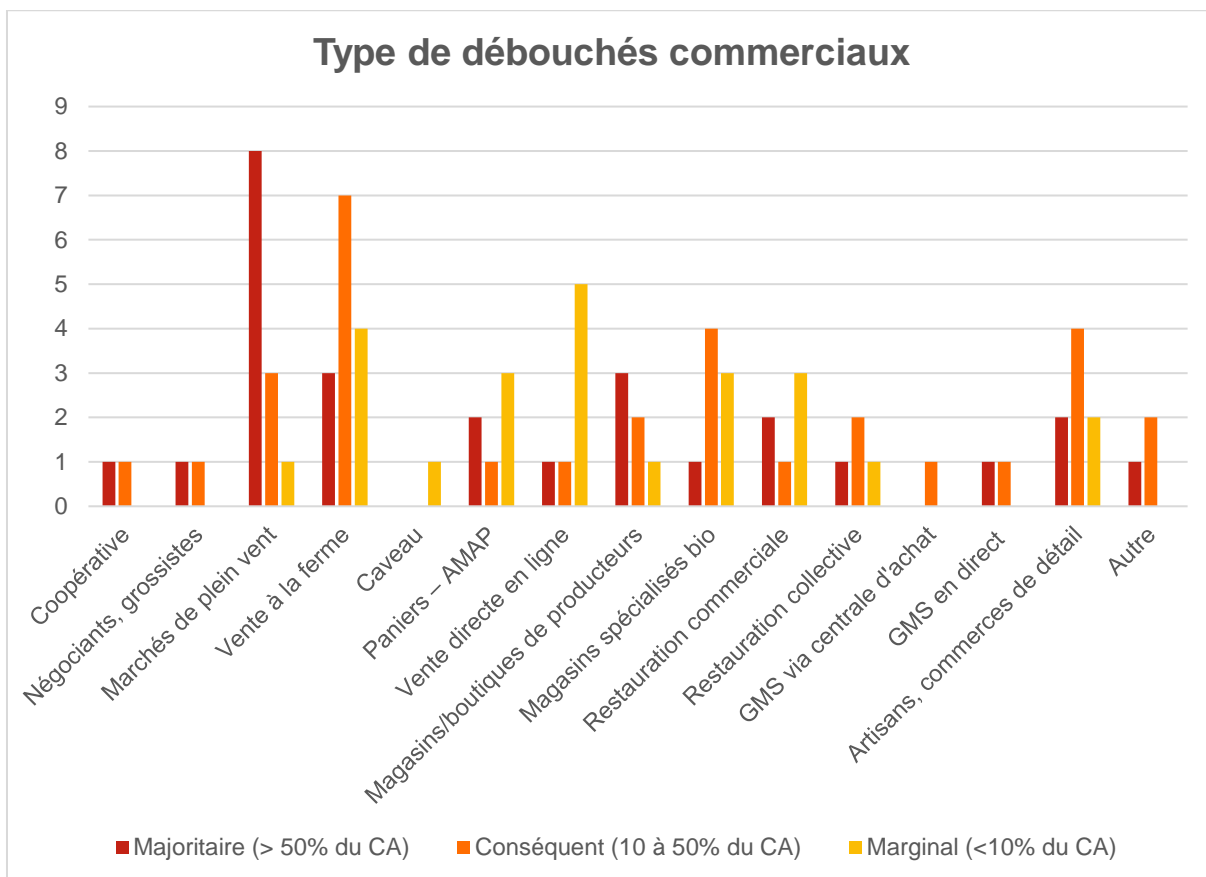
Transformation ?	Nombre d'agriculteurs concernés	Type de production
Transformation en totalité	5	bovin lait, caprin, PPAM, volailles
Transformation en partie	10	bovin lait, viande, grande culture (3), maraichage (2), ovin viande, porcin, volaille
Sans transformation	10	grandes cultures (3), maraichage (7)

La majorité de la transformation s'effectue sur place à la ferme. Plus à la marge, pour les filières animales, un prestataire effectue la transformation, ou elle est effectuée dans un atelier collectif.

Lieu de transformation	Nombre d'agriculteurs concernés	Type de production
Sur place à la ferme	11	grandes cultures (3), maraichage (2), bovin lait (2), caprin (1), porcin (1), PPAM (1)

Lieu de transformation	Nombre d'agriculteurs concernés	Type de production
Prestataire	3	ovin viande (1), volailles/œufs (1), bovin viande (1)
Atelier collectif	2	grande culture (1) et volailles/œufs (1)

2. Débouchés commerciaux



Les débouchés commerciaux des répondants sont très variés.

Les principaux débouchés sont :

- les marchés de plein vent sont le débouché le plus cité par les répondants (50%) : ce sont principalement des maraichers, et cela représente la part majoritaire de leur chiffre d'affaire.
- les ventes à la ferme constituent une part conséquente ou majoritaire pour 40% des répondants, avec des filières diverses : maraichage principalement, puis volailles/œufs, bovin lait, bovin viande, grandes cultures, PPAM.
- les magasins de producteurs pour 20% des répondants. Là aussi, il s'agit de filières très variées : grandes cultures, porcins, bovin lait, volailles et œufs.
- et les artisans / commerces de détails (maraichage, lait, bovin viande, bovin lait, grandes cultures).

Les magasins spécialisés bio représentent une part majoritaire ou conséquente de leur chiffre d'affaire pour 8 producteurs, qui sont principalement des maraichers (5), et également des exploitations de bovins lait, bovin viande et grandes cultures.

D'autres débouchés représentent une part non négligeable des débouchés :

- Les artisans et commerces de détail,
- La restauration commerciale
- les paniers et AMAP
- la restauration collective dans une moindre mesure

Les débouchés qui sont peu développés par les répondants sont les suivants :

- grandes et moyennes surfaces (3 agriculteurs),
- caveau
- coopératives
- négociants

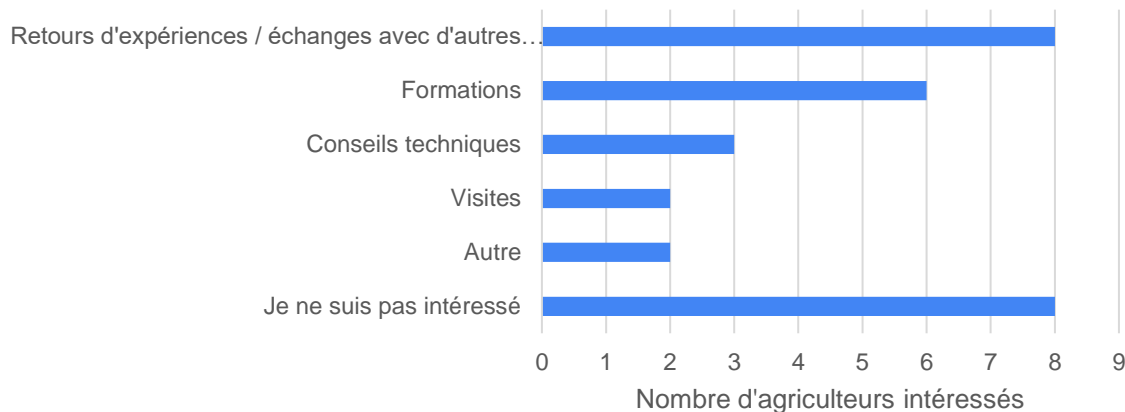
Certains débouchés constituent des revenus complémentaires pour les agriculteurs :

- La vente directe en ligne,
- La vente à la ferme,
- Les paniers ou AMAP,
- Les magasins spécialisés bio,
- la restauration commerciale.

3. Accompagnement pour la commercialisation

« Pour vos productions actuelles, quel(s) type(s) d'accompagnement pour la commercialisation vous serait utile ? »

Type d'accompagnement pour la commercialisation



Environ deux tiers des répondants sont intéressés pour un accompagnement pour la commercialisation. Il s'agit pour eux principalement d'avoir des informations sur les aides possibles. Ils sont également intéressés par des retours d'expérience ou échanges avec d'autres agriculteurs et des formations.

Le profil des agriculteurs intéressés est très varié en termes de filières.

Les autres réponses sont les suivantes :

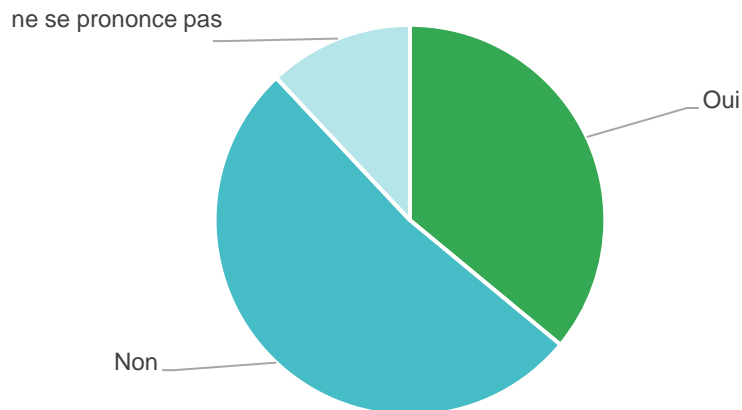
- « retour sur la marque Pays cathare »,
- « des financements pour la construction de bâtiment pour la vente à la ferme ».

4. Démarches collectives pour développer les ventes de produits en circuits courts

4.1. Implication dans des démarches collectives

« Etes-vous déjà impliqué dans une démarche collective pour la commercialisation de vos produits ? »

Implication dans des démarches collectives



Un tiers environ des répondants sont engagés dans une démarche collective.

- 3 répondants citent des magasins de producteurs, notamment à Narbonne et Lézignan
- Certains maraichers s'entraident pour proposer des paniers de légumes plus diversifiés, notamment sur les marchés, de manière informelle.
- Le Drive fermier audois est cité à 2 reprises (grandes cultures et bovin lait)
- Un producteur de PPAM indique travailler avec la plateforme cagette.org
- Un céréalier diversifié en maraichage est adhérent de l'association En direct.

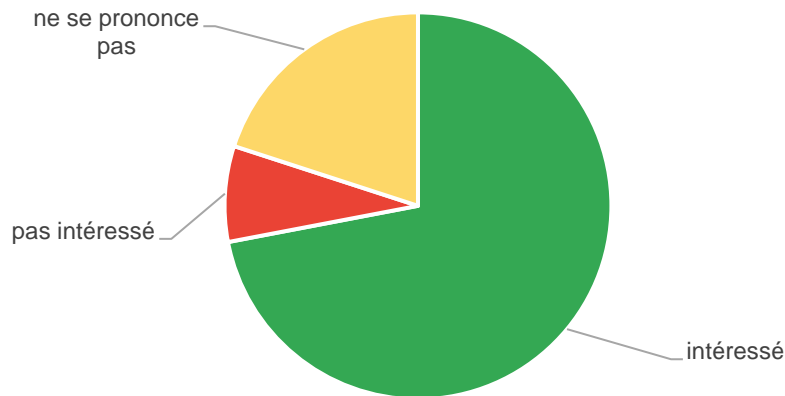
Pour ceux qui ne sont pas impliqués dans ce type de démarches :

- l'un d'entre eux explique déjà écoulé toute sa production,
- et deux agriculteurs indiquent ne pas avoir connaissance de ces démarches ou ne pas avoir eu l'occasion de se pencher sur le sujet.

4.2. Intérêt pour les démarches collectives

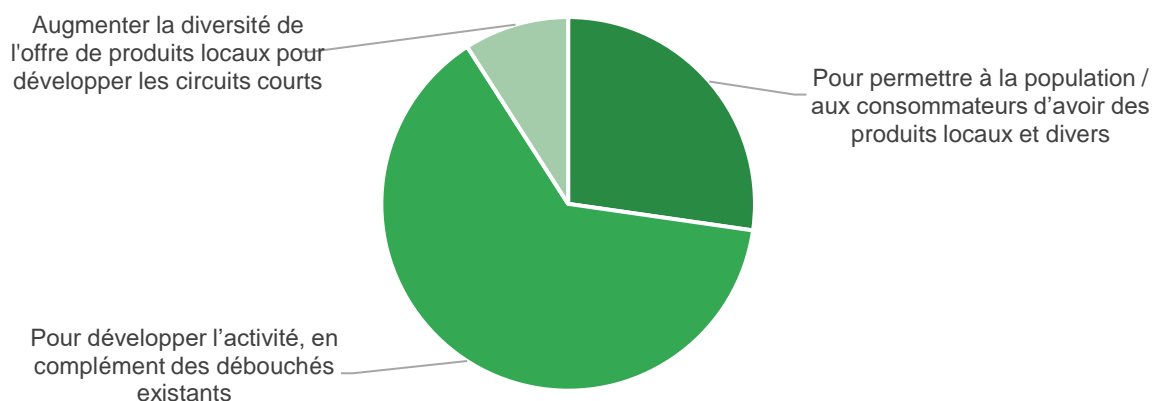
« Êtes-vous intéressé par les démarches collectives visant à développer les ventes de produits en circuits courts ? »

Intérêt pour des démarches collectives



Très des trois quart des répondants sont intéressés par des démarches collectives de développement des ventes en circuits courts. Pour eux, il s'agit principalement de développer l'activité, en complément des débouchés existants. Il s'agit également de augmenter la diversité de l'offre de produits locaux pour développer les circuits courts. Dans une moindre mesure, un répondant indique qu'il souhaite permettre à la population et aux consommateurs d'avoir des produits locaux et divers.

Pourquoi développer les démarches collectives

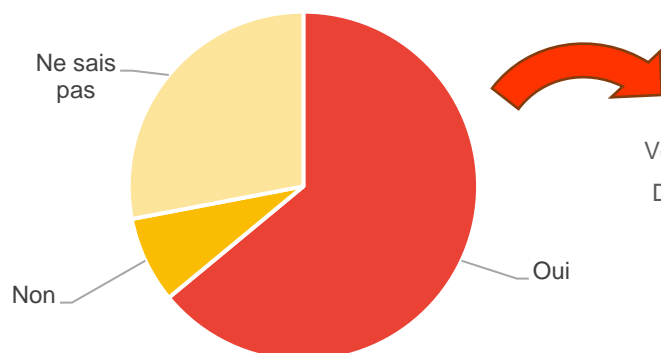


L'une des 2 personnes qui ne sont pas intéressées par ces démarches écoule déjà tout son stock, et l'autre personne prend bientôt la retraite.

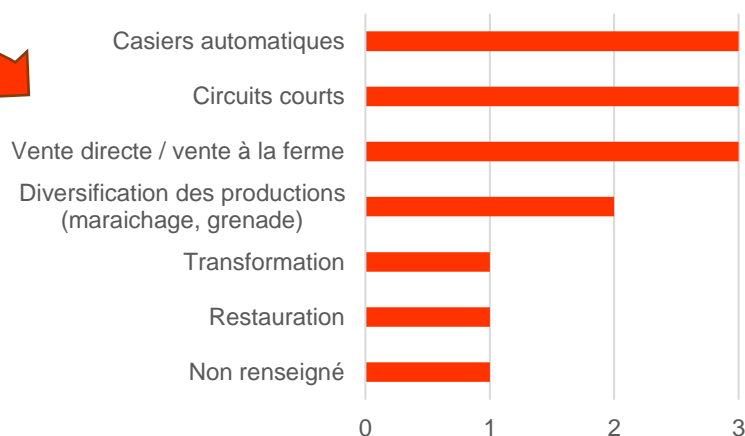
5. Nouveaux débouchés

5.1. Typologie des nouveaux débouchés souhaités

Souhait de développer de nouveaux débouchés



Nouveaux débouchés souhaités



« *Souhaitez-vous développer de nouveaux débouchés commerciaux ?* »

Près des deux tiers des répondants souhaitent développer de nouveaux débouchés. Les principaux débouchés cités sont :

- Les casiers de distribution automatique,
- Les circuits courts de manière générale,
- La vente directe ou la vente à la ferme.

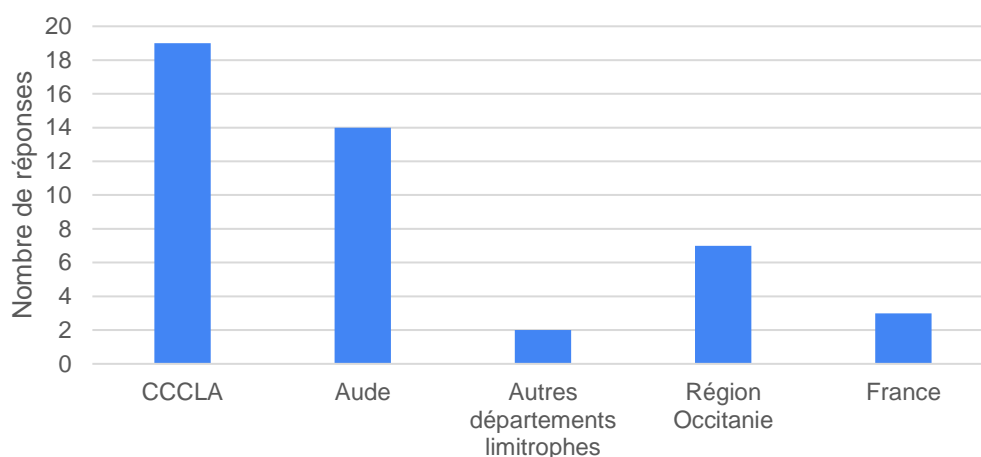
Plus à la marge, les agriculteurs souhaiteraient également se tourner vers la restauration, ou transformer leur production. Deux agriculteurs citent la diversification de la production comme étant un nouveau débouché souhaité.

5.2. Lieux de vente pour les nouveaux débouchés

Sur quelle zone géographique souhaitez-vous vendre ?

Les répondants sont principalement intéressés pour vendre leurs productions sur le territoire de la CCCLA ou de l'Aude.

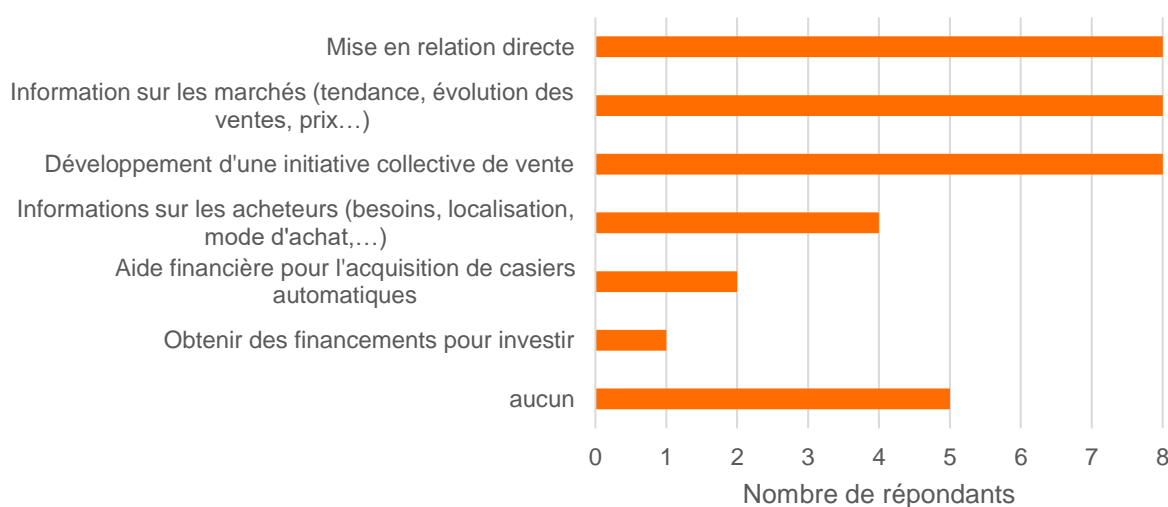
Lieux de vente pour les nouveaux débouchés



5.3. [Accompagnement pour le développement de ces nouveaux débouchés](#)

« *Quel accompagnement vous serait utile développer ces nouveaux marchés ?* »

Accompagnement pour le développement de nouveaux débouchés



Les répondants citent principalement trois pistes d'accompagnement pour le développement de nouveaux marchés :

- La mise en relation directe avec les acheteurs,
- Des informations sur les marchés : tendance, évolution des ventes, prix...,
- Et le développement d'une initiative collective de vente.

Dans une moindre mesure, d'autres souhaits d'accompagnement sont cités :

- Des informations sur les acheteurs (besoins, localisation, mode d'achat...),
- L'aide financière pour l'acquisition de casiers automatiques, ou pour investir plus généralement.

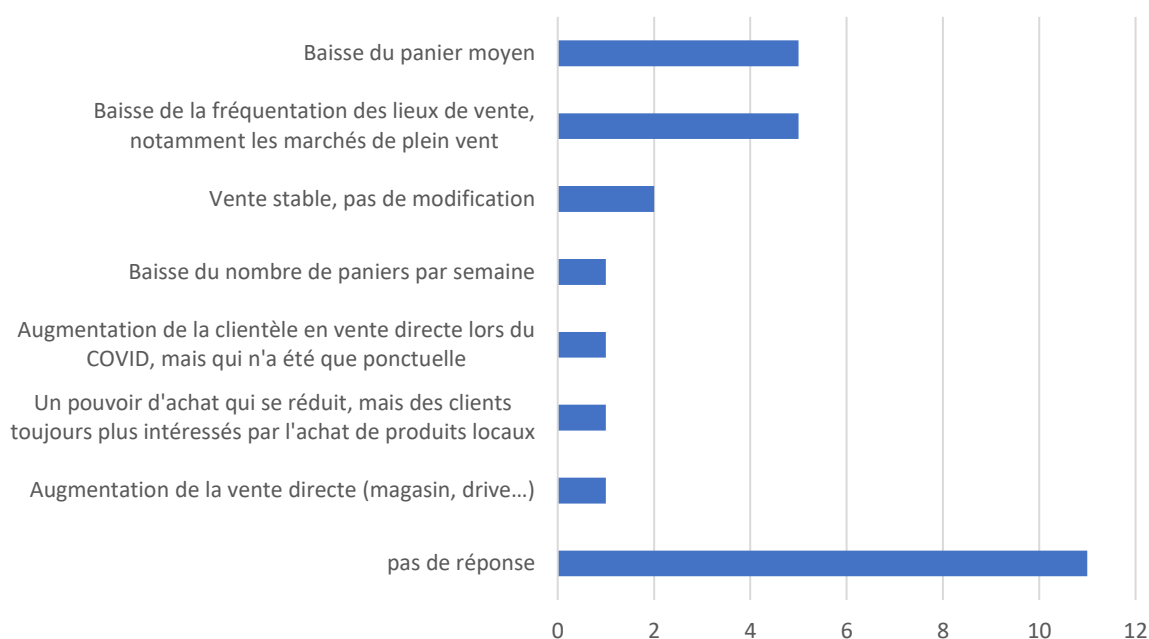
20% des répondants ne souhaitent pas être accompagnés.

6. Changement des comportements d'achat de votre clientèle

« Au vu de la conjoncture économique actuelle, avez-vous noté des changements de comportement d'achat des produits de votre clientèle particulière (vente directe) et/ ou professionnelle (revendeur) ? Si oui, Précisez.

(exemples : baisse de fréquentation des lieux de vente/ augmentation de la clientèle en vente directe/ baisse du panier moyen ...) »

Modifications des comportements d'achat



Pour rappel, le questionnaire a été publié de septembre à décembre 2022.

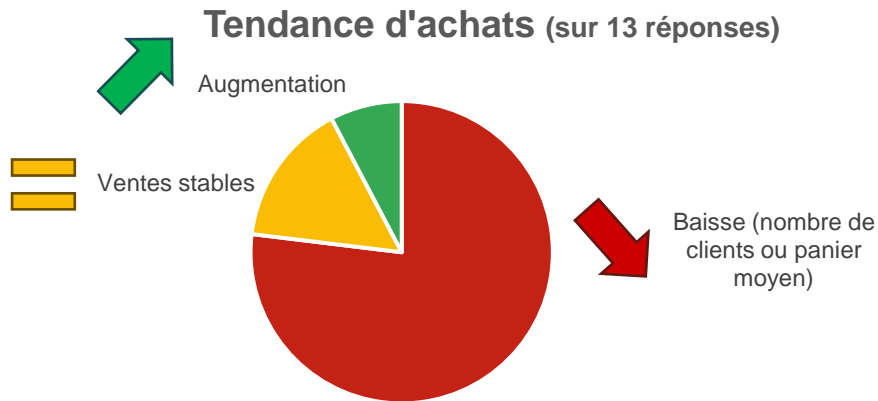
20% des répondants indiquent que la fréquentation a baissé sur les lieux de vente, en particulier sur les marchés de plein vent (4 réponses). En parallèle, le panier moyen a également baissé pour 20% des répondants (NB : les répondants peuvent avoir indiqué les 2 réponses).

Un producteur indique amèrement : « *L'augmentation de la clientèle en vente directe a été un leurre, qui n'a duré que le temps d'un confinement; Avec une promesse des nouveaux clients de revenir avec assiduité, consommer local!!! Promesse non tenue.* »

Pour deux agriculteurs, les ventes sont stables. L'un d'entre eux note même une augmentation de la vente directe, en magasin ou en drive.

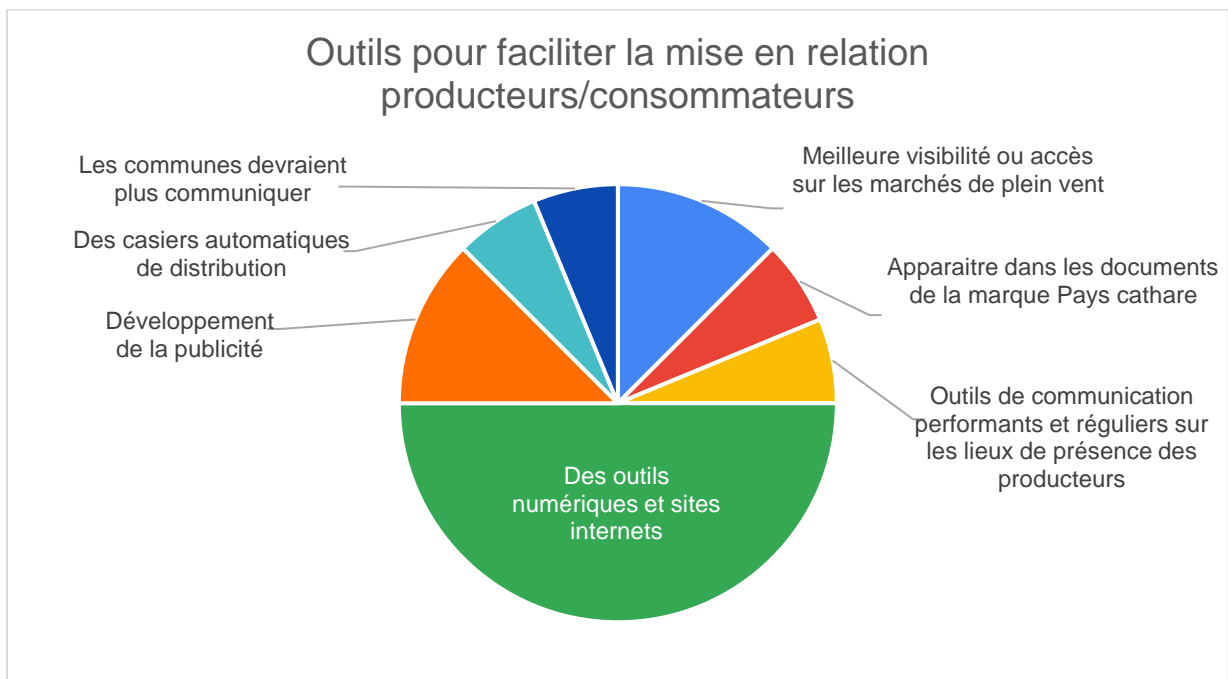
Un répondant note que le pouvoir d'achat de sa clientèle se réduit, mais qu'elle est de plus en plus intéressée pour acheter des produits locaux.

Globalement, ¾ des répondants notent une baisse des ventes directes.



7. Outils pour faciliter la mise en relation entre producteurs et consommateurs

« Selon vous, quels outils faciliteraient la mise en relation entre producteurs et consommateurs ? (exemples : site internet, marché, outils numériques, guide papier,...) »



Pour moitié, les répondants indiquent que les outils numériques et/ou sites internet sont l'outil à développer pour faire connaître les agriculteurs.

L'un d'eux indique : « Je pense qu'il faut tabler sur le numérique, qui touche une clientèle plus jeune, et aussi sur le guide papier, et les marchés qui touchent d'avantage les personnes en difficultés avec internet, et qui sont une part de marché importante de la vente directe. »

Les autres réponses sont les suivantes :

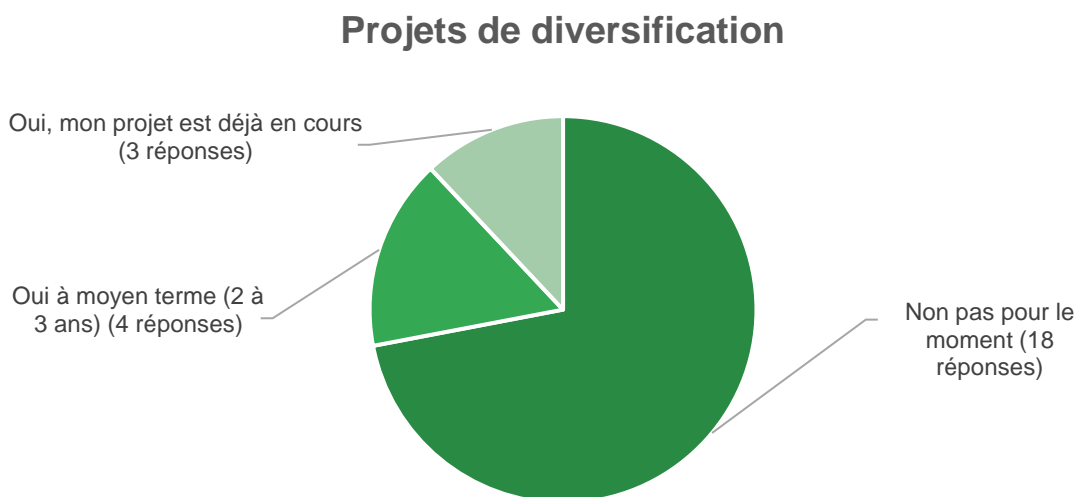
- Développer la publicité et les outils de communication,
- Améliorer la visibilité des producteurs sur les marchés de plein vent, notamment à Castelnaudary : proposition de faire un « bloc alimentaire », des pancartes,

- Développer la communication autour des marchés pour les communes,
- Développer les casiers de distribution automatiques.

8. Diversification de vos producteurs agricoles

8.1. [Projet de diversification en cours](#)

➤ « **Avez-vous un projet de diversification de vos productions agricoles ?** »



La majorité (très de 3 quarts) des répondants n'ont pas de projets de diversification en cours.

3 répondants indiquent mener actuellement un projet de diversification, notamment d'arbres fruitiers.

Et 3 autres répondants travaillent à monter un projet : arbres fruitiers, olives (huile), maraichage, horticulture, amandiers. En termes de débouchés, il s'agit essentiellement de vente directe. La restauration et le MIN de Toulouse (pour les fleurs) sont également cités.

8.2. [Accompagnement pour les projets de diversification](#)

Quel(s) type(s) d'accompagnement vous serait utile pour mener à bien ce projet de diversification ?

Près de deux tiers de répondants (16) ont indiqué des souhaits d'accompagnement pour les projets de diversification :

- Ils souhaitent principalement profiter de retours d'expériences et d'échanges avec les autres agriculteurs (5 réponses) ;
- Le conseil technique individuel et les formations techniques sont également intéressantes pour eux, ainsi que des informations sur les aides possibles ;
- Enfin, dans une moindre mesure, la visites de fermes, la recherche de foncier et l'accompagnement à la commercialisation sont indiqués.

Le PETA du Pays Lauragais met à jour ses Carnets gourmands : Cette brochure référence les producteurs du territoire pour promouvoir la vente directe et l'alimentation locale. Il a donc été choisi de ne pas créer de guide spécifique à la CCCLA, mais de communiquer et de diffuser ce guide. La Chambre d'agriculture et le Biocivam se font notamment le relai de cette initiative auprès des producteurs du territoire.

L'Office du tourisme pourra notamment le diffuser, et une carte avec un zoom sur le territoire intercommunal est envisagée.

Les autres pistes de travail envisagées à ce stade sont :

- L'accompagnement des mairies pour visibiliser les marchés existants ;
- La poursuite du Projet alimentaire territorial en 2024

