

LES CIRCUITS COURTS ET L'ARTISANAT DES METIERS DE BOUCHE

un constat - des réflexions - des inquiétudes



Junin 2010

SOMMAIRE

INTRODUCTION

PARTIE I - L'ARTISANAT ALIMENTAIRE BRETON

- I. Les modes de commercialisation des produits
- II. Les filières, les activités rencontrées et les modes de commercialisation
- III. Le poids économique de l'artisanat des métiers de bouche
- IV. Les actions et missions développées
 1. la mise en œuvre de prestations de conseil technico-économique spécialisé et la mise en place d'une veille stratégique
 2. le développement de la qualité pour le secteur alimentaire
 3. le développement commercial des entreprises artisanales de l'alimentaire
 4. la mise en place d'un programme de formations continues techniques pour les artisans des métiers de bouche (chefs d'entreprise, salariés et ayant droits)
- V. Une structuration des artisans des métiers de bouche

PARTIE II - CIRCUITS COURTS - VENTE DIRECTE ET ATTENTES DES CONSOMMATEURS

- I. Définition des circuits courts
- II. Une forte attente des consommateurs
 1. Une demande croissante des consommateurs à la recherche de produits authentiques, de saisonnalité, de proximité et de lien social
 2. Une démarche des consommateurs s'inscrivant dans le développement durable
 3. Une confiance des consommateurs envers les artisans des métiers de bouche

PARTIE III - CIRCUITS COURTS - VENTE DIRECTE ET ARTISANAT DE PROXIMITE

- I. Des réflexions engagées par les pouvoirs publics
 1. Un engagement fort de l'Etat : un plan d'actions pour le développement des circuits courts
 2. Un engagement des collectivités territoriales (régions, départements, communautés de communes et d'agglomération, pays) de participer au développement des circuits courts
- II. Un accompagnement des pouvoirs publics
 1. Les aides financières à l'investissement matériel et immatériel
 2. Aides à la communication
 3. Aides aux structures d'accompagnement des circuits courts
 4. Les exonérations de charges dans le cadre d'emplois saisonniers

PARTIE IV - QUELLES CONSEQUENCES POUR L'ARTISANAT : DES INQUIETUDES, DES INTERROGATIONS

CONCLUSION - LES ARTISANS DES METIERS DE BOUCHE, ACTEURS DES CIRCUITS COURTS

INTRODUCTION

Depuis de longues années, les Artisans des Métiers de Bouche, que sont les bouchers charcutiers, les charcutiers traiteurs, les boulangers, les poissonniers, les crêpiers, les pâtisseries, les restaurateurs, avec le concours de la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat et les Organisations Professionnelles, développent des démarches ayant pour principaux objectifs la transformation et la valorisation des produits agricoles et maritimes auprès des consommateurs.

S'il y a une thématique où les artisans des métiers de bouche sont fortement impliqués, c'est celle des filières qualité.

Elles ont permis depuis plus de 20 ans et notamment dans la viande bovine, mais également dans d'autres secteurs alimentaires, tels que la boulangerie, la crêperie et les produits de la mer, d'engager des relations partenariales et transparentes avec le monde agricole, dans le respect de chacun des métiers.

Elles ont également permis et permettent chaque jour de renforcer les relations avec les consommateurs.

Or, aujourd'hui, il apparaît que les priorités sont données sur une autre notion, celle des circuits courts, dont l'on pourrait souligner la pertinence si elles ne revêtaient pas un aspect très restrictif dans leurs présentations et dans leurs mises en place.

Nous pouvons noter qu'il y a régulièrement confusion entre circuits courts et vente directe.

En effet les artisans de proximité, principalement dans l'alimentaire, mettent régulièrement en place de réels circuits courts, en ce sens qu'ils ne travaillent souvent qu'avec un seul intermédiaire.

Travaillant souvent sous label qualité, ils sont cependant régulièrement oubliés par les partenaires qui recherchent généralement à promouvoir la seule vente directe.

Les aides ou soutiens accordés à cette méthode de vente, souvent accessoire de l'activité principale, sont nombreux, notamment par le biais d'actions de promotion menées par les collectivités locales, avec le soutien des services de l'Etat ou encore des départements et des régions. Les entreprises artisanales, travaillant en « circuits courts » en sont le plus souvent exclues.

En Bretagne, près de 6 000 entreprises artisanales peuvent être considérées comme de réels acteurs des circuits courts. Nombre d'entre elles travaillent des matières premières issues de la région qu'elles contribuent donc à valoriser auprès des consommateurs.

Avec les Organisations Professionnelles, nous sommes inquiets pour l'avenir de nos entreprises artisanales dès lors qu'elles seront directement en concurrence avec les entreprises des autres secteurs pratiquant la « vente directe » et qui bénéficient au demeurant d'importantes aides et subventions leur permettant de développer et faire connaître leurs activités.

Nous ne souhaiterions pas que cette concurrence entraîne à court ou moyen terme la disparition fort probable d'un certain nombre d'entreprises artisanales, avec les conséquences économiques qui en découleraient, mais également en terme d'aménagement du territoire.

L'artisan alimentaire étant bien souvent, faut-il le rappeler, avec les agriculteurs, le dernier acteur économique de nombreuses communes. Il ne faudrait pas que, pour préserver l'un des secteurs, ce qui au demeurant est légitime, l'on en détruise un second.

PARTIE I - L'ARTISANAT ALIMENTAIRE BRETON

I. Les modes de commercialisation des produits

Les produits fabriqués par les artisans peuvent être distribués selon deux méthodes.

1. La vente en magasins des produits fabriqués par l'artisan des métiers de bouche en lien direct avec les consommateurs : cela représente 13 activités différentes. Les artisans exerçant ce type de vente sont dénommés « **Artisans de proximité** ».
2. La vente indirecte aux consommateurs : les activités de transformation et de distribution sont exercées par des entreprises différentes. Le lien avec les consommateurs est assuré par le distributeur. Ce sont 40 activités différentes. Les artisans exerçant ce type d'activité sont dénommés « **Micro IAA** ».

II. Les filières, les activités rencontrées et les modes de commercialisation

Filières	Principales activités rencontrées
Filière Viandes	<i>Les activités artisanales de proximité</i> Boucherie Boucherie charcuterie Charcuterie Boucherie sur éventaire Volailles gibiers Traiteur Fabricants de plats préparés à emporter <i>Les activités de type Micro IAA</i> Fabricants de plats cuisinés Abattage de bétail Ateliers de découpe des viandes Production de viandes de volailles Fabrication de plats cuisinés
Filière Farine	<i>Les activités artisanales de proximité</i> Boulangerie Boulangerie Pâtisserie Pâtisserie Chocolaterie confiserie Crêperie Fabricants de pizzas en ambulants <i>Les activités de type Micro IAA</i> Meunerie Chocolaterie confiserie Crêperie Biscuiterie
Filière des produits de la mer	<i>Les activités artisanales de proximité</i> Poissonnerie de détail Poissonnerie sur éventaire <i>Les activités de type Micro IAA</i> Conservation de poisson et crustacés Plats cuisinés à base de poisson
Filière de transformation des fruits et légumes	<i>Les activités de type Micro IAA</i> Fabrication de conserves de légumes Transformation de produits à base d'algues
Filière boissons	<i>Les activités de type Micro IAA</i> Cidrerie Brasserie Distillateur
Autres	Transformation de produits laitiers etc.

III. Le poids économique de l'artisanat des métiers de bouche

Statistiques au 01/01/2009 (source RM/CFE)

Nombre d'entreprises	8 153	
Nombre de salariés	17 594	
LES ACTIVITES DE PROXIMITE		
Part des entreprises artisanales exerçant une activité de proximité	72,6 % soit 5 920 entreprises	
Nombre de salariés dans les activités de proximité	77,7 % soit 13 670 salariés	
Dont	% Entreprises / nbre total entreprises	% salariés/ nbre total salariés
Activités de la viande	29,4 %	26,5 %
Activités de la farine	39,6 %	49 %
Activités des produits de la mer	3,6 %	2,3 %
LES ACTIVITES AGROALIMENTAIRES		
	2 233 entreprises 3 924 salariés	

IV. Les actions et missions développées par la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat auprès des entreprises artisanales des métiers de bouche

Les actions et missions développées s'articulent autour des axes suivants :

1. La mise en œuvre de prestations de conseil technico-économique spécialisées et la mise en place d'une veille stratégique

Cette prestation est combinée avec la mise à jour et l'exploitation des bases de données destinées à recenser des informations économiques, technologiques et réglementaires pertinentes pour les secteurs d'activité de l'alimentaire.

2. Le développement de la qualité pour le secteur alimentaire

La Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat, en partenariat avec les professions, développe depuis plus de 20 ans des actions favorisant les démarches « qualité produits et entreprises ». Ces démarches sont développées en partenariat avec des acteurs des filières concernées, notamment les agriculteurs et les pêcheurs. Elles ont toutes pour objectifs la valorisation des productions locales. Cela se concrétise par le soutien et l'accompagnement au développement :

- a) **des viandes de qualité en Bretagne auprès des artisans bouchers :** labels rouges gros bovins (bœufs et veau), marques « notre bœuf », « notre veau », « notre cochon », etc.), suivi du dossier IGP pâté breton ;
- b) **de produits de qualité pour les artisans de la filière farine :** farine label rouge tradition française, IGP blé noir de Bretagne ;
- c) **de chartes « qualité » en étroite collaboration avec les professions :** charte qualité poissonnerie, le réseau crêperie gourmande ;
- d) **de la structuration des opérateurs de la qualité en Bretagne.**

Ce sont environ aujourd'hui 13 % des artisans de proximité qui sont identifiés comme engagés dans des démarches qualité. Il faut noter que ce sont dans les produits carnés et les produits de la mer que cet engagement est le plus fort.

Au 31 décembre 2009, ce sont en Bretagne environ 400 artisans bouchers engagés, plus de 150 crêpiers engagés soit dans la crêperie gourmande ou dans l'IGP farine de blé noir de Bretagne, 63 poissonniers représentant 100 points de vente dans la charte qualité poissonnerie, environ 70 entreprises dans une démarche de label rouge farine en cours de validation. Ce sont donc près de 700 entreprises aujourd'hui que nous pouvons identifier comme acteurs de la qualité et des circuits courts en région Bretagne.

3. Le développement commercial des entreprises artisanales de l'alimentaire

Deux axes principaux sont développés. Le premier axe s'oriente autour du développement de prestations pour les entreprises désirant participer à des salons (SIAL, SIRHA), actions mise en œuvre dans le cadre de la COCEB et en partenariat avec le Conseil régional de Bretagne. Le second axe consiste en la promotion des produits fabriqués par les artisans, notamment par la mise en place de concours gastronomiques (concours de kouign aman, concours de gâteaux bretons).

4. La mise en place d'un programme de formations continues techniques pour les Artisans des Métiers de bouche (chefs d'entreprises, salariés et ayant droits)

En 2009, cela représente :

- 70 stages réalisés dans le domaine de la boucherie, cuisine, charcuterie-traiteur, pâtisserie, boulangerie, crêperie, poissonnerie, stages courts d'une durée de 1 à deux jours.
- 697 journées stagiaires réalisés soit 602 stagiaires.

V. Une structuration des artisans des métiers de bouche

Les professions de l'artisanat de proximité sont structurées par métiers départementalement et régionalement.

Il existe dans chaque profession une Organisation Professionnelle. L'ensemble des professions s'est fédérée au niveau départemental et régional en confédération générale de l'alimentation de détail (CGAD).

PARTIE II – CIRCUITS COURTS - VENTE DIRECTE ET ATTENTES DES CONSOMMATEURS

I. Définition des circuits courts

Selon le ministère de l'Agriculture, un « circuit court », c'est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce :

- **Soit par la vente directe du producteur au consommateur**

On entend par vente directe :

- La vente à la ferme : panier, cueillette, marché à la ferme, etc...
- La vente collective : point de vente collectif ou panier collectif
- La vente sur les marchés
- La vente en tournées ou à domicile
- La vente par correspondance (internet, etc...)
- La vente organisée à l'avance : Association pour le maintien d'une agriculture paysanne - AMAP

- **Soit par la vente indirecte avec un seul intermédiaire**

On entend par vente indirecte :

- La restauration (traditionnelle, collective,...)
- Un commerçant-détaillant (boucher, épicerie de quartier, GMS,...) : cela concerne donc tous les artisans travaillant dans des filières organisées ou passant par un seul intermédiaire pour commercialiser les produits (boucher abatteur, poissonniers, artisans achetant des fruits et légumes directement à des producteurs,...)

II. Une forte attente des consommateurs

On constate

- 1. Une demande croissante des consommateurs à la recherche de produits authentiques, de saisonnalité, de proximité et de lien social.**
- 2. Une démarche des consommateurs s'inscrivant dans le développement durable.**

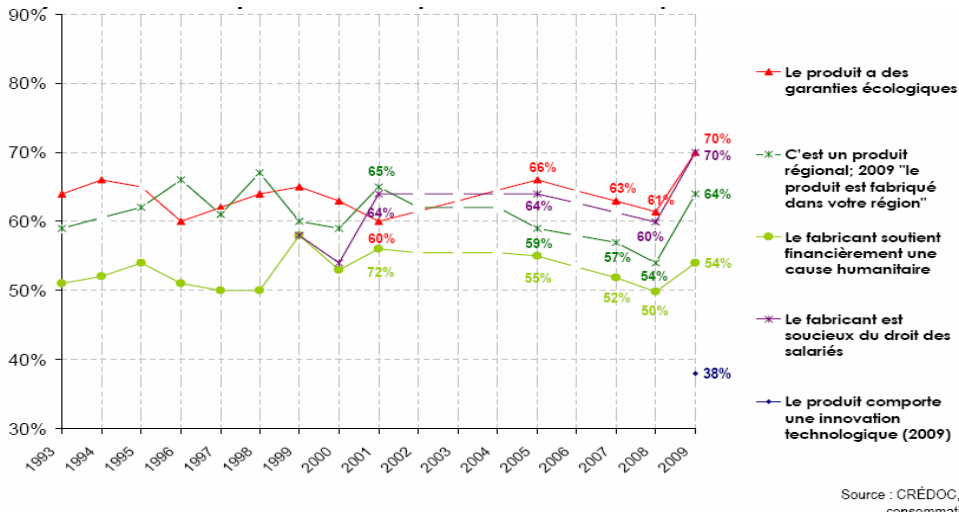
Ces tendances sont confirmées par le sondage réalisé chaque année par le CREDOC pour le compte du Ministère de l'Agriculture dans le cadre du baromètre de l'alimentation.

Quand on pose la question suivante aux consommateurs : « Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si elle vous incite personnellement à acheter un produit ? ».

Les réponses apportées (cf. graphiques ci-après) sont pour 7 personnes sur 10 :

- **la garantie d'un produit écologique,**
- **le produit est fabriqué dans votre région.**

Graphique 1



Baromètre de l'alimentation 2009

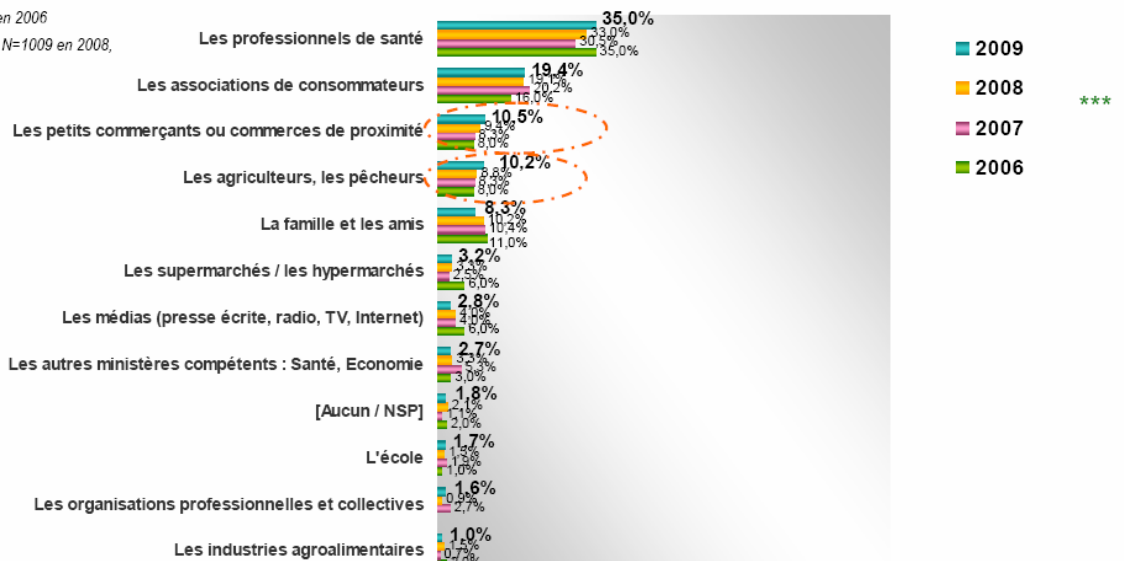
3. Une confiance des consommateurs envers les artisans des métiers de bouche

Selon l'enquête réalisée dans le cadre du baromètre de l'alimentation 2009, si les professionnels de santé, les associations de consommateurs arrivent en tête des acteurs en lequel le consommateur a le plus confiance pour donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine, les **commerces de proximité dans lesquels nous retrouvons bien entendu les artisans des métiers sont en troisième position. Ils sont en progression par rapport aux années précédentes** et devancent les agriculteurs et les pêcheurs.

Graphique 2

Parmi les acteurs suivants, à qui faites-vous le plus confiance pour vous donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine ? En premier ?

Base : N=1025 en 2006
N=994 en 2007, N=1009 en 2008,
N=998 en 2009



PARTIE III - CIRCUITS COURTS - VENTE DIRECTE ET ARTISANAT DE PROXIMITE

I. Des réflexions engagées par les pouvoirs publics

1. Un engagement fort de l'Etat : un plan d'actions pour le développement des circuits courts

La volonté des Pouvoirs Publics de renforcer et développer les relations « Producteurs et Consommateurs » s'est concrétisée par la présentation en mars 2009, par le Ministère de l'Alimentation de l'Agriculture et de la Pêche, d'un plan d'actions pour le développement des circuits courts autour de quatre axes et 14 mesures.

Les quatre axes développés sont :

- L'amélioration et la diffusion des connaissances sur les circuits courts.
- L'adaptation de la formation des agriculteurs aux exigences des circuits courts.
- Le développement de l'installation d'agriculteurs en circuits courts.
- Une meilleure organisation des circuits courts.

Dans les mesures proposées, les constats suivants par rapport aux artisans peuvent être réalisés :

- Les mesures proposées sont uniquement réservées à la vente directe réalisée par les agriculteurs.
- Un oubli des artisans qui sont pourtant souvent engagés dans des filières courtes.
- Un oubli des artisans qui sont également des acteurs de l'aménagement du territoire et du développement durable.

2. Un engagement des collectivités territoriales (régions, départements, communautés de communes et d'agglomération, pays) de participer au développement des circuits courts

Un plan d'actions est proposé par le Ministère de l'Agriculture. Il est relayé par de nombreuses collectivités territoriales. Ces réflexions et actions s'inscrivent généralement dans le rapprochement « producteurs et consommateurs » et/ou dans le cadre du développement durable et/ou de l'aménagement du territoire.

a) Les actions conduites par les communautés d'agglomération

Elles sont réunies autour du réseau français « Terres et villes », réseau des acteurs locaux de l'agriculture périurbaine. Il regroupe 20 agglomérations françaises dont Rennes et Lorient. Ces agglomérations développent une réflexion sur la gouvernance alimentaire dans les territoires. Une des thématiques de réflexion et d'actions portent sur le rapprochement « Producteurs/Consommateurs » et notamment le développement des circuits courts.

Ces actions et réflexions sont conduites en partenariat avec le réseau des Chambres d'Agriculture, la Fédération Nationale des CUMA, la Fédération Nationale des Centres d'Initiatives pour valoriser l'Agriculture et le Milieu Rural.

Le dossier sur la gouvernance alimentaire est en l'illustration.

- Des réalisations constatées dans notre région, ce sont :
 - La mise en place d'une charte agriculture du pays de Lorient.
 - Le guide des producteurs locaux du pays de Lorient.
 - Un document de présentation de l'observatoire des circuits courts.
 - Le guide des producteurs locaux de Rennes Métropole.
- Des décisions et projets repérés en cours, ce sont :
 - Une délibération de Saint Briec Agglo., sur l'élargissement du dispositif « Aide au commerce de proximité » aux producteurs fermiers pour mise aux normes sanitaires.
 - Une délibération de mars 2010 de Morlaix Communauté sur l'aide à la vente directe.
 - Le projet de création de guides de producteurs locaux dans les pays de Vannes, Ploërmel, Saint Malo, Guingamp, Pontivy, Brest, Lannion, etc.

b) Des réflexions et actions diverses (liste non exhaustive)

D'autres collectivités territoriales, notamment celles dépendant du monde rural ont engagé soit des réflexions stratégiques soit des actions particulières.

C'est le cas, notamment, de la fédération des parcs naturels régionaux qui envisage le développement des circuits courts dans le cadre de missions d'expérimentation.

Ce sont également les réflexions conduites dans le cadre des pays sur le développement durable.

C'est l'avis du conseil de développement du pays de Saint Briec qui dans ses préconisations, dit : « l'accroissement de la valeur ajoutée des activités agricoles pourrait donner lieu à diverses mesures de soutien : création de points de vente directe entre producteurs et consommateurs ».

II. Un accompagnement des pouvoirs publics

Les dispositifs d'accompagnement peuvent être classés en quatre catégories : les aides financières à l'investissement matériel et immatériel, les aides au développement des structures, les aides à la communication et les exonérations de charges dans le cadre d'emplois saisonniers.

1. Les aides financières à l'investissement matériel et immatériel (aides transformation à la ferme, aide à la diversification « filière agrobiologique »)

a) Caractéristiques de ces aides

Ces aides ont pour principales caractéristiques :

- une majoration systématique par les financeurs si le porteur de projet veut développer la vente directe ou si l'investissement envisagé est collectif (Magasins de produits fermiers),
- une non territorialisation alors que celles dédiées aux entreprises artisanales sont généralement territorialisées,

- un co-financement fréquent par l'Europe (FEADER), la région et/ou les départements.

b) Les champs d'intervention concernés des Pouvoirs Publics

L'intervention publique pour le développement des circuits courts porte essentiellement sur la vente directe. Les cinq axes ci-après sont développés.

• La diversification des productions

C'est la mise en place d'une nouvelle production (production sous signe d'identification de la qualité et de l'origine, CCP, mentions valorisantes). L'aide est plafonnée à 12 000 € ou à 15 000 € si elle concerne une installation jeune agriculteur.

• La transformation à la ferme

Cette aide accompagne les investissements liés à la création ou l'extension d'un atelier de transformation des produits de l'exploitation. Le plafond des dépenses éligibles est de 30 000 € si c'est uniquement un atelier de transformation et de 50 000 € si c'est à la fois un projet de transformation et de vente directe. L'aide est plafonnée à 12 000 € ou à 15 000 € si c'est une installation jeune agriculteur.

Dans le cas d'un investissement collectif, le plafond de l'aide peut être multiplié par le nombre d'investisseurs, dans la limite de 5 fois le plafond d'aide individuelle, soit 30 000 €.

• La Connaissance des marchés

Le Conseil régional de Bretagne a mis en place un dispositif permettant le financement d'une étude sur la base de 40 % des coûts directs de celle-ci. L'aide est plafonnée à 25 000 €.

Dans les dépenses justifiables directement liées au programme de travaux et identifiables, les charges de personnel peuvent être prises en compte dans la limite de 20 % de l'aide sur les coûts directs.

• Les aides au développement de petites filières

Le Conseil régional de Bretagne a mis en place un dispositif permettant de financer l'élaboration de cahiers des charges, la mise en place des contrôles internes, la réalisation des supports de communication.... Sur la base de 40 % des coûts directs, l'aide est plafonnée à 25 000 €. Sont exclues du dispositif les dépenses promotionnelles.

Dans les dépenses justifiables directement liées au programme de travaux et identifiables, les charges de personnel peuvent être prises en compte dans la limite de 20 % de l'aide sur les coûts directs.

• Aide dégressive au démarrage des structures collectives

C'est une aide dégressive sur 3 ans, calculée sur la base d'un budget prévisionnel annuel de fonctionnement de la structure collective et déterminée au cas par cas par la Commission permanente du Conseil régional.

2. Aides à la communication

a) Un constat

- **Des financements multiples**

Etat, Région, Départements, Communautés d'Agglomération, de communes, Parcs Naturels Régionaux,...

- **Des financements hors champ de l'agriculture**

Ils s'inscrivent généralement dans des plans départementaux agricoles, plans de développement durable, plans en faveur de mesures agro-environnementales, etc. des différentes collectivités. **Ils ne sont en aucun cas fléchés développement des circuits courts et vente directe.**

- Des outils de communication présentant les circuits courts mais ne développent que les initiatives de vente directe.

b) Les actions constatées dans les départements et régions

	Financeurs	Objet du document
Document de présentation de l'observatoire des circuits courts	Région Europe Etat	Présentation de l'observatoire
Guide des producteurs locaux de Rennes métropole	Chambre d'Agriculture 35 Rennes métropole	Liste des producteurs « vente directe » et des magasins fermiers
Répertoire des producteurs locaux de Pontivy	Odesca Pays de Pontivy	Répertoire de producteurs et de quelques artisans
Association pour la promotion des produits équitables du territoire dans l'intérêt de tous	CG 22	Dépliant deux pages Agriculture durable et solidaire Mangeons mieux mangeons local !
« Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural »	Région Europe Etat	Bien manger dans les territoires : circuits courts dans les territoires Dépliant deux pages Présentation des AMAP et magasins de produits fermiers
Charte Agriculture Pays de Lorient	Cap Lorient Chambre d'Agriculture 56	Charte agriculture pays de Lorient Dépliant deux pages présentant le plan d'actions : développement des circuits courts
Guide producteurs locaux pays de Lorient	Cap Lorient Bienvenue à la ferme Chambre d'Agriculture 56	100 producteurs référencés
Réseau Cohérence »	Région	Site présentant par pays les producteurs du réseau, plus de 170 producteurs référencés

3. Aides aux structures d'accompagnement des circuits courts

Comme pour les aides à la communication, elles ne sont pas systématiquement répertoriées. Toutefois, existent dans les structures agricoles (Chambre d'Agriculture et autres associations) des responsables chargés de la diversification agricole).

4. Les exonérations de charges dans le cadre d'emplois saisonniers : un dispositif développé

Par le Décret n° 2010-400, une exonération des charges patronales pour un emploi saisonnier pendant 119 jours par an ouvert au 1 janvier 2010 aux activités de transformation, de conditionnement et de commercialisation de produits agricoles accomplies sous l'autorité d'un exploitant agricole, constituent le prolongement direct de l'acte de production.

Ce dispositif veut favoriser et soutenir l'emploi des travailleurs occasionnels en agriculture en abaissant le coût du travail, tout en luttant contre le travail dissimulé en incitant les employeurs à déclarer leurs salariés.

a) Les exonérations proposées

Il s'agit d'exonérations de charges patronales de Sécurité sociale : assurances sociales agricoles (maladie, maternité, invalidité, vieillesse, décès), allocations familiales et accidents du travail et une prise en charge par la MSA du paiement de certaines cotisations conventionnelles patronales : formation professionnelle, retraite complémentaire, AGFF, AFNCA, ANEFA, PROVEA, SST.

b) Durée d'exonération envisagée

119 jours par an (durée à confirmer par décret) par salarié et par employeur sont maintenus.

PARTIE IV - QUELLES CONSEQUENCES POUR L'ARTISANAT : DES INQUIETUDES, DES INTERROGATIONS

Si la définition officielle des circuits courts intègre les artisans des métiers de bouche, les actions déployées et constatées sur le terrain ne les prennent pas, ou peu, en compte. Les mesures mises en œuvre pour développer la vente directe, auront sans doute des conséquences pour les artisans.

a) Un risque d'appropriation de l'image du commerce de proximité par le secteur de la vente directe

La communication développée autour de la vente directe tend à la recherche systématique d'un positionnement sur le commerce de proximité et par conséquent devient un concurrent direct des artisans.

b) Un risque que seule la « vente directe » favorise le rapprochement « producteur consommateur »

Les artisans travaillent également avec des producteurs locaux. On constate, dans les différents annuaires édités sous forme papier ou électronique et faisant référence aux circuits courts que les artisans ne sont pas, ou peu, recensés. Souvent, ils ne sont pas sollicités pour y être présents.

c) Un risque d'assimilation « vente directe » = « produits de qualité » ?

La qualité des produits alimentaires est règlementairement définie par la loi d'orientation agricole votée en 2006 et mise en œuvre en 2007. De nombreux artisans sont engagés dans la commercialisation de produits sous signe d'identification de la qualité et de l'origine où l'on constate que l'artisan dialogue avec le producteur et le consommateur.

d) Un oubli évident des Pouvoirs Publics et des collectivités territoriales que les artisans sont des acteurs importants de la transformation des produits locaux (viandes, poissons, etc.)

Dans les annuaires financés et distribués par les collectivités, répertoriant les acteurs transformant et commercialisant des produits locaux, les artisans transformateurs de produits régionaux y sont très peu recensés.

e) Un risque de voir se développer une concurrence déloyale

Les mesures d'accompagnement proposées, la possibilité pour les agriculteurs dans le cadre de l'embauche de travailleurs occasionnels ou saisonniers (119 jours par an), leur permet d'utiliser des compétences professionnelles sans avoir l'obligation d'appliquer les conventions collectives des entreprises artisanales.

f) Un risque de perte de clientèle

La clientèle ciblée par la vente directe est sensiblement identique à celle des artisans. Toutes les enquêtes réalisées le démontrent, tant sur le plan régional que national.

g) Une non-reconnaissance de la compétence professionnelle des artisans des métiers de bouche

Exercer une activité artisanale dans l'alimentaire suppose des compétences techniques et commerciales. Reprendre une entreprise artisanale nécessite l'acquisition préalable de savoir faire professionnels. La possibilité donnée à la vente directe de développer sans aucune qualification préalable des activités de transformation risque de dévaloriser nos métiers. Pour s'installer dans l'artisanat, une qualification professionnelle est obligatoire.

h) Une image de professionnalisme des artisans risquant d'être remise en cause par les consommateurs

Le développement de la vente directe, qui peut être assimilée à l'artisanat, risque de détériorer l'image des artisans de proximité auprès des consommateurs. L'interprétation actuelle des circuits courts peut également entraîner une confusion dans l'esprit du consommateur.

i) Des activités exercées par des personnes parfois non qualifiées

La réforme depuis le premier janvier 2010, des critères de modalités d'embauche des travailleurs saisonniers et occasionnels dans l'agriculture est un élément favorisant le développement par des personnes non qualifiées qui embaucheront des personnes qualifiées sous statut de salariés saisonniers ou occasionnels.

j) Un déséquilibre des territoires (zones rurales, quartiers de villes)

L'artisan alimentaire est souvent avec les agriculteurs, le dernier acteur économique de nombreuses communes. Il ne faudrait pas que, pour préserver l'un des secteurs, ce qui au demeurant est légitime, l'on en détruise un second.

CONCLUSION

LES ARTISANS DES METIERS DE BOUCHE, ACTEURS DES CIRCUITS COURTS

Le développement de la vente directe est devenu aujourd'hui une réelle concurrence pour les artisans des métiers de bouche.

Aujourd'hui, l'ensemble des accompagnements proposés et des actions développées dans le cadre des circuits courts exclue les artisans des métiers de bouche, acteurs de la valorisation des productions agricoles et maritimes.

De nombreux artisans valorisent les productions locales. Ils peuvent le faire soit en travaillant directement avec des producteurs ou des pêcheurs, soit en travaillant dans des filières organisées regroupant l'ensemble des acteurs (filières sous signe d'identification de la qualité et de l'origine, mentions valorisantes avec cahier des charges), soit en développant des chartes qualité permettant une valorisation des savoir faire et des produits (charte poissonnerie, crêperie gourmande).

Nous pouvons penser que le nombre de bénéficiaires est fortement minoré. De nombreux artisans ont souvent engagé des relations avec des producteurs locaux, mais ils ne le disent pas.

Ils sont également des acteurs importants de la valorisation des produits auprès des consommateurs ; toutes les enquêtes de proximité le démontrent.

Les artisans sont donc des acteurs naturels et incontournables des circuits courts qu'il faut différencier de la vente directe. Ils sont également acteurs du développement durable et local et de la valorisation des productions locales.

Les artisans des métiers de bouche ont une proximité avec les producteurs locaux et les consommateurs, ils sont donc partie intégrante des circuits courts en exerçant là une activité à proximité des consommateurs.

Un traitement égalitaire nous paraît indispensable, voire obligatoire. Nous devons pouvoir bénéficier des outils d'accompagnements et des avantages proposées aux intervenants de la vente directe, tant sur le plan national, régional, départemental que local.