

dossier de presse  
ETE 2024



# ACHETER DIRECTEMENT AUX AGRICULTEURS PRATIQUANT LA VENTE DIRECTE OU EN CIRCUITS COURTS, pourquoi est-ce essentiel ?



CUMA  
HAUTS-DE-FRANCE  
LA PUISSANCE DU GROUPE

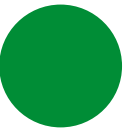


Campus  
Vert





La Région Hauts-de-France, à travers son Plan Activ'Ta Diversification, a mis en place plusieurs dispositifs d'aides à la diversification et soutient les structures d'accompagnement à la diversification des agriculteurs, réunies au sein du Point Info Diversification.



## **Mot d'introduction**

p 3



## **L'importance d'acheter directement aux producteurs**

Paroles de producteurs

p 4

Paroles de consommateurs

p 5

L'impact sur les prix

p 5



## **Pour trouver des produits locaux près de chez vous**

p 6



## **Les partenaires du point Info Diversification**

p 7



Annexe :

p 9

- Regards croisés de producteurs et de consommateurs in extenso

- Témoignages de producteurs in extenso



## **Présentation du PID Partenarial**

p 19

L'engouement pour les productions locales et les circuits courts\* au moment de la crise sanitaire est retombé. D'autres crises sont venues perturber les circuits de commercialisation (guerre en Ukraine, crise économique) et ont conduit à une évolution des habitudes d'achat des consommateurs.

Aujourd'hui, la situation des agriculteurs qui pratiquent la vente directe\*\* est très variable. Certains enregistrent de vraies réussites et une progression de leurs ventes alors que d'autres voient leurs ventes fortement baisser. Pour quelques agriculteurs, les ventes ont atteint un niveau inférieur à 2019, période avant crise.

De façon à donner une image de cette diversité, et à encourager les consommateurs à se tourner vers les producteurs pour une partie de leurs achats alimentaires, les structures des Hauts de France engagées au côté des agriculteurs dans leur développement et leur quotidien, ont travaillé main dans la main. L'objectif est de sensibiliser tous les acheteurs et plus particulièrement les consommateurs à l'importance de s'approvisionner en local auprès des producteurs et de leurs collectifs.

Il est essentiel de donner la parole aux acteurs eux-mêmes, afin de mieux comprendre leur choix ainsi que la façon dont ils vivent cela, que ce soit en tant qu'acheteurs, ou producteurs.

Ils nous ont fait part de leurs réussites mais également de leurs difficultés.

Ils sont tous engagés pour apporter une alimentation de qualité, variée, adaptée aux consommateurs et à un prix juste.

Les situations sont très variables en raison de nombreux facteurs : le type de productions, la situation géographique, le temps disponible, ...

Bonne lecture !

Les partenaires du Point Info Diversification, c'est-à-dire les structures accompagnant ces agriculteurs au quotidien, souhaitent par ce dossier de presse leur donner plus de visibilité et apporter des éléments pour convaincre le plus grand nombre d'acheter local, en proximité et de saison. Non seulement ce type d'achat ne coûte pas toujours plus cher (moins d'intermédiaire, produits plus frais avec moins de perte, ...), mais enrichit nos territoires par l'activité économique que cela génère tout en contribuant à préserver notre environnement en réduisant la distance entre la production et nos assiettes, en contribuant à la réduction du gaspillage.

La crise agricole actuelle confirme que la vente directe ou en circuits courts peut être une solution pour permettre à certains agriculteurs de maintenir leur revenu et de pouvoir transmettre leur ferme aux générations suivantes. En effet, dans ce mode de commercialisation, ce sont les producteurs qui fixent leurs prix en fonction de ce qui leur semble nécessaire pour équilibrer leur activité et générer un revenu rémunérateur.

\*Circuits-courts : La vente en circuits-courts correspond à une vente présentant un intermédiaire au plus.

\*\*Vente-directe : la vente directe est une vente qui se fait du producteur au consommateur, sans intermédiaire

Ref : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/produits-alimentaires-commercialises-en-circuits-courts-0>

# L'IMPORTANCE D'ACHETER DIRECTEMENT AUX PRODUCTEURS

## Paroles de producteurs



### Hugues Dewalle, éleveur à Villers au Tetre (Nord)

« Le premier avantage que j'y vois c'est la **transparence**. Les clients viennent à la ferme, ils voient mes animaux et mes cochons courir dehors, ils peuvent vérifier la provenance des aliments, les conditions d'élevage et la **qualité des produits** qui en ressort. Ensuite, je pense que c'est une fierté d'acheter des produits locaux et de participer à l'économie près de chez soi. On met en valeur des produits de son territoire, on les fait découvrir à sa famille et à ses amis. On connaît la provenance des produits, et la qualité est au rendez-vous. »

### Séverine Foulon, productrice de fromages de chèvre à Missy les Pierrepont (Aisne)

« Les avantages pour un consommateur d'acheter des produits directement aux producteurs sont de manger des **produits locaux et de qualité**, d'avoir un contact avec les producteurs de façon à garder un lien avec nous. »



### Elie Caruyer, maraîcher à Douai (Nord)

« Les avantages pour nos clients : **fraîcheur, confiance**, explications, conseils et prix ! »

### Mathilde Degrendel, maraîchère à Cappy (Somme)

« Pour un consommateur, acheter directement au producteur lui permet de savoir **d'où vient le produit**, de discuter avec le producteur (travail, comment le produit est réalisé), de trouver les produits en accord avec ses valeurs, d'échanger et d'avoir des conseils du producteur ce qui permet de tester de nouveaux produits. »

### Mathieu Glorian, céréalier et brasseur à Gavrelle (Pas de Calais)

« L'avantage pour un client d'acheter en direct ou dans notre magasin collectif c'est la **relation avec le producteur**, l'expérience client. »

### Benoit Van Maele, céréalier et producteur de fraises, à Homblières (Aisne)

« Pour un consommateur, acheter directement aux producteurs présente plusieurs avantages : **avoir des produits locaux et de qualité avec du goût** mais aussi savoir d'où viennent les produits. »

### Cédric Boutillier, maraîcher à Héricourt sur Thérain (Oise)

« Pour un consommateur, acheter en direct via l'AMAP (Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne) présente plusieurs avantages et en particulier la **cohérence des paniers, bien équilibrés**. On veille à ce qu'il y ait des légumes qui aillent ensemble, on fait un peu le menu des amapiens, on se demande quelles recettes on peut faire avec... Par exemple, je voudrais mettre mon chou-rave la semaine prochaine, donc je vais essayer de mettre des carottes avec pour pouvoir faire du coleslaw, ça permet de faire des paniers diversifiés qui vont plaire au plus grand nombre ! Quand je fais le panier, il y a bien 3-4 recettes qui peuvent être cuisinées avec ! C'est créatif, on n'apporte pas qu'un légume, on apporte un petit truc en plus ! »

### Jean-Hubert Tricart, producteur d'ail, d'oignons et échalotes à Lécluse (Nord)

« Quand un client achète en direct au producteur, il sait ce qu'il achète, d'où ça vient. Il est conseillé. **Les prix sont toujours avantageux** pour lui. »

## Paroles de consommateurs

### Yves Piquot, client sur le Marché de Douai

« La qualité des produits est vraiment au rendez-vous. Une des particularités ici, c'est qu'on peut trouver des produits transformés de très **grande qualité gustative et nutritive**. Je sais que ce mode de consommation contribue à réduire mon empreinte carbone. De plus, le marché du samedi est un moment important de détente et de convivialité. C'est un lieu de discussion, de rencontre et de débat. La place du marché de Douai est vraiment un lieu agréable. »

### Annie, cliente des Fermiers de l'Artois

« Je suis du milieu agricole, il me tient à cœur de faire **travailler les producteurs près de chez moi**. C'est bien d'avoir des commerces dans les villages, notamment pour les personnes âgées qui ne savent plus aller dans les supermarchés en ville ».

### Anny et Audrey, amapiennes à Beauvais (Oise)

« Les avantages d'acheter en direct aux producteurs sont multiples : manger de bons produits qui sont locaux, aller sur un lieu facile d'accès, avoir une diversité de produits, découvrir des légumes anciens qui reviennent à la mode. »

### Jean-Louis et Jeanine, sur un marché du CIVAM à Haubourdin

« Acheter en direct au producteur permet de le voir et de **discuter avec lui**. Nous venons aussi pour la qualité des produits, ils sont bons !! »



## L'impact sur les prix

De façon générale, malgré une certaine hausse des prix de manière à couvrir l'augmentation de leurs charges en énergie, matières premières et conditionnements, **les prix restent bas pour des produits bruts**. Plusieurs agriculteurs disent que leurs clients ont compris ces hausses de prix.

L'expérience client est aussi un avantage non négligeable. En effet, acheter directement aux producteurs permet de savoir comment le produit est cultivé ou élevé puis transformé. Parfois on observe que de vraies relations peuvent se créer dans la durée avec un producteur. **La fidélité** est également un aspect important de cette relation 'commerciale'.

Dans tous les cas, la **réduction des intermédiaires** leur permet de conserver plus de valeur ajoutée sur la vente de leurs produits, même si cela demande un investissement plus important sur les fermes (compétences, formations, moyens humains). Il s'agit pour eux d'un choix.

Ce choix est souvent fait au départ pour accompagner leurs productions jusqu'au client final, pour avoir une relation particulière avec ces derniers qui leur permet souvent d'expliquer la façon dont ils travaillent, mais aussi et surtout pour dégager plus de revenus sur la ferme en particulier lors de l'installation d'un nouvel associé.

Le développement de certaines solutions comme les magasins **collectifs de producteurs\***, les **drives fermiers\*\***, les **distributeurs automatiques\*\*\*** permet d'allier produits locaux et réduction du temps passé à faire ses courses, mais aussi diminution des déplacements qui sont aussi sources de charges pour le client.



### Cédric Boutillier, maraîcher bio :

*Nous établissons nos prix en fonction de nos coûts de production. Nous faisons un comparatif et regardons s'ils sont en adéquation avec les prix qui se pratiquent dans le commerce, en magasins spécialisés, en grandes surfaces... que l'on peut trouver sur internet. Nos prix sont à peu près dans la moyenne : en-dessous des prix en magasins bio spécialisés, en-dessous des prix du bio en grandes surfaces, et à peu près équivalents aux prix conventionnels en grandes surfaces. Pour établir les paniers en AMAP, nous utilisons un tableur excel qui nous permet d'avoir une idée et de comparer : nous sommes moins chers qu'en grandes surfaces, c'est sûr !*

\* Magasins collectifs de producteurs : Les magasins de producteurs regroupent plusieurs exploitants agricoles dans un point de vente collectif.

[www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/produits-alimentaires-commercialises-en-circuits-courts-0](http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/produits-alimentaires-commercialises-en-circuits-courts-0)

\*\* Drive fermier : Le principe du drive fermier est de choisir ses produits issus de la ferme (ou des fermes si drive collectif), les commander, les régler sur un site internet et de venir prendre livraison de sa commande prête à une date, un horaire et un lieu donnés.

\*\*\* Distributeur automatique : Le distributeur automatique multi-produits est composé de casiers dans lesquels les produits sont répartis et la porte vitrée permet de voir et de choisir les produits en un clin d'œil. L'appareil peut-être est couplé à une chambre froide pour garantir la fraîcheur des produits. Un interface sur place permet de sélectionner ses produits et de les payer, puis de les récupérer.



## Pour trouver des produits locaux près de chez vous :



Ouacheterlocal : [ouacheterlocal.fr](http://ouacheterlocal.fr)

Site des AMAP : [www.amap-hdf.org](http://www.amap-hdf.org)

Site du CIVAM : [contact@civam-hautsdefrance.fr](mailto:contact@civam-hautsdefrance.fr)

Site Bienvenue à la ferme : [www.bienvenue-a-la-ferme.com/hautsdefrance](http://www.bienvenue-a-la-ferme.com/hautsdefrance)

Accueil paysan : [www.accueil-paysan.com/fr](http://www.accueil-paysan.com/fr)

Il est également possible de se renseigner auprès d'autres structures pour acheter des produits locaux directement aux producteurs, comme les marchés hebdomadaires, mensuels ou événementiels, les offices de tourisme, les collectivités, les parcs naturels, les mairies ...

## Les partenaires du Point Info Diversification

Les partenaires du Point Info Diversification portent le projet commun d'**INFORMER, CONSEILLER ET ACCOMPAGNER** de façon structurée les porteurs de projet (individuels ou collectifs) intéressés par la diversification, et ce, suivant une approche globale à l'échelle de l'exploitation.

L'objectif est que tout agriculteur en questionnement ou en projet de diversification puisse trouver facilement un accompagnement qualifié, en tout point des Hauts-de-France.

Ils ont aussi vocation à communiquer sur les thématiques, projets et démarches portés par les agriculteurs auprès du grand public, c'est notamment l'objet de ce dossier de presse : Sensibiliser les consommateurs sur l'importance de se tourner vers les agriculteurs en vente directe pour leurs achats alimentaires de façon à soutenir la profession agricole et à contribuer à réduire leur impact environnemental en mangeant local et de saison.



**POINT INFO  
DIVERSIFICATION**  
Hauts-de-France

- PRODUIRE
- TRANSFORMER
- VENDRE
- ACCUEILLIR

### Les Chambres d'agriculture des Hauts de France

Chambres consulaires dédiées au développement agricole et à la représentation de la profession auprès des pouvoirs publics, les Chambres d'agriculture des Hauts-de-France (Aisne, Nord-Pas-de-Calais, Oise, Somme) accompagnent les exploitants agricoles dans tous les aspects de leur métier dont leurs projets de diversification agricole individuels ou collectifs, notamment en produits fermiers, vente à la ferme, agritourisme, accueil de public spécifique (scolaire, social, médiation animale, ...). Ils peuvent adhérer à la marque Bienvenue à la ferme.

Les Chambres d'agriculture sont cheffes de file du PID Partenarial et les portes d'entrée des demandes des agriculteurs souhaitant se diversifier.

[hautsdefrance.chambre-agriculture.fr](http://hautsdefrance.chambre-agriculture.fr)

Anne Halgand : 06 43 65 60 74 - [a.halgand@hautsdefrance.chambagri.fr](mailto:a.halgand@hautsdefrance.chambagri.fr)



**CHAMBRES  
D'AGRICULTURE**  
HAUTS-DE-FRANCE

### Accueil Paysan – Hauts de France

Accueil Paysan est une association composée de paysans et d'acteurs ruraux engagés en faveur d'une agriculture paysanne et d'un tourisme durable et solidaire via diverses activités : fermes pédagogiques, vente directe de produits paysans, table paysanne, hébergements à la ferme, accueil social. Les adhérents bénéficient du label « Accueil Paysan » et de formations à l'accueil à la ferme.

[www.accueil-paysan.com/fr/que-faisons-nous/en-regions/hauts-de-france](http://www.accueil-paysan.com/fr/que-faisons-nous/en-regions/hauts-de-france)

1 rue du moulin 59 190 Hazebrouck

06 52 13 54 10 - [hautsdefrance@accueil-paysan.com](mailto:hautsdefrance@accueil-paysan.com)



### ARVD – Association Régionale des Vendeurs Directs de Produits Laitiers

L'ARVD accompagne les éleveurs laitiers dans leur projet de transformation laitière à la ferme. Dans un premier temps, au travers d'un suivi dans l'émergence et la réalisation du projet puis dans son fonctionnement au quotidien en particulier sur les questions techniques et réglementaires.

Cité de l'Agriculture - 54-56, avenue Roger Salengro - 62 054 St Laurent Blangy  
03 21 60 57 22 - [contact@adpl62.fr](mailto:contact@adpl62.fr)



### Réseau des AMAP en Hauts-de-France

Le réseau des AMAP Hauts-de-France accompagne les porteur.euses de projet souhaitant créer une « Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne » dite AMAP : un partenariat solidaire et durable entre un.e ou plusieurs paysan.ne.s locaux.ales et un groupe de citoyen.nes souhaitant se fournir en produits locaux de qualité.

15 rue René Lanoy 62300 Lens - 14 rue du 8 mai 1945 - 80 090 Amiens  
06 34 28 73 25 (nord) - 06 08 93 66 35 (sud) - [contact@amap-hdf.org](mailto:contact@amap-hdf.org)



## Le Campus Vert

Le Campus vert est une association qui accompagne les agriculteurs souhaitant proposer un logement en location à des étudiants sur leur exploitation. Elle regroupe des agriculteurs des Hauts-de-France, de Normandie et d'Île de France et un cahier des charges spécifique ainsi que des outils et une logistique commune à tous les adhérents.

175 route d'Estaires 62 138 Violaines  
03 20 29 43 68 - [contact@campusvert.com](mailto:contact@campusvert.com)



## CIVAM Hauts de France

Les CIVAM (Centres d'Initiatives pour l'Agriculture et le Milieu rural) sont des collectifs d'agriculteurs et de ruraux qui, par l'échange, l'information et la dynamique collective, innovent sur les territoires. Le CIVAM Hauts de France travaille pour la valorisation des produits & savoir-faire, la formation et l'accompagnement vers des pratiques durables (production, transformation et vente), au travers d'actions initiées par ses adhérents.

350 rue du Moulin - 59 246 Mons en Pévèle  
Contact : 03 20 09 95 36 - [contact@civam-hautsdefrance.fr](mailto:contact@civam-hautsdefrance.fr)



## Le Savoir Vert des Agriculteurs

Créé en 1992, le Savoir Vert des Agriculteurs est un réseau regroupant plus de 100 fermes pédagogiques dans les Hauts-de-France. Les agricultrices et agriculteurs, avec l'agrément de l'Education Nationale, sont tous formés à l'accueil pédagogique et accueillent sur leurs fermes des scolaires, de la maternelle aux écoles supérieures en passant par les collèges, les lycées et les établissements spécialisés.

Ses objectifs principaux sont les suivants : faire découvrir aux jeunes le métier d'agriculteur et les enjeux de l'agriculture, proposer un support pédagogique actif aux enseignants, encourager la diversification des exploitations agricoles, renouer des liens ville-campagne.

54-56 avenue Roger Salengro BP 90136 – 62 054 St Laurent Blangy  
03 21 60 57 20 - [fermespedagogiques@savoirvert.fr](mailto:fermespedagogiques@savoirvert.fr)



## FRCUMA des Hauts de France

La FRCUMA regroupe 400 CUMA (Coopératives d'utilisation de matériel agricole), les accompagne dans leurs démarches administratives et apporte un conseil juridique, technico-économique sur les investissements en commun, l'emploi partagé et sur la gestion de groupe. Elle accompagne également les projets collectifs en circuits courts, transformation et énergies nouvelles

Cité de l'agriculture - 56, avenue Roger Salengro - 62 051 St Laurent Blangy Cedex  
03 21 60 57 53 - [hauts-de-france@cuma.fr](mailto:hauts-de-france@cuma.fr)



## Avec le soutien financier de la Région Hauts-de-France

La Région Hauts-de-France, à travers son Plan Activ'Ta Diversification, a mis en place plusieurs dispositifs d'aides à la diversification et soutient les structures d'accompagnement à la diversification des agriculteurs, réunies au sein du Point Info Diversification.

« La Région Hauts-de-France valorise les productions agricoles des Hauts-de-France et accompagne les projets de diversification afin de répondre aux attentes des producteurs mais aussi favoriser le « manger local » auprès de ses habitants. La Région apporte une nouvelle fois son soutien aux agriculteurs et producteurs qui oeuvrent chaque jour pour développer leur offre et se faire connaître. », Marie-Sophie Lesne, Vice-présidente de la Région Hauts-de-France en charge de l'agriculture, l'agroalimentaire et la pêche.

Peggy Collette EL-HAMDI – [peggy.collette@hautsdefrance.fr](mailto:peggy.collette@hautsdefrance.fr) – 06 75 93 38 28





## Regards croisés : **Mathieu Glorian**, agriculteur et **Annie** cliente au magasin SARL les fermiers de l'Artois à Gavrelle



### La vision du producteur

**Mathieu Glorian - agriculteur à Gavrelle dans le Pas de Calais**

Je m'appelle Mathieu Glorian, j'ai 41 ans et je suis producteur de céréales. Je produis du malt et des bières.

Je vends mes produits à la ferme et dans des magasins.

Je réalise

- 10 % de mon chiffre en vente directe (salons et événements, vente directe à la ferme)
- 20% via des grossistes
- 70% en magasins (magasins bio, magasins fermiers, quelques cavistes)

### Comment vous faites-vous connaître et fidélisez-vous votre clientèle ?

Je me fais connaître en organisant des portes ouvertes de la ferme, en étant membre de plusieurs réseaux, par des flyers, le réseau social Facebook et par mail.

Je cherche à m'adapter en permanence de façon à fidéliser mes clients en particulier en adaptant le conditionnement de mes produits.

Malgré tout, il serait nécessaire d'être plus présent de façon à entretenir la relation avec mes clients revendeurs. Cela nécessite du temps que je n'ai pas. Il faudrait peut-être pouvoir embaucher un commercial.

### Pourquoi la vente directe ?

Parce que j'aime la relation avec les clients. Je suis un petit producteur, il est donc difficile de travailler avec des grossistes. La vente directe, c'est plus motivant. Il y a plus de reconnaissance qu'avec les autres débouchés.

Pour le client, cela lui permet d'avoir une relation avec le producteur, de bénéficier d'une « expérience client ».

### Comment évoluent vos ventes depuis 2020 ?

J'estime avoir 2 fois moins de vente qu'en 2019 avant la crise. Cela s'explique par la perte d'un client revendeur mais aussi par le contexte général, la concurrence forte en brasserie et la baisse de la consommation de produits bio. Cependant, et malgré la hausse de certaines charges, je n'ai pas augmenté mes prix.

J'ai dû licencier mon salarié et j'ai des difficultés à me payer depuis plus de 2 ans.

Depuis 2019, j'ai moins de clients et mes clients font des achats moins importants.

La demande évolue. Par exemple, on me réclame une bière rouge, moins d'amertume. Pour m'adapter, je vais proposer des bières plus standardisées et moins typées tout en gardant d'autres recettes plus caractéristiques ou originales.

En ce qui concerne mon mode de commercialisation, je n'avais rien changé. Je suis aujourd'hui aculé au changement de façon à pallier à la baisse de mes ventes. Cette année, par exemple, j'ai commencé à être présent sur les événements Pari fermier, 4. Les résultats sont bons.

### Comment se positionnent vos prix ?

Je ne fais pas de veille à proprement parlé, mais j'aime bien regarder les prix quand j'en ai l'occasion. Je constate que je suis moins cher que les autres circuits de commercialisation. Je fixe mes prix par rapport aux prix psychologique pour mon secteur. Aujourd'hui, les charges ont beaucoup augmenté (verre, carton, étiquette, énergie).

Si je répercute tous les coûts, je devrais vendre trop cher. Je vais cependant devoir les recalculer.

Je suis donc assez pessimiste et me pose beaucoup de questions. Ne plus avoir de salarié implique que je n'ai plus le temps de piloter mon activité.

En conclusion, je suis en plein questionnement : réorienter la ferme, faire de gros investissements ou trouver des solutions intermédiaires.

Je suis également associé au point de vente collectif 'Les Fermiers de l'Artois'. Il s'agit d'une SARL à 4 associés. Les produits vendus sont essentiellement ceux des associés à l'exception du café et de quelques autres références. Nous employons 2 salariés et sommes ouverts du mardi au samedi.



### La vision de Annie, consommatrice

Je suis Annie, j'ai 60 ans. Je viens dans ce magasin depuis peu, depuis que j'ai plus de temps c'est-à-dire environ 2 ans, une à deux fois par semaine.

Je fais mes courses dans trois autres types de magasin, le magasin à la ferme de mon frère pour la viande, un primeur mais tout n'est pas du coin et un supermarché, mais rarement, pour ce que je ne trouve pas ailleurs.

Avant j'avais tendance à acheter pour faire des stocks ce qui contribue au gaspillage, c'est fini aujourd'hui.

### Pourquoi faites-vous vos achats ici ?

J'ai connu le magasin par du bouche à oreille. C'est ma fille qui m'en a parlé car il y a du poulet sous vide que je trouve très pratique quand j'ai mes petites filles. Je peux le conserver au frigo et ensuite, « il n'y a plus qu'à » : elles aiment et c'est de la qualité. Même chose pour les légumes, c'est une très bonne idée, pratique et bien pensé.

### Comparez-vous les prix ?

Non, j'avoue que c'est un défaut. Je ne fais jamais de liste. Je fonctionne à l'envie. Evidemment ici c'est un peu plus cher, on dépense un peu plus. Mais c'est très bon

Je pense quand même que ça ne peut pas convenir à toutes les bourses, notamment pour les courses d'une famille. C'est mon avis !

J'essaie de réduire les frais de déplacement en achetant en local, autour de chez moi. Je groupe également mes sorties.

### Pourquoi acheter en direct aux producteurs

Je suis du milieu agricole, il me tient à cœur de faire travailler les producteurs près de chez moi.

Je recherche également la qualité, le goût pour les produits.

C'est bien aussi d'avoir des commerces dans les villages, notamment pour les personnes âgées qui ne savent plus aller dans les supermarchés en ville.



**Mathieu GLORIAN : Brasserie paysanne de l'Artois**  
06 52 20 34 74 - [contact@brasseriepaysanne.fr](mailto:contact@brasseriepaysanne.fr)

Interview réalisée par Sophie Wauquier du réseau du Civam

# Regards croisés : **Hugues Dewalle, éleveur** et **Yves Piquot, client sur le marché de Douai**



## La vision du producteur

Je m'appelle Hugues Dewalle, j'ai 48 ans et je suis installé depuis 1998 à Villers-au-Tertre où j'éleve en agriculture biologique des vaches laitières de race normande et flamande pour la production et la transformation de lait en fromages, beurre, crème, yaourts, tartes salées et sucrées. Je produis et je vends également de la viande de bœuf, de veau et de porc.

La totalité de ma production est vendue en circuits-courts\* :

- 10 % en AMAP – AMAP de l'Ostrevent – le jeudi soir à Auberchicourt
- 40 % au marché de Douai – le samedi matin place St Amé
- 40 % à la ferme – le vendredi
- 10 % en revente à des restaurants ou à d'autres agriculteurs pour alimenter des drives

Je suis présent lors des distributions AMAP, lors des ventes à la ferme et sur le marché. Cela me permet de connaître les clients, de répondre à leurs questions, de parler de mon métier et des actualités de la ferme... Au fil des ans, on développe de vraies relations avec les clients fidèles.

Pour me faire connaître, j'ai développé il y a longtemps un site internet pour parler des productions de la ferme, mais ce n'est pas cela qui développe la clientèle. Aujourd'hui notre site web est dédié exclusivement à la communication sur les gîtes de la ferme du Tertre. Et je n'ai pas distribué de dépliants depuis 25 ans ! La meilleure communication reste le bouche à oreille. J'accueille régulièrement des événements. En juin nous avons par exemple accueilli une session Sophro'Mage à la Ferme du Tertre (séance de sophrologie et dégustation de fromages) organisée par Douaisis Tourisme. Nous sommes également membres de réseaux comme le CIVAM et Accueil Paysan. Je n'ai pas mis en place de carte de fidélité, je propose de bons produits au bon prix. Une fois par an en janvier, j'offre le vin chaud pour le premier marché de l'année ! Cela crée un moment convivial et nous réchauffe un peu en période de grand froid.

## Pourquoi la vente directe ?

Je me suis installé sur une surface de 12 hectares, aussi pour que ce soit économiquement viable il n'y avait pas d'autre solution que la vente directe ! Au-delà de ça, j'aime le contact avec les gens, j'aime aussi beaucoup transformer, développer de nouveaux produits et les vendre. J'aime toujours cela et je continue mais il est vrai que c'est un peu plus dur qu'il y a 20 ans... car je n'ai plus 20 ans non plus ! Nous avons créé de nombreux produits et développé nos ventes. Cela demande beaucoup d'énergie et les journées sont longues. Il y a aussi de plus en plus d'administratif à gérer.

## Comment évoluent vos ventes depuis la crise sanitaire ?

Nos ventes augmentent toujours. La vente à la ferme s'est beaucoup développée, notamment car je propose de nouvelles choses. Avant nous avions un petit magasin et nous sortions les produits du réfrigérateur à la demande des clients. Désormais, nous débarrassons tout sur un étal, comme au marché. Ainsi les clients peuvent voir l'ensemble des produits proposés à la vente. Aujourd'hui nous vendons également des productions d'autres producteurs comme des légumes, du fromage de chèvre, du pain, ce qui présente un bel ensemble. Nous essayons de coller à la même éthique, en nous fournissant auprès de producteurs bio et locaux. Les clients viennent désormais à la ferme acheter plusieurs types de produits. Cela a quasiment multiplié nos ventes par trois. Nous avons développé également depuis peu la vente auprès de revendeurs (agriculteurs, drives, restaurants...). La clientèle est plutôt fidèle. Une fois que les clients connaissent les produits, ils ont du mal

à repartir faire leurs achats au supermarché. Il y a vraiment une demande croissante en produits « prêts à consommer », comme le fromage, les tartes, les mousses au chocolat, et même les crêpes ! Les gens n'ont plus le temps, n'aiment plus ou ne savent plus cuisiner.

## Et vos prix ?

Cela fait un moment que je n'ai pas fait de comparaison précise, mais je sais que mes produits sont plus chers que les mêmes produits de base que l'on trouve au supermarché, mais avec une qualité bien supérieure ! Et un peu moins chers que les mêmes produits « de luxe » que l'on peut trouver au supermarché.

Je base mes prix principalement en fonction de mes charges et des prix de la concurrence. J'observe les tarifs pratiqués ailleurs, dans les magasins de proximité, chez Grand Frais... J'ai récemment augmenté le prix du bœuf en m'apercevant que j'avais fixé un prix bien inférieur à ceux pratiqués par certaines grandes enseignes.

Les charges liées à mon activité agricole ont bien-sûr augmenté ces derniers temps, pour plusieurs raisons. La première, c'est l'augmentation généralisée du coût de l'énergie. Cela représente 1800€/mois. La deuxième raison est liée au climat. En effet, nous avons subi 3 ou 4 années de sécheresse à la suite, et donc la production d'aliments sur la ferme ne suffit pas à nourrir le troupeau. Nous devons acheter de l'aliment bio en complément à l'extérieur et cela a un coût. C'est un réel avantage pour moi d'être en circuit-court, car je peux fixer mes prix librement, je suis beaucoup moins dépendant des prix du marché global. Je ressens moins fortement les hausses des charges que d'autres car j'ai la possibilité, dans une certaine mesure, d'augmenter le prix de mes produits en conséquence.

## Pourquoi acheter directement au producteur ?

Le premier avantage que j'y vois c'est la transparence. Les clients viennent à la ferme, ils voient mes animaux et mes cochons courir dehors, ils peuvent vérifier la provenance des aliments, les conditions d'élevage et la qualité des produits qui en ressort. Ensuite, je pense que c'est une fierté d'acheter des produits locaux et de participer à l'économie près de chez soi. On met en valeur des produits de son territoire, on les fait découvrir à sa famille et à ses amis. On connaît la provenance des produits, et la qualité est au rendez-vous.

## Et l'avenir ?

Le projet, à l'avenir, serait plutôt de ralentir le rythme de l'activité d'ici 4 ou 5 ans, pour retrouver un peu de temps. Cette année a été particulièrement éprouvante au niveau du rythme d'activité. Cela demande beaucoup d'énergie. J'avais pour projet de développer l'activité d'hébergement à la ferme mais j'hésite car c'est très prenant également. Enfin, ce n'est pas encore l'heure, mais je vais aussi commencer à réfléchir à la transmission de ma ferme car je sais que cela se prépare à l'avance.



## Yves Piquot – 56 ans, habitant à Douai

Je m'appelle Yves Piquot, j'ai 56 ans et j'habite à Douai. Je viens ici, tous les samedis matins, faire mes achats sur le marché de Douai, depuis une dizaine d'années. J'ai pu voir la gamme de produits évoluer. Hugues Dewalle vend désormais les produits d'autres producteurs en complément, tels que du pain.

### *Où effectuez-vous vos achats ?*

J'effectue l'essentiel de mes achats alimentaires sur le marché, auprès de Hugues Dewalle pour la viande et les produits laitiers, et auprès d'autres producteurs locaux pour le reste. Nous bénéficions également d'une AMAP pour les légumes, et complétons nos achats alimentaires auprès de magasins bio et un peu au supermarché du secteur si besoin.

C'est avant tout un choix guidé par ma conviction en faveur de l'écologie. Je suis écologue et maître de conférences à l'Université de Lille, je suis engagé en tant qu' élu sur les questions de biodiversité et d'adaptation au changement climatique, et donc assez naturellement, dans mon quotidien également j'essaie de mettre mes actes d'achat en adéquation avec mes convictions en consommant des produits locaux. Je viens également ici au marché pour profiter de produits de saison. Je regarde ce qui est disponible chaque semaine et nous composons ensuite nos menus en fonction des produits achetés ici. Je peux ainsi trouver la plupart des aliments dont j'ai besoin, en sachant qu'ils n'ont pas eu à faire trois fois le tour d'Europe avant d'arriver dans mon assiette. J'aime la démarche de Hugues, car il fait en sorte de rendre compatible la production agricole avec la préservation de la biodiversité et des milieux naturels. Hugues élève des Rouges des Flandres, une race de vaches locale en voie de disparition. J'aime l'idée de participer indirectement au maintien de cette race. Je ne vais pas au magasin à Villers-au-Tertre, mais Hugues organise plusieurs fois par an des visites de ferme pour ses clients. Nous y allons souvent, c'est très intéressant car cela permet de découvrir son élevage et ses pratiques.

La qualité des produits est vraiment au rendez-vous. Une des particularités ici, c'est qu'on peut trouver des produits transformés de très grande qualité gustative et nutritive. Et puis, je sais que ce mode de consommation contribue à réduire mon empreinte carbone.

### *Et le prix ?*

J'y vais un peu les yeux fermés. Quand j'en discute avec des amis, souvent ils ont dans l'idée que c'est beaucoup plus cher. Cela dépend des produits. Parfois c'est plus cher qu'au supermarché mais on réduit la quantité au profit de la qualité nutritive. J'achète juste ce qu'il faut, beaucoup de légumes, on bénéficie d'une AMAP, le coût global au final reste raisonnable. Les produits sont vraiment de bonne qualité. Ils sont frais, élaborés avec des ingrédients de qualité, et dans une démarche respectueuse du vivant.

### *Et les frais de déplacement ?*

Les frais de déplacement n'entrent pas en ligne de compte, mais l'impact écologique oui. Je n'irais pas faire mes courses régulièrement s'il vendait uniquement au magasin car pour moi qui habite à la ville c'est trop loin. Sur le marché de Douai je peux venir à pied et faire mes achats auprès de plusieurs producteurs sur un même lieu.

### *Pourquoi acheter directement aux producteurs ?*

Au-delà de la qualité des produits et du fait que l'on sait comment les aliments ont été cultivés ou élevés, pour moi le marché du samedi est un moment important de détente et de convivialité. C'est un lieu de discussion, de rencontre et de débat. La place du marché de Douai est vraiment un lieu agréable.



**Hugues DEWALLE : Le Ferme du Tertre – 501 rue du Fressain à Villers au Tertre (59 234)**

**06 80 43 48 63 – [hugostar8282@yahoo.fr](mailto:hugostar8282@yahoo.fr)**

**Yves PIQUOT : 06 79 90 61 87 – [yves.piquot@univ-lille.fr](mailto:yves.piquot@univ-lille.fr)**

*Interview réalisée par Noémie Degroote du réseau Accueil Paysan*



# Regards croisés : **Cédric Boutillier**, maraîcher de l'AMAP Mon Bio Chou (Beauvais) et **Anny et Audrey**, amapiennes



## La vision du producteur

Je suis Cédric Boutillier, 38 ans, maraîcher à Héricourt-sur-Thérain au nord de l'Oise sur une exploitation spécialisée en maraîchage, avec production diversifiée (40 espèces de légumes) sur 3,5 hectares et 5 000 m<sup>2</sup> sous serre, en bio et en circuits courts principalement.

## La vente directe, comment la pratiquez-vous ?

Nos principaux lieux de vente sont les AMAP (1 à Beauvais et 8 dans le nord de la région parisienne), Les AMAP représentent 70 % des débouchés de la ferme. En région parisienne, ce sont de petites AMAP avec environ 15-30 paniers par semaine, il faut multiplier les lieux de livraison pour pouvoir justifier le déplacement. Nous travaillons aussi avec un magasin de producteurs à Beauvais (« Le producteur local »), avec 'la Ruche qui dit oui' à Beauvais et en région parisienne (ce qui permet de mutualiser les livraisons avec les AMAP), et avec des particuliers en livraison.

## Dans le cadre de la vente en collectif, quelles sont les modalités de votre participation ?

Cela dépend des distributions. En région parisienne, on ne peut pas être présents à toutes les distributions. Ici à l'AMAP Mon Bio Chou, c'est différent car je ne viens livrer que l'AMAP et la livraison se fait sur 45 minutes, un temps restreint. En région parisienne, avec le temps de livraison entre chaque AMAP et comme ce sont de petites AMAP, ce n'est pas possible ni viable économiquement d'être présent à chaque distribution. Dans ce cas, on essaie de faire un roulement quand c'est possible. On fait des livraisons le mardi, le mercredi et le jeudi. On livre le magasin de producteurs 1 à 2 fois par semaine, en mutualisant avec les livraisons soit en région parisienne, soit avec l'AMAP de Beauvais.

## Comment vous faites-vous connaître ?

La communication passe par notre présence sur place, on communique sur ce que l'on fait dans les champs. Je ne fais pas toutes les livraisons, certaines sont assurées par du personnel qui travaille aussi dans les champs et qui peut expliquer ce qu'il se passe à la ferme. On a une page Facebook, c'est le seul support numérique qu'on utilise. On fait aussi des journées - et même des week-end - à la ferme, ce qui donne la possibilité aux amapiens qui viennent de loin de pouvoir dormir sur place. On le fait 2 fois par an à la fin du printemps et à la fin de l'été. On fait une visite de l'exploitation et on propose des ateliers participatifs. On invite toutes les AMAP en même temps, c'est sympa ! Tout le monde est bienvenu, on fait un repas convivial le midi, une auberge espagnole. Il y a des amapiens qui restent camper, ça crée des bons souvenirs. Et puis c'est important de voir où poussent les légumes, comment on travaille. C'est de l'immersion ! Qu'un amapien vienne au moins 1 fois sur l'exploitation, peut-être pas tous les ans, mais 1 fois de temps en temps, c'est bien. Ça leur permet de voir que c'est un métier, que c'est professionnel : on ne cultive pas sans prévoir, tout est programmé. On suit une partition qui a été établie plusieurs mois à l'avance, un calendrier pour pouvoir honorer les contrats en AMAP.

## Pourquoi la vente directe ?

J'ai toujours fait de la vente directe. J'ai découvert les AMAP quand je travaillais en tant qu'employé agricole et j'ai trouvé ce système vraiment génial ! Il y a le lien humain avec le consommateur, on sait pour qui on produit. Comme on part de la base, de la graine, on sait déjà pour qui on va la planter. On n'est pas dans l'expectative, à se demander s'il va y avoir de la

demande ou pas. Là, on sait pour quoi et pour qui on travaille. Et puis ça nous apporte de la sérénité : on sait que la partie de la production va trouver derrière un débouché. Autre élément très intéressant, c'est qu'on a de la flexibilité dans le contenu du panier : on fait des légumes de saison que l'on récolte au point de maturité, lorsqu'ils sont bons et pas parce qu'il y a de la demande à ce moment-là. On peut mettre en adéquation la maturité du produit avec le partage de la récolte : on met en quantité ce qui est mûr et on peut moduler, donc il y a moins de perte. Tout le monde s'y retrouve ! Aussi bien le consommateur, qui a de beaux paniers quand la récolte est bonne, que le producteur qui n'a quasiment pas de perte ! Alors que dans d'autres systèmes, c'est beaucoup plus rigide.

## Comment évoluent vos ventes depuis la crise sanitaire ?

Pendant la période COVID, il y a eu un gros boom dans les circuits courts. Cet élan s'est rapidement essoufflé et les ventes sont retombées même plus bas qu'avant. En AMAP, c'est resté stable puisqu'on fonctionne avec des contrats. Mais en moyenne, depuis 2020, pour notre part, les AMAP se sont développées. Il y a eu une petite baisse à la période du COVID, mais c'est reparti l'année d'après. Suite à la petite baisse, on en a parlé avec les amapiennes, on a communiqué, et les amapiennes ont vite retrouvé de nouveaux membres pour agrandir l'association. On est reparti à des niveaux mêmes supérieures que 2020 ! On n'a pas modifié nos circuits de commercialisation, mais on a plutôt développé les AMAP, ce qui était notre souhait de départ, depuis notre installation.

## Et vos prix ?

On établit nos prix en fonction de nos coûts de production, et après on fait un comparatif, on regarde si c'est en adéquation avec les prix qui se pratiquent dans le commerce, en magasins spécialisés, en grandes surfaces... Ce que je constate, c'est qu'on est à peu près dans la moyenne. On est en-dessous par rapport aux magasins spécialisés. Par rapport aux grandes surfaces, on est à peu près dans la moyenne par rapport aux prix en conventionnel mais en-dessous des prix du bio. On est moins cher qu'en grandes surfaces, c'est sûr !

Les coûts de production, c'est la base. S'ils sont trop élevés, il faut se remettre en question sur notre manière de produire. Par exemple les pommes de terre, on en faisait au début mais on n'avait pas de machine pour les récolter. Ça nous coûtait très cher, donc on a fait un investissement dans une machine pour arriver à des prix de vente plus attractifs.

Nous avons un peu augmenté nos prix car nous avons eu une augmentation générale des charges. Ça augmente toujours un peu chaque année, mais l'année dernière c'était plus fort, donc on a proposé une augmentation du prix du panier de 10 %. Les prix ont plus augmenté dans les circuits longs, les grandes surfaces, ce qui est logique : ils ont plus d'intermédiaires, plus de charges, il y a le transport, des frigos, plus de main d'œuvre... Alors qu'en circuit court, on récolte le légume au plus près, on n'a pas de frais de stockage et on est en direct. Nous ce qui a augmenté, comme tout le monde, ce sont les plants, le carburant, le matériel... mais ce n'est pas les charges les plus importantes. Ce qui coûte le plus cher, c'est la main d'œuvre. En équivalent temps-plein, on est 6 personnes : 7 à 8 personnes en saison pleine et 3 personnes en saison basse. Sur 3,5 hectares ! On génère beaucoup d'emplois, ce qui est le propre du maraîchage diversifié. On ne peut pas mécaniser beaucoup de cultures, on est obligé de travailler de cette façon et c'est très bien !

### *Quels sont les avantages pour vous de pratiquer ce mode de vente ?*

Nous avons une visibilité sur nos débouchés et de la flexibilité sur le contenu du panier. Nous pouvons faire des paniers cohérents, équilibrés. On veille à ce que les légumes du panier aillent ensemble, on fait un peu le menu des amapiennes. Par exemple, je voudrais mettre mon chou-rave la semaine prochaine, donc je vais essayer de mettre également des carottes pour pouvoir faire du coleslaw. Cela permet de faire des paniers diversifiés qui vont plaire au plus grand nombre ! Quand nous composons le panier, il y a bien 3 à 4 recettes qui peuvent être cuisinées. C'est créatif, nous n'apportons pas qu'un légume mais un petit truc en plus ! Et puis le lien avec le consommateur nous permet de nous remettre plus vite en question. Nous avons le retour tout de suite puisqu'il n'y a pas d'intermédiaire.

### *Et l'avenir ?*

Sur la ferme, le prochain investissement va servir à améliorer nos conditions de travail, pour se ménager au niveau physique, au niveau du dos. Ça passe par de l'équipement en manutention, un local plus adapté pour le transport et pour le nettoyage des légumes. Nous allons également investir pour le stockage et la récupération des eaux de pluie dans le cadre de la construction d'un nouveau bâtiment. On souhaiterait aussi installer des panneaux photovoltaïques en auto-consommation sur une petite surface, pour produire une partie de l'électricité dont on a besoin, pour être plus autonomes sur l'énergie. Et puis on réinvestit régulièrement sur du petit matériel, pour rendre toujours plus agréable notre métier.



### **Anny et Audrey**

Je m'appelle Anny, j'ai 71 ans, je suis retraitée et j'habite à Beauvais sud. Je suis amapienne, donc adhérente à l'AMAP Mon Bio Chou, depuis 7 ans. Je fais aussi mes courses au magasin de producteurs « Le producteur local » pour la viande et les produits laitiers, et à une petite supérette à Voisinlieu. Je vais aussi à la Vie Claire à Beauvais de temps en temps.

Je suis Audrey, j'ai 40 ans et j'habite à côté. Je suis membre de l'AMAP depuis 2020, depuis qu'elle a changé de lieu de livraison. Avant, c'était trop loin pour moi. Je complète mes courses dans d'autres magasins, comme Lidl qui est à côté de chez moi. Je complète également parfois avec des paniers livrés dans mon entreprise.

### *Pourquoi venez-vous ici ?*

Audrey : « Je viens ici pour avoir des produits locaux, bio et pour la proximité. Je me suis habituée à la qualité et au goût des légumes. Il me serait difficile de faire marche arrière. De plus, on s'attache aux gens de l'AMAP. Il y a beaucoup de gens du quartier, on se retrouve chaque semaine, c'est appréciable. Au moins, nous sommes sûrs d'avoir nos légumes pour la semaine ».

Anny : « Pour ma part, je viens surtout pour la santé, puis la qualité et le goût. Par exemple, je n'ai jamais mangé des épinards aussi bons qu'à l'AMAP. De plus, cela favorise les producteurs du coin, on profite des ressources qui nous entourent. C'est important de mettre en valeur le terroir, cela paraît assez logique. Il y a des liens qui se créent et une certaine solidarité. Les gens s'entraident, chacun participe. Moi je participe au nettoyage de la salle après la distribution, par exemple. Nous avons des légumes que nous n'aurions peut-être jamais achetés que nous avons découverts ou redécouverts grâce à l'AMAP.

De plus, nous sommes proches. Si c'était plus loin cela nous poserait un problème mais ici, nous pouvons en profiter pour faire d'autres courses ».

### *Comparez-vous les prix ?*

A l'AMAP, non. Il y a beaucoup de choses dans le panier. Il n'est pas nécessaire de regarder ailleurs. On fait avec ce que l'on a.

Il n'y a rien à dire sur le rapport qualité prix car la qualité est super.



Retrouvez l'AMAP Mon bio chou - Place de Marissel 60 000 Beauvais  
Mardi de 17h45 à 18h30  
[monbiochou@gmail.com](mailto:monbiochou@gmail.com) - [monbiochou.wordpress.com](http://monbiochou.wordpress.com)

Interview réalisée par Zoé Defente, réseau des AMAP Hauts de France



## Regards croisés : Jean-Hubert Tricart, agriculteur

### Jean-Louis et Jeanine, cliente de Haubourdin

#### La vision du producteur

Je suis Jean-Hubert Tricart, j'ai 58 ans et le suis installé avec mon frère Frédéric à Lécuse dans le Nord. Nous produisons de l'ail, de l'oignon et de l'échalote.

#### Comment commercialisez-vous vos produits ? Comment communiquez-vous ?

Nous commercialisons en vente directe sur différents lieux, à la ferme, sur des marchés hebdomadaires, des marchés fermiers et des magasins de producteurs.

Nous nous faisons connaître en participant à des marchés mais également via notre site web.

Nous avons également fait le choix il y a plusieurs années d'intégrer le réseau du CIVAM pour bénéficier de la force du collectif paysan, de la mise en valeur de nos savoir-faire et pour participer aux événements organisés par le réseau.

Nous faisons en sorte d'avoir toujours une présentation professionnelle et soignée de façon à garder la confiance de nos clients.

#### Pourquoi la vente directe ?

La ferme a toujours été en vente directe. Nos parents, nos grands-parents ont toujours vendu leurs produits directement aux consommateurs. Nous continuons car nous aimons cela : nous apprécions rencontrer les clients, les conseiller, échanger avec eux. Nous avons ainsi des retours directs de nos clients.

#### Quelle est l'évolution de votre activité ?

Depuis ces dernières années, nous avons constaté un pic en 2020 puis une baisse du nombre de clients et du panier moyen. Je pense que ces baisses sont dues à la concurrence des supermarchés : le client va au plus pratique et la plupart des clients venus vers nous pendant la période 'covid' sont repartis vers leurs habitudes d'avant.

De plus, en 2019/2020 nous avons eu beaucoup de jeunes dans notre clientèle, aujourd'hui, c'est clairement fini !

#### Quel est le positionnement de vos prix par rapport aux autres circuits de commercialisation ?

Je pense que les prix sont similaires, mais la qualité est différente !

Pour fixer mes prix, je suis les cours et je croise avec la concurrence et mon calcul des charges.

J'estime que c'est un vrai avantage pour moi de pouvoir fixer mes prix.

Depuis 2023, j'ai ainsi fait évoluer légèrement mes prix d'environ 0.50 € par Kg en raison de l'augmentation de mes charges (carburant, emballages). En moyenne, j'estime cette augmentation entre 10 et 20 % et + de 20 % pour certains postes.

#### Pour vous quels sont les avantages pour un client d'acheter directement auprès des producteurs ?

Il y a deux avantages principaux :

- Le client sait ce qu'il achète, d'où ça vient et nous le conseillons
- Les prix sont toujours avantageux pour lui.

#### Et l'avenir ?\*

Les derniers marchés organisés par le CIVAM sont encourageants. De plus, nous faisons des travaux d'aménagement pour réduire la pénibilité sur la ferme – Nous vieillissons !

Nous n'avons pas d'enfants et n'avons aucune perspective de reprise pour le moment.



#### La vision des consommateurs

Nous sommes Jean-Louis et Jeanine de Haubourdin et sommes retraités.

Nous faisons les marchés organisés par le CIVAM depuis le début (2001). Nous y allons globalement 3 ou 4 fois par an.

Nous faisons également nos courses à la ferme à Haubourdin, au magasin de producteurs 'Com' à la ferme et sur les marchés hebdomadaires.

#### Qu'est-ce qui vous motive à venir sur ce genre de marchés ?

Aujourd'hui, c'est la proximité. Un marché à Haubourdin, nous ne pouvions pas rater cela. De plus, nous ne trouvons certains produits que sur ce type d'événements.

Nous pensons que le rapport qualité-prix est excellent. De plus la proximité est un vrai avantage au regard des frais de déplacement. Ici, nous pouvons venir à pieds.

#### Avez-vous modifié vos achats récemment ?

Oui, nous achetons moins de viande. Nos achats ont également changé par conviction écologique et pour la santé (viande, alcool, ...).

#### En résumé, quels sont les avantages pour le consommateur d'acheter directement au producteur ?

Pour nous, l'important est de voir le producteur et de pouvoir discuter avec lui, mais aussi de pouvoir mettre en œuvre nos convictions écologiques. Enfin, la qualité des produits est essentielle, ils sont bons !



Jean-Hubert Tricart – 06 45 73 62 85 / tricart.frederic@orange.fr

Interview réalisée par Sophie Wauquier du réseau CIVAM sur le marché organisé par le tiers lieu Le Ceanothe à Haubourdin.

# Regards croisés : **Elie Caruyer, maraichère** **et Blandine, cliente**



## La vision du producteur

Je suis Elie Caruyer, j'ai 33 ans et je suis maraicher diversifié à Douai dans le Nord. J'ai repris le domaine de 4 ha de mes parents en 2016.

### *Comment commercialisez-vous vos produits ?*

Nous vendons nos produits à la ferme, sur des marchés hebdomadaires et sur des marchés fermiers. Tout en direct aux consommateurs.

Nous arrivons à nous faire connaître surtout par le bouche à oreille, mais aussi par les marchés du CIVAM et par la communication de l'agglomération du douaisis.

Nous pérennisons notre clientèle en tenant un niveau de qualité parfait des produits ! Nous nous attachons également à être assidus sur les marchés.

Nous essayons d'avoir une large gamme diversifiée. Sur le marché de Douai, nous faisons également de l'achat revente pour rendre service à nos clients.

### *Pourquoi la vente directe ?*

La ferme a toujours été en vente directe avant notre reprise dans le cadre familial. C'était inenvisageable de poursuivre autrement.

De plus, j'aime ça. J'aime rencontrer les clients, leur parler de mon métier, des produits, ...

### *Quelle est l'évolution de votre activité ?*

Il y a des hausses et des baisses, c'est assez hétérogène selon les périodes de l'année, mais je ne constate pas de gros changements. Il y a cependant plus de jeunes.

Nous constatons une baisse de la demande de légumes anciens qui avaient le vent en poupe à un moment.

Cependant, nous observons une baisse du panier moyen.

Nous constatons également une émergence de concurrence et en particulier de produits bio.

Nous avons de nouveaux débouchés avec les paniers étudiants qui sont apparus en 2021 et 2022.

### *Quel est le positionnement de vos prix par rapport aux autres circuits de commercialisation ?*

Je ne sais pas vraiment, je ne vais pas en grandes surfaces. A priori, selon mes observations, je suis bien placée.

Pour fixer mes prix, au début je me suis basée sur les prix de mes parents, et maintenant, je suis la mercuriale de 'Bio en Hauts de France'.

Dans tous les cas, c'est un vrai avantage pour moi de fixer mes prix. Je me sens libre.

J'ai ainsi augmenté légèrement mes prix pour suivre l'évolution des charges.

### *Pour vous quels sont les avantages pour un client d'acheter directement auprès des producteurs ?*

Pour moi, cela présente les avantages suivants : fraîcheur des produits, confiance, explications / conseils et prix.

### *Et l'avenir ?*

J'ai quelques inquiétudes pour la saison à venir, j'espère des hausses des ventes.

Pour la partie matérielle, j'aurais besoin d'une chambre froide mais je n'en ai pas les moyens.



## La vision des consommateurs

Je m'appelle Blandine, je suis de Douai et j'ai 46 ans.

### *Qu'est-ce qui vous motive à venir sur ce genre de marchés ?*

Je participe régulièrement aux marchés organisés par le CIVAM à Raches et Rieulay. Je viens quand je peux.

En dehors de ces marchés, je fais mes courses au supermarché et sur des marchés fermiers.

Ma motivation pour venir sur ces marchés est liée aux produits que je peux y trouver et aux prix.

Je ne compare pas les prix, mais j'ai un budget et je m'y tiens. Je trouve que le rapport qualité prix est très bon. Ce n'est clairement pas la même qualité qu'en supermarché et ce n'est pas beaucoup plus cher.

### *Avez-vous modifié vos achats récemment ?*

Oui, j'achète moins de viande en raison du prix, et de l'amour des animaux. Au supermarché, je choisis désormais les marques 'distributeurs'.

### *En résumé, quels sont les avantages pour le consommateur d'acheter directement au producteur ?*

Pour moi, les avantages de faire mes courses ici sont essentiellement liés à la qualité des produits et au fait de voir le producteur ce qui me permet de lui poser des questions sur sa production et d'avoir un contact.



Elie Caruyer – 06 49 23 64 14 - [caruyer.elie@gmail.com](mailto:caruyer.elie@gmail.com)

Interview réalisée par du Sophie Wauquier du réseau du CIVAM.

# Témoignage : **Séverine Foulon**, éleveuse de chèvres Missy les Pierrepont dans l'Aisne



## La vision du producteur

Il y a deux ans à la suite d'une reconversion professionnelle, j'ai eu envie de travailler et de vivre différemment. J'ai donc pris la décision de m'installer. Je transforme la totalité de mon lait en différents produits : fromages, tommes, yaourts, glaces, savons....

## Comment commercialisez-vous vos produits ?

Je commercialise en vente directe avec un magasin à la ferme qui est ouvert 2 fois par semaine. Je fais également des marchés. Je vends aussi à quelques restaurateurs, boucheries, distributeurs automatiques et prochainement aux collectivités. Au début de mon activité et pour me faire connaître, j'ai mis des flyers dans ma commune et aux alentours. J'ai eu un article dans l'Union et créé une page Facebook. J'ai aussi rejoint le réseau Bienvenue à la Ferme.

Aujourd'hui, je tiens à jour ma page Facebook, et j'ai installé un panneau d'affichage visible du bord de route.

## Pourquoi la vente directe ?

La vente directe m'a paru comme une évidence, car ma production fait que c'est mon principal débouché. De plus je voulais garder le contact avec les gens. Je trouve cela important de pouvoir échanger, expliquer, faire comprendre le métier d'agricultrice auprès des consommateurs. En général, ils apprécient d'avoir ce contact direct. Ils savent d'où viennent les produits, une relation de confiance s'installe.

## Quelle est l'évolution de votre activité ?

J'ai commencé mon activité seulement depuis deux ans, et en une année je remarque déjà une hausse significative de mes ventes. J'ai quasiment doublé les ventes et j'espère continuer dans ce sens. Cette évolution peut s'expliquer par la nouveauté, il y a peu de concurrents aux alentours, et ma gamme de produits est très large. Cette année il y a eu deux nouveautés, les glaces et les savons, tous les deux fabriqués localement. À l'avenir, je souhaite développer mes ventes aux collectivités et dans d'autres petits commerces.

## Quel est le positionnement de vos prix par rapport aux autres circuits de commercialisation ?

Je ne connais pas vraiment les prix en grandes surfaces, mais selon moi, je pense être dans la moyenne.

En ce qui concerne la fixation du prix, c'est une étape importante et à ne pas louper ! Je me positionne par rapport aux autres collègues. En effet, je suis en contact régulièrement avec l'un d'entre eux. Et je trouve cela très important de pouvoir échanger en toute transparence sur l'aspect financier.

Au vu du contexte, mes charges ont fortement évolué, c'est une réalité. Pour autant, je ne compte pas augmenter mes prix. De plus, la production de lait s'interrompt pendant 3 mois. Quand je reviens sur les marchés, j'ai toujours une crainte que les clients ne soient pas au rendez-vous et constatent une augmentation, pour l'instant ce n'est pas le cas. Je reste cependant réaliste, si mes charges continuent d'augmenter, je serais contrainte de faire évoluer mes prix.

## Pour vous quels sont les avantages pour un client d'acheter directement auprès des producteurs ?

Il me semble qu'il y a 3 avantages principaux :

- Manger des produits locaux et de qualité
- Avoir un contact direct avec le producteur
- Garder du lien auprès de nous, les producteurs .

## Et l'avenir ?

Concernant la suite, je souhaite développer mes ventes dans d'autres circuits de commercialisation. Prendre le temps de me faire mieux connaître. On sous-estime cet aspect, mais une bonne communication, ça prend du temps !



Séverine Foulon – 06 89 54 02 10 / [lachevrine@gmail.com](mailto:lachevrine@gmail.com)

Interview réalisée par Clémence Jacquet, Chambre d'agriculture de l'Aisne





# Témoignage : **Mathilde DEGRENDEL**, maraichère

## La cueillette de Cappy, dans la Somme



### *Quels sont vos différents lieux de vente (magasin, marché, amap, drive, ...) ?*

Ils sont multiples et variés : Magasin à la ferme, Cueillette à la ferme, distributeur automatique à Cappy, sur Paris par des markets places, un magasin de producteurs, la restauration Hors Domicile (Collèges, lycées, restaurants).

### *Quelles sont les modalités de votre participation à la vente dans le cas particulièrement d'une vente en collectif ? Comment vous faites-vous connaître ? Quelles actions mettez-vous en place pour pérenniser votre clientèle ?*

Je fais partie d'un collectif de producteurs qui possède un magasin : « Esprit fermier » à Amiens : nous livrons deux fois par semaine le magasin et nous effectuons des permanences en fonction des ventes.

Pour faire accroître notre visibilité nous réalisons de la communication en interne sur les réseaux sociaux et dans le magasin.

Afin de pérenniser notre clientèle pour notre magasin à la ferme nous avons mis en place les points suivants :

- Point fidélité,
- Communication sur les réseaux sociaux,
- Animations,
- Promotions.

### *Pourquoi avez-vous commencé la vente directe ? Quelles étaient vos motivations ?*

J'ai commencé la vente directe car je souhaitais aller du début de la production jusqu'au consommateur final pour connaître son retour et son avis.

### *Pourquoi continuez-vous ?*

Malgré les conditions économiques difficiles, c'est une activité passionnante, culturelle et qui permet une relation avec les clients.

### *Quels avantages y trouvez-vous ?*

J'y trouve des contacts avec les clients, la possibilité de pouvoir fixer mes prix en fonction de mon coût de revient et de pouvoir gérer ma rentabilité.

### *Comment définiriez-vous l'évolution de vos ventes depuis 2020 ? Par rapport à 2019 (avant COVID) ?*

En 2019, les ventes étaient en évolution ce qui permettait de couvrir les charges et d'avoir des salariés.

Lors de la crise du Covid, les ventes ont explosé mais les clients dit « exceptionnels » ne sont pas restés. De plus, beaucoup d'agriculteurs ont décidé de se diversifier pendant cette période. Ces diverses raisons ont fait baisser le chiffre d'affaires par rapport à 2019.

### *A votre avis qu'est ce qui explique cette évolution ?*

Il me semble qu'il y a plusieurs explications :

- L'augmentation des producteurs vendeurs : une opportunité de se développer pour se lancer
- L'évolution du nombre de clients mais qui n'a pas suivi par rapport à l'évolution producteurs
- La part de l'alimentation qui diminue dans le budget des familles et certains produits avec des coûts plus élevés.

### *Votre clientèle a elle évoluée depuis 2019 ?*

Ma Clientèle est stable en nombre mais certains sont fidèles et d'autres sont volatiles.

### *Avez-vous des demandes particulières, différentes de la part de vos clients ?*

Nous pouvons avoir des demandes pour la production de nouveaux produits mais il faut être prudent car parfois ils n'achètent pas la production demandée.

### *Avez-vous fait évoluer votre stratégie commerciale depuis 2 ans ? Avez-vous modifié vos circuits de commercialisation ?*

Certains modes de commercialisation ont évolué car quelques-uns des magasins avec lesquels je travaillais ont fermé. Des nouveaux canaux de ventes ont été testés. Par ailleurs nous observons une diminution des distributeurs automatiques en raison du vandalisme et des frais de réparation élevés.

### *Connaissez-vous le positionnement de vos prix par rapport aux autres circuits commerciaux ?*

Cela dépend des produits car ils sont fixés en fonction des techniques culturales mises en place pour leur production, comme le ramassage des oignons.

Par exemple, nous sommes bien positionnés pour les pommes de terre.

Les comparaisons des prix sont faites par rapport à des produits français sur les autres circuits.

Nous nous positionnons vis à vis de notre coût de production et des prix présents sur le marché.

Nous décidons du prix auquel nous souhaitons vendre mais si la vente ne se réalise pas, la conséquence est pour l'agriculteur. Il ne faut pas oublier qu'il y a des grosses charges de personnel en vente directe. »

### *Avez-vous fait évoluer vos prix récemment ?*

Nous avons fait évoluer nos prix en 2023, ils ont augmenté en raison de l'augmentation des charges (main d'œuvre, matériaux de production comme le paillage bio dégradable, l'énergie) Néanmoins, même si les prix ont augmenté, certains acheteurs notamment ceux de la région parisienne négocient à la baisse.

### *Pour vous, quels sont les avantages de la vente directe ?*

La vente directe permet de savoir d'où vient le produit, discuter avec le producteur (travail, comment le produit est réalisé), trouver les produits en accord avec ces valeurs, échanger et avoir des conseils du producteur qui permet de tester de nouveaux produits. »

### *Et l'avenir ?*

Nous travaillons actuellement pour préparer la saison prochaine : en sélectionnant les produits qui vont être plantés ainsi qu'en calculant les coûts de revient pour être cohérent dès la prochaine saison. Nous allons augmenter les démarches commerciales pour développer notre clientèle.

Nous avons des projets d'installation de machine pour la production mais aussi de réorganiser et d'aménager des postes de travail pour que cela soit moins physique, plus optimisé et plus rapide.



Mathilde Degrendel – 06 75 73 15 53 / [lacueilletedecappy@orange.fr](mailto:lacueilletedecappy@orange.fr)

Interview réalisé par Pauline Varet de la Chambre d'agriculture de la Somme.

# Témoignage : **Benoît Van Maele**, producteur de céréales et de fraises à Homblières dans l'Aisne

## La vision du producteur

Je suis Benoît Van Maele, 38 ans, installé depuis 6 ans sur l'exploitation familiale en polyculture, situé à Homblières dans l'Aisne. Je cultive des céréales, mais aussi des fraises de pleine terre et quelques légumes. Depuis 3 ans, nous avons installé un distributeur automatique de produits locaux.

## Comment commercialisez-vous vos produits ?

Mon principal lieu de vente est le distributeur automatique situé sur l'exploitation. De plus nous avons mis en place en 2021, un atelier fraises avec de la cueillette.

Pour la communication, au début de mon activité, des flyers ont été distribués dans ma commune et aux alentours ; un article est paru dans l'Union et création d'une page Facebook. Un panneau d'affichage visible de la route a été installé.

Pour pérenniser la clientèle, j'essaie d'avoir un maximum de diversité dans les produits. Et surtout d'avoir des produits de qualité !

## Pourquoi la vente directe ?

J'ai commencé la vente directe pour répondre à une demande de la population et pour valoriser l'un de mes bâtiments. Puis la rencontre avec mon fournisseur et les échanges avec les collègues, m'ont conforté dans mon projet.

Au début, je proposais essentiellement des produits locaux d'autres producteurs. Et c'est par opportunité que j'ai commencé à cultiver des légumes et des fraises. Sans le distributeur, je ne me serais peut-être jamais lancé.

J'aime aussi échanger avec les clients, je trouve important de pouvoir expliquer et faire comprendre l'importance de notre métier.

## Quelle est l'évolution de votre activité ?

Depuis l'installation du distributeur, il y a 3 ans, les ventes ne cessent d'augmenter. Quand les clients viennent chez nous, ils savent qu'ils vont trouver des produits locaux de qualité et variés à un prix juste.

En termes de demande des clients, la gamme des produits est très large, on y trouve des produits laitiers, de la viande, des légumes...

## Quel est le positionnement de vos prix par rapport aux autres circuits de commercialisation ?

Sur certains produits, notamment la viande, nous sommes un peu plus chers qu'en grande surface. Mais la qualité n'est pas la même. Par exemple, nous proposons des poulets fermiers : le goût est totalement différent entre un poulet élevé en plein air, à croissance lente plutôt qu'un poulet élevé en bâtiment.

Pour la construction du prix, une grande partie de nos produits est en achat/revente et nous prenons une légère marge dessus. À l'heure actuelle, avec les charges qui augmentent fortement, nous avons été contraints d'augmenter légèrement nos prix sur certains produits. Les clients l'ont très bien compris.

## Pour vous quels sont les avantages pour un client d'acheter directement auprès des producteurs ?

Il me semble qu'il y a 4 avantages principaux :

- Produits locaux et de qualité
- Création d'un lien avec le client
- Le goût
- L'authenticité des produits et la traçabilité.



## Et l'avenir ?

Concernant l'avenir, avec le développement des légumes et des fraises, j'ai pour projet d'agrandir le magasin.



**Benoît Van Maele** – 06 45 28 10 49 / [benoitvanmaele@yahoo.fr](mailto:benoitvanmaele@yahoo.fr)

Interview réalisée par Clémence Jacquet, Chambre d'agriculture de l'Aisne

**Le Point Info Diversification (ou PID) a vocation à être le guichet unique de la diversification dans les Hauts-de-France.** Il est porté et animé par les Chambres d'agriculture des Hauts-de-France, avec le soutien financier et en co-animation avec la Région Hauts-de-France.

Périmètre

Le PID traite de la diversification au sens défini dans le cadre du Plan Activ'Ta Diversification (en mai 2018, la Région Hauts de France a voté le « Plan Activ'Ta Div » visant à mobiliser les structures d'accompagnement à la diversification agricole autour d'un objectif commun : celui de la DIVERSIFICATION), à savoir :



**P•INT INFO  
DIVERSIFICATI  
Hauts-de-France**

- PRODUIRE
- TRANSFORMER
- VENDRE
- ACCUEILLIR

- **PRODUIRE** : mise en place d'activités de production nouvelle ou à développer à l'échelle régionale (miel, ovins/caprins, houblon, arboriculture, produits sous SIQO...)
- **TRANSFORMER** en produits fermiers : produits laitiers, produits carnés, produits d'épicerie...
- **VENDRE** en circuits courts : point de vente à la ferme, e-commerce, distributeur automatique, marché...
- **ACCUEILLIR** : développement d'activités d'accueil et de services valorisant les ressources de l'exploitation (produits, savoir-faire, main d'œuvre, patrimoine bâti, paysages) : agritourisme, loisirs, accueil scolaire, accueil social, services...

Le PID est ouvert à tous les porteurs de projet en questionnement sur les thématiques listées ci-dessus.

#### Missions

- **ACCUEILLIR** : le PID est la porte d'entrée des agriculteurs ou futurs installés ayant un projet de diversification, quels que soient la nature et le stade du projet
- **INFORMER** : le PID informe le porteur de projet de l'offre d'accompagnement individuel et collectif et sur les aides financières existantes en région ; il répond à ses premières interrogations
- **ORIENTER** : après avoir cerné ses besoins, le PID oriente le porteur de projet vers la ou les structures en capacité de l'accompagner, en s'appuyant sur l'annuaire des ressources.

Les structures fondatrices de ce Point Info Diversification partenarial sont les organismes d'accompagnement à la diversification soutenus par la Région ;

- les Chambres d'agriculture des Hauts-de-France, co-animatrices du dispositif aux côtés de la Région Hauts-de-France
- Accueil Paysan Hauts-de-France
- le réseau des AMAP Hauts-de-France (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne)
- l'ARVD (Association Régionale des Vendeurs Directs de produits laitiers)
- le Campus Vert
- le CIVAM (Centre d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural)
- la FRCUMA (Fédération Régionale des Coopératives d'Utilisation de Matériel Agricole)
- le Savoir Vert des Agriculteurs (Association régionale de fermes pédagogiques).

#### Les valeurs partagées par les partenaires du Point Info Diversification

- **Interconnaissance** : les partenaires connaissent leurs périmètres et missions respectifs et en parlent lorsqu'ils présentent le Point Info Diversification à des porteurs de projet
- **Transparence** : les partenaires s'informent mutuellement des actions qu'ils conduisent dans le cadre du Point Info Diversification et de la communication mise en œuvre
- **Respect** : les partenaires ne s'autorisent aucun propos malveillant au sujet des uns et des autres
- **Ouverture** : les partenaires sont ouverts à ce que le groupe de travail s'étoffe à d'autres structures ou filières en mesure d'accompagner des projets en diversification
- **Caractère évolutif du projet** : les partenaires s'autorisent à réviser leurs procédures si nécessaires.

Le PID est adossé à un site Internet animé et maintenu par les Chambres d'agriculture des Hauts de France :

[hdf.diversificationagricole.fr](http://hdf.diversificationagricole.fr)

Le site contient l'ensemble des informations relatives à la diversification et à l'offre d'accompagnement, individuel ou collectif :

- Les contacts du PID dans chacun des départements
- L'offre d'accompagnement, individuelle comme collective, de chacun des partenaires
- Les actualités : informations réglementaires, dispositifs de soutien aux investissements, événements, etc.
- Les formations et événements (rendez-vous pro, manifestations...) organisés par les partenaires
- Les différentes facettes de la diversification ainsi que les opportunités économiques
- Des références sur les activités de diversification.

Pour garantir ces missions et fournir des informations les plus pertinentes et actualisées possibles, le PID référence et s'appuie sur tous les organismes d'accompagnement susceptibles d'apporter leur expertise aux porteurs de projet en diversification en région Hauts-de-France ou au niveau national.



**PRODUIRE**



**TRANSFORMER**



**VENDRE**



**ACCUEILLIR**

Crédits photos :

p4, 16 & 18 : Chambre agriculture Aisne , p5 : H. Dewalle et AMAP Hauts-de-France , p6 : B. Van Maele, p13 : AMAP Hauts-de-France

Contacts presse :

• Chambres d'agriculture Hauts de France :  
Camille NIAY – 03 23 22 50 66 – [camille.niay@aisne.chambagri.fr](mailto:camille.niay@aisne.chambagri.fr)

• Région Hauts de France :  
Laurane BECQUERELLE – 03 74 27 49 04 – [laurane.becquerelle@hautsdefrance.fr](mailto:laurane.becquerelle@hautsdefrance.fr)

