

Synthèse du rapport d'enquête auprès des placiers et producteurs de Bourgogne Franche-Comté

CERD

Centre d'Etude
et de Ressources
sur la Diversification

Rapport d'enquête détaillé disponible auprès du CERD : <https://www.centre-diversification.fr/>



Les marchés de Bourgogne Franche-Comté : lieux majeurs de valorisation des produits de qualité issus de l'agriculture locale

- 88 % des marchés ayant participé à l'enquête accueillent des agriculteurs, qui représentent en général 20 à 50 % des exposants
- 71 % des agriculteurs commercialisant leurs productions en circuits courts et ayant participé à l'enquête, participent à des marchés de plein vent



Une diversité des marchés mais des caractéristiques communes

- Variations en taille (de 1 à 280 exposants), en localisation (communes de 115 à 45 000 habitants), en ancienneté (de 0 à 600 ans), en structure (couverts, semi-couverts, non couverts),
- En commun : régularité toute l'année, fréquence hebdomadaire, le matin en fin de semaine, offre diversifiée.



Une évolution des marchés portée par les attentes sociétales pour une alimentation de qualité et de proximité

- Les marchés récents accueillent plus d'agriculteurs que les marchés anciens : médiane de 4 ans pour les marchés composés à plus de 50% d'agriculteurs, contre 30 ans pour ceux composés de moins de 50% d'agriculteurs.
- 49 % des marchés enquêtés ont moins de 15 ans : politique récente de redynamisation des territoires ruraux.
- Les marchés identifient plutôt bien les agriculteurs locaux : 60% placiers considèrent que les agriculteurs sont bien identifiés en tant que tels sur les marchés. Parallèlement 82% des agriculteurs se considèrent bien identifiés.
- Tendance récente au développement des marchés de producteurs, qui répondent à une demande croissante des consommateurs pour une alimentation locale, de qualité et en circuit court.



Un lieu de commerce mais avant tout de lien social et un potentiel propice à des actions collectives

Pour les agriculteurs en circuits courts comme pour les placiers, le marché est perçu comme un lieu d'échanges, de convivialité, de déploiement d'actions collectives en lien avec l'alimentation, la lutte contre le gaspillage... au-delà de ses seules dimensions commerciales



Des volontés convergentes pour placiers et agriculteurs

- 67 % des placiers souhaitent accueillir davantage d'agriculteurs
- La moitié des agriculteurs veulent développer leurs ventes sur les marchés
- Tous appellent à améliorer la communication pour équilibrer offre et demande
- Un potentiel de meilleure valorisation du métier d'agriculteur à exploiter.



Des obstacles au développement des marchés

- Contraintes logistiques pour les agriculteurs (temps, fatigue, rentabilité), manque de coordination/mutualisation entre eux
- Concurrence perçue comme déloyale entre agriculteurs et revendeurs
- Difficultés des placiers à recruter et fidéliser les agriculteurs dans ce contexte
- Une clientèle vieillissante et difficile à renouveler
- Manque de soutien des collectivités, malgré leur gestion majoritaire des marchés (80 %).



Des attentes très fortes de la part des placiers et agriculteurs à l'endroit des collectivités

- Des moyens humains et financiers : soutien à l'installation d'équipements de base (eau, abris, stationnement, électricité), communication renforcée dédiée aux marchés
- Un rôle actif dans l'organisation : implication dans le fonctionnement des marchés, la proposition d'animation, organisation d'événements
- Organisation de commissions : concertation entre placiers, collectivités agriculteurs et autres acteurs concernés pour répondre aux attentes de chacun et s'adapter à la demande des consommateurs.

L'importance d'un outil de connaissance mutuelle entre les marchés et les agriculteurs commercialisant en circuits courts



L'observatoire dynamique des circuits courts sur les marchés de plein vent répond en partie à cette demande :

- Cartographie des marchés de plein vent et recueil de leurs caractéristiques clés (fréquence, équipements...)
- Etat des lieux de l'offre et évaluations des besoins pour répondre à la demande (familles de produits présentes/manquantes, places disponibles/marchés saturés),
- Rôle des collectivités dans le développement de l'outil : engagement à promouvoir l'outil auprès des acteurs du territoire et encourager son alimentation et mise à jour régulièrement.

Objectif final : que les différents acteurs s'approprient l'observatoire comme un outil stratégique pour identifier les opportunités de création ou de rééquilibrage des marchés, pour continuer à développer les ventes en circuits courts et favoriser une alimentation locale et de qualité.