

Valoriser sur les marchés la production locale, les labels et les bonnes pratiques



Porteur(s) de l'action : Chambre d'agriculture

Partenaire(s) associé(s) : DAAF ; ARIFEL ; GAB ; Conseil départemental ; Organisation de Producteurs (OP) ; producteurs indépendants ; UFC que choisir ; CIRE OI ; AREC ; QUALITROPIC ; IREPS ; SEM marché de gros ; marchés forains

Territoire concerné : La Réunion

Public(s) concerné(s) : consommateurs sur les marchés de fruits et légumes de La Réunion

Lien(s) avec le PNSE 3 : sans objet

Plans ou démarches existantes en lien avec la thématique : PRAAD (Développement agriculture locale) / Ecophyto II

Objectif et finalité

Objectif stratégique : améliorer la connaissance et prévenir les risques liés à l'alimentation.

Objectifs transversaux :

- protéger la santé des nouvelles générations,
- agir sur les risques émergents, notamment ceux liés à l'utilisation de pesticides,
- promouvoir les dynamiques territoriales en partenariat avec les collectivités locales.

Objectif opérationnel : Agir sur les producteurs, en particulier ceux n'ayant pas adhéré à une organisation de producteurs.

Contexte, État des lieux, Enjeux

Près de 80% des exploitants agricoles réunionnais ne sont pas adhérents à une organisation professionnelle : la profession est plutôt indépendante. Les pouvoirs publics doivent tenir compte de ce contexte socio-économique ayant pour conséquence le manque de structuration et de formation des professionnels. La majorité des producteurs est donc plus difficile à sensibiliser en dehors des structures qui drainent et centralisent les efforts de la puissance publique. Les structures organisées bénéficient des aides et du soutien, tandis que les exploitants indépendants ont du mal à valoriser leurs bonnes pratiques.

Le fonctionnement actuel du marché de gros ne facilite pas la traçabilité des produits (origine, label...).

Il y a encore un manque de transparence et un déficit d'information sur les marchés (marché de gros et marchés forains). Les produits provenant de producteurs mettant en œuvre de bonnes pratiques et/ou labellisés ne sont pas valorisés auprès des consommateurs sur les marchés.

Le bilan du plan Ecophyto1 a mis en avant la difficulté de valorisation des démarches positives des agriculteurs et de mesurer l'impact sur le consommateur.

Description de l'action

Cette action a pour but de valoriser les producteurs engagés dans des démarches d'amélioration (bonnes pratiques, labellisation, signes de qualité, mentions valorisantes...), incluant ceux qui ne sont pas adhérents aux organisations de producteurs. Elle s'inscrit dans

une démarche de transparence vis-à-vis des consommateurs afin de leur permettre de faire des achats responsables et d'identifier facilement les produits sains et écologiques (produits locaux et de saison, certification environnementale, agriculture biologique, agro-écologie...).

Calendrier et étapes de mise en œuvre

Durée de l'action : tout au long du PRSE3.

Étapes de mise en œuvre :

Action	Descriptif de l'action
1	Constituer des groupes de progrès sur les bonnes pratiques agricoles auprès d'un groupe de producteurs du marché de gros de Saint-Pierre
2	Travailler avec le marché de gros sur son fonctionnement et en particulier sur la traçabilité des produits, dans un souci de transparence et d'information des consommateurs
3	Rédiger des fiches produits sur les fruits et les légumes de la Réunion et les mettre en ligne sur le site internet de la chambre d'agriculture
4	Définir et valider une charte d'affichage (date de récolte, calibrage, etc.)
5	Mettre en place un affichage à l'entrée des marchés
6	Réaliser des journées de sensibilisation auprès des consommateurs sur les marchés, sur les bienfaits des fruits et légumes locaux, fournir des idées de recettes, des informations sur la saisonnalité des fruits et des légumes de La Réunion
7	Mettre en place des actions de sensibilisation et d'animation auprès des producteurs sur la traçabilité des fruits et légumes (cahier de récolte, bon de commande, facturation)
8	Mettre en place une charte « fruits et légumes » qui deviendra un label
9	Évaluer l'impact du dispositif sur l'acte d'achat auprès des consommateurs (enquête)

Moyens

Budget prévisionnel :

- de 80 à 100 k€/an

Financement : Fonds européens via le département (FEADER)

Moyens humains	Moyens techniques
Chargé de mission à la chambre d'agriculture	Outils de communication

Indicateurs

Objectifs visés :

- Permettre la transparence et la traçabilité sur les produits vendus sur les marchés ;
- Améliorer la visibilité des mesures agro-environnementales et des bonnes pratiques agricoles au-delà du cadre réglementaire ;
- Améliorer l'accompagnement sur le long terme des professions agricoles ;
- Disposer d'une bonne traçabilité des 80% de producteurs qui ne sont pas dans (produits locaux et de saison, certification environnementale, agriculture biologique, agro-écologie...).

Indicateurs de réalisation	Indicateurs de résultats
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nombre de marchés engagés dans la démarche ✓ Nombre de vendeurs/revendeurs engagés ✓ nombre d'agriculteurs conseillés ou sensibilisés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Evolution du taux d'affichage ✓ Impact du dispositif sur l'acte d'achat