



# PNR Avesnois : structurer et animer des réseaux de producteurs

---

Mis à jour le 19 décembre 2017

Enregistrer dans mes initiatives

Promouvoir les producteurs ou les commerces qui produisent ou vendent des produits de l'Avesnois est l'objectif majeur de l'action du PNR en faveur des circuits alimentaires de proximité. Communiquer sur l'offre existante, structurer des réseaux de producteurs et les animer constituent le socle de ses actions. Le Parc a ainsi fait le choix de partir des initiatives existantes localement. Les initiatives privées sont indispensables, elles doivent rester les seules à décider de la commercialisation des produits. Le rôle du Parc est d'appuyer ces démarches individuelles et de valoriser les produits locaux, de partir d'initiatives « micro-locales » pour créer des dynamiques collectives et élargir le réseau ensemble. La diversification de l'agriculture locale est depuis longtemps un objectif important pour le Parc Naturel Régional (PNR) de l'Avesnois. Les premières réflexions sur les circuits courts en agriculture sont apparues dès la période de préfiguration du Parc dans les années 1990. Le PNR était alors conscient du potentiel que représentaient les actions de vente directe ou de valorisation des produits du terroir. Un objectif devint prioritaire : valoriser la ressource locale en minimisant les intermédiaires et rendre visibles les actions de production et commercialisation des produits locaux.

Dès les années 1990, le PNR Avesnois a fait le choix d'accompagner une association de producteurs : l'Association des Producteurs Fermiers et Artisans de l'Avesnois (APFAA). L'APFAA avait pour vocation de promouvoir les produits en vente directe de son réseau de producteurs et d'organiser des événements tels que des journées portes ouvertes, mais aussi des marchés locaux. Pour accompagner l'APFAA, le Parc édite par exemple des plaquettes sur l'offre de produits et s'est attaché à organiser les premiers marchés de produits de terroirs. Il a également mis en place un événement, la « *Fête du lait* », qui est devenu aujourd'hui un temps fort important du partenariat entre le PNR, les membres de l'association et les producteurs du Nord-Pas de Calais.

## La vente directe déjà dynamique et riche de potentiels

A partir des années 2000, les agents du Parc Naturel Régional de l'Avesnois constatent la réussite des producteurs qui pratiquent la vente directe à la ferme. Le PNR apporte son concours aux producteurs pour bâtir une image commune à leurs productions et améliorer leurs conditions de vente. Un concours de produits de terroirs est ainsi organisé en parallèle à la « Fête du lait ». Au-delà du concours, le jury évalue la qualité à la fois des produits et du point de vente et apporte ses conseils aux producteurs.

Depuis 2003, une commission agriculture composée des élus du territoire, professionnels agricoles, représentants des structures agricoles et représentants de producteurs, se réunit annuellement. D'autre part, une deuxième commission « *développement économique* » traite des circuits alimentaires de proximité, et notamment des « *Boutiques de l'Avesnois* ». Ces commissions qui valident les choix stratégiques pour le développement des circuits courts dans l'Avesnois suscitent la réflexion, participent à l'échange d'expériences et permettent d'interpeller les élus. Elles ont pour objet de valider des propositions mais ne sont pas réellement source de proposition.

Les deux commissions s'articulent avec des comités de pilotage formés autour des projets. Le développement de l'agriculture biologique fait l'objet d'une organisation qui réunit le PNR, le Gabnor, A Pro Bio, la Chambre d'Agriculture, l'Agence de l'Eau, le Conseil Général du Nord et le Conseil Régional.

## Rendre les produits locaux visibles et attractifs grâce au réseau des « Boutiques de l'Avesnois »

A partir de 2003 ou 2004, le Parc a accompagné la mise en place d'un réseau appelé « *les Boutiques de l'Avesnois* ». L'enjeu est de réunir de bonnes conditions de travail et de commercialisation, soit de structurer la commercialisation des produits locaux et de contribuer à une meilleure reconnaissance de la qualité des produits. Faisant appel à une marque Parc, cette stratégie de marketing territorial autour des produits du terroir doit à la fois favoriser l'ouverture à de nouveaux débouchés, offrir une plus grande lisibilité des productions et surtout proposer un cadre de meilleure qualité pour la commercialisation. La marque appartient au syndicat mixte du Parc naturel régional de l'Avesnois, des services ou des savoir-faire. Celle-ci est depuis mise à disposition des agriculteurs, par voie de convention, respectant un cahier des charges strict. **Le dénominateur commun des boutiques et de la marque Parc est de contribuer à la valorisation des produits caractéristiques de l'Avesnois, autour d'une dimension parfois plus « terroir » que « circuit court ».** Cependant, la contribution de cette stratégie au développement des circuits courts est évidente.

## Des boutiques de l'Avesnois à la marque de Parc

Si la réflexion a démarré avec seulement quatre producteurs et commerçants, qui souhaitaient essentiellement se démarquer de la crise sanitaire de la vache folle, on comptait début 2012 14 « *Boutiques de l'Avesnois* » (pour 12 propriétaires) réunissant exclusivement des producteurs volontaires venus d'eux mêmes s'inscrire dans le programme. Ce réseau de boutiques expérimente un dialogue entre commerçants autour des enjeux de la commercialisation de produits du terroir, avec pour objectifs principaux de permettre et d'inciter des rencontres entre les producteurs et de créer une dynamique commune de travail. A l'avenir, l'idée serait d'élargir le champ de commercialisation des boutiques, à Maubeuge ou Valenciennes par exemple. Néanmoins, cette idée est encore insuffisamment partagée par les producteurs.

## Animer l'esprit d'initiatives autour des produits du terroir

Cette logique d'identification et de reconnaissance des produits alimentaires à l'échelle du Parc, initiée avec Les boutiques de l'Avesnois, va se poursuivre ensuite avec la marque « *Produit du parc naturel régional* », dont le cahier des charges répond à des pratiques agricoles plus respectueuses de l'environnement. La marque « *produit du PNR* » valorise, à travers ses outils de communication (plaquettes, enseignes...), une viande vendue en vente directe (notamment la Bleue du Nord)

Un autre exemple d'actions du Parc en faveur de la structuration et l'animation d'initiatives existantes est la mise en réseau des marchés de producteurs qui ont lieu aujourd'hui dans l'Avesnois. Le Parc souhaite identifier des dénominateurs communs à ces marchés pour pouvoir aboutir à une communication commune et créer ainsi une référence « *marché de l'Avesnois* », sur la base d'un cahier des charges partagé.

## Structurer de nouveaux réseaux

Le PNR Avesnois dispose sur son territoire de nombreux producteurs de pommes de vergers hautes tiges. Néanmoins, ces vergers sont peu utilisés depuis vingt ans. Comment conserver ces vergers qui peuvent par ailleurs alimenter la consommation locale ? La structuration de la filière répond également à des enjeux de développement économique. Le PNR accompagne depuis 2006, avec l'appui du CRRG (Centre Régional de Ressources Génétiques) des agriculteurs exploitants des vergers hautes tiges pour transformer les différentes variétés traditionnelles de pommes et poires en jus et valoriser leurs activités sur la base d'un cahier des charges. Une association a été créée, « *Les Vergers des Hautes-Tiges de l'Avesnois* », qui réunit aujourd'hui onze producteurs en vente directe, bénéficiant également de la marque Parc. Contrairement à la logique précédente de soutien et d'animation des initiatives existantes, les actions menées par le parc pour la commercialisation des produits transformés issus de vergers hautes tiges correspondent à une autre logique d'action : c'est la préservation des paysages rares, grâce à la valorisation et la commercialisation de produits locaux qui est recherchée. Actuellement, le PNR accompagne un groupe de trois producteurs réunis au sein de l'Association de Producteurs Fermiers de l'Avesnois, dans l'espoir de structurer une activité traiteur pour la réalisation de buffets à l'occasion de différents événements. Le Parc tient le rôle d'interface entre le groupe de producteurs et l'Association « A Petits Pas » pour entretenir cette dynamique qui vise à formaliser et structurer cette activité collective et une filière répondant aux attentes de la population.

## Vers la création d'un réseau des réseaux

À ce jour le Parc a ainsi développé un grand nombre de filières courtes structurées en différents réseaux de producteurs, de restaurateurs, de marchés de boutiques, ou encore à travers la marque Parc. Le regroupement de ces initiatives en un seul et même réseau, en cours de réflexion, offrirait une meilleure lisibilité aux actions entreprises et à la stratégie du parc en matière de circuits courts alimentaires, tout en permettant aux différents acteurs des projets de dialoguer et de s'émuler entre eux.

Parallèlement à cette dynamique en faveur des circuits courts, se développent au sein du Parc Avesnois des réflexions visant à encourager l'utilisation de produits bio dans la restauration collective. Cette réflexion démarre en 1999, donne lieu à un diagnostic des filières susceptibles de répondre aux besoins des filières d'approvisionnement des établissements scolaires, ainsi qu'à un programme d'éducation sensorielle à l'alimentation en partenariat avec l'association Les Sens du goût. Ce programme d'animation se concrétise par exemple lors de la semaine du goût où des produits du terroir sont mis à disposition au Quesnoy.

## Traiter des volumes et de la logistique

L'agriculture biologique au sein du Parc, comme à Quesnoy, avec les objectifs définis par le Grenelle Environnement, sont une préoccupation forte du Parc qui néanmoins traite de façon séparée du développement des circuits courts et de l'agriculture biologique.

Le Parc a en particulier identifié l'enjeu de la transformation, déterminant pour que les acteurs du territoire soient en mesure de répondre aux volumes de la restauration collective. Pour le cas de la filière viande particulièrement, de tels outils pourraient faciliter la commercialisation des produits du terroir, et ainsi éviter que ces produits ne se noient dans une offre nationale tout en perdant le lien de proximité entre production et consommation. La mise à disposition d'équipements structurants doit permettre de transformer les produits locaux pour répondre à ces marchés bien spécifiques. Mais à la question des outils de transformation s'articule celle des échelles : faut-il mener une réflexion au niveau local ou au niveau régional ? La réponse est probablement entre les mains du Pays des 7 Vallées et de l'abattoir de Fruges (lien vers la fiche).

Cependant, l'importance de ces outils pose la question de leur financement qui, malgré le fait que les territoires soient plutôt bien dotés, manque d'équivalents au programme Leader (Liaison entre actions de développement de l'économie rurale) dont l'Avesnois bénéficie. Ce programme peut financer des projets locaux de revitalisation des zones rurales à hauteur de 55% du budget du projet, les 45% restants à la charge du porteur de projet ou, très éventuellement, financés via un autre dispositif. Ainsi, certains des derniers projets du Parc pourraient ne pas voir le jour...

## LEXIQUE

L'Association « A Petits Pas » : structure d'accompagnement des porteurs de projets et des créateurs d'entreprises

Traiter des volumes et de la logistique : pour répondre notamment aux besoins d'une restauration collective bio et à la problématique de la structuration des filières)

### Fiche du projet

**Action** : projet de circuit-court alimentaire

**Territoire** : PNR Avesnois

**Porteur du projet** : PNR Avesnois

**Date de création** : 1998

12 EPCI

131 communes

150 151 habitants

**Type d'agriculture présente sur le territoire** : exploitations bovines, grandes cultures, polyculture et polyélevages

**Nombre d'exploitations (2010)** : 1299

**Part des circuits alimentaires de proximité** : 14 % des exploitations commercialisent en circuits courts (2010)

Source : AGRESTE - DRAAF Nord Pas de Calais - Recensements Agricoles 2010 et 2000

**Stratégie** : animation territoriale, stratégie de développement local

**Points forts** : animation territoriale pour la promotion des produits et savoir-faire locaux, valoriser les ressources génétiques locales, promotion des pratiques respectueuses de l'environnement

**Approche des circuits courts** : préservation du bocage, promotion des produits et savoir-faire locaux, valoriser les ressources génétiques locales, développement économique et touristique

**Contact** : Philippe Lesage (PNR Avesnois) au 03 27 77 51 64 ou au 06 66 32 81 73

## Découvrez d'autres contenus similaires

**Animation de réseaux**

**CPIE Bocage de l'Avesnois**

Le 07.02.2019

**Production de froid et efficacité énergétique**

**Infographie Production d'énergie reno...**

**Production & consommation responsables**

**Avesnois : rendre les habitants acteurs de...**

**PNR Avesnois : le dialogue territoria...**

Le 09.12.2016

**Conférence éco-mobilité "Se déplacer en  
Sambre-Avesnois" - Fourmies**

**Journée de la ruralité : le starter d...**

**Fiche "Production d'Énergie Renouvela...**

Le 17.09.2020

**La ville productive au cœur de la transition des territoires**

**Réseaux sociaux**

