

COUSTELLET (VAUCLUSE)

# « Naturellement paysans » : d'un marché à un point de vente collectif

*Il y a 30 ans, un collectif d'agriculteurs du Vaucluse s'organise en marché de plein vent pour palier aux difficultés sur les marchés de gros. Pari réussi, mais en 2009 certains constats interpellent le président du collectif. Fort de ses convictions en une stratégie d'avenir à développer, il porte le projet d'un point de vente collectif et d'un atelier de transformation. Pour mettre en place une stratégie collective, il fait appel aux compétences de Trame. Malgré quelques difficultés, le point de vente a ouvert ses portes en juin 2014.*



36 producteurs sont  
adhérents du point de vente  
collectif « Naturellement  
paysans »

**D**epuis 30 ans, un collectif d'agriculteurs situé dans le Parc Naturel Régional (PNR) du Luberon, en Vaucluse, gère un marché de plein vent au Coustellet. Au départ, huit agriculteurs très proches décident de créer un circuit de commercialisation en vente directe pour pallier aux difficultés sur les marchés de gros.

## **La création d'un marché pour répondre aux difficultés des filières longues**

La surproduction, le développement de l'importation sur le territoire et la grande distribution causent des méventes sur certains produits et plus particulièrement sur les fruits et les légumes. Les agriculteurs ne maîtrisent

plus leurs prix et leurs marges de négociation réduisent fortement. Fort de ce constat, ils créent en 1983 le marché du Coustellet pour se rapprocher des consommateurs, conserver leur valeur ajoutée, écouler la surproduction et s'appuyer sur l'attrait touristique de la région.

Aidé par le PNR du Luberon, ils

ouvrent un marché saisonnier en juillet/août. Au fil des années, le dimensionnement du marché et sa période d'ouverture augmente. « Aujourd'hui, ce sont plus de 100 agriculteurs réunis tous les dimanches d'avril à Noël. Le marché rencontre un vif succès du côté des consommateurs pour les prix pratiqués, la proximité avec les agriculteurs, la diversité et la qualité des produits. Et du côté des producteurs par leur fierté d'avoir eu le courage de se prendre en main » témoigne Thierry Gueyette, maraîcher et président du marché du Coustellet depuis 2004.

### Anticiper l'avenir du marché et du collectif

#### • Des constats préoccupants

Fin 2009, Thierry Gueyette, préparant l'assemblée générale de l'association du marché du Coustellet, s'interroge : « Quelle vision pour l'avenir du marché et du collectif ? ». Il constate que la moyenne d'âge des producteurs du marché est de 52 ans. Cinq ans auparavant elle était de 42 ans. « On n'avait plus de jeunes, plus de renouvellement et cela notamment à cause du manque d'installations. Les anciens ont toute leur place sur le marché mais ils sont forcément moins porteurs de projet. Si nous perdons 10 agriculteurs tous les ans, que va devenir le marché avec une telle perte de diversité ? ».

#### • Un changement de stratégie nécessaire

Il imagine alors un magasin collectif sur un lieu commun et fixe, ouvert tous les jours et référençant un maximum de produits issus de leurs exploitations. Il imagine aussi un atelier de transformation collectif qui renforce leur autonomie et améliore leur revenu. Dans cette optique, les agriculteurs doivent diversifier leur production et s'organiser collectivement, au niveau de leur production comme de leur fonctionnement. Pour cela, il est nécessaire de bien se connaître et d'avoir des objec-

## ATOMIC

■ Le projet ATOMIC (Ateliers de Transformation Modulaires Innovants et Collectifs) a bénéficié de financements Casdar de 2011 à 2013.

■ Pilotage : FNCuma – Copilotage : Trame, Institut de l'Élevage, Isara de Lyon, UMR Dynamiques Rurales (ENFA de Toulouse), CFPPA de Florac et EPLEFPA de La Roque-Rodez.

■ Il vise à favoriser le développement des ateliers de transformation collectifs (ATC) pour faciliter l'essor des circuits courts, aux travers de deux dimensions :

- Dimension action : Créer des ATC sur 8 sites pilotes.
- Dimension recherche : Capitaliser et diffuser des méthodes, outils et références qui pourront être utiles à l'ensemble des porteurs de projets ; réaliser une étude sur l'intérêt du modulaire pour le développement des ATC.

■ [www.ateliersdetransformationcollectifs.fr](http://www.ateliersdetransformationcollectifs.fr)



tifs communs. Thierry Gueyette n'expose pas précisément cette idée lors de l'assemblée générale. Il préfère renforcer cette intuition et préparer sa présentation au collectif.

#### • De l'idée au projet

En 2010, des discussions sont menées avec les adhérents du marché et des consommateurs, en petits groupes. « Ça prenait, ça accrochait les gens, il y avait de la demande » précise Thierry Gueyette. Suite à ce sondage informel, à l'automne 2010, il rencontre M. Grosse, ancien salarié de la grande distribution et consultant.

La première démarche est d'aller visiter d'autres points de vente collectifs en Rhône-Alpes. Thierry Gueyette accompagne seul M. Grosse pour avoir une approche plus concrète et se projeter dans le projet.

Le premier semestre 2011, une étude de marché et de faisabilité (financée par le Conseil général de Vaucluse) est lancée, M. Grosse en a la charge. Le second semestre, ils organisent trois réunions de présentation du projet dans son intégralité destinées aux agriculteurs du collectif et aux partenaires.

#### Une vision commune à construire

Les adhérents du marché sont prioritaires dans le projet. « Nous voulions rester dans une logique de continuité, de

pérennité du marché et de la dynamique locale que nous avons mis en place » explique Thierry Gueyette.

#### • Des besoins repérés...

Sur le marché, les agriculteurs viennent avec une part de leur production conservant une part de commercialisation en filières longues. Mais les difficultés sur ces filières se sont renforcées et les producteurs du marché se sont de plus en plus spécialisés dans le marché de détails (diversification des produits, petits volumes). « Mais cela a ses limites. Avec cette spécialisation grandissante, les agriculteurs ont cherché de nouveaux débouchés, puis ils ont du augmenter leur production pour combler la demande et ainsi encore chercher de nouveaux débouchés... Au final, le temps passé à la commercialisation devient trop important et au détriment du temps passé sur l'exploitation, c'est une spirale infernale ». Pour réduire ce temps de commercialisation, le projet de point de vente collectif s'avère être pertinent avec le principe de permanence tournante des producteurs à la vente et peut simplifier l'organisation

“ Nous voulions rester dans une logique de continuité, de pérennité du marché et de la dynamique locale que nous avons mis en place ”

du travail. « Ce sont ces paramètres qui ont été décisifs dans le lancement du projet ».

- **...et des blocages à lever**

Malgré le lancement du projet, les agriculteurs se sont positionnés très vite en poseurs de questions. Les réels moments d'échanges ne se passaient pas lors des réunions prévus à cet effet mais en aparté, au téléphone, après les réunions.

Une certaine réserve mais néanmoins un intérêt se ressentaient. « Je ne comprenais pas pourquoi ils ne s'exprimaient pas en réunion. Je souhaitais leurs prouver que cela pouvait marcher, que l'ont pouvaient le faire et que le contexte local s'y prêtait. Même si tous n'étaient pas intéressés, que ceux qui l'étaient le précisent ouvertement ».

- **Une cohésion de groupe à construire**

Après une période délicate, faite de hauts et de bas dans les motivations et dans la vie du groupe, des jeunes agriculteurs du collectif, installés depuis moins de cinq ans, se sont impliqués et ont clairement exprimé qu'ils avaient besoin de ce nouvel outil de commercialisation et de transformation. Cet élément a été déclencheur mais aucun noyau dur d'agriculteurs porteurs du projet ne s'était constitué. Au printemps 2012, Mylène Maurel, chargée de mission Agriculture et Tourisme au PNR du Luberon, les a aiguillés vers Thierry Pons, alors ingénieur Trame. Celui-ci a analysé leur situation et leur a proposé de participer au projet CASDAR ATOMIC (cf. encadré « ATOMIC ») et de les accompagner dans leur stratégie collective.

- **Une première reconnaissance**

Le projet de création d'un atelier de transformation et d'un point de vente collectif a été retenu dans le projet ATOMIC. Au-delà, des échanges avec d'autres porteurs de projet et de l'expertise des partenaires du CASDAR,

**Pour Thierry Gueyette, « la formation à la stratégie organisée par Trame a permis à chaque agriculteur de s'exprimer en toute transparence. »**



cette étape leur a donné confiance. « Cela a donné à notre projet de la confiance, du crédit, une valeur. Le fait que nous soyons sélectionnés pour cette étude a fait reconnaître l'intérêt de ce projet. De plus, il nous a permis d'avoir plus de poids dans les négociations avec les collectivités locales ».

**Passer d'une stratégie individuelle à une stratégie collective**

En 2012, le collectif a suivi la formation « Articuler stratégie individuelle et collective dans le projet de vente collective » de deux jours organisée par Trame. Les agriculteurs se sont mis d'accord sur l'importance de ce temps de formation. La participation des volontaires a eu valeur d'engagement « officielle » dans le projet. Dix ont fait le pas. Les objectifs de cette formation était de favoriser une interconnaissance, de faire émerger une vision et des valeurs communes autour du projet où chacun trouve son intérêt et a un rôle à jouer, et de préciser le fonctionnement d'un groupe et les exigences d'un projet collectif.

« Cette formation nous a été bénéfique car elle a fixé les contours du projet, le contenu, la matière à travailler, la marche à suivre pour aller au bout. Chacun a pu s'exprimer en transparence et librement et nous avons eu des clés pour débloquer certaines situations » témoigne Thierry

Gueyette au nom des participants. « Plus personnellement, j'en ai tiré deux constats : d'une part cela a conforté ma fonction de leader en tant que président, pas dans un esprit de pouvoir mais dans celui de coordonner le groupe et de rassembler les idées partagées. D'autre part, je me suis aperçu que l'on ne connaît les personnes que dans certaines situations. Cette formation a permis aussi de révéler les personnalités de chacun ».

- **Un groupe, une vision, des objectifs, une organisation**

Plusieurs groupes de travail thématiques ont été organisés (communication, juridique, produits, etc.) et ont bien fonctionné. Chaque membre s'est impliqué et a participé. Le collectif du projet de point de vente collectif et d'atelier de transformation, s'est constitué en coopérative en octobre 2013 avec 17 producteurs.

En parallèle, le marché de plein de vent reste actif. L'objectif du groupe d'agriculteurs engagés dans le projet de point de vente collectif est de clairement inscrire ce nouvel outil de commercialisation dans la continuité

(1) Groupement d'Action Locale : ensemble de partenaires socio-économiques privés et publics installés dans des territoires ruraux et chargés de la mise en place d'une stratégie de développement organisée en accord avec le programme européen Leader. Les fonds Leader sont distribués au niveau du GAL.



du travail réalisé autour du marché. Ces deux outils sont complémentaires. Par ailleurs, le marché accepte les agriculteurs retraités alors que le point de vente collectif non. Le marché perdure également pour son charme et la renommée qu'il connaît dans la région.

### Des déceptions mais une persévérance payante

#### • Un financement incertain

Durant le montage du projet, la Communauté de communes, attentive et en soutien au projet, avait budgétisé 800 000 € pour la construction d'un bâtiment et les aménagements publics. En 2013, le financement n'a finalement pas abouti. L'ouverture du point de vente était fixée au printemps 2014. Le projet, dans sa globalité, est d'un montant de 400 000 € d'investissement. Les agriculteurs ont dû être réactifs et ont continué en finançant seuls la construction. Par ailleurs, le collectif a bénéficié d'un financement Leader via le GAL (1) de Haute-Provence pour la communication.

#### • L'ouverture du point de vente

### Les agriculteurs commercialisent leurs produits dans un magasin de 200 m<sup>2</sup>.



## Vous avez un projet de circuit court

Pour accompagner des collectifs d'agriculteurs en circuits courts, Trame a développé des outils de réflexion stratégique.

■ Contact : Marion Vandebulcke, Trame, Tél. : 04 42 21 63 31, m.vandebulcke@trame.org



Le 18 juin 2014, le point de vente collectif « Naturellement paysans » a ouvert ses portes. 36 producteurs sont adhérents de la coopérative au côté de 12 « dépôts vendeurs ». Ils commercialisent leurs produits sur 200 m<sup>2</sup> avec l'aide de 6 salariés. Ils sont ouverts du mardi au samedi de 9h à 19h.

#### • L'atelier de transformation collectif

Dans l'attente de l'installation, en 2015, de la légumerie-conserverie collective au sein du point de vente collectif, les agriculteurs louent un atelier existant chez un des adhérents de la coopérative, héliculteur (2). « L'atelier de 100 m<sup>2</sup> permettra la préparation

de plats cuisinés pour le point de vente et pour la restauration collective, de faire des conserves et des jus. En plus de diversifier notre gamme de produits, nous valorisons l'ensemble de notre production ».

#### • Une aventure humaine

« Ma plus grande difficulté a été de concilier trois vies : vie professionnelle, vie de porteur de projet et vie privée. Un projet collectif prend beaucoup de temps et d'énergie et cela a en plus des conséquences sur notre exploitation. Mais ce sont aussi des moments très heureux. 15 jours avant l'ouverture, les travaux intérieurs étaient très loin d'être finis mais les artisans ont joué le jeu et ont travaillé les samedis et dimanches pour finir à temps. Le 17 juin 2014, veille de l'ouverture, lorsque tous les adhérents se sont réunis, ils ont été surpris, heureux et très émus par cette énergie collective déployée ».

Un projet collectif nouveau, bien que naissant dans un collectif constitué mais pour une démarche initiale différente qui amène à repartir des bases de l'émergence de projet. Il est nécessaire d'être vigilant sur le fonctionnement du nouveau collectif et sa construction structurelle et cognitive, des valeurs partagées jusqu'aux nouveaux objectifs et plan d'action. ●

Marion Vandebulcke  
Trame

Contact : Thierry Gueyette – président de la coopérative « Les paysans du Coustellet »  
thierry.gueyette@gmail.com.

(2) Producteur d'escargots.