



Résultats de l'analyse de l'offre alimentaire

en circuit court dans la MINETT UNESCO BIOSPHERE et Environs



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture
et du Développement rural



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Énergie et de
l'Aménagement du territoire
Département de l'aménagement
du territoire



Rappel



Objectif de l'étude : Analyser la capacité du monde agricole à s'organiser et à se structurer pour répondre à la demande en produits locaux en circuit court – Focus sur les producteurs

Complète le diagnostic territorial entamé avec l'enquête sur les besoins des consommateurs qui a révélé une marge de progression intéressante de leur consommation si l'offre est conséquente et centralisée sur un lieu de vente proche de chez eux

Pourquoi ce travail : MUB/PRO-SUD veut soutenir les productions locales et les circuits courts, plus respectueux des enjeux de la transition écologique et affiner sa stratégie.

Deux niveaux d'analyse réalisées

À l'aide d'une étude qualitative (interviews à la ferme)
et d'une étude quantitative



**Identification de
l'offre alimentaire
locale**

**Aptitude des
producteurs à
favoriser l'offre locale
de leurs produits**

Pour saisir au mieux les opportunités de développer les circuits courts

- ⇒ Quelle pertinence d'une distribution collective ?
- ⇒ Quels projets structurants à mener avec les acteurs concernés ?

Les résultats

Si l'étude a permis :

- d'identifier des producteurs pour qui le circuit court fait écho,
- de visualiser les caractéristiques de leur production,
- et de mettre en lumière leurs motivations et leurs freins

Il est à souligner que :

- **La photographie de l'offre alimentaire recensée reste partielle et imprécise,**
- Des pièces manquent : les producteurs n'ont pas souhaité répondre sur les détails volumétriques et économiques.

Si bien que juger du potentiel quantitatif des productions locales et disponibles pour une politique du circuit court est difficile.

Des propositions servant à mieux cibler des actions publiques possibles pour encourager plus de producteurs à rejoindre le circuit court sont proposées.





Préoccupations croissantes

À garder à l'esprit

Accès au foncier

Comment protéger les terres agricoles de l'extension urbaine dans les documents d'urbanisme (cf.: réserves naturelles)

Accès à l'eau

Comment accompagner les producteurs à s'adapter face au dérèglement climatique ?

Comment garder une eau potable propre ?

Renouvellement générationnel

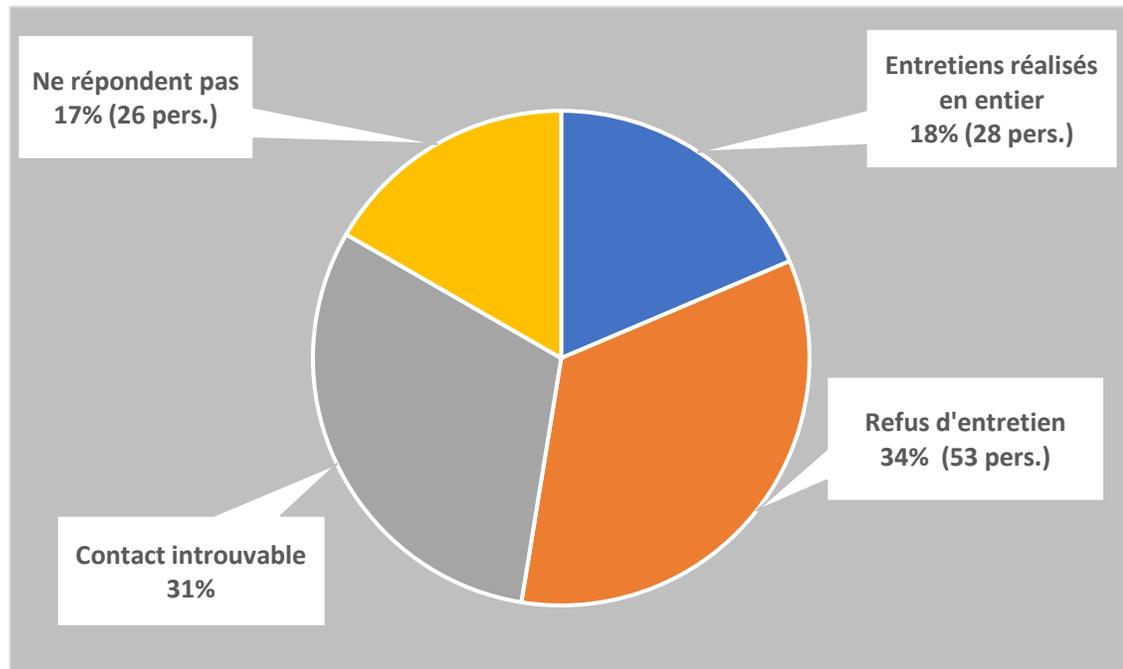
Comment motiver la nouvelle génération à se lancer dans le métier et de manière plus respectueuse pour l'environnement ?

Politique agricole commune

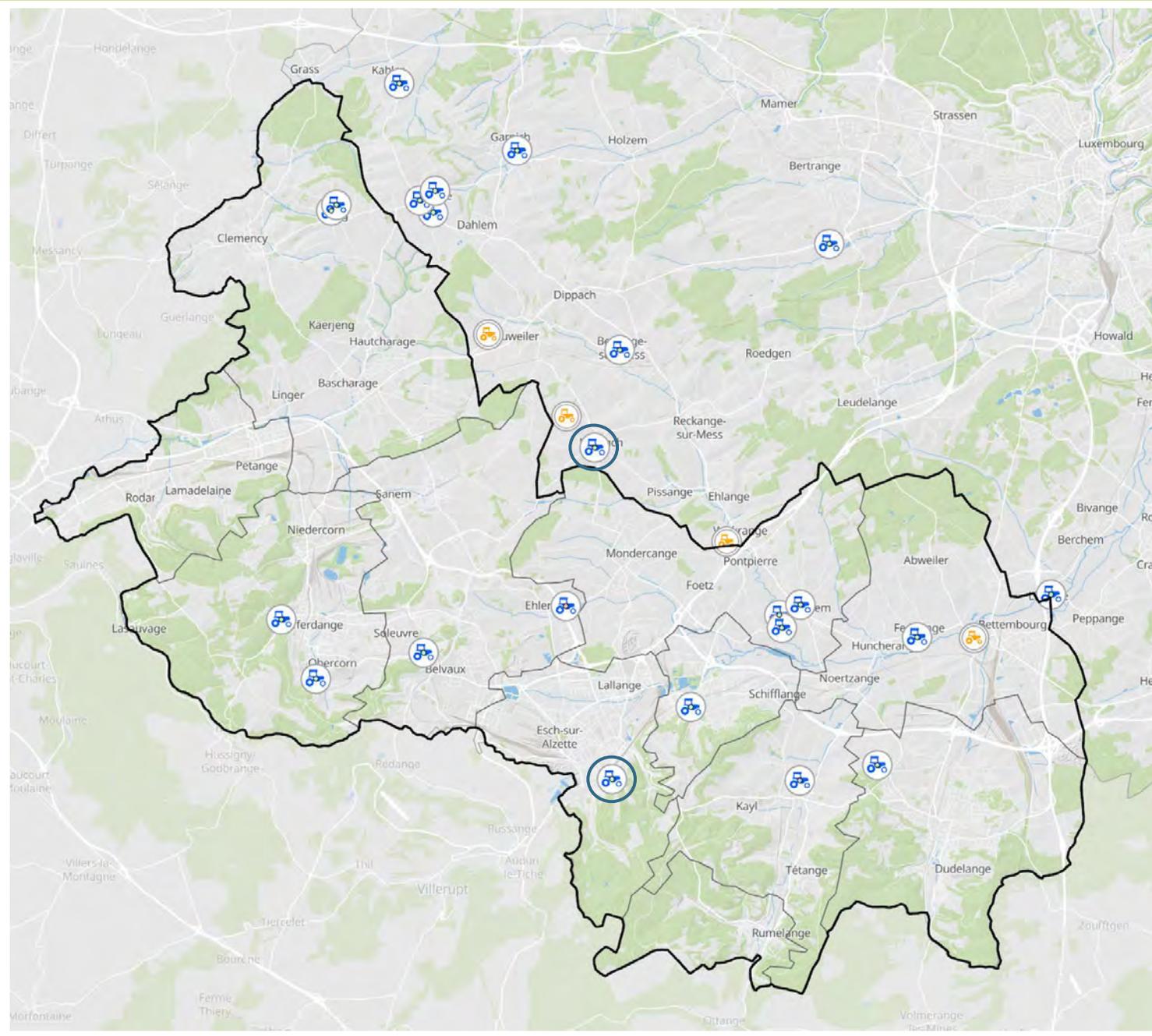
Soutient-elle l'agriculture paysanne et la transition écologique, où trouve sa place le circuit court ?

Les répondants

- Sur une liste de 156 producteurs, 28 ont accepté de répondre au questionnaire en entier
- Soit un taux de réponse de 29 % en retirant les adresses introuvables



KAIL ET KAIL	Bergem
Haff Fries	Bergem
Witry Marc	Bergem
Co-Labor	Bertrange
Jean Christohe Kohn	Bettembourg
Apizoller	Differdange
Biohaff Witry	Dippach
Thiry-Kummer Claude	Dippach
Schmit André et Fille	Dudelange
CIGL Esch ASBL	Esch-sur-Alzette
WILDGEN-SEYWERT Charles	Fennange
Olinger Luc	Fingig
Eggs&Hopp	Garnich
Koene Francy	Garnich
Jacque Erny	Hagen
Jean-Paul Gaasch	Hivange
Ferme Gaasch	Hivange
Guth's Haff	Hivange
MARC NICOLAY	Käerjeng
Van Dyk Florent	Kayl
PRETEMER HAFF	Limpach
Schmeitz Frank	Livange
Haff Tempels	Oberkorn
APEMH	Reckange-sur-Mess
Feyder Guy	Sanem
Wijne Antoine	Sanem
The Groom Gin & Rum	Schiffflange
Kopphaff - MAJERUS	Wickrange



RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES RÉPONDANTS

DANS LA MINETT UNESCO BIOSPHERE & ENVIRONS



Producteurs signataires de la déclaration d'intention pour un magasin de producteurs pilote dans la Sud



Deux répondants du monde social exploitants : APEHM et CIGL/Esch



Profil du répondant



90 % des hommes

61% ont moins de 55 ans

Représentant **1333** hectares de surface d'exploitation
Surfaces moyennes plus petites mais > à 50 hec. pour 70%

55% pratiquent une agriculture conventionnelle,
17 % BIO, **28 %** raisonnée

57% vendent leurs produits à l'industrie mais aussi à la ferme

54 % n'adhèrent pas à une coopérative (en perte de vitesse)



Les productions qui génèrent le plus de chiffres d'affaires

Lait (pas de transformation laitière)

12

Viande bovine

8

Légumes tubercules

4

Fruits

2

Œuf

2

Moutons, chèvres

2

Porc

1

Volaille

1

Céréales

1

Boissons, Alcool

1

Transformation fruits, légumes

1

Autre

1

Les productions secondaires sont : les céréales et les légumes

On retiendra



Priorités des producteurs :

- Produire et écouler leurs productions
- Avoir des débouchés fiables, stables et confortables

Leurs définitions du circuit court :

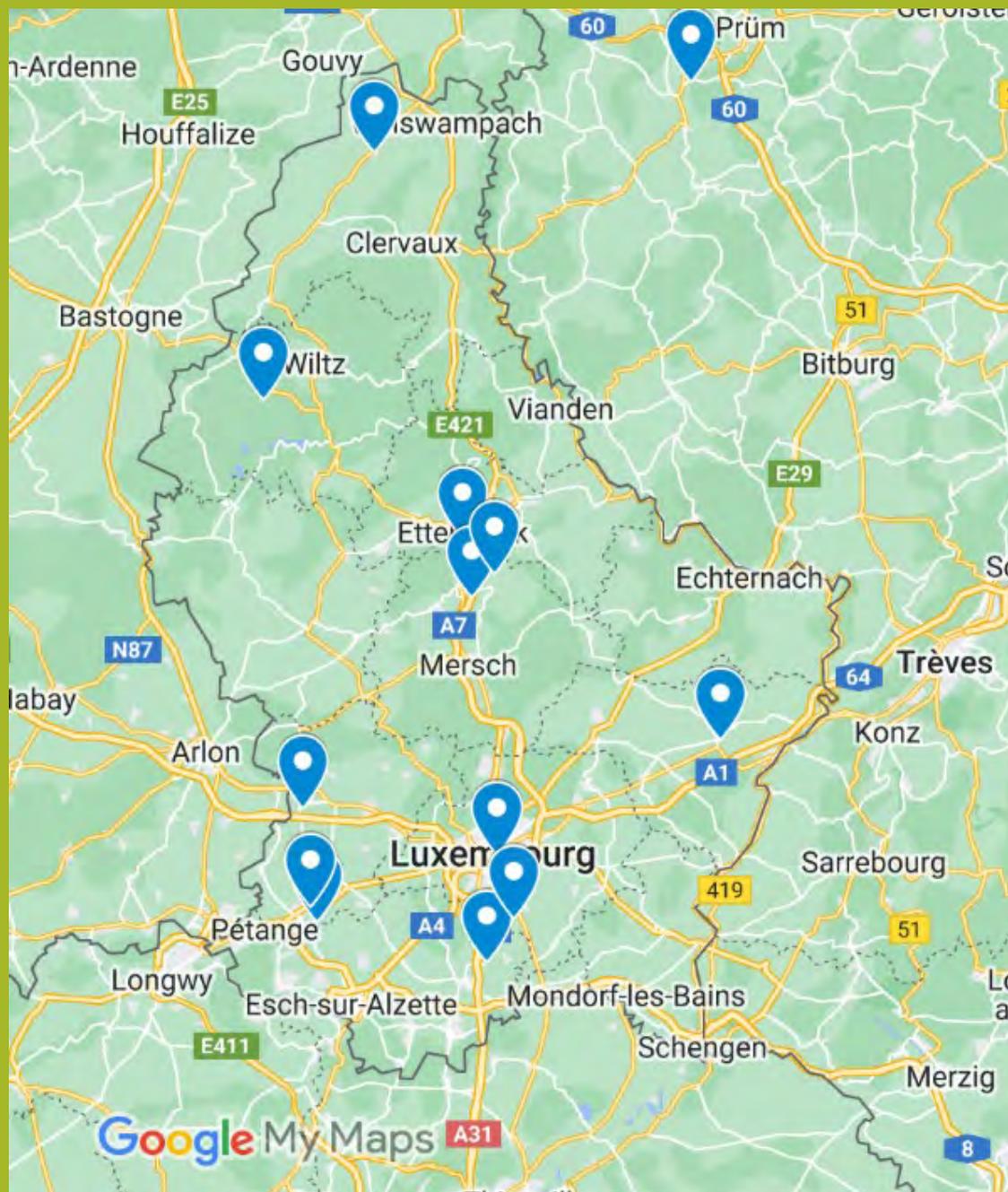
- Distance production-consommation limitée au pays, pour d'autres à la Grande Région
- Réduction des intermédiaires
- Pour 50% le circuit court est la vente à la ferme

Avantages du circuit court :

- Contact humain et tradition familiale
- Fierté de valoriser leurs produits luxembourgeois et leurs savoir-faire
- Répond à une demande des consommateurs ne recherchant pas nécessairement du BIO
- Mais peu estiment que c'est une source d'un meilleur prix de vente

Des besoins pregnants :

- La reconnaissance de leur travail qui permet de nourrir les gens
- La fierté de montrer leur quotidien, leur savoir-faire lors de visites
- Plus de structures de transformation locales



Représentation non exhaustive des transformateurs mentionnés lors de l'étude

Sur le territoire et en Grande Région

Transformer pour augmenter l'offre en circuit court

50 % des répondants transforment leurs produits

- soit sur place la ferme (essentiellement légumes et fruits et viande) ;
- soit à l'extérieur au-delà des frontières luxembourgeoise (essentiellement viande bovine, lait, céréales).
Peut-on encore parler de circuit court ?

Il manque des infrastructures de transformation pour : légumerie, abattoir mobile, pour faire chips, frites...



On retiendra



Les ventes en circuit court :

- S'effectuent principalement, à la ferme ou en distributeurs automatiques
- Ne dépassent pas en général **30 %** de leurs ventes totales. Exception : 6 sites à + de **90 %**

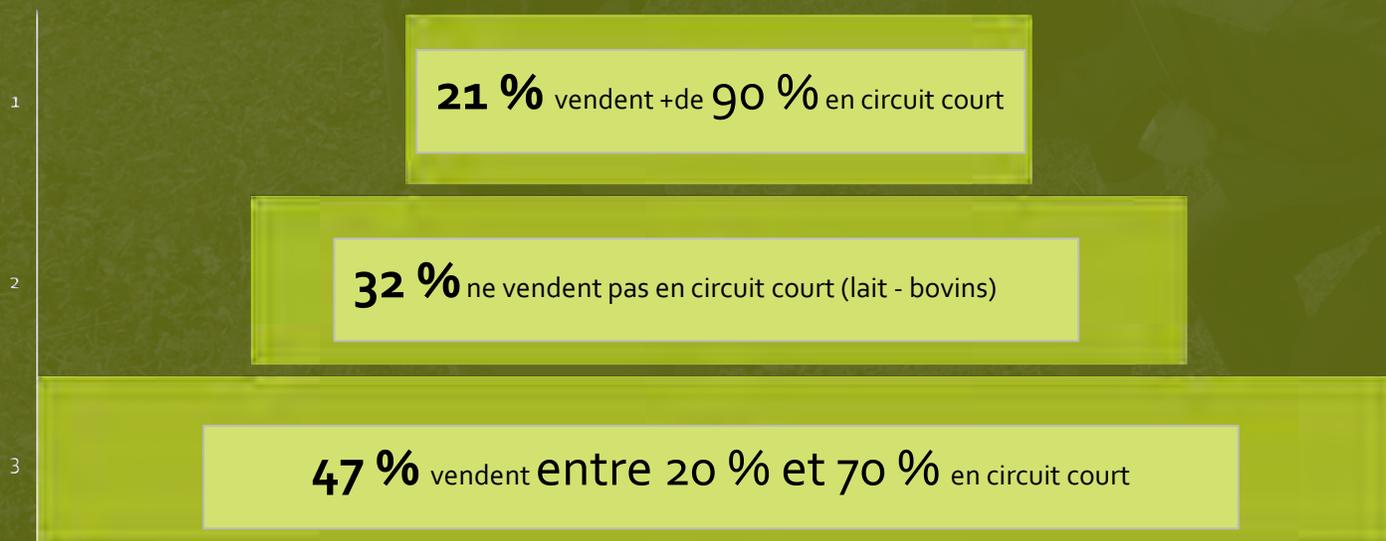
L'éloignement géographique de leurs fermes et une offre non complète ne permet pas un taux de visiteurs plus intéressant

Leur avis sur un magasin de producteurs :

- 1er groupe (57 % des répondants) qui vend bien en circuit court : favorable , répond aux besoins des consommateurs et au manque d'une vitrine des produits locaux
- 2e groupe qui vend moins bien en circuit court reste à convaincre : y voient une rentabilité insuffisante en raison des coûts de main d'oeuvre et de loyer ainsi que d'un travail plus conséquent pour eux



Parmi les répondants : % de la production vendue en circuit court

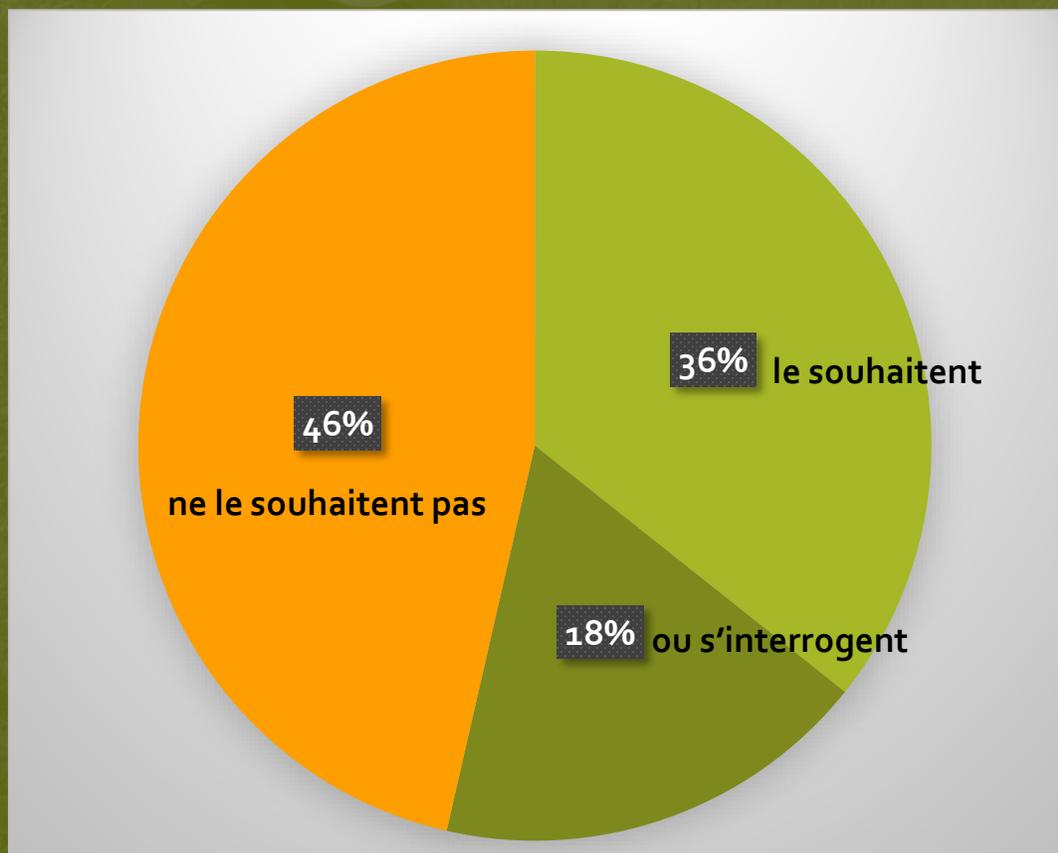


Les produits vendus en circuit court

- Légumes, tubercules
- Viande
- Lait
- Œufs
- Fruits
- Miel
- Alcool



Producteurs prêts à augmenter les ventes en circuit court à l'avenir



Ceux qui y sont les plus favorables :

- Vendent déjà à la ferme
- Sont sensibles au relationnel et aux contacts personnels
- Prêts à coopérer avec PROSUD et à soutenir ses initiatives sous certaines conditions
- Sont dans une dynamique de développement de leurs ventes en Circuit Court

On retiendra

Les freins au circuit court :

- Ne souhaitent pas modifier leurs habitudes pour aller vers du circuit court surtout s'ils ont des contrats garantissant le prix même à l'étranger
- Craignent une complication logistique et administrative, avec la nécessité d'investir pour transformer les produits
- Ne recherchent pas une charge de travail supplémentaire
- Cherchent à privilégier les ventes les moins complexes possibles (par manque de temps et de personnel, de moyens logistiques et matériels)



CONCLUSION : Motivation

Les producteurs intéressés par le circuit court le sont pour répondre à leurs objectifs propres, et non pour répondre à une politique publique qui verrait le circuit court comme plus éthique et responsable

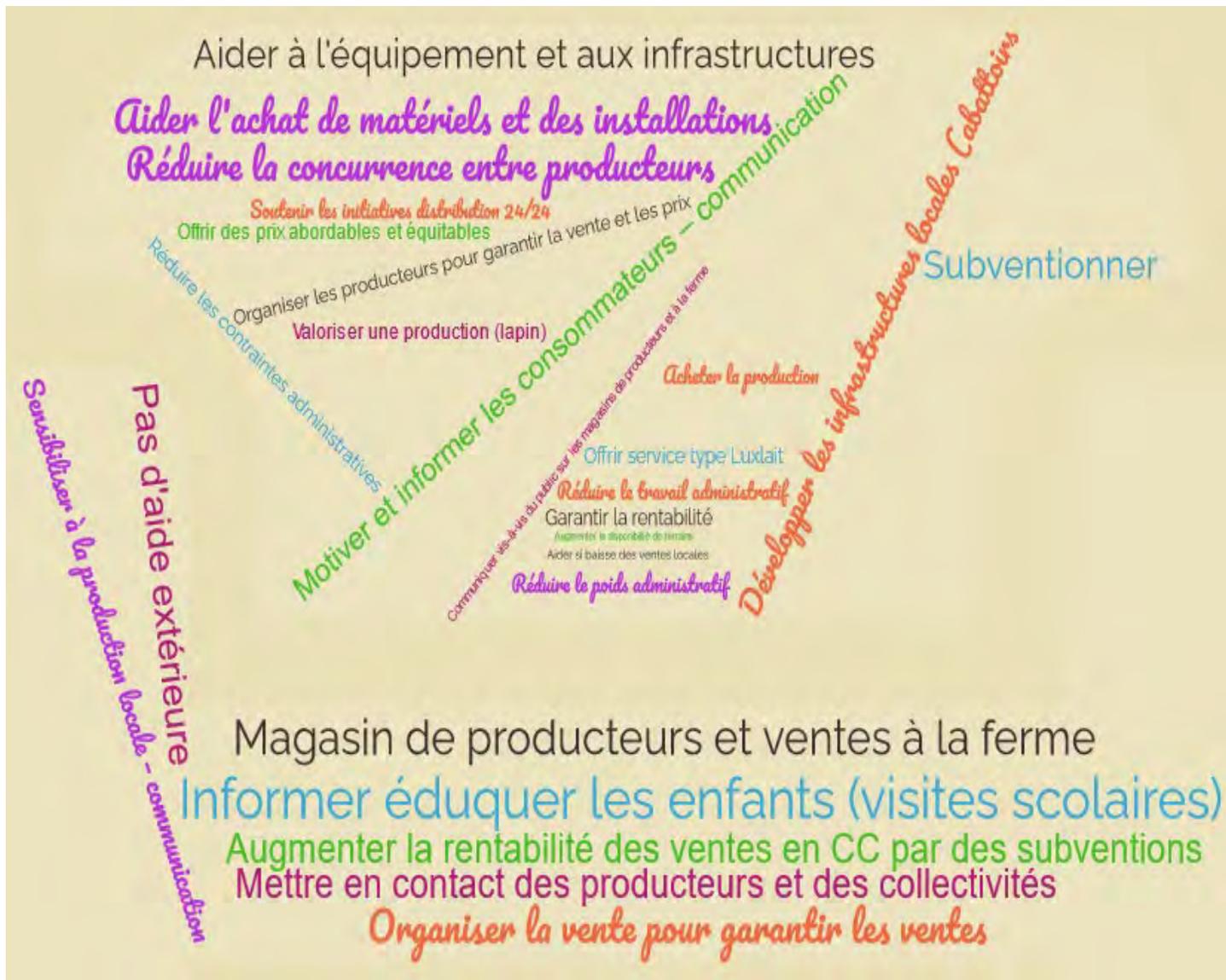


Que penser du magasin de producteurs ?

À garder à l'esprit

- Ce projet est directement porté par les producteurs, et a toutes les chances de succès
- L'offre alimentaire locale ne sera pas suffisante et il faudra la compléter (Transformations fromagère et laitière, transformations boulangères, huile, pâtes, farine ...)
- Ce projet n'entre pas directement dans notre mission pour son volet de mise en œuvre, mais éventuellement sur son volet marketing (produits locaux et MUB)

Rencontre entre le Comité PRO-SUD et le groupe de producteurs motivés le 6 juin 2023



QUE POURRAIT FAIRE PRO-SUD POUR NOUS ?

Réponses diverses et variées

On retiendra :

- L'aide à la création de magasins producteurs
- La communication régionale pour valoriser les produits et les producteurs locaux auprès des consommateurs

Le travail réalisé depuis 2,5 années a permis à PRO-SUD de gagner en crédibilité auprès des producteurs et de les motiver à se rencontrer et à imaginer ensemble des projets (aide à l'émergence d'un 1er magasin de producteurs, la création leur revenant, comment accompagner son développement ?)



Que nous apprend cette étude ? Quel potentiel met-elle en lumière ?

- Il existe un potentiel de développement pour le territoire en termes de :

Production, mais aussi, **d'éducation**, **d'emplois**, et de **réponses possibles au défi climatique**

- Un travail de fond est à poursuivre, avec votre support, sur la question des besoins en produits locaux incluant les distributeurs, la restauration privée et collective ayant des besoins précis et grandissants : Supply4future, Pacte Nature pour les communes ...
- Le rôle de notre syndicat est possible dans un projet alimentaire territorial, possible vitrine pour l'offre alimentaire locale et déployable au niveau national par la suite



Piste d'actions possibles

- Créer et animer un **réseau alimentaire territorial** pour aider les producteurs à mieux s'informer sur les enjeux environnementaux ou réglementaires, identifier les aides possibles aux investissements par exemple, mais aussi à la mise en contacts des multiples acteurs privés, associatifs et publics que le Syndicat PRO-SUD connaît.
- La mise en œuvre d'**appels à projets** pour encourager la mise en place d'installations nouvelles et innovantes compatibles avec les zones Natura 2000.
- Développer les **vitrines des produits locaux** ou du terroir
- Créer un **centre de ressources** sur l'alimentation locale, durable et de qualité
- **Ancrer la culture de la consommation locale** dans la suite de « Goût du terroir », organisé en 2022 à Bascharage
- Participer au projet de magasin de producteurs via un espace de communication dédié au sein de la future structure

Remerciement



Nous tenons à vous remercier pour votre soutien renouvelé dans le cadre de cette étude, mais également par avance, pour votre soutien aux futurs projets portés par notre structure.