

# STRUCTURATION DES FILIÈRES PPAM BIO en France

(PLANTES à PARFUM, AROMATIQUES ET MÉDICINALES)

Repères méthodologiques et retours d'expériences



Mars 2024



**FNAB**  
Fédération Nationale  
d'Agriculture Biologique

PROJET RÉALISÉ  
AVEC LE  
SOUTIEN DE



FranceAgriMer  
ÉTABLISSEMENT NATIONAL  
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

*La responsabilité du ministère de l'agriculture  
ne saurait être engagée.*



---

## PRÉFACE

« Au travers de ce recueil, nous avons voulu produire et partager des éléments de réflexion et d'inspiration à destination des acteurs des Plantes à Parfum Aromatiques et Médicinales (PPAM) bio en France cherchant à s'organiser en filières. Grâce au recueil d'expériences variées, tant en circuits longs qu'en circuits plus courts, et à leur analyse, nous avons élaboré des repères méthodologiques destinés aux conseillers et animateurs de la filière PPAM bio, aux producteurs et leurs groupements, et aux acteurs et acheteurs de l'aval, afin de les aider dans le cadre de la mise en place de démarches de structuration et de développement de filières.

Avec une filière PPAM bio en pleine expansion en France, et, d'une part, des producteurs de PPAM à la recherche de nouveaux débouchés pour leurs productions, d'autre part des acteurs de l'aval de la filière cherchant à sécuriser et relocaliser leurs approvisionnements pour répondre aux demandes de leurs clients envers des PPAM bio, françaises, de qualité, ce travail vise à accompagner le nécessaire changement d'échelle de cette filière PPAM bio, la structuration des débouchés et le renforcement du dialogue amont-aval.

Ce recueil illustre le formidable élan et l'envie de faire-ensemble qui peut dynamiser certains collectifs de producteurs de PPAM bio, ainsi que des acheteurs de PPAM bio dans le domaine de l'alimentation, la santé, l'hygiène beauté, et ce, à l'échelle d'un territoire, d'un département, d'une ou plusieurs régions. Si le chemin est parfois long, les enjeux multiples, des étapes préalables d'interconnaissance et d'alignement souvent nécessaires, les aboutissements de filières PPAM bio françaises couronnés de succès existent. Ils sont souvent facilités par un partenariat avec le réseau FNAB local, et permettent aux producteurs une meilleure valorisation de leur métier, et aux acteurs de l'aval une meilleure maîtrise de l'origine, la qualité et la traçabilité de leurs approvisionnements. »

Didier Dorin, Secrétaire National PPAM à la FNAB

Vincent Segretain, Référent dossier filières courtes à la FNAB

---





# Sommaire

<b>Préface</b>	<b>2</b>
<b>Repères méthodologiques</b>	<b>4</b>
▪ Enjeux et motivations des acteurs à se structurer en filières PPAM bio françaises	5
▪ Spécificités des filières PPAM bio	6
▪ Grandes étapes de structuration d'une filière PPAM	8
▪ Leviers et freins pour la structuration d'une filière PPAM bio	10
▪ Accompagnements bénéfiques pour le lancement et la structuration d'une filière PPAM bio	11
▪ Relations amont-aval dans les filières PPAM bio	15
▪ Enjeux qualité-traçabilité dans les filières PPAM bio	18
▪ Choix du statut juridique de la structure regroupant les producteurs : quels enjeux et implications ?	20
<b>Retours d'expériences de filières PPAM bio françaises</b>	<b>21</b>
▪ Biolopam	22
▪ Bio Garrigue Méditerranée	25
▪ PAM Ardèche	28
▪ Végét'Alpes	31
▪ SAS Aiganha	33
▪ GIE PAM Alpines	35
<b>Autres initiatives</b>	<b>37</b>
▪ Les producteurs bio en circuits courts de Nouvelle-Aquitaine	38
▪ Les serpettes du sud	40
▪ L'herberie jurassienne	42
<b>Remerciements</b>	<b>44</b>





---

# Repères méthodologiques

---





# ENJEUX ET MOTIVATIONS DES ACTEURS À SE STRUCTURER EN FILIÈRES PPAM BIO FRANÇAISES

## Acteurs de l'aval

Privilégier et sécuriser l'origine locale de leurs approvisionnements en plantes permet aux acteurs de l'aval des filières PPAM de :

- **Répondre aux attentes des consommateurs pour des produits bio et locaux, de gagner en cohérence avec certaines allégations de terroir, et de valoriser le « made in France » et/ou le local.**

*Répondre et s'adapter à la demande du marché représente un enjeu permanent pour les entreprises de l'aval. Elles doivent être en capacité de fournir rapidement des produits qui correspondent aux attentes de leurs clients et/ou des consommateurs. Elles doivent se montrer réactives et flexibles face à cette demande du marché qui peut changer en termes de besoins, qualité, volume et logistique.*

- **Bénéficier d'une meilleure stabilité de la qualité des plantes**, grâce à la réduction des risques de contamination (aux résidus de pesticides notamment) dans les produits bio français, et à une meilleure technicité des producteurs.

*L'aval définit ses normes de qualité et ses exigences spécifiques pour lui assurer un produit conforme. L'aval a un enjeu de maintenir une qualité élevée et une stabilité dans les caractéristiques des plantes achetées pour conserver les mêmes propriétés dans le produit final (aromatiques, médicinales ou cosmétiques). Cela implique le respect de normes de qualité strictes.*

- **Mieux maîtriser la traçabilité des produits**

*Les produits doivent pouvoir être suivis depuis leur production jusqu'à leur utilisation finale pour garantir leur qualité.*

- **Mieux maîtriser l'ensemble de leur chaîne de production** grâce à une plus grande proximité et un meilleur dialogue avec l'amont (les producteurs de PPAM).

*La gestion des approvisionnements doit être anticipée par l'aval : les besoins sont souvent précisés en début de saison afin de définir les volumes des plantes à produire et les producteurs qui répondront à cette demande. Il s'agit parfois aussi de choisir, développer ou adapter les variétés de plantes à mettre en production pour répondre à une demande spécifique de l'aval.*

## Producteurs

En se regroupant et en organisant leur activité en commun sur toute ou partie de leur production et en s'intégrant à une filière, les producteurs de PPAM, quant à eux, vont chercher à :

- **Travailler en collectif et non plus tout seul**, se partager les tâches, gagner du temps.

- **Mutualiser des moyens de production** (matériels, investissements, moyens humains pour les chantiers, compétences, méthodes), **limiter les investissements personnels.**

*Compétences, méthodes : l'existence d'un cahier des charges permet d'uniformiser la qualité de la production. Des formations des producteurs permettent également d'assurer le niveau de technicité nécessaire pour la maîtrise de la qualité des produits.*

- **Atteindre un volume de production suffisant pour être capable d'approvisionner un nouveau marché ou client** (semi-gros, industriel), demande à laquelle un producteur seul ne peut pas répondre.

*La structuration des producteurs doit permettre d'assurer un approvisionnement constant et en quantité suffisante pour ces marchés de semi-gros ou de gros. Le regroupement limite les impacts sur le volume de production liés aux accidents climatiques et/ou aux maladies et ravageurs.*

- **Représenter un point d'identification unique pour un nouveau marché ou client** (marque commune, interlocuteur unique...).

- **Proposer une gamme plus complète et/ou limiter le nombre de plantes en production ou en cueillette par producteur.**

*La structuration et le regroupement des volumes permet d'envisager de nouveaux produits dérivés ou d'élargir la gamme ce qui peut élargir les opportunités commerciales.*

- In fine, **améliorer la rentabilité de leur production et s'assurer une rémunération correcte.**

*La coordination en amont permet de partager les coûts et les ressources, l'organisation renforce le pouvoir de négociation avec les clients.*



# SPÉCIFICITÉS DES FILIÈRES PPAM BIO

## Des FILIÈRES TRÈS DIVERSES

La filière regroupe un très grand nombre de plantes (plus de 120 plantes cultivées et 350 régulièrement cueillies, *source : France AgriMer*) et de multiples produits finis alimentant plusieurs débouchés dont les principaux sont les compléments alimentaires, les cosmétiques, l'herboristerie et l'aromathérapie. Les matières premières sont utilisées sous différentes formes : plantes fraîches, sèches, congelées/surgelées ou extraits végétaux.

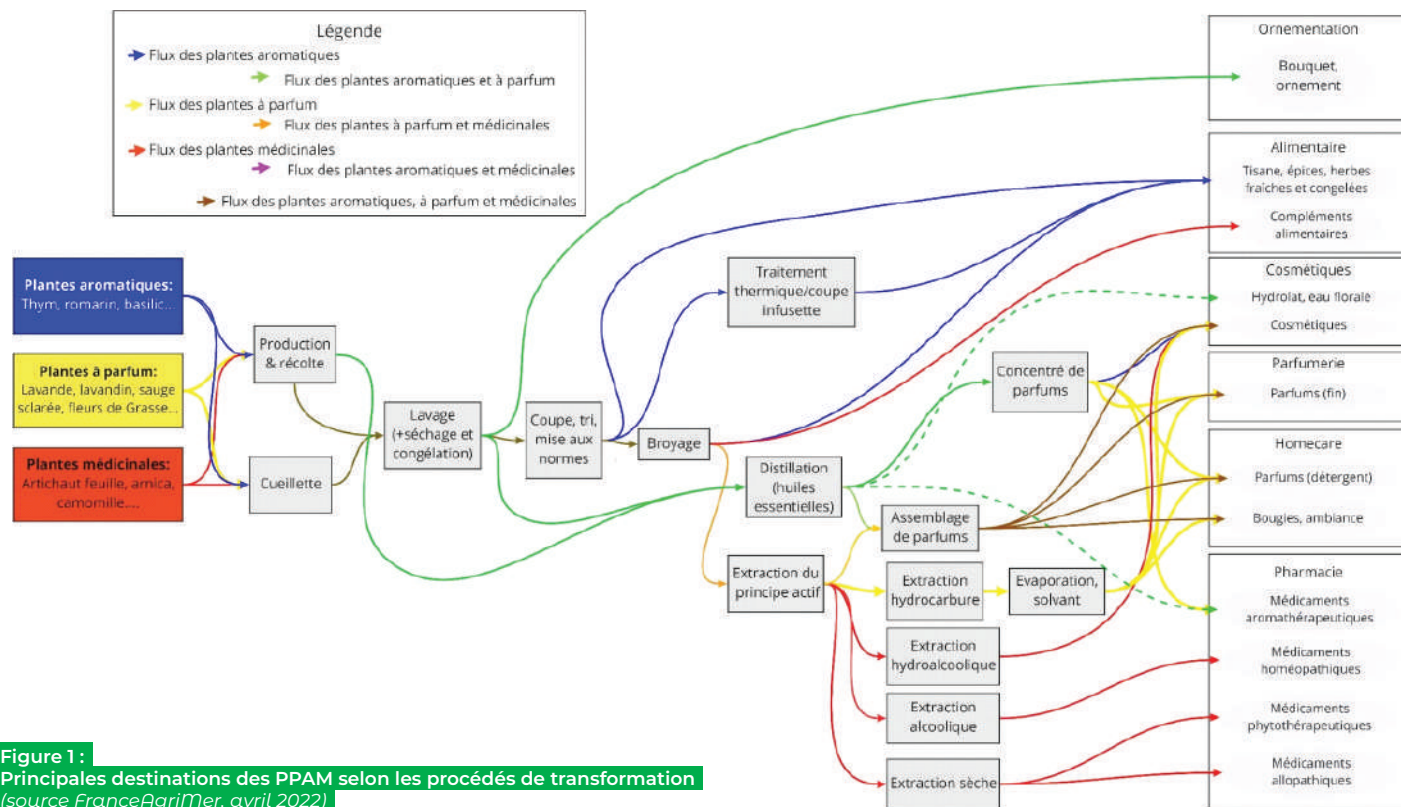


Figure 1 : Principales destinations des PPAM selon les procédés de transformation (*source FranceAgriMer, avril 2022*)

## Une réglementation contraignante et changeante s'appliquant à la production, la transformation et la commercialisation

La réglementation ne reconnaît pas le multi-usage des plantes. Les différents cadres législatifs diffèrent donc en fonction de l'usage mis en avant lors de la commercialisation (aliment, produit cosmétique ou complément alimentaire).

## Évolutions de la production et des marchés

Depuis plus d'une décennie, le nombre d'exploitations et les surfaces cultivées en PPAM bio ne cessent d'augmenter, respectivement de + 169 % et de + 258 % entre 2012 et 2022, ce qui témoigne du dynamisme de la filière. En 2022, les surfaces cultivées en PPAM bio s'élèvent à 17 151 ha (dont 4 981 ha en conversion) soit 26 % des surfaces nationales de la filière (*source : Agence Bio*).

En 2022 et au premier semestre 2023, le marché des PPAM est globalement compliqué et très indécis. Ceci pourrait s'expliquer, d'une part, par un rééquilibrage des achats suite à l'engouement constaté pendant la crise sanitaire, et d'autre part, par le contexte inflationniste général actuel (*source : France AgriMer*) mais aussi par les volumes de plantes bio français désormais disponibles sur les marchés. Cette tendance peut également se ressentir chez les producteurs en vente directe. Néanmoins, certains marchés continuent leur progression (ex : les compléments alimentaires). Ainsi, l'identification des débouchés est un préalable à tout projet de plantation.





## Des systèmes de culture variés :

Les exploitations de PPAM présentent une typologie très variée : de quelques milliers de m<sup>2</sup> (exploitations très diversifiées tournées vers les circuits courts) à plusieurs dizaines d'hectares (exploitations plus spécialisées tournées vers les circuits longs), en passant par la cueillette :

- **Culture en plein champ mécanisée en rotations avec des grandes cultures** : productivité accrue, coût de production plus faible avec réduction des besoins en main d'œuvre, gestion plus efficace de la culture (besoin identique en irrigation, fertilisation sur la surface cultivée et date de récolte unique) mais investissement matériel plus élevé, vulnérabilité aux pannes matérielles.
  - culture annuelle : forte réactivité du système pour changer de culture,
  - culture pérenne : investissement important à l'implantation, conservées et récoltées pendant plusieurs saisons.
- **Cultures diversifiées peu ou pas mécanisées sur petites surfaces** : diversité culturelle qui limite le développement des maladies/ravageurs, suivi plus important des cultures mais des besoins en main d'œuvre importants pour les opérations de plantation, désherbage et récolte ce qui engendre des coûts de production plus élevés.
- **Approche hybride** : certains producteurs choisissent de conduire une ou deux espèces en système mécanisé sur grandes surfaces à destination du semi-gros et complètent par de la cueillette ou une production diversifiée sur petites surfaces pour compléter leur gamme personnelle en vente directe.
- **Cueillette** : activité souvent complémentaire d'une activité de production soit parce que la surface est limitée, soit par opportunité de marché ou disponibilité de la plante à proximité ou enfin comme activité professionnelle à temps plein.

## Des normes très strictes pour la conformité des lots

Une traçabilité allant jusqu'à la parcelle est souvent nécessaire en raison de normes particulièrement rigoureuses pour la conformité des lots. En général, dans les groupements, les mélanges des lots de différents producteurs ne sont possibles qu'après analyses (pesticides et alcaloïdes en particulier).



Fiche « Enjeux qualité-traçabilité des filières PPAM bio »

## Un fonctionnement amont-aval basé sur la confiance

La filière fonctionne beaucoup sur la confiance réciproque entre producteurs et acheteurs avec des contrats oraux. En général, les opérateurs s'engagent à prendre la production quand c'est une culture pluriannuelle. Depuis une dizaine d'années se développent des filières agricoles françaises sous contrat équitable. Parmi les filières en agriculture biologique, c'est peut-être la filière qui a le plus recours à la certification équitable.



Fiche « Relations amont-aval dans les filières PPAM bio »





# GRANDES ÉTAPES DE STRUCTURATION D'UNE FILIÈRE PPAM

## 1 Des étapes préalables d'interconnaissance et d'alignement nécessaires

Avant de se lancer dans une commercialisation en commun et une structuration en filière, il apparaît important de prendre le temps de se connaître, de s'aligner autour de principes, valeurs, enjeux et objectifs communs, et de les formaliser. Et ce, tant entre producteurs qu'entre producteurs et acteur(s) de l'aval.

### Entre producteurs

- **Mieux se connaître**, créer ou s'assurer de la dynamique et de la bonne entente du groupe : organiser des moments de convivialité, d'entraide (par ex. des chantiers collectifs), mener des projets associatifs ensemble, ...
- **Mieux appréhender les produits des uns et des autres**, commencer à créer une vitrine commune des produits par exemple (marché ou site internet en commun, ...).
- **S'aligner autour de valeurs communes** et d'une même vision de la qualité des plantes à atteindre et proposer : créer des occasions de partager savoirs et savoir-faire...
- **Aller chercher des informations et des témoignages à l'extérieur** : faire intervenir des experts, réaliser ensemble des voyages d'études, des visites d'autres groupements de producteurs, ...
- **Clarifier, formaliser les valeurs, les objectifs communs**, les projets envisagés, etc. par écrit sur un document : charte, statuts d'association...
- **Clarifier le niveau d'engagement** (temps à passer ; contribution financière) que chaque producteur est prêt à donner pour le projet collectif et la place du futur débouché dans la commercialisation de chaque ferme (diversification ; débouché principal).

### Entre producteurs et acteurs de l'aval

- **Se rencontrer, échanger sur attentes, possibilités et contraintes respectives** :
  - pour les producteurs : exposer méthodes de production, contraintes et questionnements vis-à-vis des entreprises,
  - pour les entreprises : présenter attentes en termes de volume, qualité, etc. aux producteurs, ...
- **Mieux appréhender la réalité des uns et des autres** : organiser des visites de fermes et d'entreprise(s) de l'aval par exemple.
- Évaluer la faisabilité d'un alignement entre attentes de l'aval et de l'amont, et la possibilité de travailler ensemble.

Cette étape peut déboucher dans certains cas sur une modification de l'objectif initial de commercialisation en commun et conduire à la réalisation d'autres activités en commun. Dans d'autres cas où l'objectif de commercialiser en commun se confirme, ces étapes préalables d'interconnaissance et d'alignement auront permis de bâtir une base solide pour le projet, de dépasser les intérêts individuels pour se concentrer sur l'intérêt collectif, et d'éviter de potentiels freins ou difficultés ultérieurs.





## 2 CADRAGE DU PROJET

Une fois la volonté de travailler ensemble confirmée, il convient **de cadrer plus en avant le projet, notamment sur des aspects économiques, techniques, organisationnels et juridiques**. Cette étape permet de valider la faisabilité du projet et contribue à créer des conditions favorables à sa réussite. Les différents volets présentés, ci-dessous, peuvent être considérés aussi bien du point de vue des producteurs de PPAM que de celui des acheteurs de l'aval.

**Commercial** réaliser une **étude de marché**, identifier au moins un premier débouché, qualifier la demande du ou des clients, déterminer un positionnement, caractériser le ou les produit(s) à commercialiser, notamment le niveau de transformation attendu, les volumes, le format et le conditionnement...

**Economique** Élaborer un **premier modèle économique** intégrant une première approche du prix d'achat/vente, du prix de revient ou des coûts de production, identifier les investissements initiaux et l'apport de capital social éventuels nécessaires, clarifier entre acheteurs et vendeurs les modalités de fixation des prix et de contractualisation éventuelle, ...

**Production** Définir les **surfaces, plantes, variétés à mettre en culture** en lien avec la demande de la clientèle préalablement définie et des contextes pédoclimatiques locaux. S'accorder sur un cahier des charges de production (certification AB, bonnes pratiques agroécologiques additionnelles,...). Se former à la technique.

**Organisationnel** Choisir, le cas échéant, **une structure juridique** pour la filière et/ou pour le collectif de producteurs ; **définir la gouvernance**, préciser le rôle et les responsabilités de chacun, estimer le temps nécessaire pour mener à bien le projet et s'assurer de la disponibilité de chacun, préciser le nombre de membres souhaités pour la filière et les critères de sélection éventuels ; créer un comité de pilotage...

**Logistique** Définir les **chantiers**, tâches, matériels, espaces, temps de travail mutualisés vs. individualisés ; s'accorder sur les modalités de stockage, transport, livraison ; délimiter le périmètre géographique d'activité.

**Qualité/traçabilité** Définir les **niveaux de qualité** et de traçabilité attendus, les conditions d'acceptation des lots, les contrôles à réaliser par chacun. Formaliser un cahier des charges ou une charte qualité.

**Partenaires/appui** Identifier les **besoins d'appui** nécessaires pour la phase de lancement du projet (animation, organisationnel, juridique, technique, financier...), et solliciter les expertises et partenaires correspondants.



### POINTS D'ATTENTION

- **Définir un calendrier avec des points d'étapes et des échéances.**
- **Répartir les tâches et les dossiers entre producteurs en fonction de l'avancée des réflexions pour assurer un portage professionnel et éviter que le projet ne repose que sur une personne (producteur ou salarié). Au besoin, un groupe restreint de quelques producteurs moteurs peut être constitué et rendre régulièrement compte des principales avancées au reste du groupe pour valider les orientations prises.**

## 3 Lancement puis évolution du projet

Le projet peut maintenant être concrétisé et se développer à son rythme. L'adaptation, l'évolution ou le renforcement des différents aspects abordés précédemment sera à envisager en fonction du développement du projet, et des opportunités ou difficultés rencontrées.

**Commercial** Signer les **premiers contrats d'achat/vente**, affiner son positionnement sur le marché, se former, réaliser de la prospection commerciale et **diversifier sa clientèle**, ...

**Communication** Définir, mettre en œuvre une **stratégie de communication** (ex : création d'un site Internet, présence sur les réseaux sociaux, participation à des événements professionnels), se former, travailler éventuellement sur les visuels et le packaging, créer une identité visuelle ou marque commune si besoin...

**Economique** Solliciter et obtenir les **fonds éventuels** nécessaires au démarrage ou à l'évolution du projet.

**Production** Se former, **se perfectionner sur les techniques de production et de transformation** post-récolte (séchage notamment) ; augmenter éventuellement les surfaces de production en fonction de la demande.

**Organisationnel** **Créer la structure juridique** le cas échéant, la faire évoluer si besoin au fil du temps, ainsi que la gouvernance, embaucher des salariés si nécessaire, bien se répartir les rôles entre producteurs, avec des chantiers parfois d'ampleur...

**Logistique** Réaliser les **premiers investissements** (bâtiments, matériel de transformation...) puis les suivants si nécessaire.

**Qualité/traçabilité** Mettre en place des **procédures de contrôle qualité/ traçabilité**, attribuer des ressources humaines dédiées à ce volet.

**Partenaires/appui** Évaluer les besoins d'appui, les **adapter à l'évolution du projet**, en accord avec l'internalisation progressive de compétences et de savoir-faire nécessaires.



# LEVIERS ET FREINS POUR LA STRUCTURATION D'UNE FILIÈRE PPAM BIO

## Atouts et points facilitants pour la structuration d'une filière PPAM

- Un **souhait réciproque**, en amont et en aval, de **travailler ensemble**.
- Un **positionnement clair** appuyé sur une étude de marché.
- Bénéficier d'un **marché porteur**, au moins au démarrage.
- Avoir **au moins un client identifié** et limiter la prospection commerciale au démarrage.
- Par la suite, développer et diversifier la clientèle pour faire face aux évolutions possibles des besoins (contexte de baisse de la demande des volumes) ; développer des compétences en communication et commercialisation au sein de la structure.
- Disposer d'une **capacité de financement initiale** et/ou recueillir des **subventions** pour le matériel de transformation et le(s) bâtiment(s) notamment.
- **Se développer petit à petit**, par étape, pour limiter les stocks et faciliter l'autofinancement des investissements.
- Travailler en **contrat équitable** pour une meilleure sécurisation des débouchés et/ou une meilleure prise en compte des prix de revient.
- S'entourer des bonnes personnes, le **côté humain est capital**.
- Bénéficier, si besoin en fonction de l'expérience passée de chacun, d'un **accompagnement** technique, organisationnel, administratif, juridique...
- Dédier du personnel, chez les acteurs de l'aval, au **suivi** des approvisionnements et **de la relation avec les producteurs**.



## Freins à la structuration d'une filière PPAM

- **Manque de communication** entre amont et aval, défiance des producteurs envers l'aval.
- **Intérêt collectif** (versus intérêts individuels) pas suffisamment identifié.
- **Excès de prudence** des producteurs pour limiter la surproduction, freinant la possibilité d'acquérir de nouveaux clients et/ou dépendance à un seul client.
- **Manque de formations techniques** pour des producteurs non expérimentés, tant pour la production que pour les opérations post-récolte à la ferme.
- Flottement ou **absence d'animation** du collectif de producteurs.
- Appréhension partielle des implications du **choix du statut juridique** pour le collectif de producteurs.
- Difficulté à calibrer le **bon niveau d'équipement** en outils chez les structures de taille intermédiaire.
- **Manque de formation en gestion financière et organisation** d'une structure ; un équilibre économique parfois non atteint.
- **Manque** de réflexion, de maîtrise ou d'accompagnement **sur la stratégie de commercialisation et de communication** sur les produits finis (réseaux sociaux notamment).
- Sous-estimation de l'importance de la **gestion d'équipe** pour les structures se développant.
- **Freins au changement** au sein du service qualité des acteurs de l'aval.
- Difficulté à fournir un marché semi-gros en regroupant les productions de producteurs initialement calibrées pour de la vente directe, souvent non mécanisés ; le tarif du semi-gros étant inférieur à celui de la vente directe, l'intérêt économique pour les producteurs n'est pas toujours évident à trouver.





# ACCOMPAGNEMENTS BÉNÉFIQUES POUR LE LANCEMENT ET LA STRUCTURATION D'UNE FILIÈRE PPAM BIO

Les producteurs, lorsqu'ils sont eux-mêmes à l'origine du lancement d'une filière PPAM, initient rarement seuls les nombreuses démarches qu'il faut mener, souvent de front, pour coordonner la bonne mise en place de l'ensemble.

Il est fréquent qu'ils aient recours à des structures qui vont les accompagner sur tout ou partie du parcours de création de la filière, chacune selon ses prérogatives et spécificités.

## Quelles sont les structures accompagnatrices usuellement rencontrées dans le lancement et le développement de filières ?

De nombreuses Organisations Professionnelles Agricoles peuvent accompagner les producteurs dans leurs démarches de création et d'animation de filières. On peut citer par exemple :

- Les **Groupements d'Agriculteurs Bio** (GAB, GRAB, Agribio...) appartenant au réseau **FNAB**.
- Les associations du réseau **CIVAM**.
- Le réseau des **Chambres d'agriculture**.

Ces structures sont susceptibles d'intervenir à toutes les étapes de la constitution et de la vie du groupement. Elles sont mobilisées pour l'animation générale, l'appui technique, l'aide à l'organisation, ou l'appui à la communication

Des entreprises à caractère plus commercial peuvent être mobilisées sur des sujets très spécifiques. Il s'agit par exemple de centres de gestion, de cabinets juridiques, de cabinets d'architecture, de bureaux d'études pour le dimensionnement technique des installations, de spécialistes de la communication,...

Bien sûr, les banques et les financeurs publics sont également des structures d'appui incontournables à la filière.

## Quelles sont les thématiques sur lesquelles peut porter l'accompagnement ?

Tout au long de la création et du développement d'une filière, les sujets sur lesquels peut porter l'accompagnement sont variés.

Il s'agit par exemple :

- De l'**animation du groupe** pour garantir le maintien de la dynamique collective et soutenir la motivation des producteurs sur le long terme : animation des réunions, mise en place et animation d'un groupe sur les réseaux sociaux,...
- De la **mise en relation** du groupe de producteurs avec la ou les entreprises de l'aval.
- De l'**appui technique** aux producteurs : organisation de journées techniques, appui technique individuel, organisation de formations ou de voyages d'étude.
- De l'**appui à l'organisation** : organisation interne (préparation et animation des Bureaux, Conseils d'Administration, Assemblées Générales, ... si le groupement est structuré juridiquement), pilotage/gestion (mise en place d'outils de suivi,...), création d'autres outils d'organisation spécifiques (organigramme, cartographie des producteurs, rédaction du règlement intérieur, des contrats de production, du cahier des charges producteurs,...).
- De l'**appui à la communication** : organisation d'évènements autour du projet, rédaction d'articles,...
- De l'**accompagnement pour la recherche de financements**.
- De l'**accompagnement spécifique** sur certains dossiers plus « pointus » :
  - rédaction des statuts juridiques,
  - labellisation Commerce Équitable,
  - calcul des coûts de production et prix de revient,
  - réalisation de plans de construction, d'études d'implantation, de dimensionnement,...
  - mise en place des procédures qualité,
  - mise en place de la démarche RSE.

## Le financement de l'accompagnement de la filière

Les **financeurs publics** suivants sont souvent mobilisés :

→ En premier lieu le **Fond Avenir Bio de l'Agence Bio**, spécifiquement dédié au financement de la création et du développement des filières bio, que ce soit pour l'animation ou bien les investissements humains, immobiliers ou matériels.

→ **France Agrimer** qui, chaque année, programme une aide en faveur d'investissements réalisés pour la production des PPAM et une aide aux investissements liés à la transformation et la commercialisation des plantes.

→ L'Etat peut aussi contribuer au développement des filières, par le biais du **dispositif GIEE** (Groupement d'Intérêt Economique et Environnemental) financé par des **fonds CASDAR**.

→ Les **Conseils Régionaux**, sur des lignes de développement agricoles, des financements des entreprises agro-alimentaires ou même sur des dispositifs complets dits « amont-aval » ; les Conseils Régionaux financent à la fois l'animation et l'ensemble des investissements liés aux filières.

→ Les **Conseils Départementaux**, les **communautés d'Agglomération**/de communes, les communes, peuvent également, selon leurs intérêts dans le projet, participer à son financement.

→ L'Union Européenne peut également être sollicité au travers des **programmes Leader** mobilisables sur le territoire concerné.

→ Certaines **Agences de l'Eau** distribuent également des subventions en faveur du développement des filières, notamment pour la réalisation d'études préalables.

→ Enfin, des financements privés peuvent venir en complément de ceux apportés par les structures publiques. Ils proviennent bien souvent du **fond de formation VIVEA** (qui finance des formations, des voyages d'études) ou de **Fondations**.



### Accompagnement GLOBAL D'UN GROUPE DE PRODUCTEURS VERS LA CRÉATION D'UNE FILIÈRE PPAM Bio locale en CHARENTE-MARITIME

« J'ai accompagné la filière Biolopam en Charente Maritime, depuis sa création en 2009-2010 et jusqu'à aujourd'hui. Au fil des années, les besoins ont évolué en fonction du stade de développement du projet. Avant la création de la structure et au **début de l'activité** du groupement, mon action s'est concentrée sur l'**animation du groupe** pour que la cohésion et l'envie de travailler ensemble naissent et perdurent. Au démarrage du projet, j'ai également travaillé auprès du groupe à la **définition des plantes à mettre en place** dans le contexte pédo-climatique local et en parallèle, aux différents **modèles de structuration juridique** possibles. Ainsi, j'ai accompagné le groupe dans sa recherche d'informations, de témoignages et retours d'expériences de collègues, par l'organisation de formations et de **voyages d'études**. J'ai également appuyé le groupe dans son **dialogue avec l'entreprise acheteuse** de l'aval, l'ai aidé à **calculer un prix de vente** prenant en compte ses coûts de production et j'ai réalisé et déposé des **demandes de subventions**. **Après quelques années**, mon action s'est recentrée sur l'**animation des temps forts du groupement** (CA, AG,...), l'organisation de journées techniques et la **recherche de financements**. **Plus récemment**, alors que la filière était en place et déjà fonctionnelle, j'ai accompagné Biolopam dans la **mise en place de sa démarche qualité**, aux côtés d'un prestataire spécialisé, et j'ai travaillé sur la labellisation équitale.

En moyenne, j'estime que j'ai passé **environ 20 jours par an** (de 10 jours jusqu'à 40 jours au plus fort du suivi) à l'accompagnement de Biolopam, et ce, **sur 10 ans**.

Selon moi, l'une des clés d'un accompagnement réussi est la **disponibilité de la structure accompagnatrice**, permettant un suivi sur le long terme, à la demande et jusqu'à ce que le groupement n'en ait plus du tout besoin. Cela est indispensable pour assurer la cohésion et soutenir la motivation du groupe. En plus de compétences en animation, il faut disposer d'une **bonne connaissance de la filière et des besoins des producteurs**, de sorte à pouvoir faire des propositions au groupe. Ce qui est indispensable à mon sens c'est de pouvoir **s'appuyer sur un leader** au sein du groupement de producteurs, car même si l'animateur est là pour « mettre de l'huile dans les rouages » et faire avancer le projet, ce n'est pas son projet. Et même s'il est très investi, il n'a pas engagé de moyens financiers dans le projet ; ce relatif « détachement » peut créer des points d'incompréhension et de divergence avec les producteurs. **Trouver un producteur moteur et communiquant dans le groupe** permet de créer un binôme efficace pour combiner la vision interne et la vision du contexte externe, qui permet au groupe d'avancer ».

Béatrice POULON, chargée de mission filière PPAM,  
Bio Nouvelle-Aquitaine







### ACCOMPAGNEMENT AU CALCUL DES COÛTS DE PRODUCTION POUR LES FILIÈRES ÉQUITABLES D'ARCADIE ET DES LABORATOIRES M&L (SOCIÉTÉ DU GROUPE L'OCCITANE)

**Agribio 04** a été identifié et sollicité dès 2017 par Arcadie, puis en 2020 par les laboratoires M&L, pour travailler sur l'**élaboration des coûts de production**, plus justement appelés prix de revient, dans le cadre de leur(s) **labelisation(s) Commerce Equitable** (Biopartenaire, Fair For Life, etc.). Ce travail a démarré car un **outil de calcul** avait été développé en interne chez Agribio 04, au départ dans le cadre de l'accompagnement des agriculteurs à la conversion vers le bio (simulation de l'évolution des coûts après passage au bio). L'outil avait été destiné à accompagner des fermes céréalières, et le premier travail a été de l'adapter aux PPAM : ajout des équipements spécifiques des PPAM (planteuses, bineuses, récolteuse) et étapes de transformation (distillation, séchage). Il s'agit d'un outil basé sur la description des itinéraires culturaux, donc pensé pour être au plus près de la réalité des opérations menées dans les parcelles et du temps de travail du producteur. Il peut aussi inclure des charges de structure. Plus récemment (2022-2023), Agribio 04 a été formé à l'outil Systerre® développé par Arvalis-L'institut du végétal, outil permettant notamment de calculer des coûts de production par plante et à l'échelle des rotations et de l'exploitation. Il est aujourd'hui question de basculer complètement sur cet outil (logiciel accessible en ligne sur PC) pour réaliser ce type de travail. En effet, la maintenance de l'outil permise par les équipes d'Arvalis est un compromis intéressant, quand on ne dispose pas de ces compétences et de ce temps en interne.

La démarche a toujours été la suivante :

- 1/ **calcul individuel du coût de production par plante et par producteur** (entretien individuel Agribio 04-producteur),
- 2/ **échange collectif, animé par Agribio 04**, sur les résultats des calculs avec l'organisation de producteurs et ajustement des calculs si besoins (il existe parfois de fortes variations dans les prix de revient entre producteurs pour une plante, en fonction des zones géographiques, des choix de conduite de la culture...),
- 3/ **les coûts de production par plante et par agriculteur sont moyennés** pour être transmis au premier acheteur.

Agribio 04 n'intervient pas dans les négociations qui s'ensuivent, entre l'organisation de producteur et l'acheteur.

C'est un travail passionnant, mais complexe car :

- Il faut se mettre d'accord collectivement (Agribio, les producteurs, l'acheteur) sur une méthode et un outil de calcul, car il existe de multiples façons de calculer un prix de revient !
- Le temps de collecte des données techniques et économiques, et leur enregistrement dans l'outil ou logiciel choisi, est long.
- Il ne faut pas sous-estimer non plus le temps d'appropriation des calculs, une fois réalisés, par les producteurs, les comparaisons entre leurs fermes et les ajustements.

Mégane VECHAMBRE, conseillère en PPAM Bio  
Agribio 04



### Accompagnement à la STRUCTURATION DU GROUPE DE PAYSANNES-HERBORISTES DU BOUT DU MONDE

En 2021, la **filière PPAM dans le Finistère** rencontre une problématique: celle de débouchés de plus en plus limités. C'est dans ce contexte que **le GAB 29** lance un groupe d'échanges pour soulever les enjeux et les besoins des productrices de PPAM Bio du département.

Une question récurrente ressort de ces échanges : « **comment commercialiser de manière efficace sans se faire concurrence ?** ».

Plusieurs axes sont alors travaillés, allant de la mise en place d'outils en commun, au partage de connaissances en passant par la mutualisation de la commercialisation..

C'est cette **commercialisation en commun** qui va être creusée, avec l'idée de **rassembler producteurs et productrices de PPAM sur un marché trimestriel**. La première réunion d'organisation est programmée au printemps 2021 pour un objectif de premier marché au printemps 2022.

L'idée est lancée, il reste maintenant des questions logistiques autour de ce marché, le GAB 29 va piloter plusieurs réunions pour **mettre en place une charte** à respecter pour pouvoir être accepté sur le marché, **définir les lieux** de chaque marché et une **liste des organisateurs** des événements.

Décision est prise, afin de répartir la charge de travail, d'organiser chaque marché dans un lieu différent, avec le concours d'un groupe de productrices/organisatrices qui tourne.

Afin d'assurer l'interconnaissance des différents acteurs, une réunion avec tous les exposants est mise en place le matin avant chaque marché, ce qui permet également de faire remonter des pistes d'amélioration et de travail pour le futur.

Dans le sillage de l'action « marchés », en 2023, une **carte des acteurs de la filière PPAM** (producteurs.trices, herboristeries, formations en herboristerie, ateliers PPAM) est créée afin de se faire connaître auprès du grand public.

Les **conditions de réussite** du projet ont été permises par un **groupe de productrices dynamiques**, motivées par les enjeux de commercialisation à plusieurs. Cet attrait pour ce sujet a aussi permis au GAB 29 de guider le groupe vers une certaine autonomie.

Le groupe a néanmoins rencontré **quelques difficultés** tout au long du projet :

- Beaucoup de doutes avant de lancer les marchés : « on vend la même chose, pourquoi les gens viendraient-ils sur ce genre d'événements ». Rebondissement sur des propositions d'ateliers, diversification du marché initialement exclusivement axé sur la vente !
- La charge de travail pour organiser les marchés, d'où la nécessité de tourner entre équipes organisatrices.
- Au niveau du GAB et même des productrices impliquées, il a fallu dégager un temps non négligeable, pour un projet dont on ne connaît ni l'issue ni la suite.

Au fil des réunions, des échanges et de la tenue des marchés, le GAB 29 a pu se détacher du groupe pour laisser les productrices s'organiser entre elles de manière autonome.

Caroline CHAVRIER et Malo JESTIN-FAGON  
GAB 29



# RELATIONS AMONT-AVAL DANS LES FILIÈRES PPAM BIO

Les relations commerciales entre « l'amont » qui rassemble les producteurs et leur(s) groupement(s), et « l'aval » qui rassemble les acteurs en charge de la transformation et/ou de la commercialisation des produits finis, revêtent plusieurs aspects. Parmi les points sur lesquels ces acteurs doivent s'accorder, on peut citer :


- les espèces, parfois des variétés, de plantes souhaitées,
- les parties de la plante souhaitées (fleurs, feuilles...),
- l'état, le format et le niveau de transformation de la plante souhaitée (frais, sec, congelé ; broyé, distillé...),
- la qualité attendue,
- les volumes souhaités,
- le prix,
- la durée associée à l'engagement éventuel d'achat/ vente,
- la gestion du risque et des aléas (marché, climatique, sanitaire...).


Dans la filière PPAM, tout comme dans les autres filières agro-alimentaires, marquées par un certain déséquilibre dans les relations commerciales entre un aval concentré et un amont plus dispersé, le développement, d'une part de la contractualisation, d'autre part de labels et de filières responsables visent à mieux répondre aux attentes des consommateurs, à sécuriser davantage les producteurs et à renforcer les liens de coordination entre tous les maillons de la filière.

On notera dans la filière PPAM une diversité de pratiques commerciales entre amont et aval, allant de relations peu formalisées basées principalement sur la confiance à des relations plus formalisées, encadrées par des contrats ou des labels, notamment de Commerce Équitable.




## Zoom sur le Commerce Équitable

Si le Commerce Équitable (CE) repose à l'origine sur une organisation des échanges visant à équilibrer le rapport producteur/acheteur entre les pays développés et les pays en développement, un **Commerce Équitable nord/nord** s'est récemment développé en France. Encadré par la loi , il vise à équilibrer le rapport entre producteur français et acheteur français.

Une **étude ** sur le **Commerce Équitable dans les filières PPAM** a été commanditée par FranceAgrimer sur le sujet en 2022. Même si le Commerce Équitable est encore relativement peu développé pour la filière PPAM, en revanche, parmi les filières en agriculture biologique, c'est peut-être **la filière des PPAM bio qui a le plus recours à la certification équitable**. 3 labels semblent être présents aujourd'hui dans les PPAM : BIOPARTENAIRE®, Bio Équitable en France et Fair For Life.

Dans le présent recueil figurent certaines entreprises ou groupements commercialisant toute ou partie de leur production en filière équitable : l'entreprise Arcadie, labellisée BIOPARTENAIRE® en partenariat avec le groupement de producteurs Bio Garrigue Méditerranée ; Biolopam et PAM Ardèche (pour certains de leurs produits seulement).

Les **principaux engagements du Commerce Équitable ** et ses déclinaisons et implications recensées dans les filières PPAM sont les suivantes :

### Autonomie des producteurs

grâce au renforcement des Organisations de Producteurs (OP) avec une **gouvernance démocratique**.

*La création de l'OP est réalisée à l'initiative des producteurs/cueilleurs, ou du premier acheteur. L'OP permet : la mutualisation d'équipements, l'organisation de la production, la mutualisation de la commercialisation, l'animation de la négociation autour des prix avec le(s) acheteur(s).*

### Prix rémunérateurs

pour les producteurs, **basés sur les coûts de production et une négociation équilibrée** ; *Le calcul du coût de production permet la fixation d'un prix de sauvegarde (prix plancher). OP et acheteur ont au moins une réunion annuelle pour négocier les prix réels.*

### Partenariat commercial pluriannuel

entre les producteurs et les acheteurs ; *Le ou les acheteurs ont un contrat (3 à 5 ans, souvent 3 ans) avec l'OP afin de s'engager à acheter toute ou une partie de la production. Les contrats contiennent, pour les plantes qui représentent un certain pourcentage du chiffre d'affaires de l'OP : un cahier des charges de qualité, des volumes minimums d'achat (révisables tous les ans) et/ou des prix de sauvegarde « sortie OP ».*

### Versement d'un montant supplémentaire

pour financer des projets et dynamiques collectives. *Souvent appelé « fonds de développement », il est versé par le premier acheteur à l'OP. Son montant peut être basé sur un pourcentage du chiffre d'affaires de l'OP (1 à 7 % dans les cas cités dans l'étude FranceAgrimer). Il peut financer des formations, accompagnement, équipements... pour les producteurs.*

### Transparence et la traçabilité des filières

### Sensibilisation des consommateurs

et la valorisation des modes de production socialement et écologiquement durables.

Les **motivations des acteurs engagés** dans des démarches de Commerce Équitable recensées sont les suivantes :

- **Pour les acheteurs** : valeurs portées par l'entreprise, garantie des approvisionnements, dialogue avec les producteurs, travail sur la qualité ;
- **Pour les producteurs (OP)** : garantie contractuelle sur les prix et les volumes, visibilité sur les ventes, possibilité d'investir, possibilité de passer par l'acheteur pour des étapes de transformation post-récolte.



## Dans la pratique, il ressort que :

- les prix de sauvegarde sont utiles mais souvent jugés trop bas par les producteurs ;
- le calcul des coûts de production et les négociations sur les prix sont difficiles quand il s'agit de nouvelles plantes pour lesquelles il n'y a pas ou peu de données techniques ;
- le fonds de développement, en fonction de comment il est calculé et de son montant annuel (parfois quelques milliers d'euros uniquement), n'est pas toujours utilisé car jugé trop faible par les producteurs pour enclencher de réelles actions utiles.

Il est intéressant de noter que même si le Commerce Équitable se développe dans les filières PPAM (bio surtout), la valeur ajoutée est encore répartie de manière assez peu équitable selon les acteurs eux-mêmes : les marges sont basses et incertaines pour les producteurs, plutôt faibles au niveau des premiers acheteurs et plus importantes pour certains metteurs en marché plus en aval.



## AUTRES PRATIQUES

### Formes de partenariats

Il existe des formes de contractualisation qui se rapprochent du Commerce Équitable, sans être labellisées. Il existe des partenariats sur plusieurs années, fondés sur un contrat ou la confiance, tacitement renouvelables, avec parfois des accords de principe sur le prix d'achat (souvent sur une année seulement, il faut renégocier l'année suivante). Lorsque les partenariats reposent sur des contrats, ceux-ci peuvent être bipartites (entre l'organisation de producteurs et un premier acheteur) ou tripartites (entre l'organisation de producteurs, un premier acheteur et un client du premier acheteur). La principale différence avec le Commerce Équitable labellisé est l'absence de contrôle extérieur par un organisme certificateur.

### Contractualisation

A noter que la contractualisation, généralement sur 3 ans, ne balise pas tout car parfois, le prix est garanti mais pas les volumes, ou l'inverse, et ce, y compris dans les labellisations commerce équitable. Plus précisément, le contrat stipule des intentions de volumes à 3 ans, mais les volumes sont actualisés de manière annuelle, en fonction de l'état du marché.

### Gestion des risques de marché

Quelle protection des producteurs quand les volumes sont à la baisse ? Le risque est parfois partagé entre producteur et premier acheteur (souvent un transformateur, qui va rentrer toute la production et trouver d'autres débouchés), mais pas toujours (c'est parfois à l'OP de trouver d'autres débouchés). En 2023, année marquée par une conjoncture marché en PPAM bio compliquée, on a recensé des cas où les contrats avec des OP ne sont honorés qu'à hauteur d'un tiers de la commande habituelle, et où les commandes et livraisons sont retardées, engendrant des problématiques de stockage des produits chez les producteurs. Dans ce contexte, deux cas de figure peuvent se présenter, côté organisation de producteurs :

- Quand une OP est un « petit apporteur » sur de « grosses références » (volumes importants) pour un acheteur : il n'y a en général pas de problème, le producteur écoule les volumes indiqués dans le contrat (« intentions »).
- Quand une OP est apporteur de volumes importants pour un acheteur, cela peut devenir très problématique en fonction des évolutions de marché puisque les volumes peuvent drastiquement diminuer d'une année à l'autre, étant donné qu'ils ne sont pas contractuels et peuvent être renégociés annuellement.

L'acheteur peut proposer des pré-financements (avances) à l'OP.

### Opportunités de marchés

Les besoins de certains transformateurs, pour certains débouchés, portent sur de petits volumes (de quelques kilogrammes à quelques centaines de kilogrammes) qui peuvent être accessibles et intéressants pour des « petits » producteurs (peu mécanisés, diversifiés), à condition que ces derniers puissent s'organiser pour gérer les tâches administratives associées (fiche technique, fiche de traçabilité...).

### Fixation des prix

Enfin, les méthodes de fixation des prix peuvent être très variables dans la filière : basées sur une assise « historique » et/ou sur le prix de marché (généralement pour les plantes cultivées depuis longtemps) ou sur le calcul de prix de revient des producteurs et de leur OP, et/ou sur de nouvelles bases (pour les marchés tournés vers l'innovation et les nouvelles plantes pour lesquelles il n'existe pas de marché de référence en termes de sourcing français).



## Le calcul des coûts de production ou des prix de revient

Le **prix plancher** (ou prix de sauvegarde) payé aux producteurs est la **limite basse** en-dessous de laquelle le premier acheteur s'engage à ne pas descendre dans le cadre des contrats équitables. Il est **déterminé suite à un calcul** de « coûts de production » ou de « **prix de revient** ». Outre la nécessité de calculer les prix de revient dans le cadre des contrats de Commerce Équitable, ce travail permet aussi aux producteurs une **meilleure connaissance** de leurs coûts de production par plante et **de la rentabilité de leurs cultures, de mieux piloter leur stratégie d'exploitation, d'améliorer les conditions de travail sur les fermes** ainsi que leur **réactivité et/ou résilience** dans le système actuel.

Dans certains cas, le calcul de prix de revient a pu conduire à un ajustement significatif à la hausse de plusieurs prix initialement sous-évalués, impactant ainsi les revenus des producteurs.

Il y a **différentes façons de calculer ces coûts**, qui peuvent comprendre :

- le temps de travail du producteur, dans l'idéal valorisé selon un objectif de revenu,
- les coûts de main d'œuvre (salariés, saisonniers...),
- les charges opérationnelles (plants, intrants, électricité, etc.),
- les amortissements ou valeurs annuelles de remplacement des équipements et bâtiments,
- les impôts, taxes et autres charges.

Il est des éléments qu'il faudrait comptabiliser mais qu'il est difficile d'inclure dans les calculs : les aléas climatiques, les aléas de contamination (pesticides ou alcaloïdes), d'autant plus que tous les producteurs d'une même OP n'ont pas le même niveau d'exposition.

Ces calculs peuvent être :

→ **issus de références technico-économiques existantes** fournies par les structures de développement agricole (GAB, Chambre d'agriculture, CIVAM, etc.), souvent calculées pour des « fermes-type » (plus ou moins de mécanisation, irrigation ou non, etc.) ;

→ **réalisés par les producteurs eux-mêmes**, avec ou sans accompagnement, avec ou sans l'utilisation d'outils de calcul existants, afin de mieux coller à la réalité et aux spécificités de leurs exploitations.

Une vraie **difficulté** au sein des OP est que les **coûts de production** sont **très variables d'un producteur à l'autre**, en fonction de ses parcelles, de son matériel, de ses choix techniques et de son savoir-faire. Cela peut en amener certains à revoir et améliorer des itinéraires culturaux ou techniques de cueillette. Quand les producteurs d'une même OP se situent dans des bassins de production extrêmement différents (climat, sol, accessibilité du matériel de culture et transformation, etc.), il est parfois possible de négocier avec l'acheteur des prix différenciés selon la zone de production.

À noter qu'il peut aussi y avoir des fluctuations sur une même exploitation **au cours du temps** (plus ou moins de binages en fonction des années selon la météo), donc **l'enjeu** est de réaliser les calculs de façon à ce **que la marge pour le producteur reste constante** à l'échelle de la durée de vie de la culture, ou au moins sur la durée du contrat (3 ans en général).



# ENJEUX QUALITÉ-TRAÇABILITÉ DANS LES FILIÈRES PPAM BIO

## DIFFÉRENTES PERCEPTIONS DE LA QUALITÉ

Selon que l'on travaille les PPAM en filière longue ou en filière courte, l'enjeu qualité n'est pas le même.

En effet, en **filière longue**, tous les acteurs s'accordent sur l'**application de la réglementation sanitaire** en vigueur et de procédures établies et mentionnées dans le guide qualité du CPPARM. Nous parlons là de la **qualité sanitaire des plantes**.

Les **sources de contamination potentielle** des PPAM et produits à base de PPAM sont variées. Parmi les contaminations les plus fréquemment rencontrées en production de PPAM bio, nous pouvons citer celles :

→ **d'origine bactérienne** : elles proviennent du sol, des engrais organiques utilisés au champ, de la présence de nuisibles (oiseaux, rongeurs, insectes) dans les bâtiments de production et de stockage,

→ **d'origine phytosanitaire** : il s'agit de contaminations qui se font au champ, suite aux dérives de traitements effectués par les voisins agriculteurs, ou bien au séchoir, en utilisant un air de renouvellement contaminé,

→ qui surviennent à cause des **alcaloïdes pyrrolizidiniques** : les plantes à alcaloïdes peuvent se retrouver à l'état d'adventices dans des parcelles de PPAM. Les contaminations de la culture se font par voie racinaire et probablement aussi par les pollens,

→ aux **hydrocarbures, aux métaux lourds** du fait de parcelles disposées en bordures de routes, ou du fait du matériel de récolte ou de manutention des plantes.

En **filière courte**, il en est autrement.


D'une part, étant donné que le séchage n'est pas considéré comme une transformation du produit, les producteurs qui vendent en direct des produits d'herboristerie ne sont soumis à aucune réglementation sanitaire officielle. Cela ne les empêche pas, pour bon nombre d'entre eux, de respecter de **bonnes pratiques, garantes de la qualité sanitaire** des produits.

En revanche, si leurs produits sont issus d'autres transformations alimentaires de PPAM (eaux florales, sirops, confits,...), il leur faut respecter la réglementation du paquet hygiène et notamment le règlement 852/2004. Ces exigences réglementaires restent encore parfois mal connues dans le monde agricole.

D'autre part, **en vente directe, c'est le producteur qui choisit le produit qu'il souhaite commercialiser**, en termes organoleptiques, mais aussi, pour ce qui concerne la présentation, le conditionnement, ... ainsi **il n'existe pas une qualité dictée par le client**, mais une multitude de possibilités, selon les choix du producteur, la demande des clients,... Par exemple, une menthe feuille entière sera un produit qualitatif pour l'un, même si ces feuilles sont d'un vert terne, tandis qu'un autre estimera plus qualitatives des feuilles brisées, dès lors qu'elles présenteront une belle couleur verte. Certains jugeront plus qualitative une menthe présentant une belle couleur qu'une menthe ayant une agréable odeur. Pour d'autres ce sera l'inverse.

**C'est pourquoi lorsque des producteurs se regroupent pour travailler en filière longue, il peut être aisé pour eux de s'accorder sur la qualité des produits attendus**, tant au niveau sanitaire qu'au regard d'autres critères imposés par les clients. Mais en **filière courte**, avant de se regrouper, **les producteurs doivent se mettre d'accord sur la qualité**, notamment la qualité organoleptique **des produits qu'ils souhaitent commercialiser ensemble**. Et cela peut s'avérer un exercice compliqué.

### POUR ALLER + LOIN

Le guide pratique qualité des PPAM du CPPARM de 2022  (2<sup>ème</sup> édition) intitulé « QualiPPAM » a pour vocation de sensibiliser les différents acteurs à la démarche qualité, d'informer sur la réglementation en vigueur, de donner des conseils pratiques concernant son application dans les différentes étapes de vie d'un produit, d'apporter des notions de management de la qualité dans un objectif d'amélioration continue.

De plus, **les acheteurs de la filière font souvent connaître leurs propres attentes en matière de qualité** pour les produits qu'ils souhaitent acheter auprès des producteurs. Ils édictent un **cahier des charges** de la qualité des matières premières qu'ils escomptent recevoir ; couleur, odeur, granulométrie, conditionnement,... sont détaillés et parfois même illustrés à l'aide de photos. Il s'agit de leurs propres critères de qualité que l'on pourrait qualifier de **qualité « organoleptique »** et de **qualité « technique »** (souvent dictée par les capacités des différentes machines que ces transformateurs mettent en œuvre dans le processus de transformation et de conditionnement des plantes).

Ces différents éléments participent à une certaine qualité, imposée aux producteurs, donc connue et facilement applicable par tous.





## Illustration avec l'exemple du thym pour l'herboristerie

**Des producteurs travaillant cette plante en filière longue** vont devoir respecter des normes importantes, pour éviter les contaminations bactériennes, phytosanitaires et les contaminations par les alcaloïdes dans le produit, car leurs produits seront soumis à différents contrôles avant d'être définitivement vendus.

Au champ, ils vont faire attention à **bien localiser leurs apports d'engrais organiques** et à **les distribuer au bon moment**, c'est-à-dire assez en amont de la récolte pour que ceux-ci ne se retrouvent pas dans le produit fini après s'être « coincés » dans les ramures de la plante. **A la récolte**, ils vont veiller à **ne pas couper la plante au ras du sol** pour éviter d'engranger de la terre (source de contaminations bactériennes) et ils vont arpenter la parcelle à récolter pour en **éliminer les plantes à alcaloïdes**. **Au séchoir**, ils vont **gérer le renouvellement de l'air sec** en fonction des traitements phytosanitaires des voisins agriculteurs. Tout au long de la chaîne de production, ils devront se conformer à des procédures qu'ils auront préalablement mises en place de sorte d'éviter toute contamination (cahier des charges producteur, fiche séchage, fiche transformation, fiche conditionnement).

Ensuite, ils devront **répondre aux exigences des acheteurs finaux** qui souhaiteront obtenir un thym plus ou moins bien trié (sans tigettes parmi les feuilles), plus ou moins broyé finement, présentant une couleur et une odeur précises, et présentant des analyses de résidus de pesticides à l'appui.

Pour la même plante, **les producteurs travaillant en circuits courts** n'ont pas de réglementation imposée qui les obligerait à mettre en place des procédures particulières ou à réaliser des analyses sur leurs produits. Néanmoins, ils sont nombreux à faire en sorte de chercher à garantir une qualité sanitaire optimale pour leurs plantes... et même s'ils ne peuvent parfois pas maîtriser les traitements phytosanitaires effectués par les voisins, ils travaillent bien souvent (notamment dans les zones « sensibles »), à entretenir de bonnes relations et un dialogue avec eux, pour éviter au maximum le risque de contaminations.

S'ils souhaitent commercialiser ensemble leurs produits, les producteurs en circuits courts devront se mettre d'accord sur certaines caractéristiques. Quelle qualité de feuilles de thym vont-ils proposer : thym de printemps ? thym gris d'automne ? feuilles entières, feuilles brisées ? quel pourcentage de tiges dans le produit fini ? quelle odeur pour le produit ? quelle couleur ?,...

Toutefois, malgré les différences, il existe un **point commun** en matière de qualité entre filière courte et filière longue : c'est la question de la **traçabilité**. En effet, pour garantir la traçabilité des produits qu'ils vont commercialiser, les producteurs devront gérer la traçabilité « matière » de leur produit, c'est-à-dire qu'ils devront être capables, à partir du produit fini, de remonter jusqu'à la parcelle de production. Cela permet, en cas de souci avec un produit, d'éliminer du marché, tous les produits issus d'une même parcelle ou d'une même fabrication. Pour ce faire, il leur faudra tenir, en plus du cahier de culture, un document de fabrication et ils devront également apposer des numéros de lots sur leurs produits.

Pour conclure, même si la notion de qualité revêt différentes définitions et différentes approches selon qu'on travaille en filière longue ou en filière courte, il demeure primordial pour chacun de veiller à la qualité des produits, et ce, d'autant plus sérieusement que les producteurs de PPAM oeuvrent au sein d'une filière qui commercialise de nombreux produits alimentaires avec une forte connotation « santé », voire même de produits directement liés au soin (compléments alimentaires, dispositifs médicaux,...).



# CHOIX DU STATUT JURIDIQUE DE LA STRUCTURE REGROUPANT LES PRODUCTEURS : QUELS ENJEUX ET IMPLICATIONS ?

**Le choix d'un statut est l'aboutissement d'une réflexion qui concerne tous les aspects du projet.** Le droit français propose une grande variété de statuts (agricoles, commerciaux, ESS). Ils sont plus ou moins rigides (ex : la SAS est un statut très adaptable), plus ou moins inclusifs (ex : producteurs + collectivités + aval vs producteurs uniquement), ou plus ou moins risqués (notion de responsabilité limitée ou illimitée). **Si un juriste peut aider à faire le bon choix, il est essentiel que le collectif clarifie en amont plusieurs choix stratégiques** concernant :

- **Le modèle économique** : prestations de service ; vente ; cotisations ; subventions.
- **La gouvernance** : place des producteurs dans la prise de décision dans le cadre d'une structure amont-aval ; place des fondateurs ; nécessité d'une prise de décision collégiale ou non ; type d'acteurs à associer.
- **Le besoin de financement** : importance de besoins en fonds propres ; en fonds de roulement.
- **Le niveau de lucrativité attendu par les associés** : outil de « service » ou outil qui permet de rémunérer les parts sociales.
- **L'image** que souhaite renvoyer le collectif (ex : souhait de mettre l'accent sur les valeurs).

**Les initiatives de filières étudiées dans ce guide ont permis d'étudier les enjeux et implications du choix de certains statuts pour les parties prenantes, notamment les producteurs :**

## Statut association (de producteurs) loi 1901

La création de l'association loi 1901 Bio Garrigues Méditerranée (association de producteurs) a permis de répondre aux exigences de la certification équitable qui implique un partenariat commercial entre un acheteur (dans ce cas : Arcadie) et une « organisation démocratiquement structurée ». Le niveau minimum de regroupement exigé est une association loi 1901.

 **Fiche filière Bio Garrigues Méditerranée** 

## Statut GIE (Groupement d'Intérêt Économique)

**Biopam** : Le statut GIE a été choisi de 2010 à 2018 pour sa simplicité ; il était alors en phase avec le projet, n'exigeait pas de capital social ni de commissaire aux comptes... Il a été abandonné en 2018 car il ne permettait pas de majorer le taux d'aide de la Région pour le projet de bâtiment.

**PAM Ardèche** : Le statut GIE utilisé de 1991 à 2001 a été choisi sur conseil de la Chambre d'agriculture. Accordant de l'importance à la prise de décision commune, ce statut a permis la gestion du groupement par un bureau constitué de 3 adhérents, avec les rôles respectifs de président, secrétaire, trésorier, chacun disposant d'une voix. Ce statut laissait la possibilité d'avoir un pourcentage d'achats extérieurs hors adhérents.

**PAM Alpines** : Le statut GIE choisi en 2016 a été inspiré du GIE Plantes infuses dans les Cévennes. PAM Alpines disposait de peu de comparaison avec d'autres statuts et l'éloignement géographique de ses membres ne permettait pas un GAEC. Aucun besoin d'investissement n'étant à noter, le risque de responsabilité illimité est assumé par les exploitations agricoles. (Les membres d'un GIE sont en effet indéfiniment et solidairement responsables des dettes, sur leur patrimoine propre.) PAM Alpines remet cependant en question ce statut de GIE, ne le jugeant pas le plus adapté sur le plan fiscal. Le GIE étant considéré comme une structure commerciale, les bénéficiaires, pourtant issus à 100 % d'une activité agricole, sont imposés comme revenus capital et non agricoles (les membres « personnes morales » d'un GIE sont en effet soumis à l'impôt sur les sociétés pour la part des bénéficiaires réalisés par le biais du GIE).

 **Fiche filières Biopam**, **PAM Ardèche**, **PAM Alpines**

## Statut d'entreprise individuelle

**PAM Ardèche** : passage au statut d'entreprise individuelle de 2001 à 2018 car les membres du bureau ne souhaitent plus être autant sollicités. Gérance par une personne unique.

 **Fiche filière PAM Ardèche**

## Statut SAS

**Aiganha** : Le statut SAS a été choisi, avec l'aide d'un juriste, du fait d'une structure « commerciale ». Le statut GIE avait tout d'abord été envisagé mais n'aurait pas permis de faire de la prestation de service avec du matériel, alors en cours d'acquisition par le groupement. Des heures salariées sont nécessaires pour justifier du statut SAS ; ce sont les heures des membres associés à date, peut être celles de salariés ensuite.


 **Fiche filière Aiganha**

## Statut coopérative

**Biopam** : depuis 2018, le groupement a choisi le statut coopératif, souhaitant rester dans un format collectif. Ce statut correspondait, de plus, à l'éthique du groupe. Un conseil d'administration gouverne la structure et se réunit une fois par mois.

 **Fiche filière Biopam**

## POUR ALLER + LOIN

Le guide pratique du CPPARM de janvier 2018 intitulé « Création d'un groupement de producteurs en PPAM »  présente les différents statuts juridiques possibles pour un groupement de producteurs et leurs spécificités.





# FILIÈRES PPAM BIO FRANÇAISES : RETOURS D'EXPÉRIENCE







# BIOLOPAM

## Présentation générale

### Origine du projet

Dans le cadre d'une reprise de ferme familiale, Didier Dorin réalise en 2008 un diagnostic de conversion en Agriculture Biologique financé par la ville de La Rochelle (programme Re-Sources, zone à enjeu eau). Son projet est alors présenté devant les différents acteurs bio du territoire dont Léa Nature qui signale sa volonté de s'approvisionner en plantes françaises, et locales si possible. Didier Dorin contacte le Groupement des Agriculteurs Biologiques de Charente-Maritime (GAB 17) pour l'aider à structurer un projet de production de PPAM bio, en collectif.

### Objectifs

- Ne pas travailler seul.
- Atteindre un volume de production suffisant pour être capables d'approvisionner Léa Nature (client industriel).
- Mutualiser des moyens de production (investissements, moyens humains pour les chantiers, compétences).
- Représenter un interlocuteur unique auprès du client ciblé.



Charente-Maritime

## HISTORIQUE

### 2008-2010

- Échanges avec Léa Nature, caractérisation des plantes à mettre en culture
- Définition coûts de production
- Recrutement de producteurs
- Plantations-tests sur 2 ha
- Création du GIE Biolopam 17 (6 producteurs)
- 10 ha en culture en 2010

### 2011-2014

- Perfectionnement technique des producteurs.
- Investissements matériels (séchoir, sasseur, hangar de production).
- 18 ha en culture en 2014.

### 2015-2018

- Reconnaissance GIEE
- Achat nettoyeur-séparateur
- Lancement étude de marché distillation/ HE bio
- Transformation du GIE en coopérative ; arrivée de 4 producteurs, 1 départ
- Embauche 1<sup>er</sup> salarié
- 30 ha en culture en 2018

### 2011-2014

- Démarrage travaux nouveau bâtiment + chaîne de transformation
- Embauche chef de culture
- Arrivée de 8 producteurs (17 coopérateurs)
- 42 ha en culture en 2019

### 2020-2022

- Mise en place des procédures qualité/ traçabilité/RSE
- Agrandissement et amélioration séchoir
- Installation trieur alvéolaire
- 22 coopérateurs
- 90 ha en culture en 2022





## CHIFFRES ET DONNÉES CLÉS

- Une **vingtaine de plantes** ; le thym est la culture principale (50 % des surfaces, 40 % du chiffre d'affaire).
- PPAM **cultivées** principalement.
- Territoire concerné : moitié Nord **Charente-Maritime** et Sud **Vendée**.
- Producteurs de **grandes cultures** ; part de PPAM dans le chiffre d'affaire variable (<20 % pour la majorité, jusqu'à >50 % pour quelques producteurs).
- **22 producteurs** à date.
- 3 prestataires de transformation.
- **2 salariés** : administratif et financier ; responsable chaîne de transformation.
- **400 tonnes** de plantes fraîches vendues principalement en sec, et aussi un peu en frais ou en huiles essentielles.
- **5 gros clients, 20 clients secondaires** metteurs en marché, transformateurs ou négociants ; distributeurs de tisanes, fabricants d'actifs végétaux (cosmétique), agroalimentaire...

### Accompagnement / Partenaires

- **GAB 17 / Bio Nouvelle-Aquitaine** :
  - Animation (réunion de producteurs, formations, rencontres techniques, animation CA et AG).
  - Accompagnement calcul coût de production.
  - Montage dossiers de subventions.
  - Accompagnement sur la transformation du GIE en coopérative.
  - Appui élaboration de documents (statuts, règlement intérieur, DUERP, charte qualité, livret accueil salariés,...).
- **CPPARM** (données économiques/filières ; voyage d'étude).
- **Chambre d'agriculture de la Drôme** (accompagnement et formations techniques).
- **Pymba PPAM Expertises** (appui technique production).
- **CRIEPPAM** (appui technique transformation).
- **ITEIPMAI** (vérification compatibilité plantes cibles et contexte pédoclimatique).

### Aides financières obtenues

- **État** :
  - Casdar : animation, appui technique, essais huiles essentielles, références.
  - Fonds Avenir Bio : investissements matériel production, bâtiment, appui technique, animation.
  - France Agrimer : aide aux investissements (thermobalance),...
- **Région Nouvelle-Aquitaine** :
  - PCAE : séchoirs, nettoyeur-séparateur.
  - Amont-Aval : appui technique.
  - Fond IAA : chaîne de transformation.
  - Diagnostic RSE.
- **Agence de l'Eau Loire-Bretagne, ville de la Rochelle** : étude de marché HE.
- **Fonds 1 % pour la planète.**

### Formations effectuées

- Formation « état des filières, du marché » par CPPARM et FranceAgrimer.
- Formation « structuration juridique » par un centre de gestion local.
- Techniques de production (CA 26, MFR Chauvigny, cueillette Jean Maison).
- Techniques de transformation (battage du thym, distillation).
- Formations obligatoires pour administrateurs de coopératives.

### Structure juridique et gouvernance

- **Statut GIE de 2010 à 2018** (simple, en phase avec le projet, pas besoin de capital social ni de commissaire aux comptes... mais ne permettait pas de majorer le taux d'aide de la Région pour le projet de bâtiment).
- **Statut coopérative depuis 2018** (souhait de rester dans un format collectif, correspondait à l'éthique du groupe,...).
- **Gouvernance : un conseil d'administration par mois.**
- **Administrateurs ayant des rôles dans la structure** :
  - président : appui technique, représentation, commercial.
  - vice-président : responsable qualité.

### Atouts et points facilitants



- Être intégré dans la filière, participer aux événements professionnels.
- S'entourer des bonnes personnes, bénéficier d'un accompagnement technique, organisationnel, administratif.
- Marché porteur (de 2008 à 2020) et peu de concurrence dans les débuts ; réalisation d'une étude de marché.
- Capacité d'investissement initiale et recueil de subventions.
- Sols et conditions pédoclimatiques favorables.
- Se développer petit à petit (limite l'autofinancement des investissements, des stocks,...).

### Difficultés et points de vigilance



- Dépendance à un seul client, besoin de diversification ; un excès de prudence pour limiter la surproduction a freiné la possibilité d'acquérir de nouveaux clients.
- Certaines compétences commerciales et de gestion d'une entreprise agroalimentaire ont manqué au début.
- Montage du bâtiment sans bureau d'étude pas optimal.
- Contraintes et aspects juridiques de la gestion d'une coopérative à appréhender.

## Pour aller + loin

### Relations amont-aval

- Au démarrage : prix fixé par le client ; puis calcul des coûts de production coopérative.
- A date : prix payé au producteur = prix de marché - coûts de production coopérative.
- Contractualisation non systématique.
- Honnêteté dans la filière, confiance réciproque entre producteurs et acheteurs ; petite filière, tout le monde se connaît.

### LOGISTIQUE, TRAÇABILITÉ, QUALITÉ

- **Producteurs dans un rayon de 50 km** autour du siège et des bâtiments de la coopérative.
- **Logistique récolte / transformation**
  - 2 remorques autochargeuses de la coopérative assurent les chantiers de récolte.
  - plantes acheminées jusqu'au séchoir de Didier Dorin puis pressées en bottes, ou bien battues, triées et conditionnées dans l'unité de transformation de la coopérative.
  - 1 adhérent est autonome sur récolte-séchage.
  - stockage dans le bâtiment de la coopérative.
- **Traçabilité**
  - Mélange des lots d'une même plante provenant de différents producteurs, après analyses pesticides et alcaloïdes.
- **Plan de maîtrise sanitaire** répercuté dans cahier des charges qualité et contrat producteur.

### PERSPECTIVES

- Diversifier les cultures et les clients.
- Développer la production de coupe infusette.
- Vers filières Commerce Equitable ?



**Le passage en coopérative a marqué un tournant ; BIOLOPAM est devenue une ENTREPRISE AGROALIMENTAIRE.**





# BIO GARRIGUE MÉDITERRANÉE



## Présentation générale

### Origine du projet

L'entreprise Arcadie, fondée en 1990 et implantée dans le Gard, commercialise épices et PPAM sous les marques « Cook » et « L'Herbier de France » notamment. Dans les années 2009 – 2010, Arcadie commence à travailler à la relocalisation de ses approvisionnements en plantes de garrigues et plus particulièrement celles qui composent les mélanges d'herbes de Provence. Arcadie décide dès le départ de structurer cette filière selon les principes du Commerce Équitable. L'entreprise impulse alors la création de l'association de producteurs Bio Garrigue Méditerranée.

### Objectifs

- Être plus en cohérence sur le « local Provence » pour le sourcing des plantes de garrigue et plus particulièrement celles qui composent les mélanges d'herbes de Provence (thym, romarin, sarriette et origan), qui étaient principalement jusqu'alors sourcées en Europe de l'Est.
- Mieux maîtriser la traçabilité et la qualité des matières premières ; le sourcing bio en Europe de l'Est n'était pas toujours conforme au marché bio français en termes de qualité (résidus pesticides, etc..).

## HISTORIQUE

### 2010-2011

- Impulsion des fondateurs d'Arcadie pour structurer un sourcing français.
- Choix d'une filière Commerce Équitable/ Biopartenaire®.
- Création de l'association de producteurs Bio Garrigue Méditerranée (BGM).
- 6 producteurs au départ, en Languedoc-Roussillon.

### 2012-2015

- Premières plantations de plantes de garrigue par BGM pour Arcadie.
- En parallèle, création de la ferme SCEA Plantes de l'Olm d'Arcadie avec capacités de séchage et tri.
- Lancement du programme de développement « Sud Aroma Bio », pour consolider association et approvisionnements.
- Nombreux partenaires fédérés.

### 2016-2020

- Lancement d'un autre programme de développement « Herbo Bio Méditerranée ».
- Expérimentations agronomiques, formations, appui technique...
- Extension à l'ensemble de la nouvelle région Occitanie ainsi que la région PACA.
- 75 ha de plantations en place en 2020.

### 2022

55 ha en production en 2022, en cohérence avec le besoin d'Arcadie (diminution globale du marché bio et déréférencements de gamme ; arrêt de 6 producteurs).



## CHIFFRES ET DONNÉES CLÉS

- **5 plantes cultivées : romarin, sarriette, thym, origan** (et marjolaine non certifiée équitable).
- Territoire concerné : **Occitanie principalement** et 2 producteurs en **PACA**.
- Objectif d'**ateliers PPAM mécanisés de 8-10 ha** (dans la pratique, plutôt 5-8 ha).
- Part de PPAM dans le chiffre d'affaire : entre 50 et 75 %.
- **11 producteurs** à date.
- Pas de salariés à BGM.
- **3 salariés chez Arcadie** : 1 ETP pour le développement de la filière, 2 salariés pour 1 ETP sur les opérations post-récolte.
- **Volumes** : 2020 >: 18,9 tonnes / 2021 > 29,4 tonnes / **2022 > 21,4 tonnes**.
- **Débouchés** : tout en **herbes de Provence**, principalement pour les **marques Herbio de France et COOK d'Arcadie**, à destination des **magasins bio spécialisés**.

### Accompagnement / Partenaires

- **CIVAM Bio du Gard** : animation de l'association de producteurs BGM de 2011 à 2015
- **Agribio 04** : calcul des coûts de production/prix minimums d'achat depuis 2016

#### Autres partenaires fédérés de 2011 à 2015 dans le cadre du programme « Sud Aroma bio » :

- **Autres entreprises de l'aval** (Golgamma, Gravier)
- **Coopératives** (SICA Biotope, SICARAPPAM)
- **Organismes de recherche** (CNRS, INRA)
- **Structures de développement agricole** (Lycée agricole Rivesaltes, CPPARM)

**IL EST IMPORTANT DE METTRE LES MOYENS HUMAINS NÉCESSAIRES POUR FAIRE LE LIEN ENTRE LES PRODUCTEURS ET L'ENTREPRISE, LIEN INDISPENSABLE AUX DEUX PARTIES.**

### Aides financières obtenues

Agence Bio/Fonds Avenir Bio : programmes de développement « Sud Aroma Bio » et « Herbo Bio Méditerranée ».

### Formations effectuées

- Formations techniques organisées pour les producteurs dans le cadre du programme Herbo Bio Méditerranée :
  - Itinéraires techniques en bio (thym, romarin, sarriette, origan).
  - Séchage et battage à la ferme.
- Formation des salariés d'Arcadie pour la réalisation des opérations post-récolte et l'utilisation et l'adaptation du nouveau matériel (séchoir, batteuse, trieur).

**LES OPÉRATIONS POST-RÉCOLTE DEMANDENT UNE CERTAINE TECHNICITÉ. LES LOTS DES PRODUCTEURS ÉTANT SOUVENT HÉTÉROGÈNES, CELA DEMANDE UNE ADAPTATION CONSTANTE DES MACHINES ET DES RÉGLAGES. AUJOURD'HUI, IL Y A 2 SALARIÉS (POUR 1 ETP) SUR CE POSTE AU SEIN D'ARCADIE.**

### Structure juridique et gouvernance

- **Association loi 1901 Bio Garrigue Méditerranée** (association de producteurs).
- La création de cette association a permis de répondre aux **exigences de la certification équitable** qui implique un partenariat commercial entre un acheteur (ici Arcadie) et une « organisation démocratiquement structurée ». Le niveau minimum de regroupement exigé est une association loi 1901 (cf. référentiel FIABLE, Biopartenaire®).
- BGM a été créée également pour pouvoir bénéficier d'un appui technique sur les PPAM bio, via un premier projet subventionné par l'Agence Bio et porté par le CPPARM.

### Atouts et points facilitants



- Mise en place de contrats de 5 ans, avec engagement de l'entreprise à prendre l'intégralité des récoltes, avec des prix d'achat minimum.
- Embauche d'un salarié à Arcadie afin de mettre en place un suivi des producteurs et des approvisionnements en interne.
- Animation externe de l'association.
- Investissement d'Arcadie dans infrastructures de post-récolte (séchoir, trieur).

### Difficultés et points de vigilance



- Difficulté pour les producteurs-rices du collectif de se dégager du temps pour gérer l'association, faire le lien avec Arcadie et mettre en place des démarches obligatoires dans le cadre de la certification équitable.
- Formations/technicité requise pour les opérations post-récolte à la ferme.
- Acceptation des changements au sein du service qualité d'Arcadie.



## Pour aller + loin

### Relations amont-aval

- Une démarche Commerce Equitable basée sur le cahier des charges FIABLE de Biopartenaire®.
- Prix minimum d'achat fixés par qualité, suite à l'étude des coûts de production (prestation Agribio04).
- Prix d'achat effectifs discutés chaque année, communiqués individuellement aux producteurs.
- Mise en place d'un fonds de développement qu'Arcadie s'engage à verser à l'association de producteurs BGM dans le cadre de la certification équitable (1 % des achats) ; utilisé pour : remboursement des frais de déplacement des membres du CA de BGM, accompagnement pour calcul des coûts de production, formations...
- Contractualisation à 3 niveaux pour Arcadie :
  - Avec l'association de producteurs BGM (encadrement des contrats, formalise l'utilisation du fonds de développement...).
  - Individuellement avec chaque exploitation sur 5 ans.
  - À la parcelle sur 5 ans (engagement à acheter toute la récolte sous réserve du respect du cahier des charges qualité).

### Perspectives

Les besoins en sourcing de l'entreprise étant désormais couverts, Arcadie ne recherche pas de nouveaux producteurs ; il est plutôt question de consolider l'existant en termes d'approvisionnement.

**Les pratiques au sein du service qualité d'Arcadie ont du être adaptées ; les lots étant beaucoup plus nombreux qu'auparavant, ce n'est plus du prêt-à-l'emploi.**





## PAM ARDÈCHE

### Présentation générale

#### Origine du projet

Excédés des prix et les prix souvent trop faibles demandés par les leveurs, les cueilleurs du plateau ardèchois se rassemblent afin d'avoir plus de pouvoir de négociation. Ils créent ainsi l'association Viva-Fleurs en 1982, qui deviendra la coopérative Viva-Plantes quelques années plus tard. Cette structuration se met en place pour répondre aux besoins en plantes d'un laboratoire de Largentière.

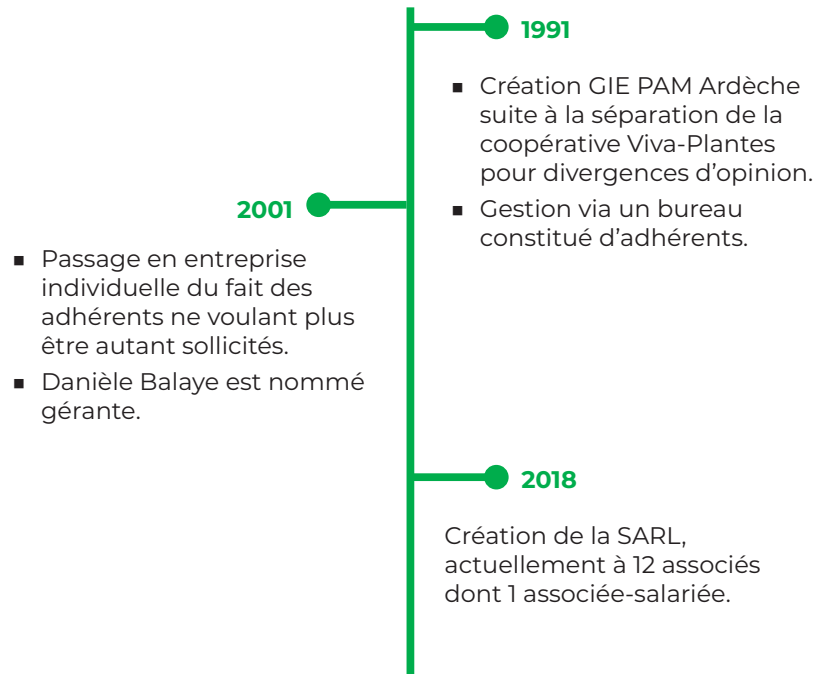
En 1991, à cause de dissensions internes qui divisent la coopérative, le groupement d'intérêt économique (GIE) PAM Ardèche voit le jour. Deux structures de collectes de plantes regroupant cueilleurs et producteurs de PAM se côtoient alors sur le même territoire.

#### Objectifs

- Répondre à la demande existante des industriels de l'aval de la filière.
- Assurer une rémunération correcte aux producteurs/cueilleurs.



### HISTORIQUE





## CHIFFRES ET DONNÉES CLÉS

- Une **centaine de plantes** (rhubarbe, cyprès, origan sec, menthe verte et poivrée,...).
- PPAM **cultivées** et **cueillies**.
- Territoire concerné : 90 % en **Ardèche** ; quelques achats à des producteurs en **Haute Loire** et dans le **Vaucluse**.
- Majorité de producteurs en petites surfaces/cueillettes et 1 à 2 producteurs en grandes cultures ; part de PPAM dans le chiffre d'affaire équivalent à 95 %.
- **25 producteurs** à date.
- **3 salariés** :
  - préparation commandes,
  - bureau commercial et qualité ; suivi de cultures et cueillettes,
  - facturation,
  - en saison : +1 sur manutention.
- **300 tonnes** dont 1/2 en sec et 1/2 en congelé.
- Débouchés : **95 % en France** + Belgique et Luxembourg. Fournisseur pour les **cosmétiques**, les **compléments alimentaires** et l'**agroalimentaire**. Spécificité sur travail de plantes congelées.

### Accompagnement / Partenaires

- Appui sur le choix de statut juridique : **Chambre d'agriculture**.
- Accompagnement technique : **en interne**, avec les producteurs les plus expérimentés qui accompagnent les nouveaux et font du conseil.



### Formations effectuées

- Formation sur le séchage des plantes pour transformation et conservation.
- Formation en informatique .
- Formation en gestion d'équipe.

**La GESTION D'ÉQUIPE EST INDISPENSABLE ;  
UNE FOIS LE SYSTÈME EN ROUTE, IL FAUT ÊTRE  
VIGILANT SUR SA STRUCTURATION.**

### Structure juridique et gouvernance

- Statut GIE de 1991 à 2001 :
  - Gestion par un **bureau** constitué d'adhérents.
  - **1 personne = 1 voix**, importance de la prise de décision commune.
  - Constitué de 3 personnes : **président, secrétaire, trésorier** avec chacun leurs missions propres (manutention, relations extérieures, achats et gestion du matériel).
  - Laisse la possibilité d'avoir un pourcentage d'achats extérieurs hors adhérents.
- **Statut d'entreprise individuelle de 2001 à 2018** car les membres du bureau ne souhaitaient plus être autant sollicités. Gérance par Danièle Balaye.
- **Passage en SARL depuis 2018** :
  - **12 associés** (11 exploitants + 1 salariée)
  - **1 personne = 1 voix**
  - **1 gérant et un bureau**

### Atouts et points facilitants



- **En début de projet**, appui sur un laboratoire pour **assurer les débouchés**. Aujourd'hui, de plus en plus de **marchés** avec une clientèle qui nous reconnaît.
- Travail en **contrat équitable** sinon fonctionne sur le **contrat oral** qui fonctionne bien.
- Activité créant un complément de revenu dans une zone touchée par un fort taux de chômage dans les années 80.

### Difficultés et points de vigilance



- Peu de formations techniques pour les producteurs initiaux : apprentissage sur le tas.
- Peu de temps pour la gestion d'équipe.
- Maintenant que la structure s'est développée, vigilance sur la structuration avec des formations de gestion d'équipe.

## Pour aller + loin

### Relations amont-aval

- **Aval de la filière conditionnant directement l'amont** : les industriels passent leurs commandes en mentionnant l'espèce désirée, les parties de la plante requises, ainsi que son état (frais, sec, congelé,...) ; les volumes demandés sont alors répartis entre les producteurs et les cueilleurs.
- **Fixation des prix avec l'amont** :
  - Base de **prix solide et historique** : regard sur l'inflation tous les ans pour réajuster les prix.
  - Si **retours négatifs** de producteur-riche-s : réajustement opéré.
  - Pour les **nouvelles plantes** : calcul **temps de travail** et **rendements** pour fixer un prix.
  - **Bons de commandes** reçus par les producteurs en début d'année.
- **Fixation des prix avec l'aval** : fonctionnement avec **prix de référence + discussion, justification** auprès des clients.
- **Contractualisation en filière équitable** (seulement certains produits).

### LOGISTIQUE, TRAÇABILITÉ, QUALITÉ

- **Organisation, logistique** :
  - Ensemble des **locaux loués** à la municipalité avec mise à disposition d'anciens bâtiments réhabilités.
  - Capacité de **stockage d'environ 1 300 m<sup>2</sup> sur 2 sites proches**.
  - 4 séchoirs avec 2 grandes travées de séchage à l'air libre.
  - Un four à gaz, le reste est électrique.
  - 2 grandes chambres de congélation.
- **Traçabilité** :
  - **Traçabilité à la parcelle**, travail avec Ecocert depuis 1992.
  - **Traçabilité** de la production **au stockage avec un numéro de lot** attribué à chacun.
  - **Analyses réalisées** majoritairement **par les clients**.
- **Qualité** :
  - **Cahiers des charges** qualité propres à chaque client ; les producteurs en sont informés lors de la mise en culture.
  - Charte de cueillette réalisée.

### Perspectives

Malgré la faible dynamique du marché du bio en début d'année, l'activité est repartie et PAM Ardèche n'arrive pas encore à répondre à toutes les demandes. **Les clients sont là**, aussi bien en congelé qu'en plantes sèches.

**TOUTE PLANTE EST DÉJÀ VENDUE AVANT  
D'ÊTRE CUEILLIE, CE QUI GARANTIT  
AUX CUEILLEURS UN DÉBOUCHÉ DE LEUR RÉCOLTE  
AINSI QU'UN PRIX D'ACHAT.**





# VÉGÉT'ALPES



## Présentation générale

### Origine du projet

Le projet naît en novembre 2020 par le biais d'Acanthis laboratoire, fabricant depuis plus de 15 ans de produits cosmétiques, compléments alimentaires et extraits végétaux, qui souhaitait développer en son sein une distillerie artisanale avec une matière première sourcée localement (05). La rencontre avec des partenaires locaux (l'Agence de développement départementale 05, le Jardin du Lautaret\* et Agribio 05\*) conduit à construire un projet plus large pour développer la filière PPAM dans les Hautes-Alpes.

### Objectifs

- Trouver la matière première pour la distillerie en local.
- Permettre un nouveau débouché aux producteurs actuels de PPAM.
- Proposer une filière de diversification pour les arboriculteurs ou autres agriculteurs.
- Accompagner tous les producteurs de PPAM du 05 pour la production et la commercialisation.

## HISTORIQUE

2021

### Phase de présentation :

- Présentation du projet de filière aux producteurs.
- Construction de la distillerie.
- Analyse de la filière amont et aval.
- Embauche d'une personne sur l'approvisionnement.
- Plantations sur la ferme rattachée au laboratoire.

2022

### Phase expérimentale :

- Plantation de 2 ha (menthe poivrée et mélisse) en diversification chez un producteur.
- Plantation d'arnica montana chez 4 producteurs.
- Inauguration de la distillerie, 1<sup>ères</sup> distillations.

2023

### Phase de production :

- Réunion Agribio – fournisseurs.
- Montage du projet Végét'Alpes 2 avec nouveaux acteurs pour élargissement du projet.
- Démarrage travail sur les prix de revient.

\*Le Jardin du Lautaret est un jardin de recherche et de conservation botanique affilié à l'Université Grenoble Alpes

\*Agribio 05 est l'association qui regroupe les producteurs biologiques des Hautes-Alpes.



## CHIFFRES ET DONNÉES CLÉS

- Une trentaine de plantes.
- Culture et cueillette.
- Territoire concerné : Hautes Alpes et Nord Alpes de Haute-Provence.
- Type producteurs : plutôt mécanisés, en diversification ; entre PPAM diversifiées et grandes cultures.
- Nombre de producteurs : 4 pour la distillerie (une dizaine en plus pour les plantes gélives que l'on ne trouve pas en local).
- Volumes concernés : < 100 kg en 2022.
- Salariés : contact/relation avec les fournisseurs, visite des parcelles, établissements des contrats, factures.
- Filière(s) visée(s)/débouchés : huile essentielle/ distillation (pour marques d'Acanthis laboratoire, marques des clients en direct, alimenter les mélanges de produits finis).

### Accompagnement / Partenaires

- Agribio 05 : communication aux producteurs et accompagnement sur la technique, aide à la relation producteurs - Acanthis .
- ADDET : communication/promotion salon Nat'Expo, colloque, inauguration...
- Jardin du Lautaret : suivi des essais.
- Agribio 04 : gestion de projet et transfert des acquis techniques auprès d'Agribio 05.

### Aides financières obtenues

Projet LEADER : financement de la distillerie en partie, moyens humains pour Agribio 05 et ADDET.

### Formations

- Formations techniques (itinéraire technique des PPAM) car producteurs novices dans cette filière et démos de matériel (CA 05).
- Formation sur la distillation pour Acanthis (CRIEPPAM).

### Structure juridique

Aucune à ce stade

#### Atouts et points facilitants



Très bonne cohésion entre les différents partenaires du projet qui permet d'être positif sur l'évolution future. Maintenant il faut voir plus loin et faire plus de volume.

#### Difficultés et points de vigilance



- Difficultés pour embarquer des producteurs dans le projet : défiance vis-à-vis d'Acanthis, incompréhension, pas de visibilité sur les prix, attente de résultats/données chiffrées de la distillerie.
- Communiquer davantage entre acteurs pour maximiser l'intérêt collectif.
- Concurrence des grandes marques, besoin de plus d'accompagnement sur la communication et la commercialisation des produits finis.
- Intégrer dès le début d'un tel projet les clients finaux (clients d'Acanthis) sinon l'aval ne tire pas assez/pas assez de garantie des débouchés.

**Le choix des fournisseurs pour Acanthis se fait surtout sur le contact, la relation humaine, l'histoire avec la personne.**

**Les pré-requis sont la surface qui doit être assez importante, la mécanisation ; l'expérience dans le domaine est importante aussi, quoique pas obligatoire.**





# SAS AIGANHA

## Aiganha

COLLECTIF DE PAYSAN.NE.S,  
CUEILLEUR.SE.S HAUT-ALPIN.E.S



### Présentation générale

#### Origine du projet

Le projet naît via la rencontre de Simon et Florence, deux futurs associés. La création d'Aiganha se fait afin de partager des sourires, du soutien, de travailler à plusieurs pour mieux valoriser la production et par la volonté de partager ses connaissances. D'autres associés rejoignent ensuite l'aventure. Aiganha, c'est avant tout une histoire humaine et collective de paysan-ne-s passionné-e-s par les plantes aromatiques et médicinales des Hautes-Alpes. La conservation d'un savoir-faire traditionnel et ancestral et la préservation de notre environnement naturel sont ses piliers.

#### Objectifs

- L'envie du « faire ensemble » anime ce collectif de paysan-ne-s cueilleur-se-s :
- Travailler ensemble, répartir les travaux.
  - Commercialiser ensemble :
    - Marque commune en parallèle de celles de chaque ferme.
    - Meilleure valorisation des produits.
    - Ne pas assumer seul un marché.
  - Coopérer plutôt que de se concurrencer.
  - Prendre plaisir à vendre les produits des associés sur le marché.

### HISTORIQUE

**2021**

- Création de la SAS et acquisition de matériel pour les PPAM et semences : batteuse de laboratoire en poste fixe, colonne densimétrique et plusieurs tamis.
- Choix du nom Aiganha : la petite eau, perle de rosée.
- 3 associés : Florence, Simon, Mathias.

**2022**

- Séminaire collectif pour intégrer 2 nouvelles associées : Leila et Adeline.
- Création d'une plaquette commune, d'un visuel et d'un site internet .
- Développement des outils de communication interne.

**2023**

**Phase de production :**

- Premières ventes en magasins spécialisés et marchés (2 marchés hebdomadaires, répartis entre les associés).
- Développement des outils de gestion.
- Réflexion sur de la vente de produits par internet.



## CHIFFRES ET DONNÉES CLÉS

- Une cinquantaine de plantes.
- Culture et cueillette.
- Territoire concerné : Hautes Alpes (Buech et Embrun).
- Type producteurs : PPAM diversifiées.
- Nombre de producteurs : 5.
- Filière(s) visée(s)/débouchés : marchés, magasins spécialisés, vente directe à la ferme et réflexion sur le demi-gros. Tisanes, plantes sèches pour l'herboristerie, cosmétiques, culinaire, distillation/ eaux florales.

### Accompagnement / Partenaires

Prise d'information auprès d'Altaïr.

Pour le moment, aucune aide extérieure. Possibilité envisagée de faire appel à un-e médiateur-trice pour accompagner le collectif dans ses réflexions.

### Aides financières

Aucune

### Formations

Formation comptabilité via l'AFOCG.

### Structure juridique

- Structure commerciale - statut SAS choisi.
- Pas de grande réflexion autour du choix du statut, accompagnement par un juriste.
- Auraient pu faire un GIE, mais devaient répondre rapidement à un appel à projet LEADER pour acquisition de matériel. Or impossibilité de faire de la prestation de service avec ce matériel avec un GIE.
- Besoin d'heures salariées pour justifier de la SAS (heures des membres associés à date, peut être celles de salarié-e-s ensuite).

### Atouts et points facilitants



- Plaisir de travailler ensemble.
- Répartition des travaux.
- Jamais seul sur sa ferme.

### Difficultés et points de vigilance



- Mise en place d'outils d'organisation et de gestion (notamment des stocks) sans médiateur-trice pas optimal.
- Nécessité de calculer ses prix de revient en fonction des systèmes déjà existants.
- Chaque heure passée pour la SAS n'est pas encore payée.
- Difficultés de cohabitation des marques individuelles et marque de la SAS.
- Manque de formation en gestion financière et organisation d'une structure.

## Pour aller + loin

### RELATIONS AMONT-AVAL

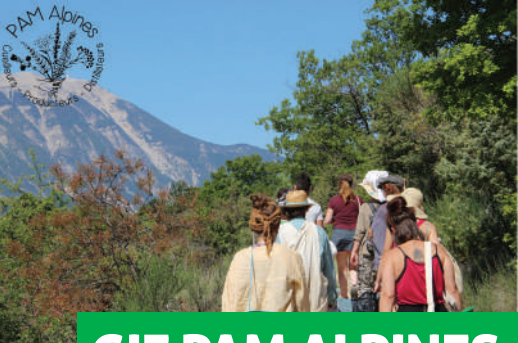
- Peu de trésorerie dans la SAS pour acheter les produits aux associés.
- Commission prévue pour l'achat revente de 15 % : l'objectif n'est pas de faire du bénéfice mais de payer les charges de la SAS et les heures passées par les associés.
- Paiement prévu au trimestre.

### LOGISTIQUE, TRAÇABILITÉ, QUALITÉ

- Commercialisation circuits courts :
  - Mutualisation des plantes sèches pour herboristerie avec un tableau prévisionnel « qui peut faire quoi ? »
  - Mutualisation des autres produits de chaque associé (huiles essentielles, hydrolats, cosmétiques, gelées...).
- Vente en demi-gros :
  - Qualité : tableau pour préciser la qualité de chaque lot pour assurer une homogénéité.
  - Traçabilité : tableaux excel, drive, rigueur et cahier de transformation.

**AIGANHA, C'EST AVANT TOUT UNE HISTOIRE HUMAINE ET COLLECTIVE DE PAYSAN(NE)S PASSIONNÉ(E)S PAR LES PLANTES AROMATIQUES ET MÉDICINALES.**





# GIE PAM ALPINES

## Présentation générale

### Origine du projet

PAM Alpines est l'association de 2 cueilleurs-producteurs et distillateurs de la Drôme, Thomas et Floriane. Se connaissant depuis longtemps, ayant effectué leur BPREA ensemble, leur projet a pu voir le jour lorsque Floriane a obtenu du foncier pour s'installer avec un statut agricole. Leur volonté était de travailler à la mise en valeur des plantes locales et de leurs vertus. Le projet naît en 2016 avec la création du GIE PAM Alpines.

### Objectifs

- Augmenter sa force commerciale et ses ventes ; proposer une gamme de produits plus large.
- Gagner du temps en partageant les tâches.
- Richesse de l'aventure à plusieurs.
- Orientation de la vente en local, au contact des consommateurs incités à se réapproprier plantes et espaces de leur environnement.



## HISTORIQUE

2013

Installation du premier associé.

2016

- Installation de la deuxième associée.
- Création du GIE PAM Alpines.

2022

Mise en place d'un laboratoire dédié à PAM Alpines (fabrication cosmétiques).



## CHIFFRES ET DONNÉES CLÉS

- Une soixantaine de plantes avec 150 à 200 références.
- PPAM cultivées à 60 % et cueillies à 40 %.
- Territoire concerné : Drôme pour la culture et la cueillette.
- Producteurs de PPAM diversifiées; 100% du chiffre d'affaire sur les PPAM.
- 2 producteurs à date :
  - Thomas : transformation cosmétique et relation avec l'imprimeur.
  - Floriane : gestion du site internet, des commandes en ligne et du lien avec la comptable.
- Chantiers de culture et de cueillette répartis entre les 2 producteurs.
- Volumes : > 2 tonnes.
- Activité: GIE transformateur distributeur.
- Débouchés : Magasins spécialisés, boutiques du terroirs, 3 boutiques de producteurs avec des systèmes de permanence, 4 foires bio et 1 marché.



## Accompagnement / Partenaires

Les structures d'accompagnement ne se sentent souvent pas compétentes sur les GIE. Les associés ont pris le temps pendant un an pour bien concevoir les statuts et savoir ce qu'ils voulaient.

## Aides financières obtenues

2 ans d'aide à la certification pour l'entreprise via le **Cluster Bio**.

## Formations effectuées

Formation sur la commercialisation : « souvent les producteurs savent produire mais ne savent pas vendre ».

## Structure juridique

- **Statut GIE en 2016**, inspirés par le GIE Plantes infuses dans les Cévennes.
- Aucun investissement nécessaire : alambics en propre.
- Risque de responsabilité illimité.
- Respect de l'autre pour trouver un accord commun.

### Atouts et points facilitants



- Au démarrage, prendre le temps de rencontrer d'autres groupements, de rédiger des statuts,...
- Laisser les projets mûrir ; ne pas se précipiter.
- Le côté humain est capital.
- Association de 2 exploitations aux zones de chalandises bien distinctes et complémentaires.
- Quelques années d'expérience en production, avant la création du GIE (pour Thomas).

### Difficultés et points de vigilance



- Remise en question du statut de GIE n'étant pas le plus adapté (sur le plan fiscal).
- Niveau d'équipement en outils (logiciels de gestion des ventes et de facturation..) difficile à calibrer pour une structure de taille intermédiaire, ni très petite ni très grande.
- Gestion de la communication importante, sensation d'échec sur les réseaux sociaux par manque de formation.

## Pour aller + loin

### Relations amont-aval

- Accord sur les prix des produits distillés délicats : non comparable aux gros volumes en vrac. Si désaccord sur les prix, décision de ne pas vendre.
- Relation de confiance avec le client ou opportunité de marché.
- Possibilité de demander des arrhes si grosse commande d'hydrolats.

### LOGISTIQUE, TRAÇABILITÉ, QUALITÉ

- Chacun possède son espace de flaconnage.
- Équipement de laboratoire en commun : balance, embouteilleuse.
- Fabrication des cosmétiques et stockage sur un même lieu.
- Achat commun des matières premières et fabrication séparée mais avec étiquette GIE.
- Chaque production possède son numéro de lot.
- Aucune analyse régulière à fournir.
- Possibilité de chromatographie sur huiles essentielles pour connaître la composition.
- DLUO pour hydrolats et cosmétiques déterminées par analyses bactériologiques à l'installation.
- Respect du cahier des charges Simples et AB.

### Communication

- Vente sous la marque GIE PAM Alpines.
- Participation à des foires, marchés, salons... pour se faire connaître dans la région.

### Perspectives

- Plus de communication pour évoluer et se dégager un salaire chacun.
- Agrandir la zone de vente.
- Piste de commercialisation chez naturopathes, pharmaciens et dentistes.







---

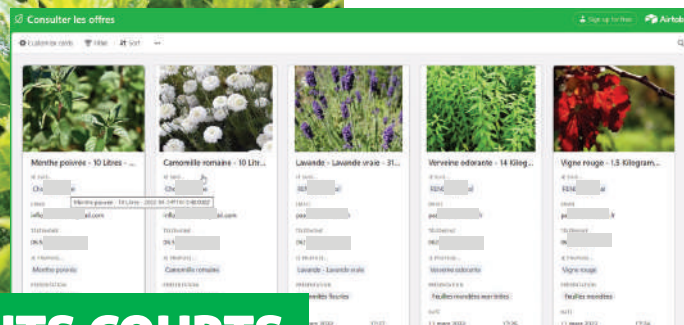
## **AUTRES INITIATIVES**

---





• BIO NOUVELLE-AQUITAINE •



# LES PRODUCTEURS BIO EN CIRCUITS COURTS DE NOUVELLE-AQUITAINE

## Présentation générale

### Origine du projet

En 2018, des producteurs de la commission PPAM bio de Poitou-Charentes souhaitent travailler le thème de la vente en commun. Ils créent un sous-groupe de producteurs animé par Bio Nouvelle-Aquitaine\* et commencent à réfléchir à une charte commune de production, se forment sur les différentes structures juridiques et organisations collectives possibles pour leur projet, rencontrent PAM Bio d'Anjou,...

### Objectifs initiaux

- Satisfaire des clients demandant plusieurs kilogrammes de plantes (demandes auxquelles un seul producteur de plantes ne peut pas répondre).
- S'entendre pour commercialiser en commun.

### Enjeu

Les producteurs se rendent vite compte qu'ils n'ont pas tous les mêmes attentes. Les questions du prix minimum, d'une marque commune éventuelle et, surtout, de la qualité des produits vendus prennent rapidement une place centrale dans le débat.

Certains producteurs ne souhaitent pas mettre leurs plantes en commun avec d'autres, être responsables de la qualité des produits d'autres personnes. Ils se rendent compte que la notion de qualité est subjective et que, s'ils n'arrivent pas à s'entendre là-dessus, il sera difficile de vendre ensemble, sous une même entité, avec une même charte et de mélanger les produits.



### Objectifs modifiés

Le groupe décide alors de commencer par créer un site internet qui leur permettra de :

- mieux se connaître en travaillant sur un projet commun,
- mieux appréhender les produits des uns et des autres, en créant un site vitrine présentant les produits de chacun,
- s'approvisionner en complément de gamme auprès des collègues si besoin, en cas de pénurie ou de mauvaise récolte, grâce à l'affichage des stocks et surplus de plantes de chacun sur le site internet,
- enfin, dans un second temps, rendre les produits disponibles visibles auprès des clients et permettre à ces-derniers d'afficher leurs demandes.

Le site sera progressivement rendu accessible à l'ensemble des producteurs de la région Nouvelle-Aquitaine.

## CHIFFRES ET DONNÉES CLÉS

- PPAM diversifiées, cinquante espèces.
- Culture et cueillette.
- Territoire concerné : Nouvelle-Aquitaine, notamment ex-Poitou-Charentes.
- Nombre de producteurs : 20 à 30.
- Filières visées : vente en semi-gros (du kilo à la dizaine de kilos) à des entreprises de transformation.



## HISTORIQUE

- 2020-2021**
- Forum d'échanges entre producteurs (techniques, réglementation, retours d'expérience..) ajouté au site Internet.
  - Ouverture du site aux clients potentiels pour qu'ils puissent voir les produits disponibles.

- 2018-2019**
- Réflexion autour d'une commercialisation en commun au sein de la commission PPAM bio de Poitou-Charentes.
  - Décision de création de site Internet « vitrine » des produits des producteurs, comme étape intermédiaire.
  - Frédéric, un producteur du groupe ayant des compétences en informatique, se propose de créer le site.
  - 1<sup>ère</sup> partie de site créée, permettant de visualiser produits et stocks des producteurs, et demandes des entreprises.

- 2022-2023**
- Ouverture du site à l'ensemble des producteurs de Nouvelle-Aquitaine.
  - Pour renforcer l'effet du site internet : organisation par Bio Nouvelle-Aquitaine et Interbio d'un forum de rencontres entre producteurs et entreprises :
    - en 2022 en ex-Poitou-Charentes,
    - en 2023 en ex-Aquitaine.

### Partenaires

- Bio Nouvelle-Aquitaine : animation (appui à la création du site, organisation de formations, de forums de rencontres producteurs/entreprises, montage de dossier de demandes de subvention...).
- Frédéric, producteur et connaisseur en informatique : création du site Internet.

### Aides financières

Conseil Régional : financement de l'animation du groupe de producteurs, financement des forums de rencontre producteurs/entreprises.

#### Atouts et points facilitants



Site internet et forums de rencontre ayant permis des contacts commerciaux et, par la suite, des mises en culture chez les producteurs pour le compte des entreprises.

#### Difficultés et points de vigilance



- Difficulté à fournir un marché semi-gros en regroupant les productions de producteurs initialement calibrées pour de la vente directe, souvent non mécanisés ; le tarif du semi-gros étant inférieur à celui de la vente directe, l'intérêt économique pour les producteurs n'est pas toujours évident à trouver.
- Amélioration ergonomique et fonctionnelle du site internet nécessaire ; difficultés à identifier un financement

## Pour aller + loin

### PERSPECTIVES

- Volonté de professionnaliser le site.
- Formations des producteurs (prix de revient, stratégie marketing...).
- Reconduction forum de rencontres.
- Peut-être un jour, émergence d'un projet de commercialisation en commun.

**Le forum de rencontres a permis aux producteurs d'exposer leurs méthodes de production, leurs contraintes et leurs questionnements vis-à-vis des entreprises, et aux entreprises de présenter leurs attentes en termes de volume, qualité, etc. aux producteurs.**



## LES SERPETTES DU SUD



### Présentation générale

#### Origine du projet

Face aux questionnements récurrents des petits producteurs de PPAM diversifiés de la région SUD-PACA sur la viabilité économique et agronomique de ces systèmes, Agribio04\* propose la création d'un groupe d'échanges entre producteurs sur ces thématiques. Le GIEE « Pack'à PPAM » voit le jour en juillet 2020 et fédère au départ 35 producteurs. Une partie des producteurs du collectif le feront évoluer en 2023 en une association : « Les Serpettes du Sud ».

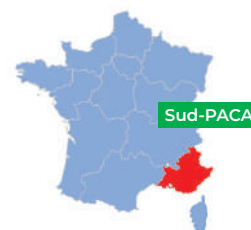
#### Objectifs initiaux

Les thématiques et objectifs de travail du GIEE sont les suivants :

- Agronomie : monter en compétences sur les itinéraires techniques.
- Machinisme : mutualiser ou auto-construire du matériel pour optimiser temps de travail, ergonomie, coûts.
- Achats groupés (sachets kraft pour tisanes, verreries).

Et enfin :

- **Commercialisation**, avec un double enjeu : Comment mieux commercialiser individuellement ? Comment mettre en place, le cas échéant, une commercialisation en commun ?



#### Enjeu

Cependant, les échanges sur le sujet de la commercialisation en commun sont complexes. Beaucoup de questions surgissent.

- Est-ce pertinent ?
- Peut-on bien s'entendre ?
- Quel modèle économique ?
- Que font les autres ?
- Pour les producteurs déjà installés avec une clientèle : est-ce souhaitable de modifier mon schéma commercial ?
- Pour les nouveaux producteurs : avec une production non encore initiée, que va-t-on être en mesure concrètement de commercialiser ?

#### Objectifs modifiés

Pour vérifier la pertinence et la faisabilité de se lancer dans une commercialisation en commun, plusieurs besoins et nouveaux objectifs intermédiaires apparaissent :

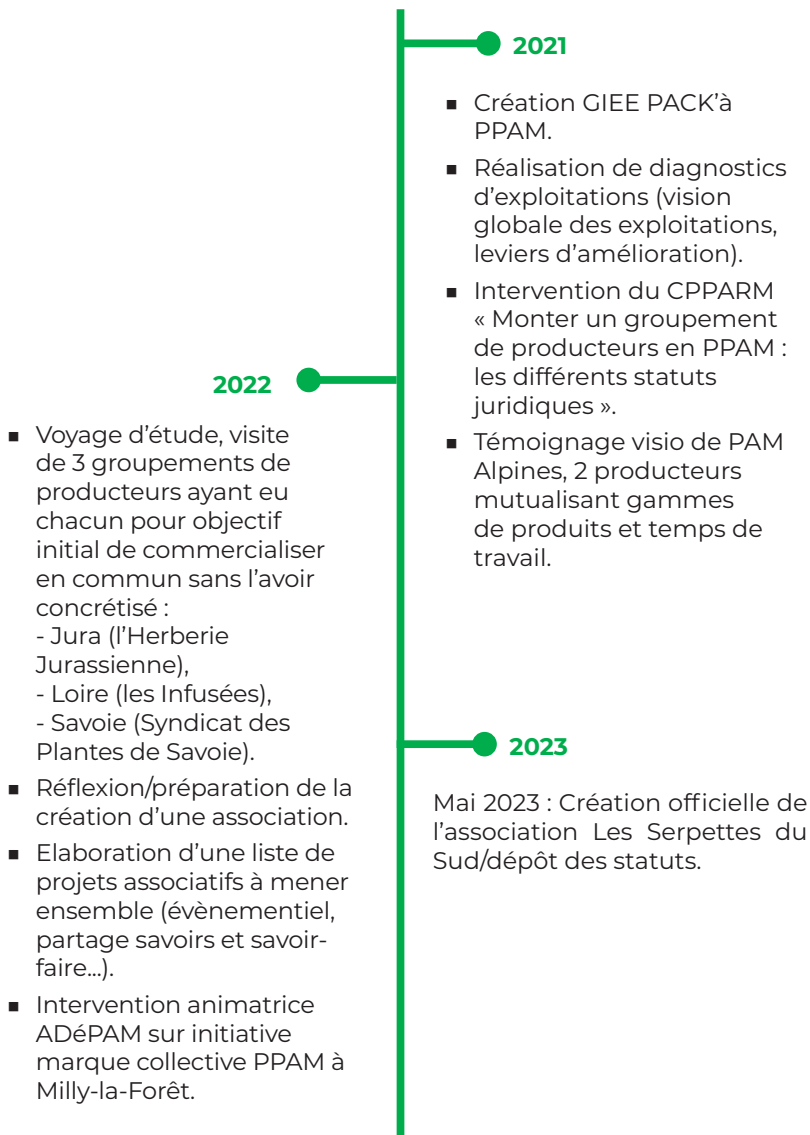
- aller chercher des informations et des témoignages à l'extérieur,
- mieux se connaître, et vérifier notamment la bonne entente du groupe, sa dynamique et son alignement autour de valeurs communes et d'une même vision de la qualité des plantes à défendre ensemble.

### CHIFFRES ET DONNÉES CLÉS

- Production et cueillette de PPAM très diversifiées, sur petites surfaces, faible degré de mécanisation.
- Territoire concerné : SUD-PACA, principalement Alpes-de-Haute-Provence, Vaucluse, Bouches-du-Rhône.
- Nombre de producteurs : 33 producteurs au départ, puis 25 membres officiels du GIEE dont 10 membres constitutifs de l'association Les Serpettes du Sud.
- Activité PPAM dans les fermes récente (installations > 2015).
- 60 % des exploitations proposent au moins 4 types de produits (plantes sèches, distillation, cosmétiques, alimentaire,...).
- Grande diversité de commercialisation (points de vente collectifs, marchés, vente directe à la ferme ou en ligne...).



## HISTORIQUE



### Partenaires

- Agribio 04 : animation du GIEE PACK'à PPAM de 2020 à 2023, organisation du voyage d'études...
- Autres intervenants, formateurs : CPPARM, ADÉPAM, Eric Chaisse, Yann Sauvaire, Pierre-Yves Mathonnet.
- Et aussi : PAM'Alpines, Herberie Jurassienne, Les Infusées, Syndicat des producteurs de plantes de Savoie, SAS Aiganha, Bio de PACA.

### Aides financières

Etat : financement GIEE, DRAAF PACA.

#### Atouts et points facilitants



- Le projet a fait se rencontrer les uns les autres, et avance.
- Une solidarité s'est mise en place (chantiers collectifs organisés dans les fermes des uns et des autres,...).

#### Difficultés et points de vigilance



Certains producteurs frustrés, gardent en tête l'objectif de départ de commercialiser en commun, qui tarde à se concrétiser.

**Le voyage d'étude a confirmé qu'IL N'ÉTAIT PAS FACILE DE COMMERCIALISER ENSEMBLE SANS BIEN SE CONNAÎTRE AVANT ET QU'IL POUVAIT S'AVÉRER UTILE DE FORMALISER " QUI ON EST ", " QUE VEUT-ON FAIRE ENSEMBLE ", ET DE CRÉER UNE DYNAMIQUE PRÉALABLE.**

## Pour aller + loin

### PERSPECTIVES

- Vers une identité visuelle commune ? Un logo commun de l'association à imprimer sur des stickers et apposer aux produits ?
- Vers un site internet en commun ?

# L'Herberie Jurassienne



## L'HERBERIE JURASSIENNE

### Présentation générale

#### Origine du projet

Face au contexte propice au fleurissement de la production de Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales en Franche Comté, un collectif de producteurs se construit en 2006. Sa création a été permise par le regroupement de producteurs à la suite d'une formation en PPAM au CFPPA de Montmorot.

#### Objectifs initiaux

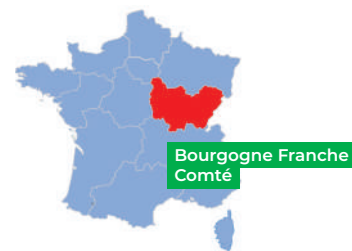
Les thématiques et objectifs de travail de l'Herberie Jurassienne sont les suivants :

- **Communication** : informer des savoir-faire ancestraux.
- **Diversification** : proposer une gamme complète pour les clients (des plantes sèches aux confitures, des sirops aux apéro en passant par les baumes et les crèmes).
- **Transmission** : partage de connaissances interne avec un objectif d'autonomisation.
- **Commercialisation**, un enjeu est ressorti : comment structurer une filière pour se diriger vers une commercialisation simplifiée pour les producteurs ?

#### Enjeu

La volonté de travailler sur le volet « commercialisation » du projet s'est dissipée par manque de temps.

A noter cependant qu'au sein du groupement, une dizaine de producteurs ont souhaité tout de même développer un GIEE tourné vers la mise en place d'une gamme de produits commune (hydrolats notamment) et l'amélioration technico-économique des fermes du GIEE notamment.



Bourgogne Franche Comté

#### Objectifs modifiés

Pour vérifier la pertinence et la faisabilité de se lancer dans une commercialisation en commun, plusieurs besoins et nouveaux objectifs intermédiaires apparaissent :

- Se mettre en lien avec les nouveaux installés pour s'entendre sur les débouchés.
- Continuer la vente exceptionnelle lors « d'Herbes en fête » (marché festif dont l'objectif est de mettre en avant le métier de producteur de PPAM) pour sonder les consommateurs et démarrer la vente en collectif.

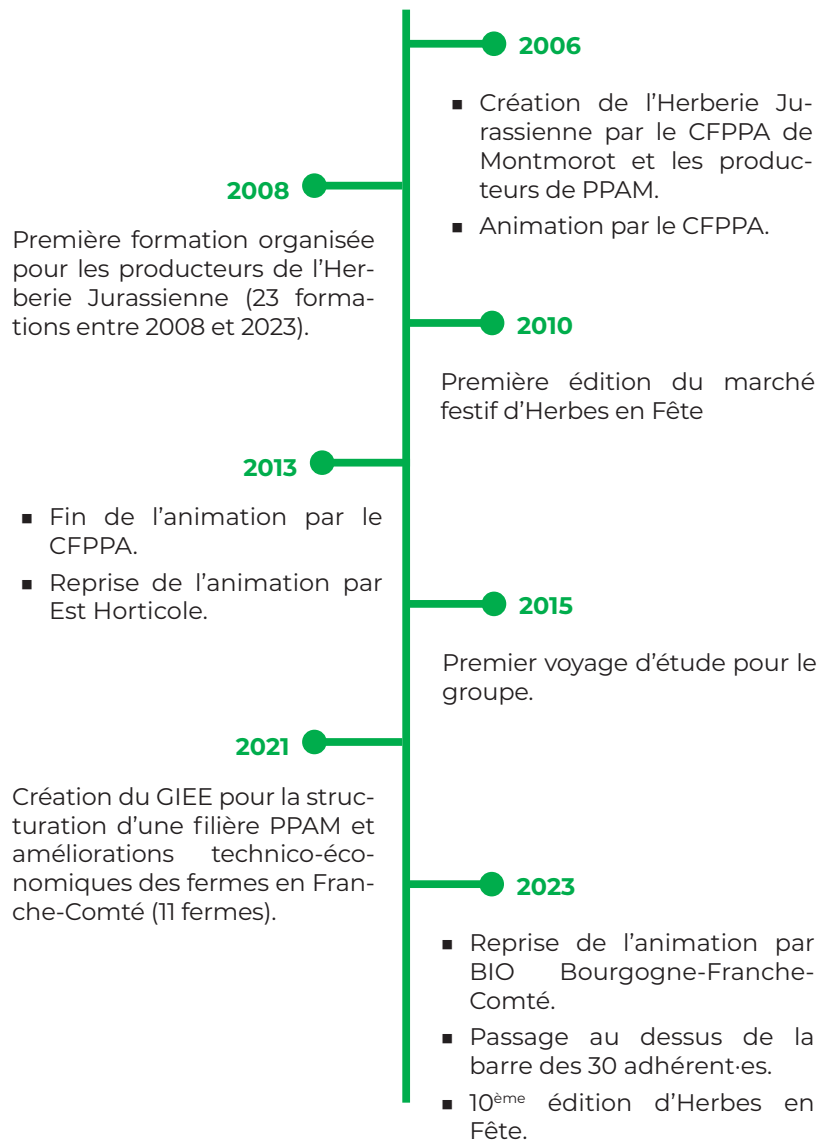


### CHIFFRES ET DONNÉES CLÉS

- Production et cueillette de PPAM très diversifiées.
- Territoire concerné : Bourgogne Franche Comté, principalement Jura, Doubs et Haute Saône.
- Nombre de producteurs : 32 producteurs dans le groupement dont 10 dans le GIEE.
- Diversité des produits : plantes sèches, confitures, sirops, apéritifs, baumes et crèmes.
- Commercialisation indépendante de chaque producteur hormis pendant l'événement « Herbes en fête ».



## HISTORIQUE



**Commencer par le marché annuel "HERBES en FÊTE" PERMET D'INITIER TRANQUILLEMENT UNE POTENTIELLE VENTE en commun. Le retour des consommateurs est aussi IMPORTANT POUR NOUS.**

### Partenaires

- Bio Bourgogne Franche Comté : animation du groupement de l'Herberie Jurassienne et du GIEE.
- CFPPA de Montmorot : Propose des bénévoles pour « Herbes en fête ».
- Chambre d'agriculture du Jura : propose des essais d'itinéraires techniques avec certains producteurs.

### Aides financières

Région : financement GIEE.

#### Atouts et points facilitants



- Le projet permet de rencontrer les nouveaux installés pour s'entendre sur les débouchés.
- Une entraide se met en place avec des référents techniques sur chaque pratique.

#### Difficultés et points de vigilance



Une partie des producteurs ne se sent toujours pas de se lancer dans une commercialisation commune.

## Pour aller + loin

### PERSPECTIVES

- Développer le GIEE avec une marque commune.
- Plus d'aide et de soutien entre producteurs.



### FNAB (Coordination)

40 rue de Malte  
75011 PARIS  
[contact@fnab.org](mailto:contact@fnab.org)



### FRAB Nouvelle-Aquitaine

322 bd Jean Jacques Bosc  
33130 BEGLES  
05 56 81 37 70  
[info@bionouvelleaquitaine.com](mailto:info@bionouvelleaquitaine.com)



### Agribio 04

Village Vert, 5 place de Verdun  
04300 FORCALQUIER  
04 92 72 53 95  
[agribio04@bio-provence.org](mailto:agribio04@bio-provence.org)



### GAB 29

Ecopôle Vern ar Piquet  
29460 DAOULAS  
02 98 25 80 33  
[gab29@agrobio-bretagne.org](mailto:gab29@agrobio-bretagne.org)



### FRAB Aura

INEED Rovaltain TGV, 1 rue Marc Seguin  
26958 VALENCE  
04 75 61 19 35  
[contact@aurabio.org](mailto:contact@aurabio.org)



### Agribio 05

La locomotive, 1 rue Elisée  
05000 GAP  
06 10 26 68 95  
[agribio05@bio-provence.org](mailto:agribio05@bio-provence.org)

## Remerciements à

- Didier Dorin de la coopérative Biolopam ;
- Christelle Lamouche d'Arcadie ;
- Danièle Balaye de PAM Ardèche ;
- Benoît Articloux d'Acanthis Laboratoire ;
- Vincent Tschanz de Végét'Alpes ;
- Simon Segretain, Florence Blochet, Adeline Pineau et Leila Matthieu d'Aiganha ;
- Thomas Echantillac de PAM Alpines ;
- Frédéric Deboissy du groupe des producteurs bio en circuits courts de Poitou-Charentes ;
- Thibaut Joliet pour L'Herberie Jurassienne.
- Charlène Baraton pour la conception graphique du support

## Crédits photos

Biolopam, Bio Nouvelle-Aquitaine, Arcadie, PAM Ardèche, GIE PAM Alpines, FRAB AuRA, Agribio04, Les Serpettes du Sud, Agribio05

Publié en mars 2024

[www.fnab.org](http://www.fnab.org)

**PROJET RÉALISÉ  
AVEC LE  
SOUTIEN DE**



La responsabilité du ministère de l'agriculture ne saurait être engagée.