



**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMBRES D'AGRICULTURE
AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

COVID-19

**ALIMENTATION DE PROXIMITÉ,
CIRCUITS COURTS & AGRITOURISME :
LES CHAMBRES D'AGRICULTURE
D'Auvergne-Rhône-Alpes mobilisées**



Raymond Vial, Président de la Commission Territoires de la



Gilbert Guignand, Président de la Chambre d'agriculture régionale

Une mobilisation totale

En pleine crise COVID-19 et période de confinement, les Chambres d'agriculture se sont mobilisées pour mettre en place des dispositifs d'urgence en soutien aux agriculteurs.

Les chambres d'agriculture, acteurs engagés au plus près des territoires, se sont mobilisées durant la pandémie de la Covid-19 aux côtés des agriculteurs et entreprises du secteur de l'alimentation. Par leurs réactivités mais également leurs capacités à mobiliser localement, elles ont permis de maintenir des circuits alimentaires nécessaires à l'approvisionnement des consommateurs.

Vous découvrirez en parcourant ce document des actions concrètes mises en œuvre sur l'ensemble de la région Auvergne-Rhône-Alpes. 7 finalités d'action caractérisent leur engagement pour répondre non seulement à l'urgence économique du secteur agricole et alimentaire mais également à l'attente des consommateurs à garder une alimentation locale et de qualité durant cette crise. Ce challenge a été relevé avec brio grâce à des élus et salariés engagés et à des partenaires mobilisés et impliqués. Tout ceci a permis de maintenir la vie dans nos territoires.

Demain, cette énergie déployée doit permettre de consolider les filières alimentaires locales et de tisser un nouveau dialogue de proximité. L'agriculture cultive la vie en approvisionnant nos bassins de consommation de proximité et en tissant de nouvelles relations entre consommateurs et producteurs. Cet engagement de notre réseau à mettre en œuvre un nouveau développement permettant plus de vie dans les territoires nous anime ici et maintenant. Il nous conforte à construire de nouveaux projets, à en consolider d'autres pour disposer d'une alimentation de proximité et de qualité, gage de notre souveraineté alimentaire.

1

Accompagner et conseiller
les agriculteurs en mode
« gestion de crise »

p.4

2

Permettre aux exploitants
de maîtriser et mettre en
œuvre les consignes de
sécurité

p.6

3

Rendre lisible l'offre locale

p.8

4

Contribuer au maintien ou
à la réouverture
des marchés de plein vent

p.10

5

Mettre en relation l'offre
et la demande, notamment
celle des Grandes et
Moyennes Surfaces

p.12

6

Développer de nouveaux
circuits,
notamment les drives

p.14

7

Communiquer vers
le grand public et
les touristes pour préparer
la reprise

p.16

1 | Accompagner et conseiller les agriculteurs en mode « gestion de crise »

Dès le début de la crise sanitaire, les chambres d'agriculture se sont organisées pour maintenir le contact avec leurs ressortissants, optimiser l'écoute des agriculteurs en difficulté et leur proposer des solutions.

CONCRETEMENT

- **Mise en place de dispositifs d'assistance de type « hot-line » dans chaque structure départementale** (permanences téléphoniques, boîtes mail spécifiques, réorientation des demandes vers des conseillers spécialisés, fichiers partagés pour tracer les contacts et effectuer le suivi des dossiers, utilisation de nouveaux outils pour rassembler et traiter la diversité des questions posées par les producteurs...).
- **Communication spéciale COVID-19** via de multiples canaux (mailings, newsletters spécifiques COVID-19, sites Internet des compagnies, réseaux sociaux). Diffusion importante des éléments sur la réglementation, les aides et les partenariats mobilisables, les recommandations des conseillers, des exemples d'initiatives mises en place pendant la période de confinement.
- **Recensement des difficultés et besoins des producteurs fermiers et des professionnels de l'agritourisme** afin de permettre aux sinistrés de se faire aider : envoi de questionnaires, rédaction de synthèses des difficultés rencontrées et des besoins pour les débouchés ou d'ordre logistique, implication dans la « FAQ agriculteurs nationale », estimation de la perte de chiffre d'affaires et l'impact économique chez les adhérents « Bienvenue à la ferme », implication d'agents et d'élus aux réunions et webinaires organisés dans le cadre du réseau.
- **Accompagnement et conseils individuels ou collectifs** pour guider les producteurs dans la mise en place d'adaptations d'urgence (débouchés commerciaux alternatifs pour les vendeurs directs privés de leurs circuits de vente habituels, aides économiques, dédommagement et dispositifs financiers possibles pour les activités agritouristiques, questions relatives à la gestion des salariés, au chômage partiel, au droit social, disponibilités ou besoins de main-d'œuvre sur les exploitations, autres difficultés spécifiques comme par exemple l'abattage...)
- **A noter en outre, une mobilisation générale des élus, présidents, des collaborateurs...** des chambres d'agriculture pour faire remonter les problématiques vers les instances décisionnaires et les services de l'Etat compétents.





QUELQUES INDICATEURS

Dans les départements

- **Traitement des nombreuses demandes individuelles d'agriculteurs** (dans l'Ain : des appels quotidiens tout au long du confinement et plus de 40 agriculteurs accompagnés - dans la Loire : plus d'une centaine d'appels traités en 4 semaines) ;
- **Mise en œuvre de newsletters spécifiques** (Loire : 3 lettres d'informations exceptionnelles 500 abonnés, Puy-de-Dôme : création inédite diffusée à 800 personnes, Rhône : 1 200 mailings, 9 flash info COVID-19 et 1 flash spécial BAF) ;
- **Réalisation de 13 enquêtes auprès d'agriculteurs engagés dans des activités agritouristiques** (ferme auberge, chambres d'hôtes, gîtes, location de salle, visites) dans la Drôme ;
- **Mise en place de partenariats pour l'emploi** : dans l'Ain avec : Agriemploi 01, Association de conseil rural de l'Ain, Conseils départementaux...



Au niveau régional

- **Centralisation des besoins et demandes, mise en place des actions communes.**
- **Porte-parole du réseau** dans les instances régionales mises en place durant la crise (DRAAF, Conseil régional, Préfecture de région, DIRECCTE, échanges interconsulaires)
- **Les liens constants et réguliers avec l'ensemble des comités de filières de la région** ont permis d'identifier les problématiques de chaque filière, les initiatives mises en œuvre et de les porter dans les instances adéquates. A titre d'exemple, l'action de la chambre régionale d'agriculture a permis de mettre en lumière que les dispositifs d'aides au secteur touristique n'étaient pas adaptés à l'agri-tourisme et qu'il était nécessaire de porter une mesure spécifique de soutien à ce secteur d'activité.

Bilan, enseignements, perspectives...

- Les chambres d'agriculture se sont fortement mobilisées, tant au niveau des élus que des agents de développement, pour s'organiser face à la crise et répondre aux nombreuses problématiques des exploitations. Cette belle réactivité a été facilitée par la taille et les compétences du réseau, la mutualisation de l'information et des outils ainsi qu'une bonne articulation des actions au niveau régional et national (APCA / Bienvenue à la ferme) ;
- L'écoute et les aides apportées rapidement ont été très appréciées par les agriculteurs sinistrés. Ils se sont sentis épaulés et moins isolés dans cette crise, notamment pour les métiers de l'agritourisme rémunérant des emplois (fermes pédagogiques, fermes auberges...). Un plan d'actions de communication soutenu au niveau national et local sera mis en place pour ces exploitations fragilisées. Certaines pourront bénéficier de l'aide d'urgence de 2 000 € octroyée par le Président Wauquiez, suite à la mobilisation de la Chambre régionale qui a alerté très vite le Conseil Régional et l'Etat sur la situation du secteur agritourisme en Auvergne-Rhône-Alpes durant la pandémie de Covid-19 ;
- Un travail de capitalisation, avec des sondages auprès des producteurs, sera mené dans certains départements, pour préciser les actions déployées, identifier ce qui a été le plus utile et réaliser un suivi des producteurs accompagnés pendant le confinement.

2

Permettre aux exploitants de maîtriser et mettre en œuvre les consignes de sécurité



Les chambres d'agriculture se sont mises à pieds d'œuvre afin de permettre aux exploitations de lutter rapidement et efficacement contre la propagation du virus et garantir la sécurité des consommateurs.



CONCRETEMENT

- **Lutte contre la propagation du virus** : Recensement et diffusion de la réglementation et des préconisations sanitaires.
- **Sécurité des consommateurs** : Compilation de guides de bonnes pratiques, mise en place de protocoles sanitaires dans les points de vente collectifs et boutiques à la ferme, appui technique pour gérer les flux de clientèle et l'affichage sur les lieux de commercialisation (panneautage, sens de circulation...). Les exploitants agricoles ont pu garantir aux consommateurs une sécurité optimale lors de leurs achats (port du masque et de gants, utilisation de gel hydro-alcoolique, application des distances et des gestes barrières) et une adaptation de services pour limiter les risques de contamination (prise de commandes, horaires élargis, paiement sans contact...).
- **Renforcement des offres de formation et de prestations d'accompagnement**, pour dans l'avenir, mieux adapter les exploitations à un contexte « pandémie » (ex. faire de l'expédition de produits, vendre sans faire déguster, réorganiser son animation en respectant la distanciation et les gestes barrières, mettre en place un drive, créer de nouvelles activités agritouristiques adaptées à la situation...).

Des actualités spéciales « Covid-19 » sur de nombreux sites départementaux

ACTUALITÉS

COVID-19

- > Où trouver des produits locaux dans l'Isère durant le confinement ?
- > Fermeture des marchés : quelles alternatives ?
- > Circuits de proximité : Mise en relation producteurs distributeurs avec la plateforme PAA
- > AGRITOURISME : Quelles mesures en post-confinement ?
- > Besoins en main d'œuvre agricole durant le confinement
- > Quel suivi installation en confinement ?

TOUTES LES ACTUALITÉS

TOUT L'AGENDA

COVID-19



[COVID-19] : les conditions d'entrée sur le territoire des travailleurs saisonniers agricoles

Jeudi 04 juin 2020

Qui est concerné ? Quels documents doit fournir l'employeur à son salarié ? Quelles mesures sanitaires appliquer ? ...



[COVID-19] Indémnisation GAEC : découvrir les exploitations éligibles

Jeudi 04 juin 2020

Bruno Le Maire, ministre de l'Economie et des Finances, Gérard Darmanin, ministre de l'Action et des Comptes publics, et Didier Guillaume, ministre de...



Masques pme.Japoste.fr accessible à la profession agricole

Lundi 10 mai 2020

Accessible à son lancement aux seules entreprises de moins de 50 salariés ressortissantes des réseaux des CCI et des CMA, la plateforme, qui propose...



AGRITOURISME : Quelles mesures en post-confinement ?

Vendredi 15 mai 2020

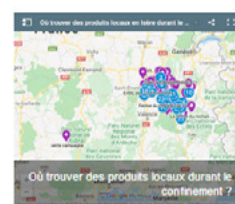
La Chambre d'agriculture de l'Isère se mobilise pour soutenir les producteurs du réseau et trouver des solutions face à l'arrêt des activités...



Marché, Vente à la ferme, Drive ... les clés pour faire perdurer vos efforts

Vendredi 10 mai 2020

L'annonce du déconfinement ne signifie pas l'allègement des mesures barrières, bien au contraire ! Dans tous les lieux de vente (marchés, magasins de...



Où trouver des produits locaux durant le confinement ?

FAQ





QUELQUES INDICATEURS

- **5 000 masques commandés par le Comité Vin AURA** pour distribution aux syndicats viticoles (en vue d'équiper les visiteurs dans le cadre d'une relance des achats en direct et de l'oenotourisme) ;
- **Dans l'Ain** : Envoi des informations sanitaires aux 18 Points de Vente Collectifs,
- **Dans la Drôme** : Travail spécifique mené sur les activités de type « pépinières, horticulture et cueillette à la ferme » avec la définition de procédures sanitaires adaptées, en vue d'obtenir des Préfectures leur réouverture pendant le confinement. Obtention de la possibilité de libre-cueillette pour 3 exploitations agricoles suite à cette mobilisation.



Bilan, enseignements, perspectives...

- Les producteurs fermiers, déjà bien sensibilisés à l'hygiène alimentaire, se sont fortement impliqués et ont été en mesure d'adapter leurs pratiques de commercialisation. Il est néanmoins important de souligner les coûts notables et le temps de travail supplémentaire générés par ces mesures, qui fragilisent les exploitations au plan économique et social.
- Les démarches sanitaires mises en œuvre par les producteurs et la fraîcheur des produits locaux ont rassuré les consommateurs.
- La présence et l'accompagnement technique réalisé par les chambres d'agriculture sur le terrain ont permis de faire reconnaître le professionnalisme et le sérieux de nos structures, notamment auprès des mairies et collectivités territoriales, mais aussi vis-à-vis des producteurs avec lesquels le lien de confiance a globalement été renforcé.

3

Rendre lisible l'offre locale



Faciliter l'accès aux denrées alimentaires pour le grand public grâce à la construction de cartes interactives, la géolocalisation des producteurs et la qualification des produits disponibles sur les différents territoires d'Auvergne-Rhône-Alpes a été un enjeu majeur.

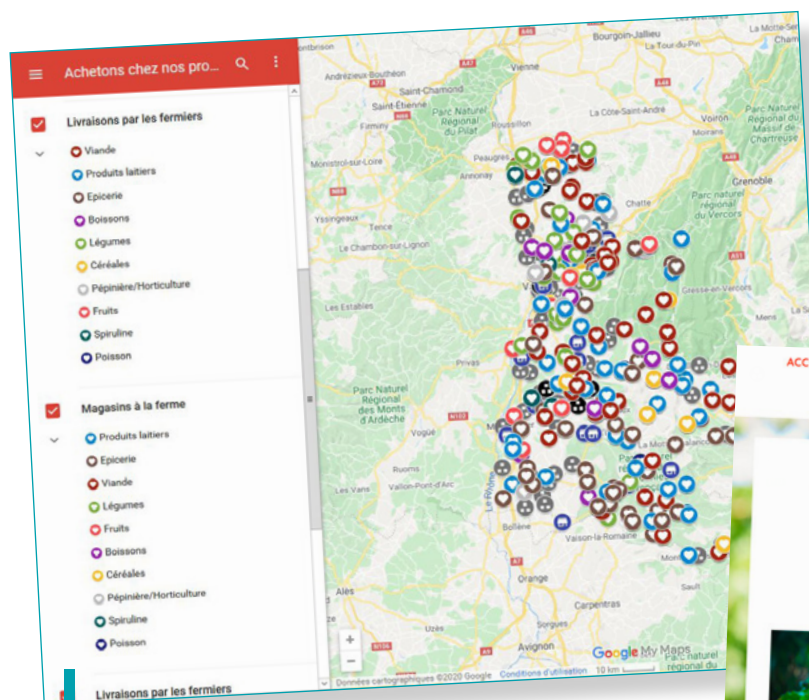
CONCRETEMENT

- **Recensement des points de vente accessibles au grand public** : marchés de plein vent ayant obtenu la dérogation, magasins de producteurs, points de vente à la ferme, points de livraisons par les producteurs.
- **Construction de cartes interactives, géolocalisation des producteurs et qualification des produits disponibles** via MyMaps de Google (initié par la Chambre d'agriculture du Puy de Dôme).
- **Création de sites spécifiques et pages facebook** : www.localdesaison42.fr, www.producteurs-savoie-mont-blanc.com, page Facebook « la vie a du goût en Haute-Loire », pour rendre lisible l'offre fermière et viticole locale. L'ensemble de ces initiatives ont été compilés sur une page régionale : « pour-trouver-des-produits-frais-pres-de-chez-vous » et relayés en nombre via la presse locale, des reportages TV, les réseaux sociaux.
- **Un référencement gratuit** proposé aux agriculteurs sous condition de remplissage d'un questionnaire avec les informations pratiques requises.





QUELQUES INDICATEURS



Géolocalisation des producteurs et points de vente

- Plus de 1200 lieux de ventes répertoriés et géolocalisés à l'échelle de la Région (producteurs, points de vente collectifs, marchés ouverts dérogatoires).
- Plus de 700 000 vues sur les différentes cartes interactives départementales et régionales.



Bilan, enseignements, perspectives...

- L'idée des cartes interactives a été reprise par de nombreuses chambres d'agriculture (mutualisation de pratiques et de compétences au niveau du réseau national) et leur réalisation concrète a bien fonctionné, grâce au travail de terrain des Chambres départementales et au relais opéré par le niveau régional. Ces actions ont aussi été l'occasion d'établir de nouvelles coopérations avec des partenaires externes, acteurs du territoire et en interconsulaire : collectivités, PNR, conseils départementaux, CCI... (ex. dans l'Ain : cartographie réalisée avec le réseau Etiktable, l'AFOCG 01 et la Communauté de communes du Pays de Gex ; dans l'Allier, l'action a été menée en commun avec les Jeunes Agriculteurs).

- Le succès de l'opération amène un questionnement quant au devenir de ces outils cartographiques créés dans un contexte d'urgence. Comment et quelle coordination envisager pour les faire vivre, les mettre à jour et éventuellement les compléter avec d'autres informations ? (ex. dans la Drôme, l'ADT souhaite mettre en place une initiative similaire pour les activités touristiques). Y a-t-il aujourd'hui une nécessité de regrouper les bases de données de plusieurs structures pour produire une seule et même carte de toutes les entreprises ? Il conviendra dans les prochains mois de réaliser le bilan de ces initiatives, d'évaluer la satisfaction des agriculteurs par rapport à l'utilité de l'outil et de réfléchir à ses applications hors contexte de crise sanitaire.

4 | Contribuer au maintien ou à la réouverture des marchés de plein vent

Afin de garantir aux populations des approvisionnements en produits alimentaires frais et locaux durant le confinement, mais également de maintenir les revenus des agriculteurs concernés, ainsi que l'économie locale, les chambres d'agriculture se sont engagées afin de permettre la réouverture des marchés



CONCRETEMENT

- **Mobilisation active pour le maintien ou la réouverture des marchés** : élus, présidents et dirigeants des chambres d'agriculture, souvent associés à la FNSEA, aux Jeunes Agriculteurs, et à de nombreux autres partenaires, se sont fortement impliqués auprès des services de l'Etat et des Mairies pour assurer le maintien ou la réouverture par dérogation, des marchés de plein air.
- **Sur un plan technique, transmission des informations nécessaires aux collectivités et producteurs** pour un respect des conditions sanitaires : diffusion du guide des bonnes pratiques de la Fédération Nationale des Marchés

de France et des protocoles sanitaires, modalités de demande de dérogations auprès des Préfectures.

- **Dans la pratique**, participation aux réunions en Préfecture, contacts téléphoniques ou courriers aux mairies des territoires concernés.



QUELQUES INDICATEURS

- **On estime à 2 820 le nombre d'exploitations agricoles dont la vente sur le marché est la première source de revenus** ; en y intégrant les autres fermes y recourant plus partiellement, ce nombre devrait approcher les 4 000 au niveau régional.
- **Les 12 chambres d'agriculture d'AURA impliquées sur cette finalité** ; de nombreuses réunions des élus agricoles avec les Préfets, DDPP, DDT... dans chaque département et au plan régional ;
- **208 courriers aux mairies du département du Rhône** ; emailing à tous les maires du département de la Loire ; dans l'Isère, diffusion d'un courrier à toutes les communes.
- **Dans l'Ain** : 54 marchés ont été maintenus. Dans l'Allier : une soixantaine de collectivités ont rouvert leurs marchés. **En Drôme** : maintien de 64 marchés sur 84. **Dans le**

Rhône : collaboration avec la ville de Lyon pour la réouverture progressive des 120 marchés hebdomadaires. **Dans le Cantal**, diffusion à tous les gestionnaires de marchés du guide technique proposé par la fédération nationale des marchés.



Bilan, enseignements, perspectives...

- Les marchés de détail ont été confortés en tant que lieux d'approvisionnement alimentaires essentiels. Ils ont été fortement plébiscités par les consommateurs dont le changement de comportement a été flagrant pendant le confinement. La crise sanitaire a montré qu'ils constituaient des circuits de commercialisation efficaces et propices à la création de liens entre les différents acteurs locaux.
- Ils représentent aussi un lieu d'expression de la solidarité des collectivités territoriales envers l'agriculture, qui ont globalement soutenu les initiatives de marchés initiés par les producteurs locaux. A noter en parallèle, la bonne solidarité observée entre les différentes instances du monde agricole pour se mobiliser en faveur du maintien des marchés, souvent au-delà des clivages politiques habituels.
- Les réflexions par rapport à la situation vécue amènent à penser que les marchés de détail devraient être davantage pris en compte dans les politiques des villes (aménagement urbain, commerce alimentaire et liens avec les engagements dans les PAT, instances de concertation à réactiver...).
- Pour les chambres d'agriculture, il y a deux enjeux majeurs :
 - poursuivre les collaborations initiées avec les collectivités pendant la crise.
 - leur proposer des prestations d'accompagnement spécifiques sur les marchés.

Pour ce faire, quelques actions à prévoir en amont ont été énoncées : l'analyse du besoin de maintenir les nouveaux marchés créés et/ou de développer des marchés de producteurs, ainsi qu'un travail à conduire pour mieux connaître les marchés (besoins en termes de chiffres, de listings des marchés et des producteurs impliqués).

5 | Mettre en relation l'offre et la demande, notamment dans les Grandes et Moyennes Surfaces

La piste du référencement de produits dans les GMS a été investie dans plusieurs départements afin de proposer des débouchés alternatifs à la Restauration Hors Domicile et aux marchés dont les ventes avaient été arrêtées pour cause de confinement.

CONCRETEMENT

- **Lancement d'un appel à candidature** : les producteurs souhaitant proposer leurs produits aux GMS ont été appelés à se manifester et à faire remonter leur offre de produits (nature de la marchandise, quantité, fréquence d'approvisionnement, capacité à livrer les produits...).
- **Repérage de la demande en produits locaux de la part des enseignes de la grande distribution** : Leclerc, Auchan, Intermarché, Carrefour, Casino, Système U, Migros... ont été sollicités (rencontres organisées en présence des Préfets, des directeurs d'enseignes de GMS, des représentants des syndicats agricoles, d'élus et de directeurs de CA...).
- **Les chambres d'agriculture d'Auvergne-Rhône-Alpes ont ainsi principalement travaillé à la mise en relation des producteurs avec les GMS** en se faisant le relais des intentions et des renseignements recueillis (listings des GMS intéressées, offre en produits fermiers disponible (ex. carte interactive « spécifique GMS », implication de l'Interprofession laitière » en Savoie-Mont-Blanc, dans le Rhône : transmission par la Métropole de Lyon de listes d'agriculteurs en recherche de débouchés vers les GMS, CCI, DDT, Préfectures...).





QUELQUES INDICATEURS



- **En Isère**, mise en route anticipée de la plateforme Web de mise en relation producteurs/professionnels de l'alimentation : 75 agriculteurs inscrits, 60 artisans, 56 distributeurs spécialisés, 55 GMS, 16 traiteurs, pour 578 produits ;
- **Dans le Puy-de-Dôme**, 17 agriculteurs se sont manifestés pour commercialiser avec les GMS - en Haute-Savoie ce chiffre est monté à 51 ;
- **Prises de contact avec les GMS** : 21 dans le Cantal, 23 dans la Drôme. En Savoie-Mont-Blanc : 5 responsables de GMS (Carrefour, Casino, U, Intermarché, Leclerc) présents aux réunions avec la Préfecture, et d'autres ont été contactés en direct (Migros, Auchan).
- **Dans l'Ain**, 2 producteurs de fromages de chèvre ont trouvé un débouché dans un supermarché proche de leur exploitation.
- **Au niveau régional**, mobilisation de la Fédération du Commerce et de la Distribution pour faciliter la mise en relation avec les différentes enseignes qu'elle fédère.

Bilan, enseignements, perspectives...

- Le rapprochement GMS/Producteurs a été au cœur des préoccupations politiques et économiques des territoires ; si l'on en juge par le nombre important de réunions qui se sont tenues et l'implication de l'Etat. Dans certains départements, celui-ci a souhaité reprendre la main sur la gestion des demandes et des relations avec la grande distribution rappelant ainsi de fait les volontés de relocalisation et de souveraineté alimentaire dont la suite concrète pourrait être écrite prochainement...

- En termes de bilan des opérations, beaucoup de contacts ont pu être établis. Début mai 2020, nous disposons néanmoins de peu de retours sur les transactions réalisées, tant du côté de la grande distribution que des filières. Il semblerait dans tous les cas que la mise en place de collaborations pertinentes nécessite du temps... et un relationnel construit notamment en interconsulaire (dans la Loire : ces 4 dernières années, les 3 chambres consulaires ont co-construit des conventions d'affaires pour des mises en relation directes entre producteurs, artisans et commerçants, enseignes. En Savoie-Mont-Blanc, les contacts des responsables d'enseigne et des magasins ont été obtenus grâce à la CCI et à la DDT).

- Les chambres d'agriculture souhaitent poursuivre le travail initié avec les GMS et entretenir la dynamique amorcée.

Quelques exemples parmi les actions envisagées à court et moyen termes dans les départements :

- (63) Contractualiser avec les GMS, notamment dans le cadre du PAT du Grand Clermont
- (26) Trouver des solutions pour éviter les centrales d'achat
- (01) Organiser des rencontres par secteur géographique
- (SMB) Valoriser les contacts de GMS récupérés pour les futures mises en lien.

Une réflexion devra sûrement être menée en amont par rapport au rôle de nos structures dans les processus d'accompagnement de la mise en relation des producteurs avec les GMS. Tout en apportant de la plus-value, celles-ci doivent, en effet, trouver leur place, sans se « sur-impliquer » comme pendant la crise sanitaire, ni à l'opposé rester dans la posture « d'avant COVID-19 » où l'autonomie totale et les transactions directes des producteurs avec les GMS étaient souvent privilégiées.

6

Développer de nouveaux circuits, notamment les drives

Tout en développant les échanges entre pairs, les chambres d'agriculture ont cherché à stimuler l'émergence d'initiatives et le développement de nouveaux modes de commercialisation et d'entraide.

CONCRETEMENT

- **Développement de nouveaux débouchés par une mise en relation des producteurs** : pour mieux se connaître, favoriser l'entraide ou travailler ensemble.
- **Emergence d'initiatives** avec la diffusion de retours d'expérience, de partage des difficultés rencontrées, de suggestions d'idées, ou encore de résultats d'enquêtes consommateurs...
- **Appui aux producteurs**, privés de leurs débouchés habituels, en réorganisant les circuits de commercialisation classiques, en mobilisant des partenariats originaux et en s'impliquant concrètement dans la mise en

place de débouchés et/ou services alternatifs adaptés à la crise sanitaire, avec entre autres :

- **l'ouverture de drives** (choix de la plateforme en ligne, recherche de points relais, calage de la logistique...)
- **la livraison de paniers** (outils en ligne de commandes groupées, étude des possibilités de se greffer à des circuits de vente existants, recherche de points de livraison...)
- **la création de lieux de vente éphémères**
- **l'organisation d'un salon virtuel du vin** pour pallier aux salons annulés au printemps ;
- **une implication en faveur de l'alimentation sociale et solidaire.**



Cliquez sur Commander :
Un choix entre nos points de retrait
ou la livraison à domicile



Proche de chez vous :
A Valence et en périphérie



Vos courses complètes sur un site :
Plus de 270 produits fermiers



Commandez 7j/7 :
Avant dimanche minuit pour la
semaine suivante

"Nous produisons et livrons vos produits frais."
Céline, Jordan, Grégory et les 17 autres agriculteurs



Bienvenue

Commander



QUELQUES INDICATEURS

- **Accompagnement des producteurs** via la mise en place de groupes facebook : 186 membres dans « Producteurs de l'Ain » ; 47 dans l'Allier.
- **Dans le Cantal**, + 500 % de commandes et 10 nouveaux producteurs au drive.
- **Dans le Puy-de-Dôme**, 2 drives fermiers ont été mis en place avec 35 producteurs impliqués. Passage de 25 commandes la 1^{ère} semaine à 190, la 4^{ème} semaine. Implication de 4 collaborateurs de la Chambre d'agriculture les jours de livraison.
- **Dans la Drôme**, ouverture d'un drive fermier, avec 17 fermes et 245 références de produits. Porté par la Chambre départementale d'agriculture, le montage, s'est fait en moins d'un



mois et a mobilisé 5 conseillers. Au démarrage, le système fonctionnait avec un point de retrait à la ferme et des livraisons à domicile. Depuis, des points de retrait urbains se mettent en place, dans des boulangeries notamment.

- **En Isère**, accompagnement de 3 drives fermiers portés par des producteurs.

Bilan, enseignements, perspectives...

- Un des principaux facteurs de réussite est la forte implication des producteurs en vente directe pour trouver des idées, inventer des débouchés.

L'autre levier, complémentaire, est l'accompagnement des différentes filières par les chambres d'agriculture.

La crise sanitaire a boosté la mise en place de projets. Ils devraient pouvoir se maintenir dans la durée, avec des perspectives d'optimisation des réseaux de vente, d'appui à l'installation et au développement des exploitations, d'aide à l'organisation du travail. Des réflexions sur ces nouveaux circuits de distribution sont en place dans différents comités de filières. Face au risque de dispersion et d'atomisation des démarches, la chambre régionale va œuvrer à la capitalisation et l'interconnexion des initiatives. Par ailleurs, la question de l'organisation et de la maîtrise logistique est centrale dans ces réflexions. Le réseau des chambres d'agriculture est outillé pour accompagner des systèmes alimentaires locaux plus durables grâce au projet de recherche sur les Systèmes Alimentaires du Milieu.

- La mise en réseaux des producteurs entre eux a de bonnes chances de perdurer. Les questions qui se posent actuellement concernent surtout le devenir des drives créés (niveaux de commandes suffisants, structuration des groupes de producteurs) pour permettre aux agriculteurs une gestion en toute autonomie. L'implication importante des conseillers des Chambres d'agriculture sur ces dispositifs ne peut être maintenue dans la durée.

- Les chambres d'agriculture peuvent se prévaloir d'une meilleure connaissance et maîtrise des outils mis en œuvre (Expérimentation de nouveaux circuits de vente, tableaux d'analyse et de comparaison des différents outils de vente en ligne existants, retours d'expériences du réseau). Par ailleurs, les résultats des études consommateurs (en cours), permettront de mieux connaître les nouveaux consommateurs et d'appréhender les comportements d'achat en période de crise, en ouvrant de nouvelles pistes aux agriculteurs pour l'avenir.

7 | Communiquer vers le grand public et les touristes pour préparer la reprise

Les chambres d'agriculture ont particulièrement œuvré dans le renforcement et l'orientation des campagnes de communication avec une mise en avant des producteurs et



CONCRETEMENT

- **Définition d'actions de communication grand public**, en lien avec d'autres structures (Gîtes de France, CCI, Offices de Tourisme, Conseils départementaux...). Les chambres d'agriculture ont particulièrement œuvré avec une mise en avant des producteurs et de l'offre locale (développement et aménagement des sites/pages Internet des agriculteurs, communiqués de presse, partenariats avec les acteurs du tourisme et médias locaux, vidéos et spots radios, actions de sponsoring et communication accrue sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram...) pour faire connaître les démarches des agriculteurs et la localisation des points de vente... voire même de lancer des appels à la clientèle pour écouler les stocks de produits invendus...).
- **Mise en place d'actions de promotion des produits fermiers et vins locaux ainsi que des activités agritouristiques**, pour donner envie au grand public et aux touristes de (re)venir sur les exploitations. A noter par exemple une opération du Comité Vins AURA de promotion des activités dans les vignobles, avec en parallèle des points « **culture** » sur l'histoire du vin une fois par semaine, ainsi qu'une recette de saison du chef Alain Le Cossec avec l'accord mets/vins. Ou encore en Haute-Loire : « **A chaque visite sur une ferme, un sac cabas sera offert !** » et des jeux concours pour inciter les bassins des villes à venir à la campagne.
- **Participation de plusieurs agents des chambres d'AURA** aux travaux du groupe national « Bienvenue à La Ferme » et sur le plan de relance et de communication de l'agritourisme (en vue notamment de solliciter la réouverture des activités de plein air à partir du 11 mai).



QUELQUES INDICATEURS

- **Création de la page Facebook de la chambre régionale d'agriculture avec la campagne** « avec l'agriculture, #CultivonsLaVie » : 279 abonnés, plus de 22 200 comptes de personnes ou pages d'entreprises atteintes, une moyenne de 233 personnes touchées par message : très bon résultat, au regard du nombre d'abonnés.
- **Comité Vins AURA** : 2 208 amis Facebook (Oenothèque Auvergne-Rhône-Alpes) et 391 abonnés Instagram (vin_auvergne-rhonealpes) ;
- **Groupe Facebook « Produits fermiers de l'Ain »** : mise en relation de l'offre et de la demande de produits, 4 930 membres en quelques semaines.
- **En Savoie-Mont-Blanc** : environ 350 agriculteurs, coopératives, points de vente collectifs représentés sur le site Internet (+ 20 adhérents durant le confinement), de 2 000 à 4 000 visites par jour (contre 700 habituellement) ; Page Facebook : + 500 abonnés, 100 posts, avec des publications qui ont une portée de plus de 1 000 personnes ;



- **Participation à 8 réunions** animées par l'AP-CA au titre des Groupes Techniques Nationaux Circuits-courts et Bienvenue à la ferme, Comité d'orientation Produits fermiers - Agritourisme - Bienvenue à la ferme et Groupe opérationnel du DAS 11.
- **Appui à la campagne de communication régionale** « J'achète local » mise en place par le Conseil régional.

Bilan, enseignements, perspectives...

- De nombreux partenariats (avec les conseils départementaux, EPCI, médias locaux, radios, acteurs du tourisme...) ont été établis pour relayer les informations et communiquer auprès du grand public ;
- Plus de reconnaissance de la portée des sites Internet et de l'utilité des réseaux sociaux pour les producteurs (même si certaines limites ont également été repérées, comme par exemple la problématique de modération des publications et commentaires des membres sur les pages Facebook). La maîtrise des moyens numériques et les ressources préexistantes avant la crise (réseaux sociaux, fichier client...) ont été identifiées comme des leviers déterminants de la réussite des opérations de communication auprès du grand public. Il apparaît donc judicieux que les chambres d'agriculture puissent continuer à accompagner les producteurs sur cette thématique, via notamment la formation.
- Les actions de relance de l'agritourisme sont en cours. Les résultats devront être évalués pour quantifier l'impact produit, mesurer la résilience des exploitations et accompagner cette filière sinistrée.



Ensemble, pour plus de vie dans les territoires

Durant la période de confinement, le réseau des chambres d'agriculture d'Auvergne-Rhône-Alpes s'est fortement mobilisé pour répondre aux exploitations agricoles fragilisées, filières déstabilisées et ainsi apporter aux consommateurs et collectivités des solutions pragmatiques pour maintenir des approvisionnements locaux.

Notre ancrage départemental est une force pour agir en proximité et au plus près des besoins du terrain. A l'heure où certains s'interrogent sur la pertinence de cette proximité, nous sommes convaincus qu'en Auvergne-Rhône-Alpes elle est source de performance.

De plus, si nous avons pu réagir aussi rapidement et avec agilité, c'est parce que notre réseau, depuis de nombreuses années, intervient sur ces questions de filières alimentaires de proximité, circuits courts et agritourisme. Les agriculteurs et les collectivités nous connaissent et apprécient nos expertises sur ces sujets.

C'est pourquoi, cette réussite est aussi celle de nos soutiens financiers (Etat avec le CASDAR notamment qui finance le Programme Régional de Développement Agricole, Région, Département, collectivités locales, ...).

En investissant dans nos actions, ils ont contribué à cette réponse rapide et opérationnelle.

Il est primordial que ces soutiens perdurent, voire se renforcent. A l'heure des choix, dans des contraintes budgétaires de plus en plus complexes, garder un soutien à l'activité agricole et à ce qui contribue à la résilience des exploitations agricoles et des filières est indispensable. Notre réseau est mobilisé pour porter cette nécessité auprès des collectivités locales, Département,

Région et Etat. Nous sommes convaincus que la question de la souveraineté alimentaire, du développement d'une alimentation plus locale et de qualité valorisant les ressources de nos territoires mobilisera le plus grand nombre et deviendra un axe fort de développement de notre agriculture. Et ça, nous ne pourrions le mettre en œuvre que dans une approche concertée et partenariale avec l'ensemble des acteurs locaux.

Notre engagement pour la mandature 2019-2025 d'un « nouveau développement pour plus de vie dans les territoires » passe notamment par cette mobilisation sur une alimentation plus durable. Vous pouvez compter sur le réseau des chambres d'agriculture d'Auvergne-Rhône-Alpes pour tout mettre en œuvre pour relever ce défi !





AUTEURS

Remontée des données, coordination et rédaction :
Chambre régionale d'agriculture Auvergne-Rhône-Alpes
(Aude Miehé et Laurent Joyet)

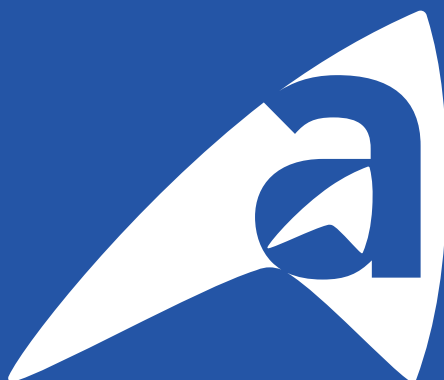
CONTRIBUTEURS DES CHAMBRES D'AGRICULTURE :

- de l'Ain (Jean-Baptiste Lafforgue, Maryline Jacon),
- de l'Allier (Julie Boury, Aude Girou, Adèle Prely),
- du Cantal (Laurence Bruel, Denis Bonneau, Lisiane Lacanal),
- de la Drôme (Lucie Thomas-Armandou, Séverine Mounier, Nina Croizet, Mathilde Goetz, Nathalie Seauve),
- de l'Isère (Manuelle Glasman),
- de la Loire (Nadine Croizier),
- de la Haute-Loire (Aurélié Michel, Aurélié Sarda),
- du Puy-de-Dôme (Nicolas Coudray),
- du Rhône (Emmanuelle Bonnet, Marie-Pierre Couallier, Dominique Legrand, Axelle Verniol),
- de Savoie-Mont-Blanc (Claire Bon),
- d'Auvergne-Rhône-Alpes (Emilie Leray)
- et du Comité Vins AURA (Elodie Louise).

RÉDACTION ET MISE EN PAGE :

Chambre d'agriculture de l'Ain (Sophie Backeland ; Ericka Amin)

Crédit photos : Chambre d'agriculture - Information agricole du Rhône



AGRICULTURES & TERRITOIRES

CHAMBRES D'AGRICULTURE AUVERGNE-RHÔNE-ALPES

www.aura.chambres-agriculture.fr

 @ChambresAgriAura

23 Rue Jean Baldassini, 69364 Lyon - Cedex 07

Avec
la contribution
financière du compte
d'affectation spéciale
développement
agricole et rural
CASDAR



**MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE L'ALIMENTATION**

*Liberté
Égalité
Fraternité*