

Le Panier Paysan de Haute Corrèze

Territoire

Région : LIMOUSIN
 Département : CORREZE
 Préfecture : TULLE
 Population :
 Nombre de communes :



Descriptif de l'association

L'association « le Panier Paysan de Haute Corrèze » a été créée en 2003, à l'initiative de consommateurs corréziens. Elle compte aujourd'hui 15 producteurs adhérents, 50 consommateurs engagés et 150 clients. Elle est adhérente au réseau des CIVAM (Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu rural).

Maître d'œuvre:

FRCIVAM Limousin

**Contact Laurent
 TEYSSENDIER**

Tél:

Mail:

Site:

Adresse: Mairie
 TRENTANT19160 SAINT
 PANTALEON de la CLEAU

**Les partenaires
 techniques :**
 FRCIVAM Limousin
 Réseau CIVAM
 AMAP

**Les partenaires
 financiers :**
 Région Limousine
 ADEME

**Autres projets
 comparables :**
 AMAP

Contexte

La région limousine est caractérisée par un habitat dispersé et une densité d'habitants au Km² faible. Un certain nombre de consommateurs qui trouvaient facilement en été leur approvisionnement en produits fermiers se trouvaient forts dépourvus l'hiver venu. Soucieux de fiabiliser leur approvisionnement, ils ont sollicité les agriculteurs « CIVAM » pour initier une réflexion commune. La mise en place du projet a nécessité une bonne année de travail, d'échanges et de partage d'expériences avant de trouver la solution la mieux adaptée à la situation.

Objectifs Initiaux

Apporter une solution locale à l'approvisionnement des consommateurs tout en intégrant dans la réflexion les questions suivantes :

- Quelle agriculture dans notre assiette ?
- Pour quelle alimentation ?
- Quelle responsabilité pour l'avenir de l'agriculture ?

L'enjeu étant complété par quelques principes complémentaires comme : des produits de qualité, des produits locaux, avec régularité et respectueux du concept de durabilité.

Présentation de l'initiative

Le panier paysan a un rayon d'action de 40 kilomètres. Il approvisionne en produits fermiers chaque semaine une moyenne de 70 clients consommateurs engagés.

Le lundi, les consommateurs reçoivent un mail avec les offres de la semaine, ils formulent leur commande le mardi. Le mercredi les

commandes sont ventilées auprès des producteurs qui les préparent le jeudi. Le vendredi, les producteurs se retrouvent sur les lieux de la plate-forme et reconstituent chaque panier. Les paniers seront regroupés par secteur. Le samedi, les livraisons s'effectuent en 2 temps : les agriculteurs livrent des consommateurs relais qui achemineront ensuite les derniers paniers à tous les autres. Un emploi à tiers temps assure le relationnel, les facturations et participe à la préparation des commandes. Les colis de viandes se font par opération sur réservation. Des partenariats qui complètent l'offre de service se mettent en place parallèlement. Une boutique de commerce équitable a été approchée. À défaut d'un cahier des charges, un cahier « de transparence » a été mis en place. Il prescrit les modes de production, l'organisation de visites annuelles et d'opération « coup de mains »

Difficultés rencontrées

Les difficultés sont de trois ordres. D'abord, l'absence d'un lieu fixe pour assurer le rôle de plate forme est un handicap que tente de solutionner l'équipe en place. Ensuite, l'association est parfois confrontée à l'absence de disponibilité d'un panel de produits suffisants pour rendre attractif et rentable le panier. Les contraintes liées au respect des valeurs ne permettent pas toujours de trouver la bonne réponse. Enfin, avec l'intendance matérielle de la manipulation des « paniers », les emballages ont nécessité une réflexion de fond qui a été partagée avec l'ADEME.

Atouts pour le lancement d'un tel dispositif

Le lancement et la mobilisation initiale est à mettre au profit d'un noyau de consommateurs qui via l'accueil et l'accompagnement des animatrices de la FRCIVAM Limousin, ont pu intéresser un groupe d'agriculteurs producteurs fermiers qui à leur tour ont su s'approprier la demande. Ils ont su, par exemple, à la fois construire un système complexe adapté aux configurations géographiques et à la fois restés souples dans sa mise en application.

Impact/plus-value pour le territoire

L'association a connu une « notoriété spontanée importante » qui a amené ses responsables à rester discrets sur leurs échanges et leurs contacts « presse » parce que le dispositif mis en place n'a pas vocation à s'agrandir ni à s'élargir. Il peut par contre se transférer à d'autres territoires et à d'autres acteurs. Deux commerces locaux ont sollicité leur implication dans le dispositif et sont prêts à servir de relais dans la chaîne de livraison.

**Coup de
Cœur**

La structure a la parole...

Cette initiative parfaitement transférable sur la majeure partie des territoires ruraux mais s'exprimera mieux dans des secteurs isolés et difficiles. Dans tous les cas, le transfert ne doit pas se traduire par faire l'économie d'apprendre à travailler ensemble, d'apprendre à se faire confiance. Cela se traduit par prendre le temps nécessaire pour cela. L'opération corrézienne amis deux ans avant de connaître le succès actuel