Etat des lieux et perspectives des débouchés des petits producteurs de plantes à parfum, aromatiques et médicinales

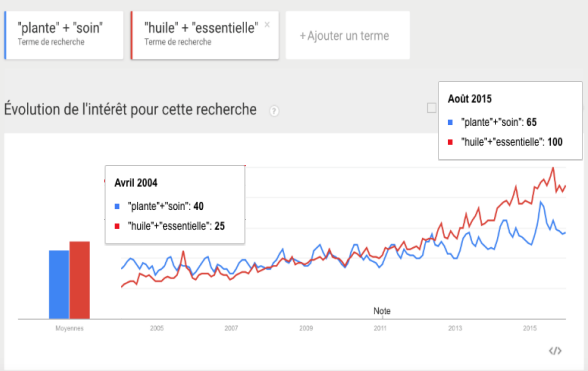
Rapport du Groupe d'Analyse d'Action Publique (GAAP) pour le master PAPDD, année 2015-2016.
Pour le compte de la filière plantes à parfum, aromatiques et médicinales de FranceAgriMer

Hélène FARGEON, Clélia GRANOZIO, Hortense de LA LAURENCIE, Charlotte LOGEAIS, Mehdi SAUSSI EL ALAOUI

Encadré par Florence Pinton (sociologue, AgroParisTech) et Jean-Paul Lescure (ethnobotaniste, ex-IRD)

Les petits producteurs de plantes à parfum, aromatiques et médicinales (PPAM) commercialisent principalement par le biais de circuits courts (circuits de commercialisation avec au plus un intermédiaire). Comment peut-on caractériser ces petits producteurs ? Quelle hétérogénéité se dégage ? Quels sont les circuits de commercialisation actuellement utilisés ? Quelles perspectives pour le développement des circuits courts ? Comment l'action publique peut-elle soutenir l'activité de ces producteurs ?

La montée en puissance de la phytothérapie et de l'aromathérapie ces dernières années illustre le regain d'intérêt du public pour les PPAM.

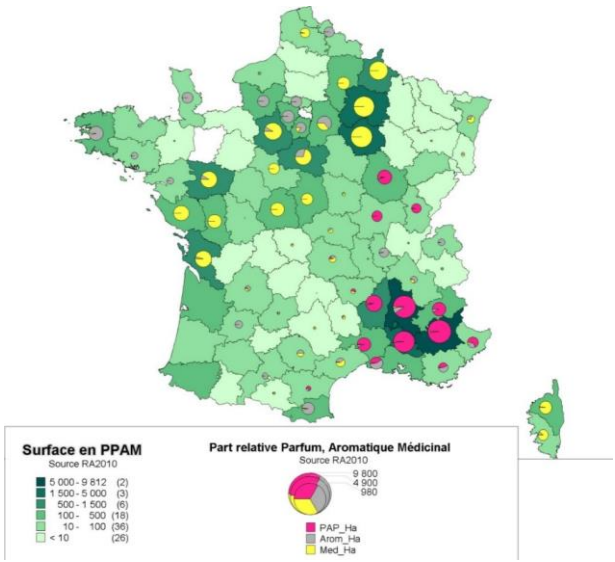


Evolution des occurrences des termes « huile » + « essentielle » et « plante » + « soin » dans les recherches Google en France entre 2004 et 2015

Outre les 3 500 ha de lavande en Provence et les 14 organisations professionnelles qui regroupent 60% de la production, de nombreux petits producteurs sont dispersés sur le territoire.

En plus de leur production, issue de la cueillette de plantes sauvages et/ou de la culture, ils transforment et commercialisent leurs produits. Ceux-ci sont très variés allant de la plante sèche (tisanes) aux huiles essentielles, en passant par les hydrolats ou les cosmétiques.

Leur activité de cueillette, confrontée à un contexte réglementaire compliqué, permet une revitalisation des zones rurales, et peut contribuer à la préservation de milieux menacés par la déprise agricole.



Répartition des surfaces en PPAM cultivées sur le territoire et part relative parfum / aromatique / médicinale

Les ventes de ces petits producteurs de PPAM, réalisées en circuits courts, font écho au regain d'intérêt des pouvoirs publics pour ce mode de commercialisation, qui répond aux enjeux actuels de développement durable : environnementaux (entretien des milieux), économiques

(relocalisation de l'activité) et sociaux (liens entre producteurs et consommateurs).

FranceAgriMer, office technique du Ministère de l'Agriculture, a en charge le suivi et l'observation des filières agricoles. Ses missions concernent à la fois la connaissance de ces filières, la concertation des acteurs et leur accompagnement. Des petits producteurs ont fait part récemment au Conseil spécialisé des PPAM de difficultés sur les débouchés, ce qui a stimulé une demande de sujet de GAAP sur l'état des lieux de la filière, ainsi que sur les perspectives de débouchés.

Le syndicat des SIMPLES : une entrée vers les petits producteurs de PPAM

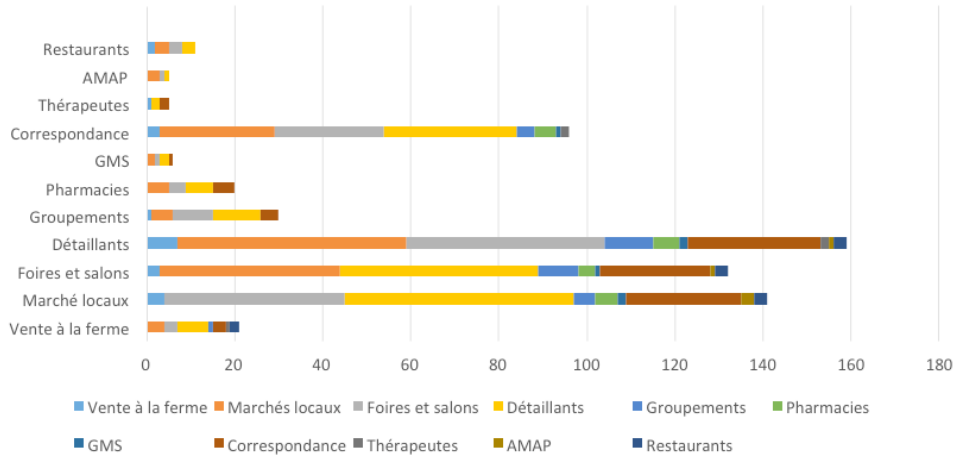
Des savoir-faire préservés

Cette étude a comme point d'ancrage le syndicat des SIMPLES (Syndicat Inter-Massif pour la Promotion et l'Economie des Simples[1]), né en 1982 dans les Cévennes autour d'une philosophie de résistance contre l'agriculture mécanisée, et pour la préservation de modes de vie et de savoir-faire. Implanté sur tout le territoire, principalement en moyenne montagne, le syndicat a élaboré un cahier des charges recueillant un ensemble de bonnes pratiques de cueillette et de transformation que les producteurs adhérents s'engagent à observer. Dans le respect de la philosophie du syndicat, les contrôles sont effectués par les adhérents eux-mêmes, chacun allant contrôler un autre membre une fois par an.

A partir des données issues du contrôle quinquennal de 2010 qui sont à la fois quantitatives et qualitatives et présentent les caractéristiques de l'activité des membres, un portrait-type des exploitations du syndicat a pu être établi. Notre analyse s'est également appuyée sur de nombreux entretiens avec les acteurs concernés (producteurs du syndicat, agents publics, associations, consommateurs, etc.) et sur une étude bibliographique.

Quel portrait dresser d'un producteur du syndicat des SIMPLES ?

La base de données, malgré son caractère lacunaire, a permis de déterminer quelques caractéristiques communes : surface de culture faible, altitude moyenne, 3 à 4 types de vente différents. De plus, l'étude de la corrélation des variables a permis de mettre en évidence la distillation comme caractère discriminant entre producteurs. Bien que les circuits de commercialisation soient variés et nombreux, certains modes de vente paraissent incontournables : marchés locaux, foires et salons, vente à des détaillants, et vente par correspondance.



Diversité des circuits de commercialisation chez les producteurs du syndicat

[1] Le mot « simples » signifie « Plantes à usage médicinal et plus familièrement celles utilisées en tisane » (Larousse). Ces plantes sont connues, cultivées et cueillies depuis des millénaires.

Des pistes pour améliorer la commercialisation

Innover dans la commercialisation en circuits courts

Plusieurs circuits courts peuvent être envisagés : vente à des comités d'entreprises, à des lycées professionnels, à des particuliers en tournée ou avec un drive fermier, via des enseignes de distribution ou encore des ventes par cueillette à la ferme. De telles expériences sur les circuits courts en PPAM gagneraient à être diffusées et partagées, les acteurs publics étant à même d'accompagner le portage de ce type de projets.

Le manque de connaissances sur la cueillette reste cependant un élément de blocage, rendant l'action des acteurs publics plus délicate.

Fixer un prix plus juste

Les prix sont trop souvent calculés en se basant uniquement sur les cours moyens pratiqués, et ne valorisent pas suffisamment la qualité et le temps passé. Le prix de revient et le prix d'acceptabilité ne sont donc pas assez considérés. Une étude de détermination de ce prix psychologique menée à l'herboristerie du Palais Royal sur 2 produits (une huile essentielle et une tisane) a permis d'illustrer l'écart actuel entre les prix pratiqués par le magasin et ceux auxquels les consommateurs sont prêts à acheter. Cela peut aider les producteurs du syndicat à prendre conscience qu'ils se situent actuellement nettement en dessous du marché.

Evaluation des prix d'acceptation sociale

Etude effectuée à l'Herboristerie du Palais Royal (Paris).

Deux produits du syndicat des SIMPLES sont étudiés :

- une tisane du soir de 80g : 23 personnes interrogées ;
- une huile essentielle de lavande fine Bio de 15mL : 22 personnes interrogées.

Observations faites :

- le prix maximal varie selon l'usage : aromathérapie vs plaisir par exemple ;
- pour certains clients ce n'est pas le prix mais l'enseigne qui est source de confiance quant à la qualité des produits ;
- globalement les clients de l'Herboristerie seraient prêts à payer plus cher leur produit.

Il serait donc intéressant de mener ce type d'étude chez la clientèle SIMPLES afin d'envisager une revalorisation des tarifs et un prix adapté afin de s'implanter sur de nouveaux marchés.

Comment contribuer plus avant au développement de leur activité ?

Formation, accès au foncier et installation des jeunes

Il semble essentiel de proposer une formation plus lisible et bien adaptée au caractère pluriel du métier et à la réalité du marché. Un autre point de blocage identifié est la difficulté d'accès au foncier : l'acteur public est cependant susceptible de favoriser l'installation par le soutien à des dispositifs, comme en atteste de nombreux exemples (dispositif Relance).

Mutualisation et répartition des coûts

La mutualisation au sein du syndicat des SIMPLES pourrait être un levier à la portée des producteurs. Bien qu'une mise en commun des outils et du matériel de transformation puisse être freinée par la distance entre producteurs, on peut envisager une mutualisation du conditionnement, de la commercialisation ou des analyses réglementaires. De

telles solutions peuvent améliorer la visibilité de la marque SIMPLES, dégager du temps et augmenter les débouchés, tout en permettant de partager les coûts d'analyses obligatoires mais coûteuses sur des produits cosmétiques ou pharmaceutiques.

Intérêt de la création d'un interlocuteur unique ?

L'Association Française des Cueilleurs (AFC), créée en 2011, pourrait permettre une meilleure visibilité et des échanges constructifs sur des thématiques à plus grande échelle qu'elle peut établir avec les pouvoirs publics.

Conclusion

Si le modèle des petits producteurs de PPAM constitue aujourd'hui un objet d'étude et d'intérêt pour les pouvoirs publics, c'est qu'il est l'exemple d'une activité qui concilie demande croissante des consommateurs et développement durable.

Le soutien à ce modèle par la diversification des circuits courts ne doit cependant pas occulter d'autres leviers essentiels. Pour agir, les acteurs publics doivent pouvoir disposer d'informations fines, surtout pour la cueillette encore très méconnue.

Par ailleurs, la pérennisation de l'activité PPAM et du syndicat passe aussi par l'installation des jeunes et la mutualisation du conditionnement, de la commercialisation ou des analyses réglementaires.

Mais surtout, l'optimisation de la vente de leurs produits repose sur une plus grande rationalisation des méthodes de fixation des prix.

Bibliographie

PINTON, Florence; JULLIAND, Claire; LESCURE Jean-Paul (2015), Le producteur-cueilleur, un acteur de l'interstice? *Anthropology of food,* 2015, N°11, pp

CERD, Institut de l'élevage, TRAME, Chambre d'Agriculture du Rhône-Alpes (2013). Innovations dans les circuits courts: facteurs de réussite et points de vigilance. 2013,124 p

LE VELLY Ronan, DUBUISSON-QUELLIER Sophie (2008). Les circuits courts entre alternative et hybridation. MARECHAL, Gilles. Les circuits courts alimentaires. Bien manger dans les territoires, Educagri, 2008, pp.105-112.