

Quinze ans de développement agricole et agroalimentaire en Normandie !

Irqua-Normandie, Pôle Agroalimentaire et Proximité,
Gourmandie, Bienvenue à la ferme...

Grandes étapes et bilan

Enseignements et perspectives

aGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE
NORMANDIE

Lundi 27 novembre 2017



15 ANS DE QUALITE



**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMBRE D'AGRICULTURE
NORMANDIE

Pôle Agroalimentaire & Proximité

IRQUA



NORMANDIE

15 ans de QUALITE



Sensibilisation /Expertise (285)/Appui projets Qualité

IRQUA : Centre de ressources/ facilitateur / coordinateur

Fédération des acteurs / dynamique

Politique concertée

IRQUA : instance de médiation

Mutualisation de filières

Perte progressive de souplesse (évol° dispositif appui financier)

Temps administratif

INAO (réactivité / revirement / pb produits similaires)

Enseignements : démarches de longue haleine (besoin d'un centre de ressources, de moyens et d'un porteur pro)

Porteuse d'image / génératrice de VA pour l'agri / en phase demande consos

-positionnement du CDC

-protection du mot

Normandie



ANNEXE



projets QUALITE (non exhaustif)	OBTENU				EN COURS	ABANDON
	AOP/AOC	IGP	LR	BIO STG CCP		
-						
Cidre de Normandie IGP		1				
Cidre du Cotentin AOC (2001)	1					
Bœuf normand AOC (2001)						
Jambon du cotentin SIQO (2001)						
Coquille Saint Jacques LR (2002)			1			
Œuf fermiers du Bocage LR			1			
Porc de Bayeux AOC (2002)						
Pays de Caux AOC (2002)					1	
Cidre du Bessin AOC (2002)						
Tripes à la mode de Caen (2002)						
Viandes normandes LR et IGP (2002)						
Poiré Domfront AOC (2003)	1					
Agneau Qualité Normandie CCP				1		
Viande fraîche de porc CCP (2003)				1		
noix de st jacques CCP (2003)				1		
creme épaisse LR (2004)						
truite LR (2004)			1			
agneau de pré salé AOC (2004)	1					
cidre du Perche AOC (2004)					1	

ANNEXE



porlin (2004)				1		
pain normand LR (2005)						
agriculture bio						
bulot IGP (2008)		1				
huitre IGP (2008)					1	
poules merlerault gournay (2008)						
pomme de terre IGP (2009)					1	
<i>vin de Pays du Calvados (2009)</i>		1				
<i>eau de vie de pomme et de poire IGP</i>		1				
pain normand bio (2010)				1		
moules de bouchot STG (2012)				1		
sablés IGP (2012)					1	
légumes de Normandie LR IGP (2014)			1			
noix de saint jacques LR (2015)			1			
bœuf LR (2015)					1	
andouille de Vire SIQO (2016)					1	
porc farine d'orge CCP (2016)					1	
camembert / lait IGP (2016)					1	
TOTAL	3	4	5	6	9	

15 ANS DE PROMOTION



**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMBRE D'AGRICULTURE
NORMANDIE

Pôle Agroalimentaire & Proximité

IRQUA



NORMANDIE

15 ans de PROMOTION



Événementiels Nds et nationaux (17 SIA / JEM, Milan, Tour de F...)

Partenariats (gastronomie : 100 chefs/an - tourisme : Ndie Impressionniste, ferries, Route des Fromages...)

Coordination campagne interfilières

J

Actions mobilisatrices, fédératrices et impactantes

Mobilisation établissements de formation

Mutualisation de filières (AOP, mer, ...)

L

Moyens limités

Trop de sollicitations (arbitrage)

Peu de présence à l'international

Difficultés d'évaluation



Enseignements : force du collectif / besoin de ligne directrice et messages partagés / mobilisation interfilières

besoin d'un centre de ressources

Coordination promo agri/agro



6 ans d'EDUCALIM



1er site web pédagogique (22 000 visites an) / lancement réseau d'acteurs Nds / interventions (100/an) / large gamme d'outils
Partenariats lycées agricoles et lycées hôteliers (12 tandems)

J Redonner la culture des produits aux jeunes générations (connaissance du patrimoine et de l'amont agricole) : future alimentation et futurs ambassadeurs

Déploiement via les établissements de formation

Pédagogie vers les jeunes mais aussi parents

L Cible lycéens délicate

Choix des outils

Enseignements : vrai enjeu de consommation

Privilégier le cadre scolaire

Besoin de moyens pour actions + ambitieuses



15 ANS DE PROXIMITE



**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMBRE D'AGRICULTURE
NORMANDIE

Pôle Agroalimentaire & Proximité

IRQUA



NORMANDIE

Rappel : les circuits courts en Normandie



- 10 % des exploitants pratiquent la vente via un circuit court
- Pour 1/3 des exploitations normandes en circuit-court, la part du chiffre d'affaires de ce mode de distribution est supérieure à 75 % du chiffre d'affaires total de l'exploitation
- Des exploitations qui emploient davantage : 2,2 UTA contre 1,6
Si la Basse-Normandie utilisait son potentiel de développement des circuits-courts pour atteindre le niveau national, 3900 UTA seraient créées (étude BN)

Source : Données Agreste - Recensement Général Agricole 2010.

Les circuits courts, bien plus que la « simple » vente à la ferme :



magasins de producteurs, marchés, drives, vente en GMS, e-commerce, restauration collective, projets alimentaires territoriaux etc ...

350 agriculteurs accompagnés par an

250 agriculteurs formés par an



15 ans de proximité



Animation de réseaux (Filières Alimentaires de Proximité, Réseau Rural Régional, Programmes Alimentaires Territoriaux...)

Sourcing de proximité (RHD, IAA, magasin)

Structuration / accompagnement de filières

12 éditions de Bien Manger en Normandie

(200 établissements/42 000 élèves an)



Sensibilisation à l'apro régional et valorisation des acteurs

Action BMN reconnue

Création de lien amont – aval / politique de filière

Partage de la valeur ajoutée



Moyens limités

Implication variable des Départements dans BMN

Enseignements : activité qui prend de + en + d'ampleur à soutenir par des moyens dans la durée



15 ANS DE DEV COMMERCIAL & d'innovation



**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMBRE D'AGRICULTURE
NORMANDIE

Pôle Agroalimentaire & Proximité

IRQUA



NORMANDIE

15 ans de DEV COMMERCIAL & d'innovation



DEV COMMERCIAL : France (cf Gourmandie)

Export : 6 salons par an / 2 missions / 2 rencontres acheteurs / appui a primo exportateurs (producteurs)

INNOVATION : 11 éditions des Trophées

J Equilibre trouvé entre actions toutes IAA et actions Gourmandie
Bon Partenariat avec CCI intal et BF pour l'export
Forte mobilisation des Trophées : permet de sensibiliser à de nouveaux enjeux (nutrition, IE, numérique...)

L Nouveau dispositif régional d'aide pour l'export
Besoin de sensibiliser, mobiliser, accompagner
Peu de soutien pour les Trophées de la part Région/ADN

Enseignements :

Export : un enjeu prioritaire avec une nouvelle offre à concevoir
Dev commercial : renforcer (dans un contexte – favorable) la mutualisation avec le réseau Chambre pour associer les producteurs)

Innovation : préserver l'autonomie de cette action (trophées éco) et renouveler la catégorie « jeunes pousses » (producteurs)

15 ANS DE **GOURMANDIE**



15 ans de Gourmandie



400 produits / 100 entreprises / 17 000 emplois
(7 000 agroalimentaires / 10 000 agricoles)

25 actions commerciales chaque année / 10 millions de tracts
notoriété : 70% / 3eme marque régionale en France

J caution qualité (CDC) et capital confiance
dynamique réseau / entreprises ambassadrices
Outil de dev économique (referencement, CA, emploi...)
Vraie incitation des IAA à l'appro agricole local

L offre trop terroir et trop traditionnelle
Offre concurrentielle : trouver de nouveaux leviers/marchés
pas de valorisation à l'export et à renforcer sur le bassin parisien
Moyens limités

Enseignements : CDC à préserver, en phase avec les attentes consos
vraie politique de filière (du sens)

Nouvelle impulsion à trouver avec Saveurs de Normandie et Normandie
Attractivité



Video 15 ans de **GOURMANDIE**



15 ANS DE **BALF**



**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMBRE D'AGRICULTURE
NORMANDIE

Pôle Agroalimentaire & Proximité

IRQUA



NORMANDIE



Bienvenue à la ferme, une marque a su se moderniser et être plus lisible



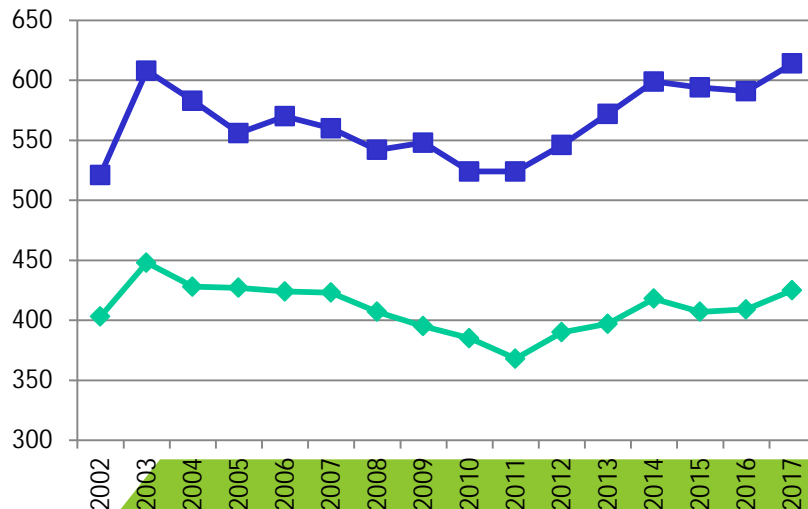
16 formules !

produits, ferme auberge, goûter, pique-nique, camping, chambre d'hôte, gîte, gîte de groupe, ferme de découverte, ferme pédagogique, ferme équestre, chasse à la ferme, ferme de séjour, accueil de camping car, location de salle ...

4 segments

2 segments

En Normandie : un nombre d'adhérents / activités relativement stable dans un contexte de forte diminution du nombre d'agriculteurs



Au niveau national :

- Bienvenue à la ferme = 1 milliard d'euros de CA
- 54 % des adhérents vont développer leur activité de diversification dans les 3 prochaines années
- 86 % des adhérents recommandent la marque à leurs collègues agriculteurs

En images

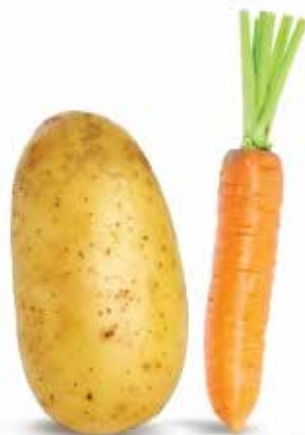


Les produits fermiers n'ont pas fini de vous étonner !

«
PAS BESOIN DE FOLKLORE
POUR PARLER TRADITION !
»



«
PAS BESOIN DE NAPPE À CARREAUX
POUR VANTER NOS RACINES !
»



«
PAS BESOIN D'ÊTRE AROMATISÉ
POUR AVOIR DU GOÛT !
»



www.normandiealaferme.com



Les circuits courts et les circuits longs



Deux approches **complémentaires** que les chambres d'agriculture de Normandie ont su accompagner comme telles depuis 15 ans, **réduisant la sensibilité** des fermes normandes aux aléas des **cours mondiaux**



Armada



Goût et
Qualité



Salon aux
champs

Exemples de synergie entre Bienvenue à la ferme et Gourmandie

DEMAIN

LE POLE FILIERE CHAMBRES

aGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE
NORMANDIE

Lundi 27 novembre 2017



Le Pôle Filières Chambres



Objectifs :

- Poursuivre la coordination concertée de la politique qualité au niveau de la Normandie qui fédère les acteurs engagés dans les filières qualité ou segmentées et tracées.
- Professionnaliser les acteurs et futurs acteurs au service de la valorisation des produits agricoles normands.
- Promouvoir de façon efficace et coordonnée les produits agricoles normands.

Enjeux :

- Créer de la valeur ajoutée sur le territoire normand pour une meilleure rémunération de l'activité agricole et le développement de l'emploi.
- Etre en phase avec les marchés d'aujourd'hui, anticiper et préparer les marchés de demain.
- Rétablir la confiance vis-à-vis de l'agriculture et ses produits en renforçant la connaissance des produits agricoles normands.

Ambition :

- 50% d'exploitations normandes ayant au moins un produit sous SIQO ou en filière segmentée et tracée en 2022

DEMAIN

L AREA



AREA
N O R M A N D I E

L'alimentaire en mouvement



GOVERNANCE

New AREA

*Gouvernance de la structure :
collèges 1 (entreprises) et
2 (organisations/filières)
Président issu du collège 1 et
vice-président issu du collège 2*

Représentation des IAA
Formation-emploi
Attractivité métiers
Défi vert-énergie-EC
Logistique Supply chaine
Qualité process ind
RSE DD
gaspillage

Veille – IE
Marque Normandie
Développement commercial
France/Export
Trade marketing
Innovation
Promotion/ Attractivité
Partenariats interfilières
Structuration Filières
Qualité traçabilité
Bio économie

*Gouvernance : collège1 – référent : le Président
Gouvernance : collèges 1 et 2 – référent : le vice Président*

CLEFS DE LA REUSSITE



- **UNE STRATEGIE CLAIRE ET PARTAGEE (DE FILIERE)**
- **UNE GOUVERNANCE ADAPTEE ET EQUILIBREE**
- **UNE EQUIPE CONSOLIDEE ET MOTIVEE**
- **UNE OFFRE DE SERVICES A RE INVENTER**
- **UN MODELE ECONOMIQUE A TROUVER**
- **UN PROGRAMME D'ACTION PLURI ANNUEL A CONSTRUIRE**
 - Ø **emploi/formation**
 - Ø **qualité**
 - Ø **promotion/attractivité**
 - Ø **développement commercial**
 - Ø **innovation**
 - Ø **logistique**
 - Ø **intelligence économique**
 - Ø **Développement durable**
- **UN RESEAU INTERFILIERES**
- **UNE COLLABORATION PRESERVEE AREA-CRAN**
 - Ø **Structuration de filière / qualité / promotion / proxi**
- **DES OUTILS**
- **UN ECHEANCIER DE MISE EN PLACE**