

La charte des marchés de qualité

LA CHARTE DES MARCHES DE QUALITE



**DES PRODUCTEURS FERMIERS
DU PAYS BASQUE ET EN
DEMARCHE COLLECTIVE DE
QUALITE**

Opération commune à l'ensemble de ces démarches collectives de qualité



CHARTRE DES MARCHES DE QUALITE

DEVELOPPER LA PLACE DES PRODUCTEURS FERMERS DU PAYS BASQUE ET ENGAGES DANS DES DEMARCHES COLLECTIVES DE QUALITE

Préambule

La présente charte a été rédigée par les producteurs fermiers du Pays Basque engagés dans une démarche collective de qualité (AOP Ossau Iraty, AOP Piment d'Espelette, Agriculture biologique, Porc basque Kintoa, cerise d'Itxassou et charte fermière Idoki).

C'est une démarche collective portée uniquement par des agriculteurs à titre principal et qui tirent leur revenu de la vente de leur production. L'ensemble des producteurs fermiers engagés dans ces démarches collectives de qualité soumettent leurs pratiques à un cahier des charges de production, garantissant ainsi au consommateur l'origine et la qualité des produits.

De plus, les producteurs fermiers engagés en démarche de qualité travaillent sur des fermes à taille humaine, réparties sur l'ensemble du territoire et participent ainsi au maintien d'un tissu rural riche, vivant et attractif.

Cette charte a pour objectif de faire connaître les valeurs défendues par le collectif et de porter des propositions communes auprès des Municipalités en charge d'un marché hebdomadaire.

Le producteur fermier est un professionnel de la vente

Être producteur fermier, c'est **produire, transformer et vendre** ses produits. Le producteur fermier souhaite que les réalités de son métier soient mieux comprises et prises en considération.

Au rythme des saisons, le producteur fermier doit faire face à de lourdes charges de travail : travaux dans les champs (semis, récolte), conduite des cultures et soin des animaux, etc....

Le producteur fermier travaille avec la nature et est soumis à de nombreux aléas (climatiques, maladies) qui pénalisent parfois la production.

Le producteur fermier assure aussi la transformation fermière de sa matière première qu'il produit. Il fabrique parfois une large gamme de produits fermiers.

L'ensemble de ces tâches et notamment la vente prend énormément de temps. Il y a des moments dans l'année où c'est difficile pour eux de se libérer pour assurer leur présence sur les marchés.

C'est **dans le contexte de la ferme qu'il faut mesurer la contrainte des producteurs** qui font les marchés.

Lorsque le producteur fait un marché, il faut imaginer qu'il baisse la devanture de sa ferme et qu'il suspend toutes ses activités pour aller vendre. Un producteur fermier écoule sa production principalement en vente directe et en circuits courts. La vente est un enjeu majeur qui conditionne la viabilité de la ferme.

Comme tout professionnel, le producteur **doit rentabiliser son temps** et son espace de vente

Faire un marché représente pour tout producteur 10 heures de travail au moins. Afin de fidéliser une clientèle sur un marché, le producteur doit **assurer sa présence hebdomadaire pendant deux années** ou pendant quatre années pour un rendez vous mensuel. C'est un investissement humain très important pour le producteur qui doit assurer les travaux de la ferme à son retour de marché.

La ferme vit de la vente de ses produits. C'est bien d'un espace de vente, et non d'animations, que le producteur fermier a le besoin. C'est pourquoi, le producteur fermier refusera d'aller faire de la figuration ou de l'animation sur les marchés. Le producteur fermier a besoin de marchés dynamiques où il trouve une clientèle suffisante et régulière.

Les organisateurs doivent mettre en place les conditions de réussite d'un marché.

Les producteurs fermiers revendiquent une place sur les marchés.

Le nombre de producteurs fermiers a fortement augmenté en vingt ans. De plus en plus d'agriculteurs misent sur la transformation et la vente de leurs produits pour continuer à faire vivre leur ferme et vivre de ce métier. Cette évolution permet d'offrir un large plateau de produits fermiers de qualité à une clientèle locale.

Développer la place des producteurs fermiers engagés dans une démarche collective de qualité répond à une **attente croissante et qualitative** des consommateurs.

Les organisateurs de marché doivent faciliter **l'accès des producteurs sur le marché** permet de répondre à cette attente, de créer un lien social direct entre consommateurs et producteurs, de créer des échanges économiques qui contribuent au **maintien des petites fermes nombreuses** sur le territoire.

Les Municipalités doivent intégrer dans leurs chartes de marchés, des critères qui favorisent la présence de producteurs fermiers en démarches collectives de qualité :

- priorité aux producteurs fermiers engagés en **démarche collective de qualité** pour répondre à l'attente qualitative des consommateurs
- favoriser la plus large gamme de produits et notamment **en produits frais** pour accroître l'attractivité du marché.
- faire appel à des commerçants **en complément de gamme** (fruits, poissons, pain, épicerie,...) et **pour les produits non proposés** par les producteurs fermiers de la zone géographique
- organiser un **espace de vente suffisant** et favoriser la présence du plus grand nombre de producteurs fermiers
- permettre aux **nouveaux producteurs** fermiers d'accéder au marché à tout moment
- limiter le nombre de stands par production pour assurer une place de vente aux producteurs et favoriser la plus grande diversité de produits sur le marché.
- prendre en compte **la saisonnalité des produits**. Ainsi un producteur fermier qui est en rupture de stock préserve une place pérenne sur le marché.
- faciliter l'accès des producteurs fermiers à une **place fixe à l'année**, et priorité aux producteurs fermiers sur les places vacantes (tirage au sort).
- établir des **tarifs accessibles**, transparents et préférentiels aux acteurs qui contribuent à la dynamique du marché (présence, image de la production fermière, etc....)
- établir une **signalétique** sur le marché qui permet aux consommateurs d'identifier la nature des stands : producteur fermier, artisan, commerçant ambulant/revendeur, etc....

Les Municipalités doivent prendre des orientations afin de protéger le tissu paysan et économique local :

- avoir une **communication cohérente**.
Différentes dénominations (marché des producteurs locaux, marché fermier, foire gastronomique, foire des produits régionaux) peuvent induire le consommateur en erreur, qui ne trouve pas majoritairement des producteurs fermiers sur le marché.
- être vigilant dans le **choix d'exposants** qui ternissent le positionnement du marché (type d'exposants, qualité des produits, usurpation d'image, secte) et ont un impact néfaste sur le tissu économique et paysan local
- limiter l'arrivée des commerçants ambulants qui débarquent sur les marchés uniquement à l'arrivée des beaux jours et qui accèdent pourtant à une place fixe.
- inciter les opérateurs-transformateurs à faire des efforts d'approvisionnement auprès des agriculteurs de proximité et à un prix équitable
- favoriser la présence des producteurs fermiers dans les autres initiatives de la Municipalité : restauration collective, valorisation de l'agriculture, etc...

Les Municipalités doivent dynamiser les marchés en mobilisant les moyens adéquats :

- assurer un **espace de vente fonctionnel** :
 - un espace de vente suffisant qui puisse évoluer pour permettre à un maximum de producteurs fermiers et notamment pour les nouveaux de faire le marché
 - espace uniquement dédié à la vente. La seule activité de la place doit être la vente.
 - marché couvert/abri pour un meilleur accueil des exposants et des clients.
 - mise à disposition de matériel pour un meilleur confort de travail des exposants
 - des places de parkings suffisantes et à proximité pour la clientèle et les exposants,
 - signalétique extérieure dans la ville qui permet aux clients de connaître le lieu du marché
 - signalétique interne qui permet d'identifier la nature des exposants.
 - jours et horaires accessibles : à réfléchir.

- investir sur un **plan de communication ambitieux**
Comme tout commerce, les marchés doivent se doter d'une communication de conquête pour convaincre de nouveaux clients.
 - journal et site internet municipal,
 - Panneaux d'affichage et affichage,
 - guide du marché et des producteurs,

En vingt ans, beaucoup de marchés ont été créés sans que la clientèle ait proportionnellement augmenté. Sauf les marchés de week-end, les marchés ont du mal à renouveler une clientèle vieillissante.

Les producteurs souhaitent participer à la dynamisation des marchés

- en valorisant **leur image** sur les marchés
 - à condition que la majorité des exposants du marché soient des producteurs fermiers en démarche collective de qualité
 - à condition que la gamme de produits fermiers de qualité soit présente sur le marché
 - lorsqu'un espace du marché identifié est dédié aux producteurs.

- en régulant **l'offre de produits fermiers** de qualité.
Quelques produits semblent surreprésentés (fromage de brebis), d'autres ne sont pas présents sur tous les marchés du Pays Basque (produits laitiers et fromage de vache, fruits, légumes, piment d'Espelette, vin d'Irouléguay).
 - Le Forum des Marchés peut sensibiliser les producteurs sur les produits manquants et les places vacantes sur les marchés.
 - Le Forum des Marchés peut organiser la concertation entre producteurs de fromage de brebis sur les marchés
 - Le Forum des Marchés peut accompagner les producteurs dans l'organisation de la vente collective sur les marchés (emplacement à tour de rôle, stand collectif, dépôt vente).

- en participant à une **commission municipale de marchés**
 - Le Forum des Marchés souhaite être représenté par un représentant des producteurs fermiers engagés en démarche collective de qualité, régulièrement présent sur le marché, qui sera le porte parole du collectif (critères de défense à définir) et qui fera le lien avec les producteurs (en démarche qualité en priorité) présents sur le marché.
 - Le Forum des Marchés veut être une force de propositions concrètes et constructives car tous les producteurs ont besoin que les marchés reprennent vie.



LES DEMARCHES COLLECTIVES DE QUALITE DU PAYS BASQUE



Agriculture biologique *Signe officiel de qualité*

C'est un mode de production excluant l'utilisation de produits chimiques de synthèse. L'ensemble des techniques de l'agriculture biologique permettent d'optimiser le potentiel de fertilisation, de respecter la vie des sols, des plantes et le bien être animal.



Appellation d'Origine Protégée *Signe officiel de qualité*

L'AOP constitue une Appellation d'Origine, la dénomination d'une région servant à désigner un produit qui en est originaire et dont la qualité est due au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains.



Fromage de brebis AOP Ossau Iraty. *Signe officiel de qualité.*

Le fromage de brebis AOP Ossau Iraty est fabriqué de manière traditionnelle sur la zone géographique du Béarn (Ossau) et du Pays Basque (Iraty) à partir du lait de brebis de races locales (Manex tête rousse et tête noire, la basco-béarnaise). Le mode d'élevage et l'alimentation influent sur la qualité du lait et la durée de l'affinage sur les arômes du fromage.



Piment d'Espelette. *Signe officiel de qualité*

La zone de production du Piment d'Espelette AOP se limite à dix communes autour d'Espelette. Les plants de piments sont issus de semences fermières de variété Gorria. Les piments sont cueillis à la main, triés puis séchés. Les piments sont tressés en corde ou broyés pour obtenir une belle poudre épicée.



Porc basque KINTOA. *Démarche collective de qualité.*

Le porc basque est une race rustique de porc, noir et blanc. Les porcs basques sont élevés et engraisés en liberté dans des parcs enherbés où ils trouvent une partie de leur alimentation. Leur alimentation est complétée par des céréales. Le jambon de porc est affiné à l'air libre pendant 16 mois minimum.



La charte fermière IDOKI. *Démarche collective de qualité*

La charte fermière IDOKI caractérise une production fermière à taille humaine et en relation directe avec le consommateur. C'est une démarche transversale qui réunit dix-huit productions différentes.



La cerise d'Ixassou. *Démarche collective de qualité.*

L'association Xapata des producteurs de cerises d'Ixassou a réimplanté 4000 cerisiers de variétés locales : La Pelloa, la Xapata, la Beltxa.

Seuls les produits identifiés avec le logo « Cerise d'Ixassou » garantissent l'origine locale des fruits.

POUR ALLER PLUS LOIN...

LA CREATION D'UN MARCHÉ FERMIER DE QUALITE

Au-delà de la présence des producteurs fermiers sur les marchés hebdomadaires traditionnels, une Municipalité peut créer un marché fermier pérenne sur sa ville.

Le Forum des Marchés est porteur d'un certain nombre de recommandations pour réussir le lancement d'un marché fermier.

Étude de marché préalable.

Avant de lancer un marché fermier, il faut réaliser une étude de marché qui permet :

- de connaître les tendances de consommation, les attentes qualitatives et quantitatives des consommateurs
- de recenser l'offre de produits fermiers sur le territoire
- de connaître les besoins de vente des producteurs
- d'identifier les contraintes et les opportunités de création d'un marché fermier.

L'étude de marché préalable est un outil d'aide utile à la décision.

Positionnement du marché et sélection des exposants

Des critères qualitatifs doivent être retenus pour la sélection des exposants.

- Les organisateurs défendent l'appellation « **marché fermier** » en ne faisant appel qu'à des producteurs fermiers, c'est-à-dire des paysans qui produisent, transforment et vendent eux-mêmes leur production.
- Les organisateurs défendent une production locale. Les exposants du marché auront leur siège social au Pays Basque et cantons limitrophes, dans un rayon de 100 km maximum.
- Les organisateurs défendent une production fermière de qualité, garantie par l'engagement des exposants dans une démarche collective de qualité du Pays Basque
 - le fromage de brebis AOP Ossau Iraty,
 - le piment d'Espelette AOP,
 - le vin d'Irouléguy AOP
 - l'agriculture biologique (AB)
 - la charte fermière IDOKI.
 - la filière Porc basque Kintoa,
 - la cerise d'Ixassou,
 - le piment doux Biper Eztia,
- Les organisateurs veillent à défendre une production fermière à taille humaine et non industrielle.
- Les organisateurs favorisent la plus grande diversité des produits fermiers présents au Pays Basque : fromage de brebis, fromage de vache, produits laitiers frais, fromage de chèvre, glaces, poulet, pigeonneau, canard gras, porc, viande bovine, viande ovine, légumes, fruits frais (kiwis, pommes, fruits rouges) et transformés, cidre et jus de pomme, vin d'Irouléguy, piment d'Espelette, miel, plantes aromatiques, pain (de paysan boulanger), farine de maïs, produits cosmétiques, etc... Cette liste n'est pas exhaustive.
- Les organisateurs défendent la pêche artisanale et responsable (pêche à la ligne) en maintenant le partenariat avec des pêcheurs-artisans qui organisent la vente directe de poissons frais. Des pêcheurs indépendants ou des mareyeurs peuvent être ponctuellement sollicités.
- Les organisateurs se fournissent prioritairement auprès des exposants du marché ou auprès de distributeurs solidaires pour ne proposer que des produits de qualité et équitable dans l'espace restauration-buvette.
- Les organisateurs assurent la prépondérance de l'espace de vente sur le marché. L'espace d'information et d'animation aura une place limitée sur le marché.

Les conditions de réussite d'un marché :

- Le marché doit obligatoirement réunir la gamme de produits frais indispensables à la fidélisation de la clientèle : les fruits et les légumes, le poulet et les œufs, les produits laitiers et les fromages, le poisson et les viandes, le pain.
- Au-delà des produits frais, le Pays Basque offre une diversité de 19 produits différents.
- Le marché doit avoir un positionnement qualitatif clair.
- Le marché doit être pratique pour les clients : date/jour/horaires, parking, abri, communication claire.
- Il faut compter au moins deux années de présence assidue de tous les exposants et de communication d'envergure pour arriver à créer un marché fermier pérenne. Avec le lancement d'un marché mensuel, la communication est prépondérante afin que les clients inscrivent ce marché fermier dans leurs habitudes d'achat.

L'espace de vente doit assurer un confort de vente aux producteurs

- Les exposants doivent bénéficier de conditions de vente confortables : espace couvert et à l'abri du vent, éclairage qualitatif (en hiver), disposition des stands qui favorise la circulation des clients et la discussion.
- Les clients doivent bénéficier de conditions d'accès favorables : jours et horaires, signalétique autour du marché, parking à proximité, identification des exposants,
- Les exposants doivent respecter la réglementation des marchés : être agriculteur ou pêcheur artisan, dénomination des produits et affichage des prix, respect des températures de conservation, méthodes de vente non agressives, etc...
- Les organisateurs doivent faire respecter la présente charte.
- Les organisateurs doivent assurer la promotion du marché, en mobilisant tous les outils de communication disponibles (panneaux informatifs, signalétique, site internet, communication presse, etc...)

Les exposants doivent s'engager

- à respecter la présente charte : être producteur fermier et engagé dans une démarche collective de qualité
- à tenir leur place pendant toute la saison de production (sauf rupture de stock), quelque soit la météo ou la fréquentation du marché, afin de fidéliser la clientèle.
- à faire la promotion du marché : distribution des tracts, offre de visites de ferme.

Création d'une commission de marché

Les organisateurs mobilisent les moyens nécessaires à la création, au maintien puis au développement de ce marché.

Le rôle de la commission est d'appuyer les organisateurs dans leur réflexion et de garantir l'état d'esprit du marché fermier. Ainsi, les organisateurs associeront leurs partenaires autour d'une commission de marché. Cette commission est composée de représentants des organisateurs, des représentants d'exposants, des structures garantes des démarches collectives de qualité et de consommateurs garants de l'état d'esprit du marché fermier,

La commission veille au respect de la présente charte et à son évolution. La commission statue sur l'admission de nouveaux exposants selon les critères définis.

L'élargissement du marché à d'autres productions (cosmétique, hygiène, services, artisanat d'art) est soumis à l'avis de la commission du marché.

La commission définit son rythme de réunion et le mode de décision. Toute réunion sera convoquée au mois huit jours avant et les décisions prises à la majorité des membres présents.

Un règlement intérieur.

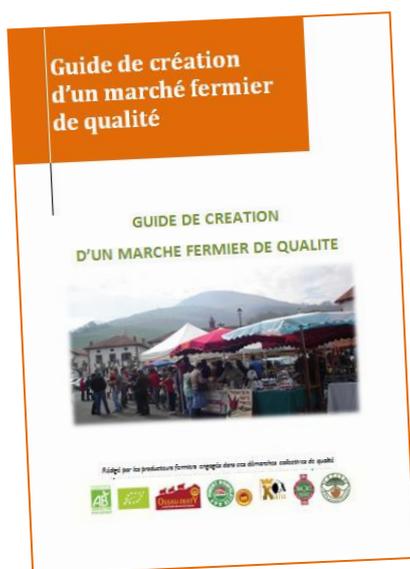
Le règlement intérieur permet d'établir :

- les critères d'admission et d'exclusion des exposants,
- les obligations des exposants
- les engagements des organisateurs,
- les règles de vie du marché (critères de priorité, taille des stands, tarifs, limitation du nombre d'exposants par produits,)
- la vie de la commission du marché (référents à la commission de marché, réunions et AG, répartition des tâches, etc...).

Certaines dispositions peuvent être prises pour favoriser la plus grande diversité de productions sur le marché.

- Critères de priorité. Les producteurs qui se sont engagés dans la création de ce marché sont prioritaires.
- Des tarifs préférentiels seront appliqués aux producteurs présents sur tous les marchés de l'année et notamment en hiver, car ils contribuent par leur présence à l'implantation du marché et à la fidélisation de la clientèle.
- Les tarifs en saison estivale seront largement sur-majorés pour les exposants qui ne sont pas présents sur les marchés d'hiver.
- Un stand de marché ne doit pas excéder 4 mètres.
- Limitation du nombre d'emplacement par produits et en fonction du chiffre d'affaires.
- A titre indicatif sur un marché où il y a une quarantaine de stands : fromage de brebis (4 places), le fromage de vache et produits laitiers (4), le fromage de chèvre (2), le canard (3), les volailles et les œufs (2), le porc (3), la viande bovine (3), la viande ovine (1), les légumes et les fruits (3), le piment d'Espelette (3), le miel (3), les plantes aromatiques (3), le vin d'Irouléguy (2), le cidre (2), les fruits transformés (4), le pain et farine (2).
- Ainsi, l'admission et l'exclusion d'exposants est soumise à l'avis de la commission du marché*.

Pour aller plus loin...



GUIDE DE CREATION D'UN MARCHÉ FERMIER DE QUALITE

- Qu'est ce qu'un marché fermier de qualité ?
- Pourquoi créer des marchés fermiers de qualité
- Les 3 piliers pour créer un marché fermier de qualité dans de bonnes conditions
 - Démarrer le marché
 - L'importance d'un règlement intérieur pour organiser le marché
 - Gérer et pérenniser le marché

Annexe 1 – règlement intérieur des marchés fermiers de qualité

Annexe 2 – la charte des marchés fermiers de qualité

Le guide de création d'un marché fermier de qualité est disponible sur simple demande auprès des structures.

LES STRUCTURES PORTEUSES

DE CES DEMARCHES COLLECTIVES DE QUALITE



La charte fermière IDOKI

Association des Producteurs Fermiers du Pays Basque

32 rue de la Bidouze – 64 120 SAINT PALAIS

Tél. 05 59 65 85 47 – mail : contact@idoki.org – site : www.idoki.org

Producteurs fermiers IDOKI : FROMAGES ET PRODUITS LAITIERS (fromage de brebis, de vache et de chèvre, produits laitiers et glaces), VOLAILLES (pigeonneaux, poulets, œufs, canard gras), VIANDES (ovine, bovine, chevaline et porc), FRUITS ET LEGUMES, VINS, CIDRE ET JUS DE POMME, PIMENT D'ESPELETTE, MIEL, PLANTES AROMATIQUES.



L'agriculture biologique

Association Biharko Lurraren Elkartea (B.L.E – Civam bio Pays Basque)

32 rue de la Bidouze – 64 120 Saint Palais

Tél. 05 59 65 66 99 - mail : ble-arrapitz@wanadoo.fr

– site : www.bio-aquitaine.org/ble

Producteurs bios en vente directe : fromage de brebis, de vache et de chèvre, produits laitiers, poulets et œufs, agneau-mouton, veau-bœuf, porc et charcuterie, fruits et légumes, vins d'Irouléguy, cidre et jus de pomme, piment d'Espelette, miel, plantes aromatiques, pain et farine de maïs, cosmétiques à base de lait d'ânesse.



AOP fromage de brebis Ossau Iraty

Syndicat de défense AOP Ossau Iraty

Bourg – 64 120 OSTABAT-ASME

Tél. 05 59 37 86 61 – site : www.ossau-iraty.fr



AOP Piment d'Espelette

Syndicat du Piment d'Espelette

Maison Napurrak – 455, Irazabaleko bidea – 64 250 ESPELETTE

Tél. 05 59 93 88 86 – mail : syndicat-piment-espelette@wanadoo.fr

Site : www.pimentdespelette.com



Porc basque KINTOA

La Filière Porc Basque

Mairie – 64 430 LES ALDUDES

Tél. 05 59 37 55 71 – mail : contact@porcbasque.fr – site : www.kintoa.fr



Cerise d'Itxassou

Association XAPATA des producteurs de cerises d'Itxassou

Chez la Présidente – Maryse CACHENAUT –Etxeberria – 64 250 ITXASSOU

Tel. 06 77 00 16 41 – mail : ursumu@orange.fr – site : www.cerise-itxassou.com

Charte des marchés de qualité rédigée dans le cadre d'un financement ADEPFO
Sur la thématique « Former les producteurs fermiers à investir les marchés de plein air ».

