

Guide de création d'un marché fermier de qualité

GUIDE DE CREATION D'UN MARCHÉ FERMIER DE QUALITE



Rédigé par les producteurs fermiers engagés dans ces démarches collectives de qualité



GUIDE DE CREATION

D'UN MARCHÉ FERMIER DE QUALITE

Ce guide a pour objectif de proposer une méthodologie pour la création, la gestion et la pérennisation de marchés fermiers de qualité.

Il s'appuie sur l'expérience des associations de producteurs fermiers engagés dans des démarches collectives de qualité.

Il a été réalisé sur la base des conditions de création et de développement de marchés fermiers de qualité existants ainsi que d'autres expériences de marchés fermiers de qualité qui ont périclité.

Il est à destination d'élus et d'agents de développement, de paysans ou de bénévoles d'association qui souhaiteraient mettre en place des marchés fermiers de qualité pérennes (hebdomadaires, bimensuels ou mensuels).

Ce guide pratique a donc vocation à recenser des bonnes pratiques et des enseignements à tirer pour la mise en oeuvre de marchés fermiers de qualité.

Il ne doit pas non plus être considéré comme un mode d'emploi applicable à la lettre mais plutôt comme un recueil de pistes et réflexions à prendre en compte pour développer de nouveaux marchés fermiers de qualité

... Se faire accompagner par des organisations professionnelles agricoles

Fortes de notre expérience, nos organisations professionnelles agricoles sont en mesure d'accompagner pas à pas les porteurs de projet dans la création de leur marché fermier de qualité.

L'implication au départ de nos organisations professionnelles agricoles est indispensable pour poser les conditions de réussite et de pérennisation d'un marché fermier de qualité.

L'enjeu est de formaliser les relations entre les organisateurs et les producteurs.

Des producteurs référents s'impliqueront dans la gestion du marché fermier de qualité afin de faire appliquer le règlement intérieur, de gérer les entrées et sorties de producteurs et de permettre une communication cohérente et efficace.

I. QU'EST CE QU'UN MARCHÉ FERMIER DE QUALITE ?

Un marché de producteurs...

Un marché fermier de qualité est un marché composé uniquement de producteurs fermiers, c'est-à-dire des paysans qui produisent, transforment et vendent eux-mêmes leur production.

Sont autorisés à y participer les producteurs bénéficiaires de la MSA (régime social agricole) ainsi que les cotisants solidaires dont l'activité agricole est l'activité principale.

Le règlement intérieur du marché pourra amener des dérogations à la présente charte.

... engagés dans des démarches collectives de qualité...

Le marché est dit « de qualité » car les producteurs partagent des valeurs communes en termes de modèle d'agriculture e qu'ils sont engagés dans des démarches collectives de qualité du Pays Basque :

- AOP Vin d'Irouléguy, AOP fromage de brebis Ossau Iraty, AOP piment d'Espelette,
- Agriculture Biologique,
- Porc basque Kintoa,
- Charte fermière Idoki,
- Cerise d'Itxassou
- piment doux biper eztia

Les organisateurs favorisent la plus grande diversité des produits fermiers locaux et de qualité. La charte des marchés de qualité défend la place des producteurs fermiers engagés dans ces démarches collectives de qualité sur les marchés de plein air. Par extension, les organisateurs veillent à défendre une production fermière à taille humaine et non industrielle.

... L'intérêt de viser des marchés d'envergure :

Pour qu'un marché fermier de qualité soit identifié comme tel et puisse se développer dans de bonnes conditions, il doit pouvoir se distinguer des marchés classiques de revendeurs et avoir une certaine visibilité et notoriété.

Pour ce faire, il apparait nécessaire de viser des marchés d'envergure en termes de taille et de productions représentées.

II. POURQUOI CREER UN MARCHÉ FERMIER DE QUALITÉ ?

Des intérêts économiques et sociaux pour les producteurs

La création de marchés fermiers de qualité permet de faire une distinction entre les marchés classiques de revendeurs où les producteurs ont souvent des difficultés à obtenir une place.

Les marchés fermiers de qualité permettent de promouvoir une agriculture en circuit court. La vente directe contribue à l'installation et la pérennisation de fermes, en se réappropriant une partie de la valeur ajoutée en s'adressant directement au consommateur.

Le marché a un véritable rôle de pédagogie alimentaire pour les consommateurs, les producteurs sont à même d'expliquer la qualité de leurs produits. L'échange avec les consommateurs leur permet également d'avoir un retour direct sur leur production.

Enfin, les producteurs présents sur les marchés témoignent de l'intérêt de pouvoir passer du temps une fois par semaine avec d'autres producteurs pour pouvoir échanger sur leurs conditions de production et sur le monde agricole.

Le marché fermier de qualité devient alors un moment de transmission et d'échange entre producteurs.

Répondre à la demande des consommateurs en produits frais

La demande des consommateurs en produits alimentaires locaux, de saison et de qualité est croissante comme en témoigne le développement des circuits courts de distribution (AMAP, magasins de producteurs, etc...).

L'attente de la part des populations pour des marchés fermiers de qualité est bien croissante et représentative des nouveaux modes de consommation qui se dessinent.

A ce titre, ces marchés sont particulièrement attendus dans les centres urbains où les consommateurs sont demandeurs d'un rapprochement entre ville et campagne pour l'accès à une alimentation, dont on connaît l'origine et la qualité.

Des retombées économiques et sociales pour le quartier

Que ce soit pour les paysans, pour les consommateurs ou pour les villes, la création d'un marché fermier de qualité engendre de nombreuses retombées positives.

La création d'un marché fermier de qualité proposant uniquement des produits alimentaires frais et locaux, et donc complémentaire des marchés classiques de plein vent est un atout considérable pour redynamiser les quartiers concernés.

Ils permettent notamment d'attirer une clientèle nouvelle pour les nombreux commerces de proximité. Ainsi, contrairement à ce que peuvent penser les commerçants locaux parfois réticents, les projets de marchés fermiers de qualité sont un atout pour la fréquentation du quartier et par conséquent pour le commerce local.

Il est souvent nécessaire de rappeler ces arguments pour convaincre les commerçants de l'intérêt d'un marché dans leur quartier. Ce sont souvent eux qui sont réticents au départ craignant la concurrence

III. LES 3 PILIERS POUR CREER UN MARCHÉ FERMIER DE QUALITÉ DANS DE BONNES CONDITIONS

A. CONSTITUER LE GROUPE DE PAYSANS POUR DEMARRER UN MARCHÉ FERMIER DE QUALITÉ

Des valeurs communes à établir

L'adoption de la charte des marchés fermiers de qualité permet de réunir un groupe de paysans autour de valeurs communes. Cette charte permet de positionner le projet dans le paysage des marchés de plein air.

Par la suite, cette charte permettra de transmettre ces valeurs aux nouveaux arrivants.

Un recrutement des paysans par la mobilisation des réseaux existants

La constitution du groupe de paysan qui démarrera le marché est une étape indispensable.

Pour que le marché puisse exister, il est nécessaire de recruter des paysans intéressés par le marché fermier de qualité qui va se mettre en place.

Deux voies sont à privilégier.

- D'une part, l'intérêt d'être accompagné par une structure de développement agricole permet de mobiliser le réseau existant de paysans et de structures partenaires pour faire connaître le projet.
- D'autre part, le bouche-à-oreille de la part des premiers paysans motivés est souvent le moyen le plus efficace.

Un groupe de producteurs soudé par des valeurs communes doit être formé.

Une taille de groupe minimale à viser pour bien démarrer

Une douzaine de producteurs semble être un minimum pour qu'un marché démarre dans de bonnes conditions. Ceci dit, il est important de constituer un premier groupe d'une quinzaine à une vingtaine de producteurs car au cours de l'élaboration du projet de marché, tous les paysans ne donneront pas forcément suite. .

Dès le départ, il faut un marché riche en diversité. Il ne faut pas avoir peur d'avoir beaucoup de producteurs dès le départ ; c'est la « masse » qui attire les consommateurs.

Un « squelette de marché » à bien réfléchir

Pour que le marché soit suffisamment attrayant, il est indispensable que les consommateurs puissent y trouver une large gamme de produits. On distingue des produits d'appel et des produits complémentaires.

Les produits d'appel sont les légumes, les fruits, les oeufs, le fromage et le pain qui sont indispensables sur le marché. Pour ces produits, il est souhaitable d'avoir plusieurs producteurs, et ce dès le démarrage.

A ces produits, il est nécessaire d'ajouter des produits complémentaires : viande, volaille, miel, produits de la mer, conserves, etc... pour lesquels un seul stand suffira.

Il faudra constamment veiller à étoffer le marché afin d'accroître son attractivité. Il est possible d'envisager la présence de produits secondaires : plantes aromatiques, confitures, graines germées, etc...

Une dynamique de groupe

La constitution du groupe de paysan qui démarrera le marché est une étape indispensable.

Le marché peut mettre deux ans avant de véritablement démarrer et l'assiduité des producteurs conditionne ce bon démarrage.

Ainsi, les producteurs doivent être associés le plus tôt possible à la préparation du marché afin de s'assurer de leur adhésion.

Accompagnés par un salarié de la structure accompagnant la mise en œuvre du marché, l'organisation des réunions de préparation permettront aux paysans de bien se connaître et de partager la volonté de faire émerger le marché.

Dès cette étape, il est important de veiller à obtenir une bonne dynamique de groupe. Plus le groupe sera soudé, plus il sera prêt à affronter les problèmes qui ne manqueront pas de se poser par la suite.

Généralement, des paysans référents se dégagent du groupe de paysans qui va se former pour faire vivre le projet de marché. Ils seront bien souvent les interlocuteurs du groupe vis-à-vis des partenaires du futur marché.

B. ÉTABLIR UN PARTENARIAT SUR PLACE POUR ACCUEILLIR LE MARCHÉ FERMIER DE QUALITÉ

Ni le groupe de paysans, ni les partenaires locaux du marché, ni les structures d'accompagnement ne peuvent mener le projet de marché seul. Des appuis et partenariats sont à rechercher pour démarrer le marché et le dynamiser par la suite.

La qualité des relations entre le groupe de paysans et les partenaires sur place est un des critères les plus importants pour la pérennité du marché.

Un appui politique à rechercher pour faire accepter le projet

Que ce soit une association locale ou la volonté d'un conseiller municipal par exemple, il est indispensable d'avoir un appui favorable en ville pour accueillir le marché.

Lors du démarrage d'un marché fermier de qualité, il n'est pas rare que les commerçants alentours y soient défavorables. L'opposition peut parfois être virulente. Aussi, il est important d'avoir sur place une réelle volonté politique de la part des partenaires locaux afin que ceux-ci expliquent et défendent le projet.

La volonté politique et l'appui de la municipalité est à rechercher. Une réunion de concertation et de présentation du projet menée avec la municipalité à destination de la population locale et en particulier des commerçants du quartier sera la bienvenue.

La recherche d'un partenariat avec les associations de quartier, associations de commerçants est également nécessaire pour faire connaître et accepter le projet.

Des autorisations administratives à obtenir

Que le projet de marché fermier de qualité soit à l'initiative de la municipalité ou d'un autre organisme, il faudra dans tous les cas une autorisation administrative de la part des autorités municipales.

Celle-ci prendra la forme d'une délibération de Conseil Municipal, d'une convention ou d'une Délégation de Service Public.

Une association partenaire sur place : un modèle à privilégier

L'organisation professionnelle agricole, relais des paysans, peut être en partenariat direct avec la municipalité qui gère le marché.

Toutefois, à l'usage, un autre modèle semble le plus adapté. Une association partenaire localisée dans la ville ou le quartier où a lieu le marché a toute sa place pour que le marché fonctionne dans les meilleures conditions.

Elle joue alors un rôle d'intermédiaire efficace entre la municipalité et l'organisation agricole avec un partage des rôles à établir entre ces trois entités. Ce modèle est à privilégier notamment dans le cas où la demande de marché émane de ce type de structure non agricole.

La nécessité d'établir une convention et de répartir les rôles

Les marchés fermiers de qualité qui fonctionnent le mieux sont ceux où il y a trois interlocuteurs :

- la Mairie qui donne son accord et appuie le marché,
- une association en ville qui s'occupe de la gestion quotidienne, des animations et de la communication auprès des consommateurs
- et une association agricole qui s'occupe de la relation avec les producteurs et de l'application du règlement intérieur...

Afin d'éviter tout désaccord par la suite, il est indispensable d'établir une convention de partenariat entre les différents partenaires.

Elle devra rappeler les enjeux et objectifs du marché et répartir les rôles des différentes structures.

Les rôles à répartir entre les partenaires (organisation agricole, association partenaire et municipalité) sont les suivants : gestion des emplacements, entrée des producteurs, application du règlement intérieur, stationnement, nettoyage, communication, animations, etc...

Avec les années qui s'écoulent, on oublie les engagements que l'on prend. S'ils sont écrits, on peut y faire référence si besoin est.

C. DEFINIR CONCRETEMENT LES CONDITIONS DE REALISATION DU MARCHE

Les caractéristiques du marché (emplacement, jour, etc...) vont grandement déterminer le type de clientèle qui le fréquentera.

Il convient par conséquent de bien réfléchir aux conditions de réalisation du marché afin de s'assurer de sa fréquentation et donc de son dynamisme.

Les caractéristiques d'un bon emplacement

L'emplacement est essentiel pour un marché. Historiquement, un marché c'est le centre du village.

L'emplacement du marché fermier de qualité est un déterminant essentiel de la fréquentation qu'il va avoir. A l'usage, on constate que la proximité du lieu d'habitation est un des principaux facteurs de fréquentation du marché.

Il est conseillé de privilégier un lieu qui est déjà un lieu de passage et où des commerces sont déjà présents. Le marché fermier de qualité sera ainsi un service supplémentaire apporté au consommateur.

Cela doit être un lieu de passage, un lieu visible et où les gens prendront le temps de s'arrêter.

Les organisateurs doivent mettre à la disposition des exposants des conditions matérielles adéquates (accès des voitures pour décharger les stands, abri assuré, réseau électrique suffisamment important, eau,...)

Par ailleurs, l'accès du lieu doit être facilité (transports en commun, parking à proximité...) pour les clients.

Quel jour choisir pour le marché fermier de qualité

Traditionnellement les marchés ont lieu de 8h à 13h30. L'expérience montre que les marchés les plus fréquentés sont ceux du **samedi matin**.

Cependant, cette date peut engendrer une difficulté pour le recrutement des paysans. En effet, le samedi est un jour où les paysans ont parfois déjà une place sur un marché classique de plein vent.

Le **mercredi matin** semble également être un jour favorable aux marchés fermiers de qualité.

Enfin, si la majorité des marchés existants ont lieu le matin, il semblerait que les **marchés en soirée** puissent avoir un fort potentiel de développement. En effet, des marchés de 16h à 20h permettent de viser les consommateurs qui sortent du travail, moment privilégié pour faire les achats alimentaires.

Le cas particulier de « l'espace producteurs » et des « marchés bios »

La création d'un « espace producteurs » semble être une variante intéressante du marché fermier de qualité lorsqu'un marché classique est déjà présent dans la localité.

Dans ce cas, sur le marché existant, un espace sectorisé est délimité et aura vocation à accueillir exclusivement des producteurs. Il sera géré comme un marché fermier de qualité classique.

Ce modèle permet de profiter des consommateurs qui se déplacent pour le marché existant. Cependant, il faudra redoubler d'effort de communication pour que les gens fassent bien la distinction entre cet « espace producteurs » et les stands de produits alimentaires du marché classique.

Afin de créer une distinction supplémentaire de qualité, il est possible d'envisager la création d'un « marché fermier de qualité bio » en restreignant l'accès aux seuls producteurs pratiquant une agriculture biologique.

IV. DEMARRER LE MARCHÉ

Trois conditions à réunir pour un bon démarrage

Comme il a été précisé, trois conditions sont indispensables pour que le marché puisse démarrer dans les meilleures conditions possibles :

- avoir mobilisé un **groupe de producteurs** suffisamment grand (au moins une douzaine) et avec une gamme diversifiée de produits
- avoir le **soutien politique** de la municipalité et des associations de quartier pour permettre de « défendre » le projet de marché fermier de qualité
- avoir un **emplacement fortement fréquenté**,

Une fois ces conditions réunies et les partenariats établis, le marché fermier de qualité est prêt à démarrer.

Passer le cap difficile des premières années

A l'expérience, on constate que deux années sont généralement nécessaires avant que le marché ne devienne profitable pour les producteurs et qu'une clientèle soit fidélisée.

Il convient par conséquent de s'accrocher pour faire vivre le marché et d'être présent à chaque fois même lorsque cela ne semble pas rentable au début. En effet, durant ces premiers marchés, il est indispensable d'acquiescer la confiance du consommateur et rien n'est pire qu'un marché fermier de qualité où les producteurs sont régulièrement absents.

Une communication ambitieuse

Afin d'ancrer le nouveau marché fermier de qualité dans les habitudes d'achat des consommateurs, les porteurs du marché doivent mobiliser tous les moyens de communication possibles et imaginables pour faire connaître le marché fermier de qualité, ses spécificités en créant régulièrement l'événement.

Lors de chaque animation ou tout autre événement, un communiqué de presse doit être diffusé à la presse locale (journaux municipaux, presse quotidienne régionale, presse spécialisée culture et événements, sites internet,...)

L'identité visuelle du marché

L'adoption de la charte des marchés fermiers de qualité garantit au consommateur la présence de producteurs fermiers engagés en démarche collective de qualité. La communication auprès des consommateurs doit aller dans ce sens.

Sur place, il est nécessaire de marquer visuellement le marché pour l'identifier en tant que marché fermier de qualité. Plusieurs outils de communication avec le logo du marché peuvent être utilisés tels que banderoles, signalétique municipale, oriflammes, etc...

Les producteurs doivent faire l'effort d'identifier leur ferme et les démarches collectives de qualité dans lesquelles ils sont engagés. Le consommateur doit avoir une information claire et transparente sur l'origine et la qualité des produits.

Des animations indispensables pour rythmer le marché

Pour que le groupe des producteurs reste soudé, il est essentiel que les valeurs communes qui les motivent à se rassembler chaque semaine soient rappelées et partagées.

L'organisation régulière d'animations permet de regrouper les producteurs autour d'une dynamique commune. Régulièrement, chaque producteur s'engage à réaliser une animation autour d'un produit de saison. Enfin, ponctuellement (noël, anniversaire du marché, ...) l'ensemble des producteurs peut se mobiliser pour réaliser une animation commune.

Les organisateurs assurent la prépondérance de l'espace de vente sur le marché. L'espace d'information et l'animation ont une place limitée sur le marché.

Accueillir de nouveaux producteurs pour augmenter la fréquentation du marché

Une fois que le marché aura démarré et que la fréquentation sera en augmentation, il va falloir envisager l'entrée de nouveaux producteurs. En effet, l'expérience montre que l'augmentation progressive du nombre de producteurs n'engendre pas forcément une concurrence directe pour les producteurs déjà installés.

Une augmentation régulière et contrôlée du nombre de producteurs ira dans le sens d'une augmentation de la fréquentation du marché par les consommateurs.

Il est donc important d'envisager l'entrée de nouveaux producteurs et ce particulièrement pour les produits d'appel (fruits et légumes, fromages et produits laitiers, œuf et pain).

Pour les produits complémentaires et produits secondaires (viandes et volailles, produits de la mer, conserves et miel), il est toutefois conseillé d'attendre un certain seuil de fréquentation avant de doubler les stands.

V. L'IMPORTANCE D'UN REGLEMENT INTERIEUR POUR ORGANISER LE MARCHÉ

A l'expérience, force est de constater que l'ensemble des conflits ou désaccords qui ont pu être observés sur les marchés fermiers de qualité peuvent être réglés en faisant référence au règlement intérieur des marchés fermiers de qualité.

Ce règlement intérieur précise les conditions d'accès au marché, le fonctionnement du marché ainsi que les différentes étapes de la vie du marché.

Des marchés de producteurs

Sur les marchés fermiers de qualité, seuls peuvent être présents des producteurs agricoles et il est précisé que la présence du producteur est obligatoire.

La vente ne peut donc pas être confiée à un salarié bien que le producteur puisse être assisté par des salariés.

Le producteur doit par ailleurs faire preuve de régularité dans cette présence et informer les clients et autres producteurs en cas d'absence exceptionnelle (vacances, travaux saisonniers, ruptures de production).

Un achat/revente strictement encadré

Seuls les produits issus de l'exploitation et les produits respectant le cahier des charges des démarches collectives de qualité peuvent être vendus sur un marché fermier de qualité.

Cependant, une tolérance est accordée uniquement dans le cas où, un accident exceptionnel survient pour une production habituellement produite par le producteur.

A ce moment là, la possibilité d'avoir un achat/revente limité à 20% est possible. Les produits doivent obligatoirement être achetés à un autre producteur, lui-même engagé dans une démarche collective de qualité. Dans tous les cas, l'origine des produits achetés devra être clairement indiquée sur l'étal de vente.

Des produits équitables

La charte des marchés fermiers de qualité peut intégrer des produits non issus de l'agriculture, tout en s'efforçant de garantir la qualité des exposants :

- Dans le cas du pain ou de la farine, les paysans-boulangers qui font leur pain à partir de leurs céréales seront privilégiés.
- Dans le cas du poisson, des pêcheurs-artisans qui pratiquent une pêche artisanale et responsable (pêche à la ligne) pourront faire de la vente directe sur le marché. Des pêcheurs indépendants ou des mareyeurs peuvent être ponctuellement sollicités.
- La présence de produits du commerce équitable est à favoriser.

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 (café, sucre, biscuits,...)

Une procédure d'entrée pour respecter les valeurs du marché

Lorsqu'une place est disponible sur un marché ou lorsqu'un producteur souhaite entrer sur le marché, il est nécessaire qu'il adresse une fiche de candidature à la commission du marché qui détaillera de manière exhaustive l'ensemble de ses productions ainsi que son mode de production et sa motivation à entrer sur un tel marché.

Le producteur devra faire la preuve de son adhésion à au moins une démarche collective de qualité pour l'ensemble de ses produits. Le producteur devra obtenir l'agrément à une démarche collective de qualité avant de pouvoir venir vendre sur le marché.

Dans des cas spécifiques, la candidature sera examinée par la commission du marché selon les dispositions du règlement intérieur.

L'encadrement des nouveaux producteurs

Le nouveau producteur devra signer la charte des marchés fermiers de qualité ainsi que le règlement intérieur. Lors de l'arrivée d'un nouveau producteur, un rappel des valeurs communes partagées sur le marché s'impose. Il est nécessaire à ce moment que les producteurs déjà présents explicitent l'historique et le fonctionnement du marché et comment bien s'y intégrer.

Si le producteur vend pour la première fois sur un marché fermier de qualité, les producteurs déjà présents peuvent le conseiller sur les comportements à adopter face au consommateur : discours à tenir, savoir communiquer et présenter ses produits, comment bien rendre la monnaie et utiliser sa balance, etc...

Les organisations professionnelles agricoles proposent des formations à la vente sur les marchés.

VI. GERER ET PERENNISER LE MARCHÉ

La commission du marché.

Cette commission de marché est composée de représentants des organisateurs, des producteurs référents, des structures agricoles garantes des démarches collectives de qualité.

La commission veille au respect de charte des marchés fermiers de qualité. La commission statue sur l'admission de nouveaux exposants selon les critères définis.

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.

L'assemblée générale annuelle du marché

Une fois par an, une assemblée générale de marché permet de faire le point sur la manière dont le fonctionnement du marché est ressenti par chacun.

Cette réunion d'environ une heure permet de prendre le temps de réfléchir en groupe sur la manière dont chacun veut que le marché avance.

C'est également le moment de réfléchir aux productions manquantes sur le marché et de prévoir les animations à réaliser sur le marché.

De plus, cette réunion permet d'élire les paysans référents qui organiseront la vie du marché, qui veilleront à son bon fonctionnement et le représenteront auprès des partenaires.

Annexe I - REGLEMENT INTERIEUR

DES MARCHES FERMIS DE QUALITE

Une commission de marché et un règlement intérieur sont les préalables indispensables à la gestion d'un marché fermier de qualité. Le présent règlement intérieur est une base de travail pour les Municipalités et les porteurs de projet, les producteurs et les structures agricoles qui auront un marché fermier de qualité à gérer.

ART. I L'ENTREE DES PRODUCTEURS SUR UN MARCHÉ

Art. I,1 : Les candidats

Peuvent être candidats

1. les exploitants agricoles inscrits au régime social agricole (MSA) et les cotisants solidaires dont l'activité agricole est l'activité principale
2. Les producteurs vendent directement et exclusivement des produits agricoles provenant uniquement de leur exploitation
3. Les producteurs fournissent la preuve de leur adhésion à une démarche collective de qualité (AOP, AB, Idoki, Kintoa, cerise d'Itxassou).
4. Le producteur ne vend que les produits en démarche collective de qualité.
5. Le producteur s'engage à souscrire une assurance responsabilité civile concernant la vente sur les marchés, couvrant les risques inhérents à la vente ambulante de ses produits.
6. Le producteur reste responsable de ses obligations vis-à-vis des différents services de l'Etat (services vétérinaires, répression des fraudes, services fiscaux, etc.).

Art. I,2 : Déroulement de la candidature

1/ Tout producteur qui souhaite intégrer un marché fermier de qualité doit en faire la demande à l'association. L'association lui fournit la charte, le règlement intérieur, et une fiche de candidature.

A réception du dossier complet (fiche de candidature renseignée, charte et règlement signés), la candidature suit plusieurs étapes:

2/ la commission du marché vérifie qu'il y a de la demande pour le produit proposé sur le marché. Ceci se vérifie par :

- une discussion entre les producteurs du marché concernés (produits similaires)
- un vote de tous les producteurs du marché lors d'une réunion de marché (à bulletin secret si besoin)
- la soumission de la décision par le référent à la commission du marché qui en dernière instance valide ou non la décision.

S'il n'y a pas de place, le candidat est informé que sa demande est mise en attente.

3/ s'il y a de la place pour le(s) produit(s), le producteur devra fournir la preuve que ses produits sont faits dans le respect du cahier des charges d'une démarche collective de qualité. Le producteur ne pourra intégrer le marché que lorsqu'il aura apporté la preuve de son adhésion à une démarche collective de qualité.

4/ si il n'existe pas de démarche collective de qualité pour le produit ou pour d'autres raisons spécifiques (ferme hors zone, pas de cahier des charges existants,...), la commission du marché désignera deux producteurs pour visiter la ferme. L'un des producteurs sera membre de la commission du marché et l'autre un producteur présent sur le marché et d'une production similaire.

La visite permet de faire connaissance avec le producteur candidat et de vérifier la compatibilité de son exploitation avec le fonctionnement et les valeurs des marchés fermiers de qualité.

Dans tous les cas, le respect de la nature, des animaux et de la saisonnalité sont favorisés dans les actes de production. De fait, sont exclues les pratiques industrielles à grand volume, les productions hors-sol, les serres chauffées et les productions à base d'OGM.

Le compte rendu de visite sera transmis à la commission du marché qui statuera sur la candidature.

5/La commission du marché rendra son avis sur la candidature :

- soit la candidature est rejetée. Le candidat en est alors informé par courrier.
- soit la candidature est acceptée. Le candidat reçoit alors, par courrier, un accord de la commission du marché.

Cet accord précise pour quels produits est admis le producteur. L'admission d'un producteur sur un marché ne signifie pas nécessairement qu'il est autorisé à vendre l'ensemble des produits de son exploitation, mais seulement ceux spécifiés dans l'accord.

Seule la réception d'un accord écrit de la commission du marché valide l'entrée d'un producteur sur un marché fermier de qualité. Cette entrée ne peut pas se faire avant réception de l'accord.

Art. 1.3 : Délais de candidature

La réponse à une candidature dépendant de la disponibilité des bénévoles (visite, réunion de la commission du marché), un délai d'environ deux mois doit être compté pour obtenir un accord. Pour une meilleure anticipation des plannings de production, des candidatures groupées pourront être organisées en avant saison.

Tout producteur du marché ou d'organisation professionnelle agricole peut être sollicité pour aller visiter un candidat au marché.

Art. 1.4 : L'entrée d'un nouveau produit sur un marché

Lorsqu'un producteur présent sur un marché fermier de qualité souhaite proposer un nouveau produit de son exploitation à la vente, qui n'avait pas été mentionné dans l'accord de la commission du marché, il doit en faire la demande selon la même procédure à la commission du marché.

Un accord écrit mis à jour avec le ou les nouveaux produits sera renvoyé par la commission du marché au producteur concerné.

NB : pour le maraîchage, un nouveau légume n'est pas considéré comme un nouveau produit mais des conserves de légumes le sont.

Art. 1.5 : Période d'essai

A l'entrée sur le marché, une période d'essai de quatre marchés permet de vérifier que le producteur respecte bien le règlement du marché. Il permet aussi au producteur de vérifier que le marché fermier de qualité lui convient.

A l'issue de cette période d'essai, l'accord de la commission du marché est donné pour une durée d'un an, tacitement reconductible. Le renouvellement pourra être, le cas échéant, soumis à une nouvelle visite.

Une copie de cet accord est envoyée pour information à la mairie du lieu du marché, aux référents du marché, et le cas échéant à l'association partenaire du marché.

ART. 2 LE FONCTIONNEMENT DU MARCHÉ

Art.2,1 : Assiduité

Les producteurs s'engagent à être présents sur le marché tout au long de l'année, à l'exception des périodes d'arrêts saisonniers de la production (par exemple mises bas), ou des vacances de l'exploitant.

En cas d'absence, le producteur s'engage à prévenir à l'avance les autres producteurs du marché et les clients.

Art. 2,2 : Vente

La vente doit être assurée par le producteur ou un membre de sa famille ou, à titre exceptionnel, un salarié de l'exploitation ne travaillant pas à l'usage unique de la vente.

Art.2,3 : Achat / revente

Les producteurs s'engagent à vendre uniquement les produits de leur exploitation. Toutefois, pour avoir un maximum de choix sur le marché, les producteurs peuvent se fournir ailleurs pour les produits qu'ils produisent mais qu'ils n'ont pas de façon temporaire, à certaines conditions :

- Le producteur qui « dépanne » doit être agréé par la commission du marché et doit fournir les mêmes garanties que les producteurs exposants.
- Ce « dépannage » ne doit pas dépasser 20% de la valeur des produits des ventes de la journée.
- Le lieu de provenance des produits doit être signalé par l'étiquette du producteur.

Ce dépannage doit bien évidemment s'effectuer dans le respect de la réglementation en vigueur.

Art. 2,4 : Relation aux consommateurs

Dans un souci de transparence, les producteurs s'engagent à communiquer, auprès des consommateurs, sur leur exploitation et leur mode de production, notamment par un panneau de présentation de leur ferme.

Les producteurs adopteront l'identité visuelle du marché sur leurs stands ;

Art.2,5 : Sacs et cabas

Les sacs plastiques à remettre aux consommateurs sont interdits sur les Marchés fermiers de qualité. L'utilisation du 'panier' doit être vivement recommandée. Quand les sacs sont indispensables, les producteurs utiliseront des sacs biodégradables.

Art. 3 - LA VIE DU MARCHÉ

Les marchés fermiers de qualité existent grâce à l'implication de chacun, Cela implique que chacun, à sa mesure, participe à la vie du marché et en assure la gestion.

La vie du marché est rythmée par un certain nombre d'évènements auxquels chacun doit prendre part :

Art. 3.1 : Les animations

La plupart des marchés organisent régulièrement des animations dans le but de dynamiser le marché, au bénéfice de tous. Ces animations sont décidées en assemblée générale du marché en début de saison puis organisées soit par un producteur autour d'un produit spécifique, soit collectivement.

Il est important que chaque producteur s'engage à participer aux animations selon le calendrier décidé en AG. Les frais relatifs à des animations individuelles sont pris en charge par le producteur concerné.

Art. 3.2 : Les réunions de marché

Elles peuvent être organisées ponctuellement et de manière informelle, à la fin du marché, en fonction des questions à traiter. Chacun est tenu d'y participer. C'est l'occasion de donner son avis sur le fonctionnement et la vie du marché.

Art. 3.3 : les référents des producteurs

Les producteurs référents sont élus et rééligibles chaque année par les exposants du marché au cours de l'assemblée générale du marché. Cependant l'implication des référents ne doit pas faire oublier que chacun est coresponsable de la vie du marché.

Le rôle des référents est de faire le lien avec les producteurs du marché et la commission du marché. Ils veillent au bon fonctionnement du marché. Ils fédèrent les producteurs, et ont un rôle de médiateur en cas de problème. Ils organisent les réunions de marchés avec les animateurs.

Ils gèrent l'entrée de nouveaux produits sur le marché. Ils font remonter les demandes ou les problèmes à la commission de marché.

Les référents sont invités au moins une fois par an à participer à la commission du marché, et à chaque fois que le CA le juge nécessaire. Les référents font aussi le lien avec les organisations professionnelles agricoles représentées au sein de la commission du marché.

Art. 3.4 - La commission du marché

Cette commission de marché est composée de représentants des organisateurs, des producteurs référents, des structures agricoles garantes des démarches collectives de qualité.

La commission veille au respect de charte des marchés fermiers de qualité. La commission statue sur l'admission de nouveaux exposants selon les critères définis.

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

Art. 3.5 : L'assemblée générale du marché

Organisée une fois par an, elle permet de faire le point sur l'année écoulée, et de définir le calendrier des animations pour l'année à venir. Elle permet aussi de faire le point sur les nouvelles candidatures ou les nouveaux produits présents sur le marché. Tout producteur est tenu d'y participer.

En cas d'absence, le producteur ne pourra pas revenir sur les décisions qui auront été prises (entrée d'un nouveau producteur, etc.).

Art. 4 – LA GESTION DE LA CHARTE DES MARCHES FERMIERS DE QUALITE

Art. 4.1 - Une convention avec les structures agricoles

La charte des marchés fermiers de qualité a été rédigée par les producteurs fermiers du Pays Basque engagés dans des démarches collectives de qualité (AOP, AB, Idoki, Kintoa, cerise d'Itxassou),

A travers la mise à disposition de cette charte, les structures agricoles mettent l'expérience de leur réseau et la notoriété de leurs démarches collective de qualité à disposition des porteurs de projet.

Les animateurs de ces structures appuient les organisateurs du marché dans la création du marché fermier de qualité, en posant les conditions de réussite du marché et en faisant le lien avec les producteurs au démarrage.

Les structures signeront une convention avec les organisateurs du marché, les engageant ainsi à respecter les principes de la charte des marchés fermiers de qualité.

En cas de souci, les structures interviennent auprès des référents, des producteurs et de la commission du marché, pour valider et contrôler les entrées et sorties des producteurs sur les marchés.

Les structures agricoles sont légitimes pour gérer les cas litigieux qui ne trouvent pas de solution à l'échelle du marché.

Art. 4.2- Exclusion d'un producteur

La radiation d'un producteur ne respectant pas ses engagements peut être prononcée par la commission du marché.

Cette radiation est notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception, si après discussion avec les référents du marché et/ou envoi d'un courrier d'avertissement, le producteur ne respecte toujours pas ses engagements.

Une copie de la radiation est adressée aux référents du marché, aux services municipaux concernés, et, le cas échéant, à l'association partenaire.

Art. 4.3 - Répartition des tâches

L'association locale assure :

- la relation avec la Mairie et des services municipaux (proposition d'une charte, gestion des emplacements, du nettoyage, des parkings, de l'électricité, etc...)
- l'identification dans le quartier, la communication (dossiers de presse, communiqués de presse mensuels, animations) • la mise en oeuvre d'un programme d'animations mensuelles réalisées par les producteurs autour de produits de saison
- toute nouvelle demande d'inscription doit être étudiée conjointement par la commission du marché.

Les structures agricoles en tant qu'organisation collective de producteurs assurent les relations avec les producteurs et s'occupe notamment de l'entrée des nouveaux producteurs et la définition de règles de fonctionnement et l'application du règlement intérieur.

Les référents du marché assurent le lien entre les producteurs du marché et les organisations agricoles.

Annexe 2



CHARTRE DES MARCHES FERMISERS DE QUALITE DEVELOPPER LA PLACE DES PRODUCTEURS FERMISERS 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 du 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.

ANNEXE 3 – 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'Itxassou. *Démarche collective de qualité.*

L'association Xapata des producteurs de cerises d'Itxassou a réimplanté 4000 cerisiers de variétés locales : La Pelloa, la Xapata, la Beltxa. Seuls les produits identifiés avec le logo « Cerise d'Itxassou » garantissent l'origine locale des fruits.

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-boeuf, 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 – 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

GUIDE DE CREATION D'UN MARCHÉ FERMIER DE QUALITE

rédigé dans le cadre d'un financement ADEPFO

Sur la thématique « Former les producteurs fermiers à investir les marchés de plein air ».



Et :



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

