

Ce plan a été concerté lors des huit comités de filières régionaux, qui ont été organisés en septembre et octobre 2020. Il sera présenté aux professionnels des filières agricoles lors des conférences territoriales sur l'agriculture organisées par la Région en octobre 2020 dans les six départements. Il s'articule autour de quatre grands objectifs :

- **structurer les filières et mieux organiser la production pour approvisionner les marchés locaux et internationaux,**
- **investir dans la transition environnementale,**
- **faire valoir l'excellence de l'agriculture régionale auprès des consommateurs,**
- **s'adapter au changement climatique.**

1. Structurer l'offre dans un objectif de relocalisation et de soutien des marchés export

Durant la crise, l'agriculture a démontré son rôle stratégique, sa capacité de résilience et a assuré l'approvisionnement alimentaire de la population. La période a aussi mis en évidence des faiblesses structurelles :

- Les difficultés à fournir la demande des consommateurs en produits locaux en particulier en grande distribution faute de contractualisation sur le long terme et de rémunération suffisante.
- Le manque d'organisation pour développer plus massivement les ventes directes alors même que le confinement a démontré la résilience de ces circuits de commercialisation.
- Le potentiel inexploité de certaines cultures (arboriculture, maraichage bio, filières de niche telles que les amandes etc.) faute de contractualisation ou de rémunération suffisante sécurisant les investissements productifs.

Ces faiblesses sont bien identifiées. Récemment elles ont été discutées dans le cadre des Etats Généraux de l'Alimentation et les élus de la Région ont mis en place de nouveaux dispositifs, une nouvelle gouvernance pour inciter les filières à investir et à s'organiser.

Ces constats permettent de confirmer les orientations qui ont été prises, la nécessité de conforter les actions de temps long et d'accélérer en proposant des actions innovantes permettant de massifier les approvisionnements locaux. Pour ce faire, les acteurs de la grande distribution sont des partenaires incontournables. La juste rémunération des producteurs est également une condition nécessaire. La crise est une opportunité de rappeler aux consommateurs l'utilité commune des agriculteurs, dont les coûts de production sont le reflet d'une agriculture régionale de qualité qui s'inscrit dans une démarche de respect de l'environnement et des impératifs de santé et de sécurité alimentaire.

4 actions sont proposées :

1.1 Pérennisation de la plateforme de mise en relation producteurs / consommateurs et développement de son application au B to B

Le site <https://www.maregionsud.fr/alimentation-locale>, qui a permis de mettre en relation producteurs, consommateurs et commerçants relais pendant la crise, sera pérennisé dans ce même objectif avec des interfaces améliorées et évoluera pour devenir un véritable **outil B to B d'aide à l'organisation collective**.

Il permettra de faciliter les regroupements locaux en vue d'organiser la massification de la commercialisation en direct.

Des adaptations seront proposées pour faciliter et mettre également en avant les initiatives dans le circuit de la grande distribution.

La crise a pu également mettre en avant que dans les territoires où un Projet Alimentaire Territorial (PAT) porté par une collectivité était en place, les initiatives de mises en relation entre producteurs et consommateurs sont facilitées, les contacts entre les réseaux existants déjà. Ces outils s'avèrent structurants pour la distribution en circuit court de produits agricoles et la relocalisation de l'agriculture. Il apparaît, donc, nécessaire de continuer à animer régionalement ces projets, à travers notamment le Réseau Rural Régional. La plateforme constituera un outil de promotion des actions des PAT.

1.2 Proposer de nouveaux outils de développement des ventes directes et saisir l'opportunité de la transformation de la grande distribution

Il est ensuite nécessaire d'accélérer le développement des points de vente collectifs à travers deux actions :

- Accélérer le **développement de points de vente directe par des groupements de producteurs**. Dans ce but, le développement d'applications de **vente en ligne** qui regroupent les achats de consommateurs et les offres de producteurs constitue un moyen très efficace. L'application [cagette.net](https://www.cagette.net) (<https://www.cagette.net>), a par exemple permis de développer dans l'urgence des points de ventes durant la crise.
- Une **expérimentation de développement de rayons de vente directe au sein des hyper/supermarchés** de la région. Ce type de rayon peut représenter une opportunité pour la GMS car elle permet de drainer une clientèle nouvelle dans un contexte de concurrence croissante des ventes à distance. Pour les producteurs, qui fixeront eux même le prix des produits dans ce rayon, l'opportunité est de développer un circuit de vente à forte exposition à un coût limité au loyer versé aux magasins. Un marché sera lancé pour une prestation d'organisation de la mise en place de ces rayons dans 12 magasins de la région : 1 hyper et 1 supermarché dans chaque département.
- Encourager la coopération et la mise en place d'une **gouvernance économique producteurs-GMS**. A ce titre, on pourra s'appuyer sur l'exemple de l'expérience initiée dans le PAT Métropole Aix Marseille Provence avec les 2 MIN (Chateaufort, Marseille) pour constituer une organisation assurant une fonction de « tiers de confiance » entre producteurs et distributeurs.

1.3 Mettre en avant l'origine locale en s'appuyant sur les Signes Officiels d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) et les initiatives de coopération amont/aval

La politique agricole régionale est axée sur le développement des SIQO car, au-delà de la promotion de l'origine et de la qualité, il s'agit d'outils de structuration des organisations professionnelles et des filières.

La crise a fait ressortir le besoin de signes permettant de valoriser l'origine locale, notamment en grande distribution pour les fruits et légumes frais qui subissent la concurrence des importations. Or le développement des AOP et IGP pour cette filière est long et complexe. Il est important de ne pas freiner ce développement en mettant en place des marques alternatives. En particulier, l'idée d'une marque régionale portée par la Région a déjà été expertisée par le passé. Elle présente l'écueil de ne pas entraîner de véritable structuration de la production, alors que ce manque de structuration est la principale faiblesse de la filière.

Afin de répondre au besoin de mieux promouvoir les produits locaux, il est donc proposé d'une part de **mettre en avant les produits sous SIQO**, et d'autre part, pour les productions qui ne bénéficient pas encore de ce type d'identification, de **développer un label régional valorisant les initiatives de collaboration amont/aval équitables**. Plusieurs cahiers des charges, de labels de ou de produits de ce type ont été créés récemment (par exemple la marque « C'est qui le Patron » ou le label « Bio.Français.Equitable »). A défaut de promouvoir uniquement l'origine, le label régional valorisera des produits respectant ces cahiers des charges dès lors qu'ils assurent un niveau suffisant de contractualisation et de rémunération des producteurs de la région.

1.4 Structurer les stratégies d'exportation autour de démarches collaboratives

Si le développement des ventes directes constitue une opportunité, les circuits longs sont une composante essentielle du chiffre d'affaires de l'agriculture régionale. Ces marchés vont enregistrer un recul très important avec la crise, alors que la filière viticole en particulier avait déjà subi des pertes importantes sur des marchés clefs (USA, Royaume Uni, Chine) avant le covid 19. La majeure partie des aides à la promotion sur ces marchés provient des programmes européens gérés par l'Etat (OCM). Pour rappel, les aides accordées par la Région aux interprofessions et aux chambres consulaires ont été réorientées en partie du financement de salons professionnels vers l'animation de la structuration de stratégies collectives pour l'export. Le plan de relance doit être l'occasion de confirmer les orientations de l'exécutif régional. **L'animation des organisations professionnelles doit avoir pour objectif de consolider des groupements d'entreprises et les accompagner au développement de stratégies collectives et d'outils partagés**. La participation à des salons professionnels doit être financée par le biais de cotisation des entreprises, sans soutien public supplémentaire.

Il est donc proposé de **reconduire et augmenter l'appel à projet stratégies d'exportation collaborative** ciblant ce nouveau type d'actions en poursuivant la dynamique de réduction du montant d'aide accordées par le passé à l'organisation de salons (**150 000 euros prévus en 2020 pour l'appel à projet, 250 000 euros en 2021**).

Moyens mobilisés :

- Futur programme FEADER prenant la suite des mesures du PDR 2014 2020 de soutien aux investissements des IAA et au développement de nouveaux modes de commercialisation en circuits court (mesures 4.2 et 16.4) : 500 000 euros par an ciblés sur les points de vente collectifs.
- Intermédiation pour faciliter l'émergence de stratégies collectives et d'applications pour le développement des ventes directes. Présentation et promotion de ces actions exemplaires lors des comités de filières.
- Animation du développement de vente en ligne à travers les actions « circuits courts » des chambres d'agriculture et des réseaux professionnels : 100 000 euros sur les programmes d'actions annuels des Chambres d'Agriculture, de Coop de France et de Bio de Provence seront prévus sur cette action.
- Prestation pour la mise en œuvre de l'expérimentation de vente directe en GMS (marché) : 300 000 euros.
- Etude pour la mise en place d'un label régional valorisant le commerce équitable réalisée en partie interne avec l'appui d'une AMO (budget de 50 000 euros).
- Appel à projet stratégies d'exportation collaborative : 250 000 euros.
- Nouvelle version de la plateforme régionale avec des interfaces améliorées et des nouvelles fonctionnalités sur la mise en relation B to B

2. Investir dans la transition environnementale et la relocalisation de la production agricole

Le soutien aux investissements des exploitations fait partie des mesures du FEADER transférées par l'Etat aux Régions pour la prochaine PAC. Il constitue un levier pour leur permettre et les inciter à faire évoluer leurs pratiques et répondre aux nouvelles exigences sociétales.

2 actions sont proposées :

2.1 Des aides aux investissements combinant subvention et outils financiers, conditionnées à l'atteinte d'objectifs environnementaux

Afin de prendre en compte l'objectif ambitieux d'incitation à la transition environnementale dans un contexte budgétaire plus contraint, les mesures du prochain programme FEADER devront être plus efficaces.

Pour ce faire, les aides aux investissements dans les exploitations combineront systématiquement subvention et recours à un outil financier, tel qu'un fonds de garantie permettant de lever davantage de financements privés. Ce principe, qui a commencé à être mis en œuvre lors de la programmation 2014 2020, sera généralisé.

Les aides en subvention seront aussi ciblées sur les investissements contribuant le plus à la transition environnementale de la production agricole. Les outils financiers faciliteront le financement privé des projets ciblés sur d'autres objectifs.

Les aides seront attribuées sous la forme d'un **contrat de transition**. Pour tous les projets, les bénéficiaires devront présenter un plan d'entreprise permettant de s'assurer de l'existence d'une

stratégie et de sa cohérence avec les plans de filière et des objectifs de transition environnementale. Le paiement des aides sera en partie conditionné à l'atteinte de ces objectifs après 3 ou 5 ans. Les chambres d'agriculture seront mobilisées pour fournir le conseil individuel à la transition nécessaire à l'élaboration de ces plans.

Ces principes ont été en partie présentés comme des objectifs lors du début de la concertation sur la PAC post 2020.

2.2 Saisir l'opportunité du développement de l'économie collaborative et de la mutualisation des investissements

La Région investit massivement chaque année pour soutenir les investissements des Coopératives d'Utilisation de Matériel Agricole (CUMA). Cette politique a pour but d'encourager la mutualisation des investissements pour réduire l'endettement individuel des exploitations et augmenter leur compétitivité. La crise a révélé que les réseaux de coopération et les sociétés coopératives offraient une résilience supplémentaire aux exploitations.

Ce dispositif prend fin en 2020 et devra être revu en même temps que les prochaines mesures du programme FEADER post 2020. Au total près de 6 millions d'euros auront été investis entre 2015 et 2020. Pourtant, la part globale des investissements réalisés en CUMA n'a pas suffisamment progressé ni le nombre d'adhérents des CUMA dans la région.

En parallèle, on observe l'émergence d'initiatives innovantes pour favoriser le développement des investissements collectifs. Des plateformes internet comme WeFarmUp (<https://www.wefarmup.com/fr/>) mettent en relation les utilisateurs de matériel afin de partager des investissements ou louer du matériel ou de proposer des prestations de service afin d'amortir plus facilement les investissements des exploitations. Ces outils de l'économie collaborative sont une opportunité d'atteindre de meilleurs résultats.

Le dispositif CUMA sera donc revu en prévoyant de consacrer une partie du budget annuel au **développement d'outils numériques nouveaux** favorisant le recrutement d'adhérents et le fonctionnement des CUMA, ainsi que le développement de prestations de service qui constituent une source de recettes et d'autofinancement pour ces coopératives. Par ailleurs, **l'aide aux investissements devra être ciblée davantage sur les matériels contribuant à la transition environnementale et combinée avec des outils financiers**, en cohérence avec les autres mesures.

Moyens à mobiliser :

- L'ensemble des moyens à consacrer aux aides aux investissements dépend fortement du budget du FEADER dans la prochaine PAC. Au total, sur la programmation 2014 2020, ces ressources représentent environ 4 millions d'euros par an (2,2 millions FEADER et 1,8 millions d'euros par an de contreparties). Elles permettront de financer les mesures d'investissement dans la transition environnementale.
- Fonds de garantie SIAGI : 6 millions d'euros
- Budget CUMA : 700 000 euros. Un budget de 25 000 euros en fonctionnement sera consacré à l'animation et à la promotion de l'utilisation d'outils numériques.

3. Communiquer pour faire valoir l'excellence environnementale de l'agriculture régionale

La crise offre une possibilité de rebondir sur la prise de conscience collective du besoin d'approvisionnement local.

L'agriculture régionale possède de nombreux atouts permettant de faire valoir sa valeur environnementale (forte part de la surface en agriculture biologique, climat limitant le recours aux intrants, développement de la certification Haute Valeur Environnementale (HVE), etc.). Par ailleurs, les aides publiques actuelles et futures, orientent progressivement les systèmes d'exploitation vers des pratiques durables.

Pourtant ces efforts sont très peu connus du grand public, au contraire des informations fréquentes mettant en cause l'impact des pratiques agricoles sur l'environnement, le bien-être animal ou la santé.

Ce message doit également s'accompagner de la sensibilisation des consommateurs à la valeur et au coût de la qualité et de l'excellence environnementale. Les efforts des producteurs pour répondre aux exigences, en même temps qu'ils font face à la concurrence internationale, doivent se traduire dans les prix payés aux producteurs et par une communication accrue auprès des consommateurs et les habitudes d'achat des consommateurs. Enfin, la crise a aussi révélé la difficulté d'une partie de la population à accéder financièrement à l'alimentation (en l'absence notamment des cantines scolaires) et le rôle des agriculteurs les nourrir à des coûts accessibles. L'acceptation d'un surcoût pour l'origine locale pourrait ne pas éteindre l'immense besoin de prix bas. La crise a mis en évidence l'intérêt de la diversité des agricultures.

Il est donc nécessaire de valoriser les pratiques vertueuses et l'excellence environnementale des exploitations régionales, en s'appuyant sur les démarches qualité et environnementales : SIQO, AB, HVE ; l'efficacité de la consommation d'eau comme résultat des investissements dans les infrastructures hydrauliques ; la performance de la RetD ; le bilan carbone de l'élevage extensif et du pastoralisme, etc.

Le label régional (cf. action 1.3) devra permettre de valoriser les pratiques agricoles locales vertueuses en même temps que les habitudes de consommations responsables. Il pourrait ainsi être opportun d'associer les consommateurs à sa construction afin de confronter les exigences des consommateurs aux comportements d'achat.

Au-delà des médias traditionnels, cette communication grand public doit impérativement être réalisée à travers les réseaux sociaux. Et elle doit se faire individuellement à défaut d'être portée au niveau institutionnel au risque de ne pas retenir l'écoute du public sur les réseaux. Il est donc proposé d'avoir recours à **une AMO pour mettre en place un plan de communication et définir le cahier des charges d'une formation individuelle aux agriculteurs pour le mettre en œuvre.**

Moyens à consacrer

Un budget de 200 000 euros pour mettre en place un plan de communication et de formation.

4. Adaptation au changement climatique

A long terme, la relance doit s'inscrire dans l'objectif d'adaptation au changement climatique. Ce plan s'inscrit donc dans les objectifs de temps long des politiques régionales et des priorités qui constituent le soutien à la recherche expérimentation ; les investissements dans les infrastructures hydrauliques ; la protection du foncier agricole et l'installation des jeunes agriculteurs.

Moyens à consacrer

- Expérimentation 3,9 millions d'euros par an.
- Hydraulique agricole 4,6 millions d'euros dont 1 million de FEADER par an ; Plan Pluriannuel d'Investissement 2018-2038 de la Société du canal de Provence et d'aménagement de la région provençale prévoyant la réalisation, avec le soutien financier de la Région, d'un programme d'investissement de 620 millions d'euros.
- Protection du foncier : 1 million d'euros par an.
- Installation transmission : 600 000 euros par an pour l'animation, 3 millions d'euros de FEADER par an pour la dotation jeunes agriculteurs, fonds de prêt d'honneur de 4 millions d'euros.