

Johanna Guillermin est présidente de l'association Bienvenue à la Ferme Alpes-Provence depuis 2021. Une mission qui lui tient à cœur pour défendre la vente directe et l'agritourisme, des activités qui représentent souvent une bouffée d'oxygène pour de nombreux agriculteurs.

La force d'un réseau **au service** des circuits courts

Au moment de son installation en 2013, en polyculture élevage avec son mari, Gilles Gradian, au sein du Gaec du Riou, Johanna Guillermin a immédiatement adhéré à Bienvenue à la ferme. Ce réseau national correspondait à son projet de transformation et à ses valeurs. Aujourd'hui, elle en est devenue la présidente départementale.

Parallèlement, le couple rejoint par son fils Loris, en apprentissage, a étoffé sa gamme de produits qu'il vend en magasins de producteurs et directement à la ferme. Une diversification indispensable, selon l'agricultrice, pour générer de la valeur ajoutée.

L'Espace Alpin : Au départ comment avez-vous connu Bienvenue à la ferme (BAF) et qu'est-ce qui vous attire dans ce réseau ?

Johanna Guillermin : Quand je me suis installée je cherchais un moyen de valoriser mes produits en vente

des dernières. Je suis fière de ce choix car la gestion se fait pas des agriculteurs pour des agriculteurs. La chambre d'agriculture est tout de même à nos côtés puisqu'elle met notamment une technicienne (Marinette Gonzalez, Ndlr) à notre disposition pour animer le réseau et nous accompagner. Aujourd'hui, nous avons une centaine d'adhérents et ces dernières années nous avons eu une réelle montée en puissance.

Qui sont ces adhérents ?

J.G. : Il s'agit de producteurs qui vendent en vente directe ou qui proposent de l'agritourisme. Pour adhérer, il faut être agriculteur à titre principal. Nous nous retrouvons autour de plusieurs valeurs communes à tout le réseau : respecter le terroir ; cultiver la terre ; produire et élever sur leur ferme ; commercialiser en direct leurs produits ; accueillir sur leur ferme ; conseiller et prendre plaisir à présenter le fruit de leur travail.



Johanna Guillermin, présidente de Bienvenue à la ferme Alpes-Provence transforme, avec son mari et son fils, les productions de leur exploitation : lavandin, blé dur, viande de porc et de veau, légumes, etc. Au sein de sa boutique, elle vend également les produits d'autres adhérents BAF comme beaucoup d'entre eux le font. Un bel esprit solidaire.

“ J'ai toujours eu envie d'œuvrer pour les producteurs et je suis convaincue que les circuits courts sont un des moyens pour eux de tirer leur épingle du jeu. ”

directe, j'avais vu le logo sur des panneaux de producteurs locaux donc je me suis renseignée sur cette marque. Les valeurs qu'elle prônait me correspondaient car c'était un gage de qualité. Très rapidement je me suis engagée au sein de l'association dont j'ai été vice-présidente puis présidente. J'ai toujours eu envie d'œuvrer pour les producteurs et je suis convaincue que les circuits courts sont un des moyens pour eux de tirer leur épingle du jeu. Nous avons un terroir à défendre et à faire connaître.

Pouvez-vous nous parler de Bienvenue à la ferme Alpes-Provence ?

J.G. : Bienvenue à la ferme est une marque nationale créée par les chambres d'agriculture mais les réseaux départementaux sont gérés de différentes manières soit par les chambres directement soit par le biais d'une association comme nous. D'ailleurs, nous sommes une

Comment se passe le processus d'adhésion ?

J.G. : Nous effectuons une visite d'agrément avec la technicienne et un membre du conseil d'administration dont la production est proche de celle du candidat. Nous regardons tout, il est donc important d'avoir ce regard professionnel. De nombreux critères sont pris en compte pour jauger de la qualité de la production : bien-être animal, pratiques agro-environnementales, locaux, etc. Ensuite, la candidature passe en commission d'agrément qui est décisionnaire.

Quels services l'association rend-elle aux adhérents ?

J.G. : Les producteurs qui adhèrent bénéficient avant tout de la force d'un réseau national et départemental notamment en matière de communication. Nous leur proposons divers supports de communication, du matériel de vente, etc. qui leur permet d'être immédiatement identifiés par les consommateurs. Nous éditons un annuaire, disponible dans tous les offices de tourisme et des lieux stratégiques, qui recense tous les adhérents. Nous organisons des marchés, des foires, des festivals comme Brin de culture et nous avons la chance de participer au Salon international de l'agriculture. Ils bénéficient aussi d'un accompagnement réglementaire

grâce à la technicienne qui réalise une newsletter où elle parle étiquetage, signalétique, formation, etc. Nous nous chargeons également des relations avec les communes et les offices de tourisme pour créer du lien.

En quoi est-ce important aujourd'hui de faire partie d'un réseau ?

J.G. : L'agriculture traverse une grosse crise, cela n'aura échappé à personne, beaucoup se mettent donc à réfléchir à des voies de diversification et la vente directe est une solution pour générer de la valeur ajoutée. Seul, ce n'est pas évident de se lancer car il y a une multitude d'informations alors qu'avec BAF vous bénéficiez d'une technicienne qui peut tout vous expliquer et vous guider. Il règne au sein de l'association une véritable atmosphère de solidarité et d'entraide entre les producteurs. Très vite des synergies se créent, voire tout un écosystème par exemple : l'un produit des plants, l'autre les cultive, etc. Beaucoup de magasins fermiers proposent les produits des autres adhérents ou en parlent pour les promouvoir. C'est un tout.

Le profil des adhérents a-t-il évolué ces dernières années ?

J.G. : Les agriculteurs se professionnalisent dans les autres tâches qu'ils exécutent puisqu'ils sont également devenus vendeurs, transformateurs, hôteliers, etc. Les productions transformées sont plus travaillées, plus diversifiées, mieux présentées. Il y a un vrai soin apporté à l'étiquetage, l'agencement sur les marchés, etc.

“ Seul, ce n'est pas évident de se lancer car il y a une multitude d'informations alors qu'avec BAF vous bénéficiez d'une technicienne qui peut tout vous expliquer et vous guider. ”

Justement, comment se passent les marchés que vous organisez ?

J.G. : Nous nous occupons de la communication, de la mise en place avec les mairies, l'inscription des participants et des animations comme les apéritifs, les dégustations, les concerts, etc. car on nous en demande de plus en plus. Ensuite, il y a un référent pour chaque marché qui gère le placement, le respect des horaires, des éventuels problèmes pendant le marché. Nous proposons également des groupes électrogènes, des tables, des chaises et des barnums aux coureurs de BAF.

Les marchés sont-ils réservés aux adhérents ?

J.G. : Non, mais ils sont prioritaires et bénéficient d'un tarif préférentiel.

Vous avez évoqué le Salon international de l'agriculture en quoi était-ce important d'y participer et était-ce une évidence ?

J.G. : Oui, nous avons, tout de suite, répondu présent car c'était important pour l'association de travailler avec le Département, l'Agence de développement et la chambre d'agriculture sur un tel événement. Il fallait mettre en avant nos produits. Nous avons donc proposé des animations et cette année onze producteurs se sont relayés durant tout le salon sur le stand. C'est un

gros investissement en temps et en argent pour eux, car pendant qu'ils sont à Paris ils délaissent un peu leur ferme mais cela en vaut la peine car nous avons beaucoup de plaisir à parler de notre territoire et de nos productions. Si, on nous en donne les moyens humains et économiques, nous serions d'ailleurs partants pour faire encore plus.

La marque Bienvenue à la ferme est-elle bien identifiée par les clients ?

J.G. : De mieux en mieux, notamment grâce aux réseaux sociaux et quand ils ne connaissent pas ils nous demandent. Quand on leur explique on sent qu'ils sont sensibles à nos valeurs et au fait d'être chez un vrai producteur.

Que souhaitez-vous pour l'avenir ?

J.G. : Je crois en les circuits courts car cela permet, comme je l'ai dit plus haut, de se sortir la tête de l'eau. J'espère que nous allons continuer à attirer des producteurs au sein de notre réseau. On ne sait pas de quoi demain sera fait, la vente directe c'est un revenu palpable, que l'on peut maîtriser car l'on n'est dépendant de personne, même si cela demande souvent un gros investissement humain, voire financier. ■

Alexandra Gelber

Les dates des marchés paysans en 2024

- Moustiers-Sainte-Marie : du 30 juin au 1^{er} septembre
- Gréoux-les-Bains : du 3 juin au 28 octobre