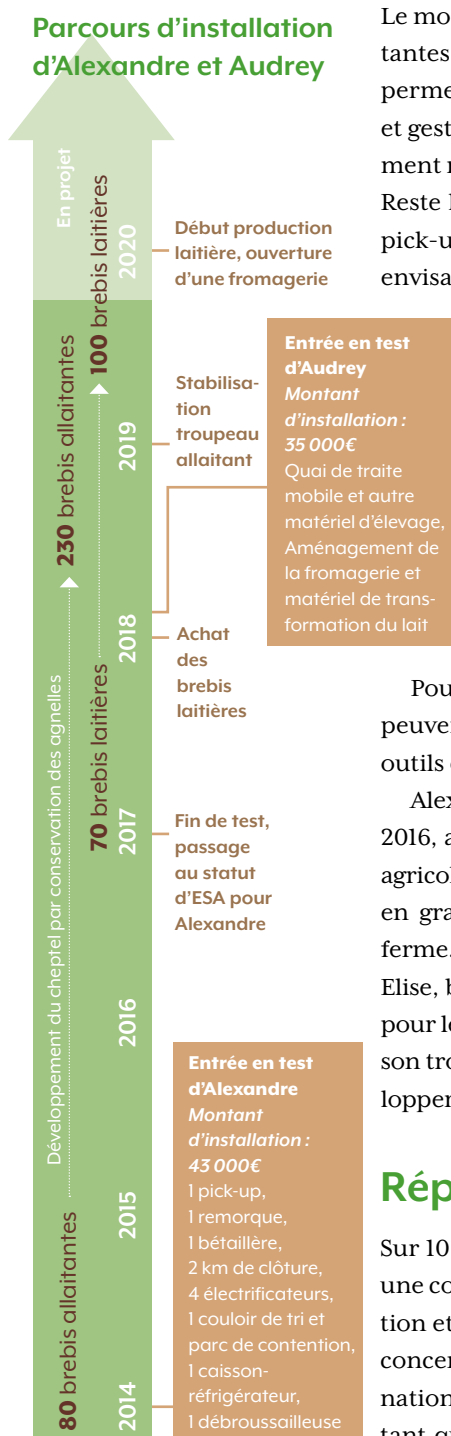


# Berger de plaine, un métier nourricier et de proximité

## Des installations sobres et sécurisées

### Parcours d'installation d'Alexandre et Audrey



Le modèle pastoral du berger de plaine s'appuie sur des ressources alimentaires déjà existantes et suffisantes pour nourrir des troupeaux à l'année. Le choix de races rustiques permet une conduite 100% plein air sur des surfaces mises à disposition par les céréaliers et gestionnaires d'espaces naturels ou urbains. Ainsi, l'installation nécessite un investissement réduit : pas de bâtiment, ni de foncier, pas d'achat d'aliments ni de matériel agricole. Reste le troupeau et quelques équipements (débroussaileuse, filets, parc de contention, pick-up, filet, remorque frigorifique, etc.). Le berger ne s'endette pas lourdement et peut envisager le métier moins soumis à la pression d'emprunts à rembourser.

Cette démarche est soutenue par la coopérative d'activités et d'entrepreneurs Les Champs des Possibles. Créée en 2009, elle donne l'occasion aux porteurs de projets agricoles de tester leur activité au sein de la couveuse (pendant une durée pouvant aller jusqu'à 3 ans) avant de décider d'une installation en propre ou d'une pérennisation de l'activité au sein de la coopérative, avec un statut d'entrepreneur salarié associé. Lorsqu'ils font ce choix, les bergers partagent avec d'autres entrepreneurs plusieurs services mutualisés (comptabilité, gestion sociale, fiscale, appui à la commercialisation, services vétérinaires, etc.), de l'accompagnement (entrepreneurial et technique) et bénéficient d'un statut social de salarié assurant une couverture sociale (chômage, retraite, maladie) très favorable.

Pour faciliter les entrées et sorties dans le métier, la coopérative et ses partenaires peuvent porter et financer tout ou partie des moyens de production (matériels, foncier, outils de transformation, voire cheptels) qui sont mis à disposition des entrepreneurs.

Alexandre est devenu entrepreneur salarié associé (ESA) des Champs des Possibles en 2016, après trois années de test. « J'ai grandi à Melun dans une famille non issue du milieu agricole et tout petit je rêvais déjà d'une ferme pleine d'animaux ! », un rêve qu'il abandonne en grandissant, devant l'ampleur de l'investissement que représente l'acquisition d'une ferme. Il se tourne donc vers un BTS en environnement avant de rencontrer par hasard Elise, bergère qui le met en relation avec Les Champs des Possibles. Il a un coup de foudre pour le métier et commence avec la garde de 80 brebis de la coopérative. Cinq ans plus tard, son troupeau compte 230 brebis. En 2019, sa compagne Audrey rejoint le projet pour développer un atelier de production laitière avec transformation, avec 70 brebis laitières.

## Répondre à la demande des consommateurs

Sur 10 agneaux consommés dans l'Hexagone, seuls 4 y sont aujourd'hui produits. Malgré une consommation de viande ovine en baisse, elle reste largement supérieure à la production et le déficit est comblé par des importations étrangères. Or, une demande croissante concerne une alimentation locale et de qualité. Avec 21% des volumes achetés au niveau national, l'Île-de-France est le plus grand bassin de consommation et ne concentre pourtant que 0,15% des effectifs ovins. Ce constat laisse entrevoir un marché « viande » très favorable pour de nouvelles installations.

Les produits laitiers ne sont pas en reste, avec une demande en hausse et une concurrence assez faible sur le territoire francilien puisqu'il n'existe aujourd'hui que deux producteurs fermiers de fromages de brebis en Agriculture Biologique.



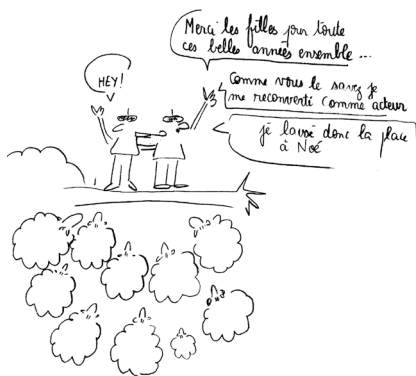


La proximité du berger de plaine avec les consommateurs facilite l'écoulement des productions via les circuits courts, comme au travers des partenariats AMAP (Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne). Les consommateurs et consommatrices qui rejoignent un groupe AMAP sont ainsi partenaires de l'éleveur. Un engagement contractuel permet au producteur d'assurer à l'avance la commercialisation de ses produits et au consommateur d'obtenir une part de la production. Le prix de vente est décidé en commun afin de couvrir les coûts de production et la rémunération du berger. L'agneau s'y vend par exemple entre 15 et 20€ du kilo. Le format de vente et la fréquence des distributions sont également discutés : les consommateurs sont tolérants vis à vis de la saisonnalité des productions de viande et de lait de brebis.

Production	Circuit de commercialisation	Nature des circuits	Format de vente	Modalité de vente	Prix
<b>Viande</b> 240 agneaux	circuit court (42% des ventes)	10 groupes AMAP (12-20 agneaux/AMAP)	Caissette de 7 à 11 kilos	1 distribution/mois /AMAP de septembre à mars	18€/kgc
	Circuit long (58% des ventes)	Coopérative ou autre éleveur	Sur pied	Au besoin	70-110€/agneau
<b>Lait</b> 70 brebis laitières, 5000 à 9000 L/ an soit 8000 à 15000 fromages /an	Circuit court (100% des ventes)	3 groupes AMAP	Paniers de fromages lactiques	1 distribution/mois de mars à septembre	4,5-13,5€/panier selon taille et composition
		1 magasin de producteur	Vente à l'unité de fromages lactiques	Commande à la semaine ou au mois par le magasin	-
<b>Laine</b>	Circuit court (100% des ventes)	Marchés de Noël	Plaids, objets en feutrine	-	2000€/an (couvre la totalité des frais de tonte et de transformation)

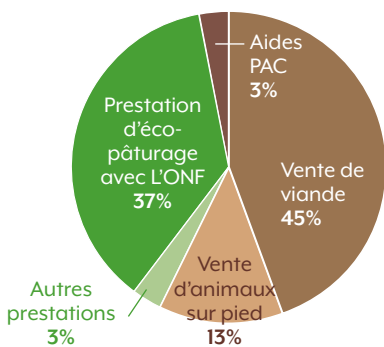
Tableau des circuits de commercialisation utilisés pour la vente des produits des troupeaux d'Alexandre et Audrey

Et la laine ? Pourquoi ne pas valoriser sur place cette fibre naturelle présente dans nos régions ? Transformée, du vêtement au matelas en passant par l'isolation ou le paillage des cultures, les débouchés sont nombreux. Néanmoins, les équipements de lavage, cardage et filage sont coûteux. Plusieurs initiatives individuelles émergent autour de sa valorisation et se sont fédérées dans l'association « Laine de par ici » avec l'objectif de développer une unité commune de transformation de la laine pour l'Île-de-France. Si les éleveurs qui s'y intéressent ne retirent pas encore de bénéfice de cette laine, ils couvrent déjà leurs frais de tonte et de transformation.



De leurs deux troupeaux, Alexandre et Audrey valorisent trois productions : lait, viande et laine. L'objectif est de travailler 100% en vente directe. Ce pari est en passe d'être réussi, même si une partie de la viande est encore vendue en circuit long, le temps de construire un réseau de clientèle : il faut multiplier les points de vente afin d'écouler les presque 250 agneaux. Cet engagement nécessite du temps et une grande organisation en parallèle de la gestion des brebis.

## Ventes, prestations et subventions composent le chiffre d'affaires



Répartition du chiffre d'affaire d'Alexandre en 2019, avant l'arrivée d'Audrey dans le projet

En plus de la vente des productions, le chiffre d'affaires du berger se compose d'autres sources à hauteurs variables selon la taille du troupeau et les partenariats noués. Il s'équilibre avec de la prestation de service d'éco-pâturage auprès des gestionnaires d'espaces naturels ou propriétaires fonciers privés et les subventions de la PAC. Ces dernières se décomposent en deux volets : les aides à l'élevage ovin et les contrats environnementaux (contrats NATURA2000 ou MAEC) qui rémunèrent les pratiques favorables à la conservation des écosystèmes. En cas d'aléas sur la production, liés à des facteurs sanitaires, environnementaux ou même sociaux, le berger sécurise son revenu.

En 2019, Alexandre fait le choix de se rémunérer à hauteur de ses besoins soit 1400€/mois. Entrepreneur, il décide de conserver une partie de son résultat positif de l'année pour permettre des nouveaux investissements sur son atelier, une augmentation de sa rémunération, une embauche ou la gestion d'aléas.