

Compte-rendu du Conseil d'administration du 29 mai 2026

Réunion en visioconférence

Durée : environ 2h55

Présence : Loïc Jeanjean (Président) (Sentiers de Cévennes), Christine Reus (L'Escale Locale), Céline Houssemand (Trésorière (Chez les Producteurs), Emmanuelle Polge (Secrétaire)(La Lausete), Marion Bouchet (La Ferme du Coin), Guilhem Chafiol (Au Gré des Saisons), Carole Munos (La Lausete), Laurence Bourry (Chez Les Paysans), Florent Duval (À Travers Champs), Chloé Colmas (L'Escale Fermière), Sylvie Bisognin (Paysans producteurs), Christelle Queutier (La Cabane Paysanne), Olivier Fayeux (L'Escale Fermière), Jennifer Ryan (vice-trésorière) (Entre thym et châtaigne), Marie Evrard (Paysans producteurs), Céline Leydier (La Maison des Paysans), Pablo Lassale (animateur RBPO), Sylvain Imbert (animateur RBPO)

Synthèse des décisions et suites à donner

Décisions

1. Adhésion de deux nouvelles boutiques

Le CA valide l'entrée des boutiques de Castries et du Caylar dans le Réseau. Le Réseau compte désormais 18 boutiques adhérentes.

2. Allègement des audits de la charte

Le CA valide la proposition d'un audit des boutiques un an sur deux, avec suivi annuel des boutiques ayant des écarts et audit des nouvelles boutiques, sous réserve de l'accord de Bureau Veritas.

3. Orientation stratégique sur le développement de la marque

Le CA ne s'oppose pas à l'idée de permettre le déploiement national de la marque Boutiques Paysannes[®], sous conditions strictes de respect de la charte et sans utiliser les financements Occitanie hors Occitanie. Le bureau doit préparer une proposition opérationnelle.

4. Offre d'abonnement

Le sujet n'est pas tranché en CA. Il sera présenté en AG après retour des boutiques.

Actions à mener

Sujet	Action	Responsable / suivi
Nouvelles boutiques	Finaliser l'intégration de Castries et du Caylar	Bureau / animation
Audits charte	Attendre le retour de Bureau Veritas courant juin	Emmanuelle Polge / Flora Pelissier / bureau
Formations	Clarifier les possibilités de financement hors VIVEA	Bureau / Sylvain Imbert / Céline Houssemand
Excédent formation	Discuter l'éventuelle affectation d'une partie du bonus aux besoins de formation	CA ou AG à préciser
Développement national	Préparer une proposition opérationnelle pour l'AG	Bureau
Abonnement Réseau	Préparer un tableau comparatif abonnement / adhésion	Bureau / Pablo Lassale / Sylvain Imbert
AG 30 juin	Finaliser le programme de la journée Gard + AG	Bureau / Céline Houssemand / Sylvain Imbert
Communication interne	Lancer et tester la communauté WhatsApp	Pablo Lassale
Base producteurs	Identifier un outil simple de mise à jour des listes producteurs	Pablo Lassale / Céline Houssemand
Site internet	Constituer un groupe de travail	Pablo Lassale

Séminaire	Construire le séminaire autour de l'humain, de la solidarité et des collectifs	Bureau / Pablo Lassale / Sylvain Imbert
Accompagnement humain	Recenser les boutiques intéressées par le projet TRAME	Sylvain Imbert
Bureau	Proposer aux personnes intéressées d'assister à des visios de bureau	Bureau

1. Participants et introduction

La réunion est ouverte par Loïc, qui rappelle que le CA n'avait pas pu se réunir plus tôt, notamment en raison d'un contexte chargé pour plusieurs membres du bureau, dont les élections municipales. Le bureau a toutefois continué à se réunir très régulièrement, environ tous les quinze jours, voire parfois chaque semaine, afin de faire avancer les dossiers du Réseau.

L'ordre du jour annoncé porte notamment sur :

- la nouvelle organisation de l'animation du Réseau ;
- le bilan des actions depuis le dernier CA ;
- les formations et la professionnalisation ;
- les nouvelles boutiques et projets accompagnés ;
- l'évolution du système d'audit de la charte ;
- le développement du Réseau et de la marque ;
- les outils de communication interne et externe ;
- les mutualisations ;
- les financements ;
- l'Assemblée générale du 30 juin ;
- le futur séminaire du Réseau.

2. Nouvelle organisation de l'animation du Réseau

Le Réseau dispose aujourd'hui de plus de **200 jours d'animation par an**, principalement répartis entre Sylvain et Pablo, avec Flora en appui sur les sujets juridiques, réglementaires, la marque et les audits de la charte.

Arrivée et missions de Pablo

Pablo Lassale : ingénieur agronome de formation, il a travaillé auparavant à Ver de Terre Production, notamment sur la formation, la création de contenus e-learning, la communication et la vidéo autour de pratiques agricoles innovantes.

Ses missions pour le Réseau porteront principalement sur :

- l'animation du Réseau en tant que collectif de boutiques ;
- le site internet, l'intranet et les outils numériques ;
- la communication interne et externe ;
- les services mutualisés, dont les commandes groupées ;
- l'appui au portage et au développement des formations ;
- la co-organisation du futur séminaire stratégique ;
- l'amélioration de la circulation de l'information entre le bureau, les boutiques et les délégués.

Pablo dispose de **104 jours par an** pour le Réseau.

Missions de Sylvain

Sylvain reste principalement chargé de :

- l'accompagnement des boutiques existantes ;
- l'accompagnement de nouveaux groupes et projets de magasins de producteurs ;
- les diagnostics économiques, réglementaires et organisationnels ;
- l'appui à la recherche de financements ;
- l'appui aux formations ;
- l'accompagnement des projets de développement, d'extension ou de structuration des boutiques.

Missions de Flora

Flora reste mobilisée sur :

- les sujets juridiques ;
 - les diagnostics réglementaires ;
 - les audits de la charte ;
 - la protection et le développement de la marque ;
 - l'appui ponctuel aux boutiques sur des questions juridiques ou réglementaires.
-

3. Formations et professionnalisation

Sylvain présente les formations réalisées depuis septembre. Plusieurs journées ont été organisées autour de trois grands thèmes :

- **sanitaire et hygiène**, avec notamment Yves Arnault : 4 journées réalisées ;
- **économie, commercialisation et agencement de magasin** : 2 journées réalisées ;
- **création d'une Boutique Paysanne®** : parcours de 3 journées réalisé.

D'autres thèmes sont identifiés mais pas encore développés, comme la logistique de proximité ou la relation client/fidélisation. Deux éléments de contexte sont soulignés :

1. la Chambre d'agriculture des Pyrénées-Orientales souhaite renforcer le partenariat avec le Réseau autour des formations ;
2. Le contexte de financement VIVEA devient plus difficile, les fonds disponibles étant fortement contraints et priorisés sur d'autres formations obligatoires, comme Certiphyto ou la facturation électronique.

Céline précise toutefois que les formations 2025, lorsqu'elles sont bien remplies, ont généré un excédent pour le Réseau, estimé entre **6 000 et 7 000 €**.

Question soulevée

Emmanuelle Polge interroge la possibilité d'utiliser une partie de ce bonus pour soutenir des formations non prises en charge par VIVEA, notamment lorsqu'elles sont nécessaires pour une boutique.

Il est rappelé que :

- cette question devra être discutée collectivement ;
- le bonus formation entre aujourd'hui dans le budget global du Réseau ;
- une décision serait à prendre en CA ou en AG ;
- d'autres pistes de cofinancement sont recherchées, notamment auprès de la Région ou des communes.

Point à suivre : clarifier l'usage possible des excédents de formation et/ou identifier d'autres financements pour les formations indispensables non prises en charge.

4. Développement du Réseau et nouvelles boutiques

Sylvain présente les sollicitations reçues par le Réseau. Une dizaine de structures ou projets sont actuellement suivis ou identifiés, avec des niveaux d'avancement variables : projets portés par des groupes de producteurs, communes ou acteurs privés.

Deux nouvelles boutiques ont formellement demandé leur adhésion au Réseau :

- **la boutique de Castries**, ouverte le 18 mai ;
- **la boutique du Caylar**.

Ces boutiques respectent la charte telle qu'elle leur a été présentée et ont été accompagnées, plus fortement pour Castries que pour Le Caylar. Céline souligne que Le Caylar est porté par plusieurs producteurs déjà impliqués dans des Boutiques Paysannes[®], ce qui montre l'effet de démultiplication du Réseau.

Décision

Le CA valide l'entrée des deux nouvelles boutiques dans le Réseau. Aucune opposition n'est exprimée. Le Réseau passe donc à **18 boutiques adhérentes**.

5. Accompagnements réalisés auprès des boutiques

Sylvain présente plusieurs exemples d'accompagnements menés depuis le dernier CA. Ces accompagnements peuvent aller d'un simple appel téléphonique à plusieurs journées de travail.

Exemples évoqués :

- **La Halte paysanne** : accompagnement sur le réagencement, l'organisation et le fonctionnement, à la suite d'un diagnostic économique ;
- **Au gré des saisons** : appui à la rédaction d'un cahier des charges pour un projet d'extension de bâtiment ;
- **Chez les producteurs** : appui à la recherche de financements et montage d'un dossier pour du matériel frigorifique ;
- **L'Escale locale à Gignac** : appui à la réponse à un avertissement de la DDPP ;
- **La Cabane paysanne** : appui sur un dossier ERP ;
- **Le Caylar / nouvelle boutique** : appui à la rédaction du PMS.

Cas de l'Escale locale et rôle de la FEMAP

Loïc revient sur le contrôle DDPP subi par l'Escale locale à Gignac. Plusieurs points avaient été relevés par l'administration : demandes de factures fournisseurs alors que les boutiques fonctionnent en bons de dépôt, questions sur le calibrage des légumes, vente de produits bio par une boutique non certifiée bio, etc.

Le Réseau a immédiatement mobilisé la FEMAP, qui a interpellé le ministère. L'avertissement a été retiré dans les semaines suivantes.

Ce cas illustre l'intérêt d'être organisé en réseau et en fédération nationale : une boutique seule aurait moins de poids qu'une structure collective reconnue.

Appui juridique à Florac

Laurence indique que la boutique de Florac a également bénéficié de l'appui juridique du Réseau, via Flora, pour rédiger un avenant au bail visant à protéger la boutique en cas de vente de l'immeuble.

6. Évolution du système d'audit de la charte

Emmanuelle Polge présente les discussions engagées avec Bureau Veritas, l'organisme certificateur, à l'issue de la période de certification de trois ans.

Le constat partagé est que le rythme annuel des audits est trop lourd pour les boutiques et pour l'animation. Le Réseau a donc proposé une nouvelle organisation.

Proposition faite à Bureau Veritas

Le Réseau propose de passer à un cycle de certification sur **deux ans**, avec :

- audit de la moitié des boutiques chaque année ;
- priorité donnée aux boutiques ayant eu des écarts lors de l'audit précédent ;
- audit des nouvelles boutiques adhérentes ;
- audit externe par Bureau Veritas d'une boutique/an ;
- les autres audits sont réalisés par le Réseau ;

Loïc rappelle que l'audit porte très majoritairement sur des éléments réglementaires : environ **90 % des points contrôlés relèvent de la réglementation**, et non d'exigences spécifiques aux Boutiques Paysannes®. L'objectif est aussi de préparer les boutiques à d'éventuels contrôles DDPP, DGCCRF ou autres administrations.

La charte certifiée reste néanmoins un élément fort de différenciation : elle permet de montrer que les Boutiques Paysannes® font ce qu'elles disent et disent ce qu'elles font.

Commission Léon

Emmanuelle Polge rappelle l'existence de la Commission Léon, mobilisable en cas de suspicion d'achat-revente ou de doute sur la réalité de la production d'un producteur. Cette commission a été très rarement sollicitée dans l'histoire du Réseau.

Une demande de chiffrage a été faite à Bureau Veritas pour pouvoir, le cas échéant, sous-traiter ce type de contrôle à un tiers indépendant.

Décision

Le CA valide la proposition d'allègement des audits, **sous réserve de l'acceptation de Bureau Veritas**. Bureau Veritas doit donner sa réponse courant juin.

7. Diagnostics réglementaires

Céline Houssemand rappelle que le Réseau a été pilote, avec TRAME, sur une action de diagnostic réglementaire. L'objectif est d'éviter de solliciter les boutiques plusieurs fois et de regrouper autant que possible les différents diagnostics : charte, réglementation, salariat, incendie, obligations diverses, etc.

Le but est de produire un état des lieux complet de chaque boutique, afin d'identifier les points d'amélioration et les appuis utiles du réseau.

8. Développement territorial et "conquête de l'Ouest"

Loïc Jeanjean rappelle que le Réseau est soutenu de manière importante par la Région Occitanie, qui reconnaît désormais les Boutiques Paysannes® comme une référence régionale sur les magasins de producteurs.

La Région souhaite que le Réseau soit représenté sur l'ensemble de l'Occitanie, y compris l'ancienne région Midi-Pyrénées. C'est dans ce cadre qu'a été lancée la "conquête de l'Ouest".

Le Réseau a participé au salon Agri Agro Pro à Toulouse. L'objectif était de faire connaître le nom Boutiques Paysannes® à l'ouest de la région et de nouer des contacts. Cette présence a été financée par la Région. Il n'est pas certain que l'opération soit reconduite chaque année, car elle représente un coût important.

Sylvain indique que plusieurs magasins rencontrés en Midi-Pyrénées s'intéressent fortement au modèle Boutiques Paysannes®. Toutefois, certains fonctionnent selon des modèles hybrides, avec un peu d'achat-revente ou des organisations différentes, ce qui rend leur adhésion directe à la charte difficile.

9. Développement national de la marque

Une discussion stratégique a été engagée sur l'avenir de la marque Boutiques Paysannes®.

Le bureau estime qu'une marque collective doit être connue pour rester vivante. L'idée n'est pas d'ouvrir massivement des magasins partout en France, mais de pouvoir répondre à des sollicitations existantes dans d'autres régions, notamment via TRAME ou d'autres réseaux locaux.

Plusieurs garde-fous sont rappelés :

- les financements Occitanie ne doivent pas financer des actions hors Occitanie ;
- les régions intéressées devront porter leurs propres financements et leur propre animation ;
- la marque ne pourra être utilisée que par des magasins respectant la charte ;
- le Réseau Occitanie ne doit pas se mettre en difficulté ni délaissier les boutiques existantes ;
- le développement devra préserver la qualité et la maîtrise du modèle.

Céline Houssemand rappelle qu'il ne s'agirait pas de gérer directement des réseaux dans d'autres régions, mais de permettre, sous conditions, à des magasins ou réseaux régionaux de porter la marque Boutiques Paysannes®, dans le respect d'une charte commune.

Décision d'orientation

Le CA ne formule pas d'opposition à cette orientation stratégique. Le bureau est chargé de préparer une proposition plus opérationnelle pour l'Assemblée générale.

10. Mutualisation, commandes groupées et prestataires

Pablo Lassale présente le chantier de réorganisation des commandes groupées. Le fonctionnement actuel n'est pas entièrement satisfaisant : délais longs, manque d'informations de certains fournisseurs, difficulté pour les boutiques de suivre les commandes, difficulté pour le Réseau de suivre les prestataires.

Le Réseau travaille donc à :

- simplifier le processus de commande ;
- centraliser les informations ;
- mieux suivre les prestataires ;
- constituer davantage de stock afin de réduire les délais ;
- proposer de nouveaux objets ou supports mutualisés ;

Médiation à la consommation

Pablo Lassale rappelle que la médiation à la consommation est obligatoire pour les structures en vente directe. Une base de données des producteurs a été transmise à Mediavet. Chaque entreprise doit recevoir un mail confirmant sa souscription.

Le Réseau souhaite améliorer la collecte et la mise à jour des listes de producteurs, qui est aujourd'hui trop chronophage.

Céline Houssemand indique qu'un outil de gestion de base de données est recherché, éventuellement via Kwisatz ou via un outil de type CRM, afin que les boutiques puissent mettre à jour leurs informations plus simplement et que le réseau puisse les récupérer sans multiplier les sollicitations.

Pablo Lassale prévoit aussi de se former à Kwisatz pour pouvoir accompagner les boutiques, éventuellement avec des contenus vidéos.

11. Partenariat avec TRAME et financements

Loïc Jeanjean rappelle que TRAME est un partenaire essentiel du Réseau. Grâce à ce partenariat, le Réseau peut mobiliser des financements du ministère de l'Agriculture, permettant de financer environ **70 % du coût d'animation**. Le Réseau ne supporte donc directement qu'environ 30 % du coût des jours d'animation.

Une convention annuelle définit les missions confiées à TRAME : animation, mutualisation, accompagnements, etc.

Sylvain Imbert présente les principales sources de financement du Réseau :

- autofinancement via les cotisations et droits fixes ;
 - Région Occitanie, avec un dossier 2025 à solder et un dossier à déposer avant le 1er juillet ;
 - Département du Gard ;
 - pistes à explorer en Lozère ;
 - projet FranceAgriMer sur la structuration de la filière volailles dans l'Hérault, avec une enveloppe d'environ 8 000 € ;
 - Participation à un concours du Crédit Agricole.
-

12. Communication externe : photos et vidéos

Le Réseau propose de prendre des photos professionnelles des producteurs et des boutiques. Ces photos sont financées par le Réseau et la Région Occitanie : elles ne sont pas facturées aux boutiques. Les photos des producteurs peuvent être utilisées librement par les intéressés, sauf dans le cadre de magasins de producteurs ne faisant pas partie du Réseau Boutiques Paysannes®.

Deux types de vidéos sont également en cours ou disponibles :

- une vidéo institutionnelle destinée plutôt aux professionnels et partenaires ;
- des vidéos grand public, plus courtes et dynamiques, qui seront réalisées avec Margaux Petit et pourront être partagées par les boutiques.

Ces supports doivent renforcer la visibilité du réseau et de la marque.

13. Communication interne : communauté WhatsApp

Pablo Lassale présente la mise en place d'une communauté WhatsApp du Réseau, pensée comme un outil complémentaire aux mails. L'objectif est d'améliorer la circulation de l'information sans surcharger les boîtes mail.

Les premiers espaces envisagés sont :

- annonces générales du bureau et de l'animation ;
- veille juridique ;
- petites annonces et entraide ;
- amélioration du Réseau ;
- groupes par référent, par exemple référents caisse, délégués Réseau, etc. ;
- espaces thématiques selon les besoins.

L'outil ne remplacera pas les mails. Il sera testé de manière progressive et ajusté selon les retours des boutiques. Les personnes qui n'ont pas ou ne souhaitent pas utiliser WhatsApp continueront à recevoir les informations essentielles par mail.

14. Groupe de travail sur le site internet

Pablo Lassale présente également le besoin d'avancer sur le site internet et les outils numériques. Un groupe de travail est proposé pour améliorer le parcours utilisateur et la lisibilité du site internet Boutiques Paysannes®.

L'objectif est d'associer des membres du Réseau afin que les modifications soient légitimes et utiles aux boutiques. Un lien sera transmis aux boutiques, ou aux personnes identifiées comme intéressées, avec les explications nécessaires.

Suite à donner : mobiliser des personnes volontaires dans les boutiques pour participer rapidement à ce groupe de travail.

15. Offre d'abonnement au Réseau versus adhésion

Certains magasins ressemblent fortement aux Boutiques Paysannes® mais ne peuvent pas adhérer à la marque, par exemple en raison d'un faible pourcentage d'achat-revente.

L'idée discutée est de leur proposer non pas une prestation à la carte, jugée complexe et peu lisible, mais une formule **d'abonnement au Réseau** donnant accès à une grande partie des services : formations, veille juridique, mutualisations, accompagnements, tarifs négociés, etc.

Différence importante :

- les boutiques adhérentes respectant la charte peuvent porter la marque, voter et contribuer aux décisions associatives ;
- les boutiques abonnées auraient accès aux services mais **ne pourraient pas porter la marque**, ni voter, ni modifier la charte.

Le tarif envisagé serait le même que la cotisation des boutiques adhérentes.

Plusieurs points de vigilance sont exprimés :

- maintenir l'objectif de faire monter les boutiques vers la marque ;
- ne pas fragiliser l'intérêt de l'adhésion pleine au Réseau ;
- bien expliquer la différence entre abonnement et adhésion.

Décision

Compte tenu de l'importance du sujet et du fait qu'une partie des participants avait quitté la réunion, il est décidé de ne pas trancher immédiatement. Les délégués sont invités à retourner vers leurs boutiques pour discuter de cette proposition.

Le sujet sera mis à l'ordre du jour de l'Assemblée générale. Le bureau préparera une présentation claire, avec un tableau comparatif.

16. Journée du 30 juin et Assemblée générale

Céline présente l'organisation prévue pour le **30 juin**.

Dans le cadre du partenariat avec le Département du Gard, le Réseau doit restituer les diagnostics économiques réalisés auprès de boutiques et magasins de producteurs gardois.

La journée se déroulera à **Massillargues-Attuech** en deux temps :

- une demi-journée de restitution des travaux menés dans le Gard ;
- une demi-journée consacrée à l'Assemblée générale du réseau.

Des élus et partenaires sont attendus, notamment des représentants du Département du Gard et de la Région. L'objectif est aussi de renforcer les liens avec les financeurs et de faire reconnaître le Réseau comme interlocuteur des magasins de producteurs.

17. Futur séminaire du Réseau : remettre l'humain au cœur des boutiques

Céline Houssemand présente l'axe de réflexion proposé pour le futur séminaire. Le thème initialement prévu avait été reporté à cause de la tempête Nils, qui avait durement touché certains producteurs des Pyrénées-Orientales .

Le bureau propose de travailler sur : **“Des magasins en forme pour des fermes qui donnent envie.”**

L'idée est de prolonger le travail de professionnalisation mené ces dernières années en replaçant l'humain au centre :

- solidarité dans les magasins ;
- entraide entre producteurs ;
- qualité des relations dans les collectifs ;
- rôle des clients dans certaines formes de solidarité.

Il est suggéré d'intégrer des outils comme la communication non-violente ou l'accompagnement des collectifs. Sylvain indique que TRAME porte un projet sur la “haute valeur humaine”, permettant d'accompagner des groupes sur ces sujets. Des journées d'accompagnement pourraient être prises en charge à 100 % dans ce cadre.

Suite à donner : les boutiques intéressées par un accompagnement collectif ou humain peuvent se signaler à Sylvain Imbert.

18. Vie associative et renouvellement du bureau

En fin de réunion, Céline Houssemand évoque l'idée d'envoyer les liens des réunions de bureau aux personnes intéressées, afin qu'elles puissent observer le fonctionnement du bureau sans engagement immédiat.

Loïc Jeanjean rappelle que des places sont disponibles au sein du bureau et invite les personnes intéressées à se manifester, notamment en vue de l'Assemblée générale.
