PROTEGE

Soutenir les systèmes de commercialisation de produits bio locaux en Polynésie française et en Nouvelle-Calédonie

Rapport de capitalisation

Chadebech Lou
Fontfreyde Chloé

2024

Financé par l'Union européenne
Pacific Community
Communauté du Pacifique
NOUVELLE CALÉDONIE
POLYNÉSIE FRANÇAISE
WALLIS ET FUTUNA
ÎLES PITCAIRN
DAG
DIRECTION DE L'AGRICULTURE
BIO FETIA
OpaO
BIOCALEDONIA
ASSOCIATION
D.A.I. Consulting

Le projet régional océanien des territoires pour la gestion durable des écosystèmes, PROTEGE, est un projet intégré qui vise à réduire la vulnérabilité des écosystèmes face aux impacts du changement climatique en accroissant les capacités d'adaptation et la résilience. Il cible des activités de gestion, de conservation et d'utilisation durables de la diversité biologique et de ses éléments en y associant la ressource en eau. Il est financé par le 11ème Fonds européen de développement (FED) au bénéfice des territoires de la Nouvelle-Calédonie, de la Polynésie française, de Pitcairn et de Wallis et Futuna.

L'objectif général du projet est de construire un développement durable et résilient des économies des pays et territoires d'Outre-mer (PTOM) face au changement climatique en s'appuyant sur la biodiversité et les ressources naturelles renouvelables.

Le premier objectif spécifique vise à renforcer la durabilité, l'adaptation au changement climatique et l'autonomie des principales filières du secteur primaire. Il est décliné en deux thèmes :

- Thème 1 : la transition agro-écologique est opérée pour une agriculture, notamment biologique, adaptée au changement climatique et respectueuse de la biodiversité ; les ressources forestières sont gérées de manière intégrée et durable.
- Thème 2 : les ressources récifo-lagonaires et l'aquaculture sont gérées de manière durable, intégrée et adaptée aux économies insulaires et au changement climatique.

Le second objectif spécifique veut renforcer la sécurité des services écosystémiques en préservant la ressource en eau et la biodiversité. Il se décline également en 2 thèmes :

- Thème 3 : l'eau est gérée de manière intégrée et adaptée au changement climatique
- Thème 4 : les espèces exotiques envahissantes sont gérées pour renforcer la protection, la résilience et la restauration des services écosystémiques et de la biodiversité terrestre.

La gestion du projet a été confiée à la Communauté du Pacifique (CPS) pour les thèmes 1, 2 et 3 et au programme régional océanien pour l'environnement (PROE) pour le thème 4, par le biais d'une convention de délégation signée le 26 octobre 2018 entre l'Union européenne, la CPS et le PROE. La mise en œuvre du projet est prévue sur 4 ans.

Ce rapport est cité comme suit :

CHADEBECH Lou (D.A.I. Consulting), FONTFREYDE Chloé (OpaO) (2023). Soutenir les systèmes de commercialisation des produits Bio locaux en Polynésie française et en Nouvelle-Calédonie. Rapport de fin de phase 3, Tahiti, 59 pages.

Cette publication a été produite avec le soutien financier de l'Union européenne. Son contenu relève de la seule responsabilité du SPG Bio Fetia et son groupement et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'Union européenne.

Partenaires

L'association Bio Fetia est un Système participatif de garantie (SPG) qui fédère des producteurs et des consommateurs. Les SPG se sont développés de manière indépendante dans de nombreux pays, et bien qu'ils mettent en œuvre de façon diverse leurs processus de garantie biologique, ils présentent un certain nombre de caractéristiques communes et d'éléments de base, comprenant, une approche participative, une vision commune, de la transparence et de la confiance. Les acteurs du SPG, les producteurs et les consommateurs, sont par ailleurs engagés dans un processus structuré d'apprentissage continu, qui les aide à améliorer leurs pratiques dans le plus grand respect de l'environnement et la santé humaine.

Fondé en novembre 2011, le SPG Bio Fetia est officiellement reconnue comme organisme de contrôle par le gouvernement en 2012. Il délivre la garantie Bio Pasifika dans le respect strict de la Norme Océanienne d'Agriculture Biologique (NOAB). Le SPG Bio Fetia, acteur incontournable de la filière biologique, est le relais du service public de l'agriculture dans la mise en œuvre des programmes et des actions visant à promouvoir le développement de l'agriculture biologique en Polynésie française (PF), respectueuse de l'environnement et de la santé des polynésiens. Fort de son implantation sur l'ensemble du territoire, Bio Fetia collabore avec les acteurs du secteur primaire tels que la Direction de l'agriculture (DAG), la Chambre d'agriculture et de la pêche lagonaire (CAPL) ou encore le Centre de Formation Professionnel et de Promotion Agricoles (CFPPA) d'Opunohu.

Le projet global est conduit en collaboration avec les organismes suivants :

-SPG Bio Caledonia, partenaire du projet et prestataire de services qui est le système participatif de garantie de Nouvelle-Calédonie (NC).

-D.A.I. Consulting : Agronome spécialisée dans l'accompagnement de l'innovation et des politiques pour des systèmes agricoles et alimentaires durables.

-ABCap : Consultante chargée du suivi et l'accompagnement opérationnels et personnalisés des dispositifs de commercialisation, ainsi que le diagnostic règlementaire et légal encadrant la commercialisation des produits bio dans les territoires polynésiens et calédoniens.

-POLYVALENCE : Economiste chargé de l'étude économique comparative sur les prix de vente en bio et en conventionnel en PF.

-OpaO : Bureau d'étude engagé pour le développement de systèmes agricoles et alimentaires durables et résilients, capables de nourrir les populations dans le respect des hommes, des femmes et de l'environnement.

Le comité de suivi du projet se compose des directeurs des organisations, chefs de file ou de leurs représentants ainsi que de la cheffe de projet et des coordinateurs territoriaux et thématiques (thèmes 1 et 2 de PROTEGE).

Financé par l'Union européenne

Table des matières

1. Introduction au projet dans son ensemble 8
Contexte 8
Objectif du projet 8
Rappel du déroulé du projet 9
2. Capitalisation et bilan du projet 10
2.1. Bilan de fin d'accompagnement avec chaque ddc 10
2.1.1. Le GAB Raromata'i 10
2.1.2. La Coop 1 17
2.1.3. La filière viande bio 26
2.2. Bilan de fin d'accompagnement en interne 35
2.2.1. Les actions et leurs supports 35
2.2.2. Les actions et leurs impacts 40

Financé par l'Union européenne

Résumé exécutif

Titre de l'étude	**Soutenir les systèmes de commercialisation de produits Bio locaux en Polynésie Française et en Nouvelle-Calédonie**
Auteurs	**CHADEBECH Lou (D.A.I. Consulting), FONTFREYDE Chloé (OpaO)**
Collaborateurs	RENAUD Angélique (SPG Bio Fetia), SPG Bio Calédonia
Editeurs	/
Année d'édition du rapport	**2024**

Objectif	L'objectif du projet consiste à soutenir techniquement les opérateurs des filières avales biologiques en accompagnant de manière personnalisée les équipes de chaque dispositif de commercialisation (DDC) et en facilitant les échanges d'expériences et de bonnes pratiques entre territoires voisins, au sein d'un réseau à initier. Le rapport suivant correspond au rapport de fin de phase 3 : Capitalisation et bilan du projet.
Contexte	Les enjeux actuels de l'agriculture biologique portent sur l'accompagnement de la croissance du secteur, tant au niveau de la production primaire que de la structuration des filières bio. En effet, les consommateurs, de plus en plus sensibilisés, recherchent des produits biologiques mais peinent à les trouver alors que les agriculteurs sont de plus en plus nombreux à s'engager dans ce mode de production. Les producteurs bio déjà installés font face à des problématiques de commercialisation telles que des difficultés d'écoulement des produits, les obligeant parfois à vendre aux prix du conventionnel, voire en dessous pour pénétrer les marchés. Quelques initiatives de commercialisation voient le jour depuis quelques années en Nouvelle-Calédonie et plus récemment en Polynésie française. Mais faute d'accompagnement technique approfondi, les acteurs étant isolés, ces initiatives tendent à s'étouffer progressivement. Aujourd'hui, assurer la transition vers un système alimentaire durable repose sur la structuration des filières bio. Cette dernière ne se développera qu'avec un accompagnement personnalisé, adapté à chaque dispositif de commercialisation et qui s'inscrit en réseau d'échange entre les territoires de la région afin de garantir l'identification des solutions locales de commercialisation.
Méthodologie	Le projet en trois phases se veut opérationnel avec un accompagnement sur le terrain de 4 dispositifs de commercialisation de produits bio, lors de la phase 2 : -Phase 1: Bref état des lieux afin de confirmer les hypothèses d'accompagnement personnalisé et de définir le cadre logique et le plan d'actions ; -Phase 2: Accompagner la mise en œuvre et le suivi d'actions des dispositifs de commercialisation ; -Phase 3 : Capitalisation et bilan du projet.

Résultats	La phase 3 a permis d'établir un bilan exhaustif avec chaque DDC et en interne au sein du groupement, évaluant l'opération à la lumière de son objectif d'appui au renforcement de la durabilité du système alimentaire du territoire et à l'échelle régionale. En repassant chaque étape du projet en revue, les visioconférences privilégiées ont été efficacement déployées, permettant à chaque DDC de PF et de NC de s'inspirer de leurs interlocuteurs respectifs dans la mise en place d'améliorations pour rendre leur système de commercialisation de produits bio et locaux plus durable. Concernant la mise en place et le suivi des actions propres (phase 2.1.3) en PF, un dispositif sur deux ciblés à l'origine a bénéficié d'un accompagnement à long terme : le GAB Raromata'i. Certaines actions initialement planifiées ont été conjointement révisées pour s'adapter aux réalités du terrain et une seconde fiche projet a été élaborée. Les objectifs ont été atteints avec succès. Ils comprenaient par exemple l'identification des divers modèles de coopératives et l'appui à l'élaboration d'une première version de statuts, l'identification d'interlocuteurs clés pour un accompagnement stratégique et juridique, l'organisation d'une visioconférence sur les statuts et la rémunération des services écosystémiques, la révision d'un financement alternatif ou encore le lancement de la communication. La visioconférence avec LCA, bien que programmée, aura lieu en dehors du projet PROTEGE. Le démarrage de l'étape 2.1.3 de suivi du Marché Bio, bien que non menée à terme, est un résultat positif du projet ayant permis de comprendre le fonctionnement de la structure et son potentiel actuel au sein de la filière biologique polynésienne. Concernant la mise en place et le suivi des actions en NC, l'accompagnement a permis à la Coop1 de formaliser un process d'adhésion et d'intégrer une nouvelle coopératrice bio d'une part. D'autre part, il a permis de valider un scénario pour le renforcement des capacités de la coopérative à long terme, avec la relance du projet de recrutement au poste de direction notamment, sous réserve des fonds disponibles. Cependant, le projet n'a pas permis de définir des objectifs chiffrés pour la commercialisation des produits bio, du fait du manque d'informations chiffrées objectives sur l'existant. Par ailleurs, l'accompagnement a permis de dresser un état des lieux pour la filière viande bio, et de mettre en place un circuit d'écoulement opérationnel pour les veaux bio des éleveurs. Cependant, le projet n'a pas permis de lever les freins à la valorisation des gros bovins bio en l'absence d'atelier de découpe labellisé. De plus, le projet a permis de structurer la filière viande bio avec la création d'une Commission viande bio au sein de Bio Calédonia. Des discussions ont été entamées dans le cadre du projet avec l'Interprofession viande de Nouvelle-Calédonie (IVNC) et l'Agence rurale pour la mise en œuvre des missions de la Commission et son financement respectivement. Lors du bilan avec les DDC, les besoins en accompagnement à plus long terme qui émergent peuvent être résumés comme suit : -GAB Raromatai' : Identifier des financements, y compris les subventions exceptionnelles du Pays, pour garantir le lancement et le fonctionnement de

Financé par l'Union européenne

	la coopérative. Cela doit permettre l'embauche de 2 ETP, l'adhésion à un réseau de coopératives pour bénéficier d'un appui juridique pour la rédaction des statuts, la communication via la page Facebook, et la possibilité de former les membres de leur équipe (par exemple, via des formations payantes de LCA). - Filière viande bio : Poursuivre la mise en oeuvre des missions de la Commission viande bio - 1/ Commercialisation, et 2/ Développement de la filière viande bio grâce à un financement de l'Agence rurale à l'IVNC ; - Coop1 : 1/ Clarifier le cadre juridique et fiscal et proposer des mesures incitatives (appui de la CAP-NC), 2/ Mettre en place un système similaire à la PF pour la location d'un dock permettant un changement d'échelle, 3/ Lever les freins aux investissements pour acheter un camion permettant une sécurisation du fonctionnement actuel et un changement d'échelle, 4/ Renforcer les ressources humaines pour animer la coopérative, suivre les dossiers, répondre à des appels à projets (recrutement direction à moyen terme mais pas immédiat). Les 2 principaux enseignements évoqués lors du bilan en interne sont les suivants : -L'ambition initiale du projet, conçue comme une opération d'accompagnement ponctuelle de courte durée visant à améliorer la commercialisation des produits bio du DDC, s'est avérée insuffisante par rapport au besoin général de structuration des acteurs accompagnés. Il est apparu que les besoins en accompagnement des acteurs sont essentiels et plus importants que ce qui avait été initialement estimé lors de la rédaction du projet. Par conséquent, une prolongation de la durée de la phase d'accompagnement et une augmentation du nombre de jours dédiés par dispositif auraient été bénéfiques. Les acteurs de la commercialisation des produits bio doivent être accompagnés à long terme. -Le projet a représenté un nouveau domaine de travail pour les SPG, mettant davantage l'accent sur le maillon de la "commercialisation agricole bio", et a mis en évidence la nécessité de renforcer les connaissances et les liens entre les SPG et les structures de commercialisation. Autre : les 2 vidéos de présentation du GAB Raromata'i réalisées en phase 2 (étape 2.4) ont été finalisées durant cette phase 3, et les liens de téléchargement sont joints à ce rapport.		
Limites du projet			
Evolutions	V2	Date de la version	20/06/2024

1. Introduction au projet dans son ensemble

Contexte

Les enjeux actuels de l'agriculture biologique portent sur l'**accompagnement de la croissance du secteur,** tant au niveau de la production primaire que de la structuration des filières bio. En effet, les consommateurs, de plus en plus sensibilisés, recherchent des produits biologiques mais peinent à les trouver alors que les agriculteurs sont de plus en plus nombreux à s'engager dans ce mode de production. Les producteurs bio déjà installés font face à des problématiques de commercialisation telles que des difficultés d'écoulement des produits, les obligeant parfois à vendre aux prix du conventionnel, voire en dessous pour pénétrer les marchés. Quelques initiatives de commercialisation voient le jour depuis quelques années en Nouvelle-Calédonie et plus récemment en Polynésie Française. Mais faute d'accompagnement technique approfondi, les acteurs étant isolés, ces initiatives tendent à s'étouffer progressivement.

Aujourd'hui, **assurer la transition vers un système alimentaire durable repose sur la structuration de la filière bio**. Cette dernière ne se développera qu'avec un accompagnement personnalisé, adapté à chaque dispositif de commercialisation (des entreprises, des initiatives privées en cours de formalisation, des partenariats publics-privés portés par des acteurs des territoires de NC et PF) et s'inscrivant en réseau d'échange entre les territoires de la région afin de garantir l'identification des solutions locales de commercialisation.

Objectif du projet

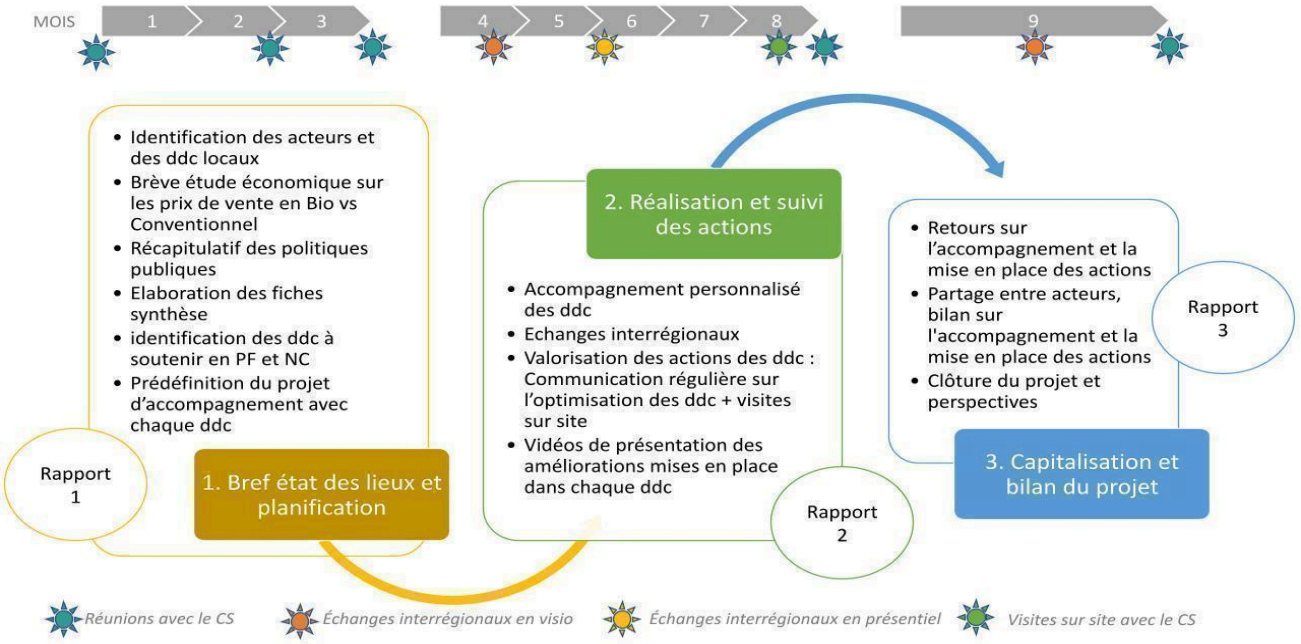
L'objectif du présent projet consiste à soutenir techniquement les opérateurs des filières avales bio en accompagnant de manière personnalisée les équipes de chaque dispositif de commercialisation et en facilitant d'autre part les échanges d'expériences et de bonnes pratiques entre territoires voisins, au sein d'un réseau à initier.

Le rapport se concentre sur la troisième phase du projet, qui consiste à réaliser un bilan de l'opération au regard de l'objectif d'appui au renforcement de la durabilité du système alimentaire du territoire et au niveau régional.

Financé par l'Union européenne

Rappel du déroulé du projet

Le projet en trois phases se veut opérationnel avec un accompagnement sur le terrain de 4 dispositifs de commercialisation de produits bio, lors de la phase 2 :
-Phase 1 : Bref état des lieux afin de confirmer les hypothèses d'accompagnement personnalisé et de définir le cadre logique et le plan d'actions ;
-Phase 2 : Accompagner la mise en œuvre et le suivi d'actions des dispositifs de commercialisation ;
-Phase 3 : Capitalisation et bilan du projet.



2. Capitalisation et bilan du projet

La phase 3 a permis d'effectuer deux types de bilans du projet : un bilan avec les DDC portant sur la mise en place des actions ciblées dans leur fiche projet et sur la qualité de l'accompagnement reçu, ainsi qu'un bilan interne évaluant les actions des phases 1 et 2 du projet en fonction de l'objectif d'appui au renforcement de la durabilité du système alimentaire du territoire et à l'échelle régionale.

2.1. Bilan de fin d'accompagnement avec chaque ddc

2.1.1. Le GAB Raromata'i

Le bilan en interne avec le GAB Raromata'i a eu lieu le 02/04/2024 en visioconférence, mobilisant Thierry LISON DE LOMA. Les résultats sont compilés dans le tableau ci-dessous.

Impacts attendus	Indicateurs d'impact / Valeurs cibles	Question - Réponse du ddc et mesure de l'indicateur
Impacts directs de l'opération		
Renforcement des compétences : la contribution du projet à l'amélioration des compétences des acteurs	% des acteurs estimant que l'accompagnement leur a permis de renforcer une compétence manquante → *1 seul interrogé*	Selon vous, l'accompagnement a-t-il permis de renforcer une ou des compétences manquantes au ddc ? Lesquelles ? Oui, l'accompagnement a permis de renforcer une ou des compétences et notamment via les visioconférences privilégiées, les échanges avec les autres DDC et les 4 jours d'échanges interrégionaux. Compétences renforcées :

économiques ; Enjeu gouvernance et gestion durable des ddc.		*Meilleur maîtrise des aspects législatifs et du cadre juridique entourant la création et l'activité des coopératives (les implications et ce qui peut être un frein ou un facteur de développement) *Meilleur connaissance des différentes "échelles" de coopératives et de leur modèles de fonctionnement *Appréhension des facteurs de réussite et d'échec des coopératives grâces aux échanges et retours d'expérience qui ont eu lieu tout au long du projet *Les membres du GAB Raromata'i (plus de 50 % des membres) bénéficient d'une meilleure appréhension et compréhension de la commercialisation des circuits de manière générale
Diversification des activités, "essaimage interne" : la contribution du projet à l'émergence et au renforcement d'autres initiatives alimentaires au sein des ddc ; Enjeu gouvernance et gestion durable des ddc.	Nombre d'initiatives à impact positif sur le système alimentaire impulsées, en lien plus ou moins direct avec le projet. Nombre d'initiatives lancées et renforcées directement ou indirectement en lien avec le projet. Chaque nouvelle initiative est comptabilisée (+1) Les initiatives renforcées (prévues avant l'accompagnement) comptent pour moitié (+0,5)	Quelles sont les nouvelles initiatives du ddc qui ont été lancées ou renforcées grâce au projet ? -Liste des initiatives et coefficients : *Aucune nouvelle action n'a été entreprise, l'ensemble du projet à permis de renforcer l'existant* 1.Réflexion sur les statuts : + 0,5 2. Précision des postes à recruter (notamment grâce aux échanges avec Bio Savane et Coop 1) : + 0,5 3.Renforcement des actions au sein du hangar (l'appel à candidature pour la gestion du Hangar était déjà prévu avant l'accompagnement PROTEGE, cependant le projet à permis de renforcer la volonté des membres dans la mise en place des actions : *Collecte des produits alimentaires dans les fa'a'apu +0,5 *Stockage +0,5, *Commercialisation des produits (point de vente sur place et vente aux GMS) +0,5 *Conditionnement +0,5 *Transport et acheminement des produits aux goélettes +0,5 4. Communication - page facebook, calendrier et premiers posts : +0,5 Note totale : 4 (à comparer avec les autres accompagnements)

Valorisation des métiers de bouche : la contribution du projet à l'amélioration de l'image des métiers de bouche et de l'auto-estime de leurs acteurs ; Enjeu éducation et revalorisation du secteur primaire.	% des acteurs estimant que leur métier bénéficie d'une meilleure image grâce au projet → *1 seul interrogé* Interroge principalement la stratégie de communication (posts réguliers + vidéos finales)	Selon vous, le projet a-t-il permis de renforcer l'image de la production primaire (élevage, agriculture) ? Oui le projet a permis de renforcer l'image de la production primaire et surtout de la filière biologique "Le GAB Raromata'i et le hangar avaient déjà une visibilité importante hors projet PROTEGE → les 2 vidéos viennent renforcer ces aspects" Des posts plus réguliers sur le projet auraient pu renforcer l'image des acteurs suivis et leur estime.
Valorisation du label Bio Pasifika	% des acteurs estimant que le label Bio Pasifika bénéficie d'une meilleure image grâce au projet → *1 seul interrogé*	Selon vous, le projet a-t-il permis de valoriser le label Bio Pasifika et d'améliorer son image ?Oui, le label Bio Pasifika bénéficie d'une meilleure image grâce au projet "Les échanges interrégionaux ont eu un impact médiatique important pour le grand public, avec des interviews (radio, télé) du SPG et des membres du GAB Raromata'i qui représentent ou utilisent le Label Bio Pasifika". + Les vidéos du projet mettent en avant des plans avec le label bio.
Renforcement de la coopération interrégionale : la contribution du projet à la création d'un nouveau réseau d'échange ; Enjeu gouvernance et gestion durable des ddc.	% des acteurs ayant repris contact avec au moins un acteur rencontré lors des visio / échanges → *1 seul interrogé* % des acteurs estimant qu'ils reprendront contact avec au moins un acteur rencontré lors des visios / échanges au cours des 6 prochains mois → *1 seul interrogé*	Avez-vous repris contact avec un ou plusieurs acteurs rencontrés lors des visio interrégionales ? (1) Pensez-vous le faire dans les 6 prochains mois ? (2)(1) : Oui Des échanges ont lieu avec La Coopération Agricole et Coop 1. (2) : Oui Des échanges auront lieu avec la Coop 1. "On échange actuellement sur les types de partenariats mis en place entre la DAG et le GAB au sujet du hangar par exemple". Des échanges auront lieu avec LCA pour poursuivre le travail sur les statuts et la rémunération des services écosystémiques.

Impacts spécifiques sur le DDC	Rappel des résultats attendus de la fiche projet : -Réussite de l'appel à projet et gestion du hangar -Passage de l'association en coopérative grâce aux statuts -Lancement de la communication autour du GAB et des services du Hangar -Travail préliminaire sur une union de coopérative Rappel des indicateurs d'impact de la fiche projet : -Notification d'attribution de gestion du hangar -Première version de statuts d'une coopérative agricole -Page facebook et outil pour le GAB : calendrier éditorial -Feuille de route pour la création d'une coopérative à Tahiti	-Selon vous, le projet a-t-il joué un rôle suffisant dans l'obtention du hangar ? → Non Précision : "Défaillance de l'accompagnement de la consultante initiale" Selon vous, le projet a-t-il permis de rédiger les statuts de la structure ? → Non Précision : "Une première version a été rédigée, le process pour arriver à des statuts finaux est en cours et est en bonne voie, notamment grâce à l'accompagnement PROTEGE" -Selon vous, le projet a-t-il permis de lancer la communication du GAB et des services du hangar ? → Oui Selon vous le projet à t-il permis d'amorcer une réflexion sur la construction d'une union de coopérative ? → Oui Précision : Cette action était initialement développée pour amorcer une union de coop entre le LMB et le GAB. Il y a bien eu amorce de la réflexion avec d'autres agriculteurs bio sur Tahiti (prise de conscience du besoin et de la possibilité de monter une coopérative fonctionnelle sur Tahiti) + les membres du GAB Raromata'i on pu réfléchir à cette notion d'union de coopérative lors de la journées d'échanges interrégionaux à Raiatea.
Impacts indirects potentiels de l'opération		
Nombre d'emplois durables créés	Nombre d'emplois créés en Équivalent Temps Plein (ETP)	Selon vous, le projet a-t-il permis de créer des emplois durables ? ETP créés : 0

		Précision : La défaillance d'accompagnement initialement prévu par la prestataire a bloqué le recrutement fin 2023 de 2 ETP pour l'année 2024 - le GAB a repris le recrutement en main pour une date ultérieure
Augmentation de la diversité des produits proposés	Recensement des nouveaux produits (début de mission v.s. fin)	Selon vous, le projet a-t-il permis de proposer de nouveaux produits ? Lesquels ? Liste des nouveaux produits : 0 Précision: On a des nouveaux produits (volonté propre aux producteurs) mais cela n'est pas directement dû à l'accompagnement. Ex : jus de canne, bananes séchées.
Augmentation des volumes des produits proposés	Volumes vendus (début de mission v.s. fin)	Selon vous, le projet a-t-il permis d'augmenter les volumes de produits proposés à la vente ? Lesquels ? Il existe une légère augmentation des volumes de vente, liée à l'obtention du hangar Volumes en début de projet : données non disponibles Volumes en fin de projet : données non disponibles
Meilleure accessibilité économique des produits	Différentiel de prix de vente entre les produits commercialisés dans le cadre du projet avec leur équivalent dans d'autres points de vente sur le territoire.	Selon vous, le projet a-t-il permis de rendre les produits plus accessibles au niveau économique ? Oui, le point de vente direct du GAB sur le hangar permet la vente de produits au prix producteur (sans intermédiaire). Prix au consommateur en début de projet : données non disponibles Prix au consommateur en fin de projet : données non disponibles
Création de valeur ajoutée et répartition plus équitable	Augmentation des marges des producteurs (début de mission v.s. fin)	Selon vous, le projet a-t-il permis d'augmenter la valeur ajoutée des produits bio commercialisés et d'avoir une répartition plus équitable de la chaîne de valeur ? Oui, le point de vente direct du GAB sur le hangar permet une plus juste rémunération du producteur qui vend son produit directement au consommateur (pas d'intermédiaires, pas de négociation des prix)

Atteinte des objectifs du projet :

“Dans l'ensemble, le projet a largement contribué au développement du GAB et s'est révélé d'une importance capitale pour nous, en tenant compte de tous les aspects mentionnés précédemment. Ces éléments nous seront précieux pour mieux préparer le lancement de la coopérative. Nous sommes particulièrement reconnaissants pour les retours d'expérience dont on a directement bénéficié et le travail qualitatif effectué pour identifier les interlocuteurs pertinents !” - Thierry LISON DE LOMA

Les objectifs du projet ont tous été atteints à l’exception de la rédaction de statuts dans leur version finale. Une première version a bien été rédigée et elle nécessite une validation et revue par un juriste connaissant le cadre législatif et juridique de PF relatif aux coopératives agricoles. La visioconférence avec LCA a été préparée et aura lieu en dehors du cadre du projet.

Améliorations / niveau d’accompagnement :

Le Gab souligne les éléments suivants :

-”La durée allouée à l’accompagnement aurait pû être plus longue, étalée dans le temps, pour développer l’ensemble de la feuille de route. Un temps de projet plus long permettrait de faire face à l’inertie inévitable dans la mise en place d’une coopérative, qui touche aussi bien des acteurs de l’amont que de l’aval du système”. Ce témoignage illustre bien que l'ambition initiale du projet, conçue comme une opération d'accompagnement ponctuelle de courte durée visant à améliorer la commercialisation des produits bio du DDC, s'est avérée insuffisante par rapport au besoin général de structuration des acteurs accompagnés. Les acteurs ont besoin d’un accompagnement à long terme pour mettre en place des actions structurantes de fond.

Besoins pour la suite:

Le principal besoin évoqué par le GAB Raromata’i est à court terme, le besoin en financements : Identifier des financements, financements alternatifs y compris les subventions exceptionnelles du Pays, pour garantir le lancement et le fonctionnement de la coopérative. Cela permettrait l'embauche de 2 ETP, l'adhésion à un réseau de coopératives (à priori Felcoop ou LCA) pour bénéficier d'un appui juridique pour la rédaction des statuts, la communication via la page Facebook, et la possibilité de former les membres de leur équipe (par exemple, via des formations payantes de LCA).

Le projet a permis d’identifier de bons interlocuteurs pour répondre aux besoins du GAB mais il demeure un besoin en financement pour permettre à la coopérative de correctement se lancer et assurer sa pérennité.

Perspectives de poursuite à plus long terme des actions soutenues :

A l’échelle du GAB Raromata'i, la communication du projet sera assurée par les bénévoles du GAB via leur page Facebook. Les vidéos seront diffusées pour informer la population et les producteurs des initiatives visant à structurer la commercialisation des produits bio locaux. Dès l'obtention de

Financé par l'Union européenne

financements, l'adhésion au réseau LCA ou Felcoop est prévue pour garantir des statuts adaptés à la Polynésie française et aux activités du GAB.

A l'échelle des coopératives bio en général, la "feuille de route pour la création d'une coopérative bio" (Annexe 1) sera diffusée à Tahiti et dans les îles. Les futurs acteurs impliqués auront réellement besoin d'un accompagnement à la création ainsi que d'un soutien à long terme. Cet accompagnement pourra être porté par le Pays, des prestataires ou encore le SPG Bio Fetia sur certains aspects.

En effet, le SPG, enrichi de nouvelles connaissances sur les structures de commercialisation du bio et des outils développés tout au long du projet, continuera à jouer un rôle moteur en participant aux réunions d'échange sur la structuration des coopératives et la création d'une union de coopératives. De plus, il communiquera avec ses adhérents sur ces sujets. Le projet de plaidoyer pour soutenir les coopératives bio en Polynésie française sera également bientôt présenté aux autorités locales. Le travail réalisé en atelier par les agriculteurs bio sur la valorisation du label Bio Pasifika sera également poursuivi par le SPG Bio Fetia.

Financé par l'Union européenne

2.1.2. La Coop 1

Le bilan en interne a eu lieu le 13/03/2024 lors d'une réunion de Conseil d'administration mobilisant:

- Méryl Cugola, Président de la Coop1 ;
- Stéphane Soury-Laverge, Vice-Président de la Coop1 ;
- Franck Soury-Lavergne, Secrétaire de la Coop1 (bio) ;
- Slavko Jidzny, membre du Conseil d'administration de la Coop1 (bio) ;
- Yann Soury-Lavergne, membre du Conseil d'administration de la Coop1.

Les résultats sont compilés dans le tableau ci-dessous.

Financé par l'Union européenne

Impacts attendus	Indicateurs d'impact / Valeurs cibles	Question - Réponse du DDC et mesure de l'indicateur
Impacts directs de l'opération		
Renforcement des compétences : la contribution du projet à l'amélioration des compétences des acteurs économiques ; Enjeu gouvernance et gestion durable des ddc.	% des acteurs estimant que l'accompagnement leur a permis de renforcer une compétence manquante	Selon vous, l'accompagnement a-t-il permis de renforcer une ou des compétences manquantes au ddc ? Lesquelles ? Compétences renforcées : - Animation de la structure (par les échanges bilatéraux, la concertation sur les sujets tout au long de l'accompagnement) - Animation de réunions (par un atelier des coopérateurs, une réunion de CA) - Structuration des besoins (par la transmission d'une feuille de route exhaustive) - Elaboration d'un plan d'action (idem) - Priorisation des actions à mener (par une réunion de CA) % d'acteurs : 100%

Diversification des activités, "essaimage interne" : la contribution du projet à l'émergence et au renforcement d'autres initiatives alimentaires au sein des ddc ; Enjeu gouvernance et gestion durable des ddc.	Nombre d'initiatives à impact positif impulsées sur le système alimentaire, en lien plus ou moins direct avec le projet. Nombre d'initiatives lancées et renforcées directement ou indirectement en lien avec le projet. Chaque nouvelle initiative est comptabilisée (+1), les initiatives renforcées (prévues avant l'accompagnement) comptent pour moitié (+0,5)	Quelles sont les nouvelles initiatives du ddc qui ont été lancées ou renforcées grâce au projet ? Liste des initiatives lancées et coefficients : aucune Liste des initiatives renforcées : - Clarification du process d'adhésion +0.5 - Définition d'objectifs de recrutement d'agriculteurs bio +0 - Identification des besoins pour le renforcement des capacités +0.5 - Proposition de scénarios +0.5 - Appui à la mise en œuvre +0.5 Liste des initiatives lancées : - Adhésion d'une nouvelle coopératrice bio +1 Note totale : 3/2.5
Valorisation des métiers de bouche : la contribution du projet à l'amélioration de l'image des métiers de bouche et de l'auto-estime de leurs acteurs ; Enjeu éducation et revalorisation du secteur primaire.	% des acteurs estimant que leur métier bénéficie d'une meilleure image grâce au projet. Interroge principalement la stratégie de communication (posts réguliers + vidéos finales)	Selon vous, le projet a-t-il permis de renforcer l'image de la production primaire (élevage, agriculture) ? % d'acteurs ayant répondu oui : 100% (Grâce à la vidéo)

Valorisation du label Bio Pasifika	% des acteurs estimant que le label Bio Pasifika bénéficie d'une meilleure image grâce au projet.	Selon vous, le projet a-t-il permis de valoriser le label Bio Pasifika et d'améliorer son image ? % d'acteurs ayant répondu oui : 100% Grâce aux échanges autour du kit PLV/ILV créé par Bio Fetia lors de la mission en Polynésie et aussi à la visite du CS médiatisée
Renforcement de la coopération interrégionale : la contribution du projet à la création d'un nouveau réseau d'échange ; Enjeu gouvernance et gestion durable des ddc.	% des acteurs ayant repris contact avec au moins un acteur rencontré lors des visio / échanges % des acteurs estimant qu'ils reprendront contact avec au moins un acteur rencontré lors des visios / échanges au cours des 6 prochains mois	Avez-vous repris contact avec un ou plusieurs acteurs rencontrés lors des visio interrégionales ? % ayant répondu oui : 0% Les échanges ont été poursuivis par mail avec Felcoop, Solarenn et le GAB par l'intermédiaire d'OpaO mais pas directement par la Coop1. Pensez-vous le faire dans les 6 prochains mois ? % ayant répondu oui : 17% (1 membre du CA sur 6) Un membre du CA (Franck) s'est engagé à poursuivre les échanges avec le GAB pour connaître les modalités de partenariat avec la DAG pour le hangar et envisager de le répliquer en NC. L'objectif est de reprendre les contacts Coop1/Felcoop dans les 12 prochains mois. Pour cela il faut que la Coop1 ait une personne en interne en capacité de travailler sur les volets juridique et fiscal, ou qu'elle ait un appui d'une autre structure (CAP-NC). Le sujet de la formation doit aussi être poursuivi avec Felcoop. En l'état actuel des choses les échanges ne peuvent pas être poursuivis.

Impacts spécifiques sur le DDC	Rappel des résultats attendus de la fiche projet : - Le process d'adhésion à la Coop1, les conditions d'adhésion et les critères de sélection sont clarifiés et diffusés - La Coop1 a identifié ses besoins de renforcement des capacités et identifié un scénario Rappel des indicateurs d'impact de la fiche projet : - 1 process d'adhésion rédigé et diffusé - 1 fiche des objectifs de commercialisation de production bio rédigée et diffusée - 1 scénario validé par les administrateurs de la Coop1 pour le renforcement des capacités	Selon vous, le projet a-t-il permis de clarifier le process d'adhésion, les conditions et les critères de sélection ? De les diffuser ? % ayant répondu oui : 100% Le processus d'adhésion a été formalisé lors d'une réunion de CA et pourra être diffusé par la Coop1 dans un second temps. Selon vous, le projet a-t-il permis de définir des objectifs de commercialisation de production bio pour la coopérative ? De les diffuser ? % ayant répondu oui : 0% Le projet n'a pas permis de définir des objectifs chiffrés pour la commercialisation des produits bio, du fait du manque d'informations chiffrées objectives sur l'existant. Selon vous, le projet a-t-il permis aux administrateurs de la coopérative de valider un scénario pour le renforcement des capacités ? % ayant répondu oui : 100% Le CA a validé le scénario suivant, sous réserve de fonds disponibles et après la prochaine validation des comptes en Assemblée générale : - Révision des fiches de poste des 3 salariés selon les tâches effectuées et revalorisation des salaires; - Relance du projet de recrutement au poste de direction abandonné à cause de la crise COVID-19.

Impacts indirects potentiels de l'opération		
Nombre d'emplois durables créés	Nombre d'emplois créés en Équivalent Temps Plein (ETP)	Selon vous, le projet a-t-il permis de créer des emplois durables ? ETP créés : 0
Augmentation de la diversité des produits proposés	Recensement des nouveaux produits (début de mission v.s. fin)	Selon vous, le projet a-t-il permis de proposer de nouveaux produits ? Lesquels ? Oui grâce à l'adhésion d'une nouvelle coopératrice bio Liste des nouveaux produits : - Aromates, épices : vanille, piment, menthe, citronnelle, curcuma, aneth, romarin, oignon vert, basilic, thym, persil, coriandre, 4 épices, gingembre… - Légumes : choux de chine, oseille, baselle, brèdes, embrevade, pommes de terre, céleri, betteraves, radis, chouchoute, fenouil, maïs… - Fleurs comestibles - Complément alimentaire : moringa - Fruits : melon, pitaya, litchi, ananas, kumquat, fraise, cédrat, canne à sucre, pommes cannelle, caramboles
Augmentation des volumes des produits proposés	Volumes vendus (début de mission v.s. fin)	Selon vous, le projet a-t-il permis d'augmenter les volumes de produits proposés à la vente ? Lesquels ? Oui grâce à l'adhésion d'une nouvelle coopératrice bio Volumes non disponibles

Meilleure accessibilité économique des produits	Différentiel de prix de vente entre les produits commercialisés dans le cadre du projet avec leur équivalent dans d'autres points de vente sur le territoire	Selon vous, le projet a-t-il permis de rendre les produits plus accessibles au niveau économique ? Non Pas de travail sur les prix dans le cadre du projet
Création de valeur ajoutée et répartition plus équitable	Augmentation des marges des producteurs (début de mission v.s. fin)	Selon vous, le projet a-t-il permis d'augmenter la valeur ajoutée des produits bio commercialisés et d'avoir une répartition plus équitable de la chaîne de valeur ? % ayant répondu oui : 0% La coopérative souhaite baisser le pourcentage de prélèvement, provoquant une augmentation des marges des producteurs, depuis plusieurs années mais le pas de temps du projet était trop court pour arriver à ce résultat.

Atteinte des objectifs du projet :

Les objectifs du projet ont été globalement atteints. L'accompagnement a permis à la Coop1 de formaliser un process d'adhésion et d'intégrer une nouvelle coopératrice bio d'une part. D'autre part, il a permis de valider un scénario pour le renforcement des capacités de la coopérative à long terme : révision des fiches de poste des 3 salariés selon les tâches effectuées et revalorisation des salaires le cas échéant, puis relance du projet de recrutement au poste de direction (abandonné à cause de la crise COVID-19), le tout sous réserve des fonds disponibles et après la prochaine validation des comptes en Assemblée générale.

Cependant, le projet n'a pas permis de définir des objectifs chiffrés pour la commercialisation des produits bio, du fait du manque d'informations chiffrées objectives sur l'existant.

Améliorations / niveau d'accompagnement :

Le projet a fait du bien à la coopérative, l'accompagnement a permis d'apporter de la compétence pour l'animation des coopérateurs et la gestion de la coopérative par l'analyse de la situation, la définition des besoins et leur priorisation notamment.

Le principal frein identifié était le calendrier du projet avec d'une part un accompagnement en pleine période de forte production maraîchère, provoquant des difficultés pour les coopérateurs à se dégager du temps et se mobiliser pour le projet, et d'autre part une temporalité trop courte pour aboutir à des actions structurantes à moyen terme.

Besoins pour la suite :

Ils peuvent être déclinés en quatre points :

1. Clarifier le cadre juridique et fiscal et proposer des mesures incitatives (appui de la Chambre d'Agriculture et de la Pêche de Nouvelle-Calédonie (CAP-NC)), avec un renforcement de l'écoute et de la reconnaissance des politiques et institutions locales permettant le développement du modèle coopératif ;
2. Mettre en place un système similaire à la PF pour la location d'un dock permettant un changement d'échelle ;
3. Lever les freins aux investissements pour acheter un camion permettant une sécurisation du fonctionnement actuel et un changement d'échelle ;
4. Renforcer les ressources humaines pour animer la coopérative, suivre les dossiers, répondre à des appels à projets.

Concernant le renforcement des ressources humaines, les besoins de la coopérative à court terme sont d'avoir des ressources pour l'animation de la coopérative : Conseil d'administration, Assemblée générale, cohésion entre coopérateurs, avec les salariés. Les besoins à moyen terme sont d'avoir des ressources pour répondre à des appels à projets, accéder à des financements locaux et européens permettant de reconstituer au moins 30 millions de francs Pacifique de trésorerie,

Financé par l'Union européenne

d'investir et de changer d'échelle. Cela est prévu par la relance du recrutement au poste de direction sous réserve des fonds disponibles et après validation des comptes en Assemblée générale. Cependant la coopérative n'a pas les moyens de mettre en œuvre des nouveaux projets, actions ou partenariats à court terme sans un appui externe.

Perspectives de poursuite à plus long terme des actions soutenues :

Les besoins ont été exprimés à la CAP-NC lors de la visite du CS qui devrait pouvoir apporter un appui sur certains points. Une piste concrète identifiée pour répondre à ces besoins est l'émargement à des fonds permis par la dynamique locale sur l'économie sociale et solidaire en demandant un appui à la CAP-NC pour le portage du dossier. Concrètement, la coopérative pourrait prétendre à un financement du comité de gestion ADEME/province Sud lorsqu'il sera ouvert à la thématique « transition alimentaire » pour réaliser une étude pratique afin d'assainir la situation juridique et fiscale de la Coop1, ce travail pouvant être utile à d'autres coopératives. Cette opportunité a été identifiée grâce à la réponse à l'appel à manifestation de la province Sud sur l'économie sociale et solidaire dans le cadre de l'accompagnement.

Financé par l'Union européenne

2.1.3. La filière viande bio

Le bilan en interne a eu lieu le 08/04/2024 mobilisant les éleveurs bio accompagnés :

- APPAGANOU Dorianne (éleveuse d'ovins) ;
- BESANCON Stéphane (éleveur de bovins) ;
- DOHOUADE Herwann (éleveur de bovins) ;
- FOREST Louis-Albert (éleveur de bovins) ;
- FOREST Jérôme (éleveur de bovins) ;
- GARRIER Patrick (éleveur de bovins, représentant adjoint de la Commission viande bio).

Les autres personnes présentes lors du bilan étaient :

- KHUN Juanita (consommatrice et administratrice de Bio Calédonia, membre de la Commission viande bio) ;
- SOURY LAVERGNE Franck (Président de Bio Calédonia) ;
- BONNET Alizée (Directrice de Bio Calédonia) ;
- Samuel PREVOST (responsable de l'Interprofession Viande de Nouvelle-Calédonie (IVNC)).

Les personnes excusées lors de ce bilan étaient :

- René Marlier (éleveur de bovins, représentant de la Commission viande bio) ;
- Clarence Devaud (éleveur de bovins) ;
- Damien Delos (représentant de la boucherie labellisée) ;
- Matthieu Ottogali (représentant de l'Office de commercialisation et d'entreposage frigorifique (OCEF), abattoir labellisé).

Les résultats sont compilés dans le tableau ci-dessous.

Financé par l'Union européenne

Impacts attendus	Indicateurs d'impact / Valeurs cibles	Question - Réponse du ddc et mesure de l'indicateur
Impacts directs de l'opération		
Renforcement des compétences : la contribution du projet à l'amélioration des compétences des acteurs économiques ; Enjeu gouvernance et gestion durable des ddc.	% des acteurs estimant que l'accompagnement leur a permis de renforcer une compétence manquante	Selon vous, l'accompagnement a-t-il permis de renforcer une ou des compétences manquantes au ddc ? Lesquelles ? Compétences renforcées : - Gestion de la structure : lien entre éleveurs et OCEF, entre éleveurs et CA de Bio Calédonia ; élaboration et validation d'un montage permettant aux éleveurs de se réunir et de prendre leurs décisions ; fourniture de documents modèles de facture ; calendrier d'abattage ; liste des contacts, etc. ; centralisation des contrats OCEF ; animation des réunions et commissions notamment - Construction de planning : calendrier d'abattage - Commercialisation : lien entre éleveurs et boucher, prise de contact et d'information auprès d'autres acteurs de l'aval % d'acteurs : 100%

Diversification des activités, "essaimage interne" : la contribution du projet à l'émergence et au renforcement d'autres initiatives alimentaires au sein des ddc ; Enjeu gouvernance et gestion durable des ddc.	Nombre d'initiatives à impact positif sur le système alimentaire impulsées, en lien plus ou moins direct avec le projet. Nombre d'initiatives lancées et renforcées directement ou indirectement en lien avec le projet. Chaque nouvelle initiative est comptabilisée (+1) Les initiatives renforcées (prévues avant l'accompagnement) comptent pour moitié (+0,5)	Quelles sont les nouvelles initiatives du DDC qui ont été lancées ou renforcées grâce au projet ? Liste des initiatives renforcées et coefficients : - Etat des lieux et réponse aux besoins court terme +0.5 - Identification d'une structure en charge de la mise en marché de la viande bio en NC +0.5 - Identification des moyens de mise en œuvre +0.5 - Identification des mécanismes de financement possibles +0.5 Liste des initiatives créées et coefficients : - Création de la Commission viande bio +1 - Appui administratif (modèle de facture, liste des contacts, suivi des contrats OCEF, modèle de calendrier d'abattage semestriel) +1 Note totale : 4/2
Valorisation des métiers de bouche : la contribution du projet à l'amélioration de l'image des métiers de bouche et de l'auto-estime de leurs acteurs ; Enjeu éducation et revalorisation du secteur primaire.	% des acteurs estimant que leur métier bénéficie d'une meilleure image grâce au projet. Interroge principalement la stratégie de communication (posts réguliers + vidéos finales)	Selon vous, le projet a-t-il permis de renforcer l'image de la production primaire (élevage, agriculture) ? % d'acteurs ayant répondu oui : 100% Le projet a permis une mise en avant des éleveurs grâce notamment à la Commission dans laquelle ils ont leur place en termes de gouvernance, aux réunions avec le boucher auxquelles ils ont participé, à la présence d'administrateurs de Bio Calédonia lors des réunions de la Commission viande bio et à la communication autour du projet.

Valorisation du label Bio Pasifika	% des acteurs estimant que le label Bio Pasifika bénéficie d'une meilleure image grâce au projet.	Selon vous, le projet a-t-il permis de valoriser le label Bio Pasifika et d'améliorer son image ? % d'acteurs ayant répondu oui : 100% Le projet a permis une très bonne mise en avant du label, notamment grâce aux médias qui ont une appétence particulière pour la filière viande bio. La visite du CS a suscité un fort intérêt des médias pour la filière et a généré un reportage qui sera tourné en avril par NC 1ère en partenariat avec Bio Calédonia. Une publication Facebook a été partagée par des élus politiques et a suscité un reportage sur la chaîne Caledonia en mars.
Renforcement de la coopération interrégionale : la contribution du projet à la création d'un nouveau réseau d'échange ; Enjeu gouvernance et gestion durable des ddc.	% des acteurs ayant repris contact avec au moins un acteur rencontré lors des visio / échanges % des acteurs estimant qu'ils reprendront contact avec au moins un acteur rencontré lors des visios / échanges au cours des 6 prochains mois	Avez-vous repris contact avec un ou plusieurs acteurs rencontrés lors des visio interrégionales % ayant répondu oui : Sans objet car Unébio a refusé les échanges en visio. Pensez-vous le faire dans les 6 prochains mois ? % ayant répondu oui : Sans objet car Unébio a refusé les échanges en visio.

Impacts spécifiques au ddc	**Rappel des résultats attendus de la fiche projet :** - 6 éleveurs (5 en production bovine et 1 en production ovine) ont un débouché fonctionnel pour 100% de leur production bio en 2024 ; - Une/des structure(s) chargée(s) de la mise en marché de la viande bovine/ovine bio est identifiée ; - Les ressources nécessaires pour organiser la mise en marché de la viande bio en 2024-2026 sont connues ; - Des mécanismes de financement de la mission d'organisation de la mise en marché de la viande bio sont identifiés. **Rappel des indicateurs d'impact de la fiche projet :** - Pourcentage de valorisation de la viande labellisée en bio : 100% (en kg carcasse) ; - Nombre d'éleveurs ayant un débouché fonctionnel : 6 ;	Selon vous, le projet a-t-il permis à tous les éleveurs labellisés d'avoir un débouché pour leur production bio en 2024 ? Quel pourcentage de la production labellisée est valorisée en bio à l'issue du projet ? Quelle augmentation des volumes bio sur les étals a permis le projet ? Oui pour le veau avec 100% de la production labellisée valorisée en bio en 2024. Le projet a permis de multiplier les volumes de veau bio sur les étals par 3 entre 2023 (71 veaux) et 2024 (220 veaux). Non pour le gros bovin avec 82 gros bovins bio produits en 2024 et 0% valorisé en bio à ce stade. Il n'y a plus d'atelier de découpe labellisé et le pas de temps du projet était trop court pour lever ce frein. Combien d'éleveurs ont un débouché fonctionnel à l'issue du projet ? Quel pourcentage d'éleveurs ? Combien de contrats ont été signés ou rendus opérationnels dans le cadre du projet ? 6 éleveurs en production bovine ont un débouché fonctionnel pour 100% de leur production de veau bio en 2024, contre 3 éleveurs en 2023. Remarque : 1 éleveur bovin a racheté une partie de l'élevage bio de son père et a rejoint les travaux en cours de projet. 2 éleveurs ont signé un contrat avec l'OCEF et la boucherie dans le cadre du projet et 1 éleveur a été accompagné pour rendre son contrat opérationnel, soit 3 éleveurs au total. 1 éleveuse d'ovins commencera à produire des agneaux bio en sept-oct 2024 et a été informée des procédures à suivre pour monter un partenariat de commercialisation avec la boucherie labellisée. Selon vous, le projet a-t-il permis d'identifier une structure chargée de la mise en marché de la viande bovine et ovine bio ? Combien de structures sont identifiées ? Oui, le projet a permis d'identifier 2 structures chargées de la mise en marché de la viande bio à court et moyen terme et de manière transitoire tant que l'OCEF ne souhaite pas assurer cette mission :

	- Nombre de conventions de commercialisation signées : 4 ; - Nombre de structure(s) identifiée(s) pour organiser la mise en marché de la viande bio : 1 minimum ; - Nombre de mécanismes de financement de la mission d'organisation de la mise en marché de la viande bio identifiés : 1 minimum.	- Bio Calédonia : comme instrument de gouvernance, qui est un regroupement de tous les éleveurs bovins et ovins bio, leur permettant d'avoir la main sur leur filière et les décisions, via la Commission viande bio ; - L'IVNC : mise en œuvre des missions de la Commission viande bio. Selon vous, les ressources nécessaires pour organiser la mise en marché de la viande bio sont-elles connues pour 2024-2026 ? Les ressources nécessaires pour organiser la mise en marché de la viande bio sont connues pour 2024 mais il persiste un manque de visibilité pour les années suivantes, lié à la jeunesse et au potentiel de développement rapide de la filière. Selon vous, les mécanismes de financement de la mission d'organisation de la mise en marché de la viande bio sont-ils identifiés ? Combien de mécanismes sont identifiés ? Le mécanisme de financement de la mission d'organisation de la mise en marché de la viande bio est identifié : une demande sera effectuée par l'IVNC à l'Agence rurale.
Impacts indirects potentiels de l'opération		
Nombre d'emplois durables créés	Nombre d'emplois créés en Équivalent Temps Plein (ETP)	Selon vous, le projet a-t-il permis de créer des emplois durables ? ETP créés : non
Augmentation de la diversité des produits proposés	Recensement des nouveaux produits (début de mission v.s. fin)	Selon vous, le projet a-t-il permis de proposer de nouveaux produits ? Lesquels ? Liste des nouveaux produits : non

Augmentation des volumes des produits proposés	Volumes vendus (début de mission v.s. fin)	Selon vous, le projet a-t-il permis d'augmenter les volumes de produits proposés à la vente ? Lesquels ? Oui pour les veaux Non pour les gros bovins Volumes en début de projet : 71 veaux / an Volumes en fin de projet : 220 veaux / an
Meilleure accessibilité économique des produits	Différentiel de prix de vente entre les produits commercialisés dans le cadre du projet avec leur équivalent dans d'autres points de vente sur le territoire.	Selon vous, le projet a-t-il permis de rendre les produits plus accessibles au niveau économique ? A priori oui car les éleveurs ont baissé le bonus bio dans un contexte où la boucherie ne faisait aucune marge et où le coût au consommateur était perçu comme trop élevé, mais à vérifier car on ne connaît pas la marge appliquée par la boucherie. Le bilan sera fait lors d'une réunion des éleveurs et du boucher en juin 2024.
Création de valeur ajoutée et répartition plus équitable	Augmentation des marges des producteurs (début de mission v.s. fin)	Selon vous, le projet a-t-il permis d'augmenter la valeur ajoutée des produits bio commercialisés et d'avoir une répartition plus équitable de la chaîne de valeur ? A priori oui pour la répartition équitable de la valeur ajoutée, pas pour la marge des éleveurs, car les éleveurs ont baissé le bonus bio dans un contexte où la boucherie ne faisait aucune marge et où le coût au consommateur était perçu comme trop élevé. Cette information reste quand même à vérifier car on ne connaît pas la marge appliquée par la boucherie. Le bilan sera fait lors d'une réunion des éleveurs et du boucher en juin 2024.

Atteinte des objectifs du projet :

Les objectifs du projet ont été partiellement atteints pour le volet de réponse aux besoins à court terme. Pour le veau, le taux de production labellisée valorisée en bio a atteint 100% en 2024, avec une multiplication par trois des volumes de veau bio sur les étals entre 2023 et 2024. En revanche, pour le gros bovin, malgré la production de 82 bêtes bio en 2024, aucune n'a été valorisée en bio à ce stade, principalement en raison de l'absence d'atelier de découpe labellisé et du délai trop court du projet pour remédier à cette situation. Concernant les débouchés, l'ensemble des 6 éleveurs bovins ont bénéficié d'un débouché fonctionnel pour la totalité de leur production de veau bio en 2024, contre 3 éleveurs en 2023. Deux éleveurs de bovins ont signé un contrat avec l'OCEF et la boucherie dans le cadre du projet, un éleveur a été accompagné pour finaliser sa contractualisation et rendre le partenariat avec la boucherie opérationnelle, tandis qu'une éleveuse d'ovins a été informée des procédures pour établir un partenariat de commercialisation avec une boucherie labellisée à partir du mois de septembre avec les premiers agneaux bio disponibles à la vente.

Les objectifs du projet ont été dépassés pour le volet de structuration de la commercialisation. Le projet a permis d'identifier deux structures chargées de la mise en marché de la viande bio à court et moyen terme et de manière transitoire tant que l'OCEF ne souhaite pas assurer cette mission :

- Bio Calédonia qui permet de regrouper tous les éleveurs bovins et ovins bio afin qu'ils aient la main sur leur filière et les décisions, via la Commission viande bio (gouvernance) ;

- L'IVNC pour mettre en œuvre les missions de la Commission viande bio (mise en œuvre).

Le mécanisme de financement pour cette mission a été identifié, avec une demande prévue par l'IVNC à l'Agence rurale.

Toutefois, malgré la connaissance des ressources nécessaires pour l'organisation de la mise en marché en 2024, il subsiste un manque de visibilité pour les années suivantes, en raison du potentiel de développement rapide de la filière.

Améliorations / niveau d'accompagnement :

Le projet aurait pu bénéficier d'un meilleur encadrement dès son lancement en impliquant davantage les éleveurs. Cependant, les acteurs ont principalement relevé les aspects positifs suivants : une évolution progressive avec une participation active des parties prenantes à toutes les étapes du travail, une connaissance mutuelle entre les éleveurs bio et un partage clair des objectifs et de la vision via la création de la Commission, ainsi qu'une communication efficace dans le cadre du projet.

Besoins pour la suite :

Financé par l'Union européenne

Les principaux besoins d'accompagnement sont la poursuite de la mise en œuvre des missions de la Commission organisées en 2 axes :

1. Commercialisation de la viande bio ;
2. Développement de la filière avec le volet communication/promotion.

Perspectives de poursuite à plus long terme des actions soutenues :

Ces missions seront reprises par l'IVCN sur un financement Agence rurale, sous réserve de validation officielle par ces deux structures dans les prochaines semaines/mois.

Bio Calédonia doit poursuivre le travail de labellisation en lien avec les objectifs de la Commission viande bio, tant auprès de l'amont que de l'aval. A très court terme il est envisagé :

- Labellisation d'un éleveur produisant du veau au 1er semestre pour compléter l'approvisionnement des éleveurs actuels de la boucherie labellisée (appui des partenaires pour identifier un éleveur) ;

- Labellisation d'un atelier de découpe pour pouvoir valoriser les gros bovins des éleveurs labellisés actuellement.

Financé par l'Union européenne

2.2. Bilan de fin d'accompagnement en interne

2.2.1. Les actions et leurs supports

Actions menées		Supports produits annoncés au mémoire technique	Autres outils et supports produits non prévus au mémoire technique (Disponibles sur demande)
1. Réaliser un bref état des lieux			
Etape 1.1 Identification des acteurs et des dispositifs de commercialisation en PF et NC	✅	Fiches de synthèse	Liste des acteurs du système alimentaire en PF et NC
Etape 1.2 : Étude économique comparative sur les prix de vente en bio et en conventionnel en PF	✅	Rapport de l'étude et fiche de synthèse	
Etape 1.3 : Récapitulatif des politiques publiques et réglementations en PF et NC	✅	Fiches de synthèse	
Etape 1.4 : Diffusion des fiches de synthèse par territoire	✅	Compilation des fiches de synthèse	
Etape 1.5 : Identification des ddc à accompagner	✅	Liste et descriptif des projets présélectionnés Compte-rendu de réunion	
Etape 1.6 : Concertation avec les acteurs des ddc pour prédéfinir le projet	✅	Liste des ddc alternatifs inspirants Ébauches de projet	
Rédaction et envoi du rapport phase 1	✅	Rapport de fin de phase 1	

Réunion avec le CS de fin de phase 1	✅		Calendrier des activités mis à jour*
2. Réalisation et suivi des actions prévues			
Etape 2.1 Accompagnement des initiatives sélectionnées	✅		
2.1.1 Préparer et animer une visioconférence interrégionale par projet	✅	Comptes-rendus des échanges	Cadre pour préparer les visioconférences Présentation de la Coop1
2.1.2 Co-définir un projet personnalisé	✅		Fiches projet personnalisé
2.1.3 Assurer le suivi de la mise en place / veille et apport de solutions concrètes	✅	Fiches de suivi de chaque projet*	Présentations et comptes rendus de réunions multiples au sein des 3 DDC **LE MARCHÉ BIO** Présentation du LMB : Historique, situation et projections futures Note de demande d'arrêt de l'accompagnement et synthèse de l'AGE **GAB RAROMATA'I** Modèles des fiches de poste Version 1 des statuts Notes pour la préparation d'une visioconférence GAB Raromata'i avec LCA : La Coopération Agricole Feuille de route pour la mise en place d'une coopérative agricole bio Protocole accès Page Facebook de la coopérative Calendrier éditorial des posts Modèles de rédaction des posts **COOP1** Programme, supports d'animation, brief président, synthèse de l'atelier des coopérateurs Feuille de route interne Règlement intérieur révisé

			Fichier d'analyse des bilans comptables Réponse à l'appel à manifestation d'intérêt de la province Sud sur l'économie sociale et solidaire Rétroplanning du projet Modèle procès-verbal pour CA Modèle procès-verbal pour AG Modèle émargement pour AG **FILIÈRE VIANDE BIO** Etat des lieux de l'aval Etat des lieux de la production Fichier de suivi des contrats OCEF Calendrier d'abattage S1 2024 Modèle de calendrier d'abattage S2 2024 Modèle de facture (exo TGC) Liste des contacts de la filière viande bio Règlement de la Commission viande bio
2.1.4 Réaliser une feuille de route pour les décideurs publics	✅	Feuille de route	**GAB RAROMATA'I :** Le projet de plaidoyer pour soutenir les coopératives bio en Polynésie française **COOP1 :** Note au Congrès de positionnement sur la thématique de l'économie sociale et solidaire **FILIÈRE VIANDE BIO :** Courrier de demande de financement à l'Agence rurale et annexe technique identifiant les moyens nécessaires en 2024
2.1.5 Organiser des échanges interrégionaux et visite sur site en PF	✅	Planning des échanges Compte rendu des échanges	Courrier d'invitation Plaquette du programme Communiqué de presse Présentations des intervenants Guide d'animation

			Mémo des points d'intérêt à aborder pour la Coop1
Etape 2.2 : Communication régulière sur la mise en place des améliorations des ddc	✅	Référencement des supports de communication mis en place et des canaux de diffusion utilisés.	
Etape 2.3 : Visites sur site en NC	✅		Planning de la demi-journée en NC Communiqué de Presse Retombées de presse
Etape 2.4 Vidéos de présentation des solutions de commercialisation inspirantes mises en place pour chaque ddc	✅	4 vidéos de présentation des initiatives de commercialisation	Guides d'interview
Rédaction et envoi du rapport phase 2	✅	Rapport de fin de phase 2	
Réunion avec le CS de fin de phase 2	❌		
3. Capitalisation et bilan du projet			
Etape 3.1 : Bilan de fin d'accompagnement avec chaque ddc	✅	Indicateurs d'impact du projet selon les acteurs des ddc	Une fiche bilan par DDC
Etape 3.2 : Bilan de fin d'accompagnement en interne	✅	Indicateurs d'impact du projet selon l'équipe projet Bilan dans le rapport 3	
Etape 3.3 Partages sur l'accompagnement et la mise en place des actions avec les acteurs accompagnés (visio interrégionale)	❌	Compte rendu de l'échange	
Rédaction et envoi du rapport phase 3	✅	Rapport de fin de phase 3	
Réunion avec le CS de fin de phases 2 et 3	✅		Calendrier des activités mis à jour

Toutes les étapes du projet global, entre septembre 2023 et mai 2024, ont été menées avec succès. La réunion de clôture de la phase 2 avec le CS, prévue environ 15 jours avant celle de la phase 3, a été combinée pour le mois de mai 2024. À l'étape 3.3, une visioconférence interrégionale entre les acteurs suivis (hors Comité de Suivi) était initialement prévue pour faire le bilan du projet avec les DDC. Cependant, cette visioconférence s'est avérée trop proche de la semaine d'échanges interrégionaux, où nos acteurs des DDC ont déjà eu l'opportunité d'échanger directement sur la suite de leur projet et leurs besoins, comme convenu lors de la dernière visioconférence. Par conséquent, la visioconférence n'a pas été mise en place. Les jours restants ont été consacrés à la finalisation de l'accompagnement en phase 2.

Les actions de communication dont a bénéficié l'opération ont été nombreuses comme le résume le tableau ci-dessous.

Objet	Supports, canaux de diffusion	Cibles de diffusion	Portée de la communication
Communication régulière sur la mise en place des améliorations des DDC	Publications facebook, youtube, sites web, médias, mailing, supports papier	Adhérents des SPG, Institutions publiques, Porteurs de projets, Distributeurs, Consommateurs	Régionale
Visites sur sites	1 journée de terrain médiatisée	Comité de suivi PROTEGE (sur site) Grand public (via la médiatisation)	Locale (visites) Régionale (médiatisation)
Réalisation de vidéos de présentation des améliorations mises en place par chaque DDC en PF et NC	Youtube, Facebook, site internet des SPG	Comité de suivi PROTEGE, Adhérents des SPG, Institutions publiques, Grand public, Porteurs de projets	Régionale

2.2.2. Les actions et leurs impacts

Le bilan de la mission en interne a été réalisé en avril, en présence de :

- Angélique RENAUD, Bio Fetia
- Alizée BONNET, Bio Calédonia
- Lou CHADEBECH, D.A.I.Consulting
- Chloé FONTFREYDE, Opao

Le bilan a tout d'abord permis d'identifier collectivement les freins et difficultés du projet et d'analyser l'opération grâce aux indicateurs d'impact du projet sur la durabilité du système alimentaire. Cette partie du rapport est une synthèse des leçons apprises lors de ce projet.

- L'ambition initiale du projet, conçue comme une opération d'accompagnement ponctuelle de courte durée (+/-3 mois) visant à améliorer la commercialisation des produits bio du DDC, s'est avérée insuffisante par rapport au besoin général de structuration des acteurs accompagnés.
En effet, il est apparu que les besoins en accompagnement des acteurs sont essentiels et plus importants que ce qui avait été initialement estimé lors de la rédaction du projet. Le temps d'accompagnement a permis de mettre en place des opérations brèves et concrètes comme imaginé, mais un réel besoin d'accompagnement à long terme des acteurs sur leur organisation interne, leur montée en compétence, ainsi que la mise à jour de tous les aspects fiscaux, économiques et juridiques de leurs structures, persiste.

Amélioration future : Par conséquent, pour un prochain projet, maintenant que les besoins sont connus des SPG, une prolongation de la durée de la phase d'accompagnement et une augmentation du nombre de jours dédiés par dispositif sera bénéfique. Les acteurs de la commercialisation des produits bio doivent être accompagnés à long terme.

Un second point qui renforce l'idée que le projet était de trop courte durée est que la phase d'estimation des besoins en accompagnement des acteurs a également pris plus de temps que prévu en Nouvelle-Calédonie. Cette situation s'explique par le fait qu'il est nécessaire de composer avec des délais non négociables pour réunir plusieurs acteurs d'une même structure (en raison des disponibilités de chacun, en pleine saison de production maraîchère) et que des délais supplémentaires sont requis pour la préparation, la discussion et la validation des idées, surtout lorsqu'il s'agit de s'accorder entre plusieurs acteurs.

Un troisième point qui renforce l'idée que le projet était de trop courte durée est que l'étude sur les prix aurait pu être réalisée sur un temps plus long pour avoir des comparatifs d'année en année et les variations de prix au cours d'une même année.

Financé par l'Union européenne

- Le projet a représenté **un nouveau domaine de travail pour les SPG**, mettant davantage l'accent sur le maillon de la "commercialisation agricole bio", et a mis en évidence la nécessité de renforcer les connaissances et les liens entre les SPG et les structures de commercialisation.
Amélioration future : Les SPG, en lien direct avec les acteurs du territoire pourront maintenant mettre en relation les initiatives de commercialisation avec les porteurs de projet et les institutions du secteur primaire (journée thématiques, formations, journées portes ouvertes…) afin d'assurer la transmission des connaissances acquises.

Concernant le renforcement de la durabilité du système alimentaire **sur les territoires**, le bilan a permis de dresser les **principaux impacts du projet** (NUL - FAIBLE - MOYEN - FORT) selon les indicateurs suivants :

- *Renforcement des compétences*

Est-ce que les compétences manquantes des SPG et des acteurs DDC ont été renforcées ?
Oui : FORT

Précisions : L'étude économique comparative des prix de vente bio vs conventionnel à permis de bénéficier d'une meilleure connaissance du tissu économique sur l'agriculture bio en PF (FORT), a l'inverse les premières étapes d'état des lieux qui ont été réalisées sur la base de la bibliographie existante n'ont apporté que peu de nouveauté aux SPG (FAIBLE).
La phase 2 a réellement permis aux acteurs des DDC et des SPG de renforcer leurs compétences notamment grâce au fait que le travail soit mené en concertation avec les acteurs et parce que c'est un travail qu'ils n'auraient pas pu faire en interne (appréhension de l'animation, de la gestion des réunions, analyse des situations et propositions pour la structuration notamment, etc.) (FORT).
Le projet a représenté un nouveau domaine de travail pour les SPG, mettant davantage l'accent sur le maillon de la "commercialisation agricole bio". Ces derniers ont acquis des connaissances sur la dimension commerciale du système alimentaire et ont pu appréhender les problématiques concrètes des différents acteurs de la commercialisation (FORT).

"On a regroupé autour de la table des acteurs qu'on n'aurait pas pensé à mettre ensemble avant" - Angélique RENAUD, Bio Fetia

- *Diversification des activités, "essaimage interne"*

Est-ce que le projet à permis de lancer des initiatives à impact positif sur le système alimentaire, en lien plus ou moins direct avec le projet ?
Oui : MOYEN

Nous n'avons pas le recul temporel suffisant pour mesurer le fait que le projet d'accompagnement et ses résultats aient inspiré le lancement d'initiatives similaires en lien plus ou moins direct avec la commercialisation des produits bio.

Financé par l'Union européenne

Cependant, on peut noter qu'en Polynésie, les agriculteurs de Tahiti (côté presqu'île) ont été fortement inspirés et informés pour penser à se lancer dans une coopérative agricole bio et dynamique comme le GAB Raromata'i sur Tahiti (MOYEN).
Grâce aux échanges interrégionaux, le projet a permis de valoriser l'initiative des kits publicités et information sur lieu de vente (PLV & ILV) qu'avait déjà commencé à développer le SPG Bio Fetia (FAIBLE).
Bien que la création de la commission viande bio n'ait pas encore été reproduite, son modèle représente des éléments facilement transférables à d'autres filières en Nouvelle-Calédonie, telles que la production apicole (réponse à des difficultés d'écoulement de la production) ou avicole (réponse à des difficultés d'approvisionnement en aliments) ainsi qu'en Polynésie française, où la production de viande bio n'est pas encore structurée (MOYEN).

- *Valorisation des métiers de bouche*

Est-ce que le projet a permis de faire bénéficier les métiers des acteurs suivis d'une meilleure image ?
Oui : FORT

Les échanges interrégionaux et les visites de terrain en Nouvelle-Calédonie et en Polynésie française ont eu d'importantes retombées médiatiques, notamment à la télévision, sur les radios et dans la presse écrite locale (FORT).

Le SPG Bio Calédonia a maintenu une présence régulière sur les réseaux sociaux, publiant de nombreux posts et mobilisant divers canaux de communication pour mettre en valeur l'accompagnement et les métiers dans le secteur (FORT). Deux reportages et passages au journal télévisé ont été réalisés en marge du projet afin de mettre en avant la filière viande bio, sur la chaîne Calédonia (jeudi 29 février 2024) puis sur la chaîne NC1ère (mardi 23 avril 2024).

La diffusion des vidéos de Nouvelle-Calédonie et de Polynésie française contribuera à renforcer la connaissance et l'image positive des structures filmées lorsqu'elles seront relayées par les SPG (FORT).

- *Renforcement de la coopération*

Est-ce que cela à participé à une meilleure coopération locale, régionale et interrégionale ?
Oui : FORT

Les résultats du projets montrent que ce dernier a permis le renforcement de la coopération des acteurs locaux **au sein de chaque territoire** :

- En Polynésie française, le renforcement de la coopération entre les producteurs du territoire a été identifié comme un point clé pour la suite. Lors des échanges interrégionaux, les producteurs du GAB Raromata'i et de Tahiti ont discuté du potentiel de former une union de coopératives polynésiennes, ce qui leur permettrait de mobiliser des financements collectifs, de réaliser des

Financé par l'Union européenne

achats groupés et de renforcer leur influence auprès des instances territoriales (FORT). Les échanges entre les membres du GAB ont aussi été renforcés grâce au tournage des vidéos et à la visite de sites (FORT).

- En Nouvelle-Calédonie, la création de la commission viande bio est un résultat qui illustre parfaitement le renforcement de la coopération entre les éleveurs et commerçants de viande bio du territoire. En plus de s'être tous rencontrés grâce au projet, ils ont été en mesure de mettre en place cette nouvelle gouvernance via la Commission viande bio (FORT).
La visite sur site a permis de renforcer la coopération entre la Coop 1 et la Chambre d'agriculture et de la pêche de Nouvelle-Calédonie, cette dernière ayant proposé un soutien sur certains points, ce qui témoigne d'un partenariat en développement. Les échanges entre les membres de la Coop 1 ont aussi été renforcés grâce à l'ensemble du travail mené en concertation (FORT).

Financé par l'Union européenne

Concernant le renforcement de la durabilité du système alimentaire **au niveau régional**, le bilan a permis de mettre en évidence une **amélioration de la coopération entre les territoires.**

- **Le projet a contribué à renforcer le réseau d'acteurs bio** et les ont aidés à **envisager une collaboration future**.

Ainsi, les échanges se sont poursuivis en dehors du projet, notamment entre les acteurs des DDC des deux territoires, par exemple sur les ateliers d'agrotransformation en Polynésie française. Les acteurs savent désormais qu'ils peuvent se contacter pour tout retour d'expérience ou conseil de leurs homologues (FAIBLE). Cette dynamique s'observe davantage avec les acteurs internationaux rencontrés lors de visioconférences privilégiées et lors des visioconférences organisées lors des journées d'échanges, notamment Felcoop et La Coopération Agricole (FORT). En revanche, les coopératives d'éleveurs Unébio et agricoles Biosavane, bien qu'apparemment disposées à échanger, n'ont pas répondu aux sollicitations des acteurs avec qui des visioconférences de 2h30 avaient pourtant été réalisées (FAIBLE - NUL).

À plus long terme, le renforcement de la coopération entre les producteurs de Nouvelle-Calédonie et de Polynésie française a été évoqué comme un point clé pour la suite, afin de gagner en puissance et en reconnaissance. Lors d'un échange, les acteurs ont évoqué le potentiel qu'il y aurait de former une union interrégionale de coopératives pour pouvoir lever des financements groupés, réaliser des commandes groupées d'intrants (notamment des semences), réaliser des échanges de graines et plantes d'intérêt, ou encore avoir plus de poids pour porter leur voix auprès des instances des territoires (FAIBLE).

- **Au niveau des SPG Bio Calédonia et SPG Bio Fetia**, les journées d'échanges interrégionales ont renforcé les échanges sur le sujet des kits de publicités et informations sur lieu de vente (PLV et ILV) développés et testés en points de vente par le SPG Bio Fetia. Des visites des points de vente ont permis de les présenter aux producteurs calédoniens invités. Ces derniers ont été enthousiasmés par le concept qui en ont informé le SPG Bio Calédonia, mettant en lumière le besoin de développer un kit semblable en Nouvelle-Calédonie pour améliorer la visibilité des produits bio locaux. Des échanges entre la Nouvelle-Calédonie et la Polynésie française pourront être encadrés par les SPG afin de permettre aux liens tissés pendant le projet de perdurer et de renforcer la coopération régionale à long terme.

Financé par l'Union européenne

Le bilan a également permis de réfléchir à la valorisation du projet dans le contexte plus large de la transition alimentaire et aux **perspectives de poursuite à plus long terme des actions** d'accompagnement et de communication. Les idées sont résumées ci-dessous :

- À l'échelle des coopératives bio de Polynésie française, la "feuille de route pour la création d'une coopérative bio" (Annexe 1) sera diffusée à Tahiti et dans les îles, offrant ainsi des orientations pour leur développement futur.
- Le SPG Bio Fetia, enrichi de nouvelles connaissances sur les structures de commercialisation du bio et des outils développés tout au long du projet, continuera à jouer un rôle moteur en participant aux réunions d'échange sur la structuration des coopératives et la création d'une union de coopératives. De plus, il informera ses adhérents sur ces sujets.
- Le projet de plaidoyer pour soutenir les coopératives bio en Polynésie française sera également bientôt présenté aux autorités locales. Le travail réalisé en atelier par les agriculteurs bio sur la valorisation du label Bio Pasifika sera également poursuivi par le SPG Bio Fetia.
- En NC, les missions concernant la Commission Viande Bio, seront reprises par l'IVCN sur un financement Agence rurale, sous réserve de validation officielle par ces deux structures dans les prochaines semaines/mois.
- Bio Calédonia doit poursuivre le travail de labellisation en lien avec les objectifs de la Commission viande bio, tant auprès de l'amont que de l'aval. Deux boucheries ont notamment approché un éleveur suite au reportage télévisé de NC1ère.
- La coopérative Coop 1 pourrait prétendre à un financement du Comité de gestion ADEME/province Sud lorsqu'il sera ouvert à la thématique « transition alimentaire » pour réaliser une étude pratique afin d'assainir la situation juridique et fiscale de la Coop1, ce travail pouvant être utile à d'autres coopératives.

Pour conclure ce bilan, le développement de la commercialisation des produits biologiques implique une croissance simultanée de l'offre et de la demande, ainsi que des efforts visant à rendre ces produits plus accessibles tout en garantissant leur qualité et leur intégrité.
Les enseignements tirés et la diffusion des outils développés grâce au projet peuvent être utilisés, moyennant des adaptations, pour soutenir l'accompagnement du développement d'initiatives similaires. Les DDC consolidés grâce à l'accompagnement et présentés dans les vidéos servent d'exemple et d'inspiration pour d'autres structures d'accompagnement telles que les chambres et directions de l'agriculture, les centres de formation, etc., afin de mettre en place le même type d'initiatives durables.. Les outils de communication du projet tels que les fiches synthèses, la feuille de route et les vidéos peuvent inspirer d'autres acteurs à réaliser des supports similaires.
Il est important de noter que les acteurs impliqués auront besoin d'un accompagnement continu pour la création et la gestion de coopératives ou d'autres structures de commercialisation de produits biologiques sur le long terme.

Financé par l'Union européenne

Annexes

Annexe 1 : feuille de route pour la création d'une coopérative bio - **Ceci n'est pas un livrable du projet prévu au cahier des charges mais un document rédigé en réponse au besoin de guider les acteurs qui souhaitent se lancer dans la création d'une coopérative.*

Projet de soutien des systèmes de commercialisation des produits bio et locaux en Polynésie française et en Nouvelle-Calédonie

Etape 2.1.3 Suivi des ddc

Feuille de route pour la mise en place d'une coopérative agricole bio

La fiche se structure en trois partie, résumées ci-dessous :

A. Des questions à se poser

Les questions sont proposées avec des options détaillées afin de vous aider à avancer dans vos réflexions en autonomie, au maximum.

- Quel est notre objectif principal en tant que coopérative agricole bio ?
- Quel type de coopérative conviendrait le mieux à notre projet ?
- Qui sont nos potentiels membres ?
- Quels seront nos canaux de distribution et de commercialisation ?
- Quels seront nos produits ou services à proposer grâce à nos membres ?
- Quels sont les besoins financiers pour lancer notre coopérative agricole bio ?
- Quelle est la structure organisationnelle appropriée ? Comment voulons nous être gérés et gouvernés ?
- Quelles sont les obligations légales et réglementaires en Polynésie française ?
- Comment allons-nous promouvoir notre coopérative agricole ?
- Comment assurer la pérennité de notre coopérative ?

B.Des étapes suggérées pour t'aider à créer une coopérative

Phase I - Élaborer le projet coopératif
- Étape 1 : Réunir un groupe promoteur autour d'un projet
- Étape 2 : Faire une étude de faisabilité

Phase II - Coordonner les activités de la pré-coopérative
- Étape 3 : Tenir une assemblée d'organisation
- Étape 4 : Faire une étude de viabilité

Phase III - Organiser le démarrage de la coopérative
- Étape 5 : Organiser l'entreprise
  - Étape 5.A : Planifier le fonctionnement de l'entreprise
  - Étape 5.B : Planifier et organiser le financement du démarrage de l'entreprise
  - Étape 5.C : Préparer le personnel employé de l'entreprise
  - Étape 5.D : Assurer la légalité des opérations de l'entreprise
- Étape 6 : Tenir l'assemblée générale de fondation
- Étape 7 : Lancer officiellement la coopérative et communiquer

Pour concrétiser les étapes annoncées, nous vous recommandons vivement d'envisager le recours au bénévolat ou à des services de prestation, ainsi que l'utilisation de divers moyens de communication. À cet effet, il serait opportun de formuler officiellement une demande à la Direction de l'Agriculture de Tahiti (DAG). Toutefois, il est à noter que le poste dédié à l'accompagnement et à l'animation des coopératives, conformément à l'Orientation 5.2 du Schéma Directeur Agricole (SDA) ainsi qu'à l'Action A523 : Relance de l'animation coopérative, est gelé depuis la fin mars 2024. Malgré cela, une subvention de fonctionnement, mentionnée dans le Schéma Directeur Agricole (SDA) à travers l'Orientation 1.3 et l'Action A1316 : Aide à la formation, à l'animation et à la gestion des coopératives agricoles, est disponible. Cette subvention vise à fournir un soutien financier aux coopératives agricoles biologiques.

C. Ressources conseillées

Cette partie présente des liens vers des supports en lien avec la thématique.

Financé par l'Union européenne

A. Des questions à se poser

1. Quel est notre objectif principal en tant que coopérative agricole biologique (bio) ?

Il te faut définir clairement l'objectif et les missions de la coopérative. Que cherchez-vous à réaliser en créant cette coopérative ? Ci-dessous quelques exemples :

- ☐ Fournir des produits bio de qualité : Produire et fournir des aliments biologiques de haute qualité aux consommateurs, en répondant à la demande croissante de produits biologiques sur le marché.
- ☐ Créer des débouchés commerciaux pour vos agriculteurs bio : Faciliter la commercialisation des produits agricoles bio en fournissant aux agriculteurs membres ou adhérents des canaux de distribution, des marchés de vente directs et des opportunités d'exportation interîles polynésiennes.
- ☐ Renforcer le lien entre producteurs et consommateurs : Favoriser une relation directe entre vos agriculteurs et les consommateurs, en créant des circuits courts de distribution qui permettent aux consommateurs de connaître l'origine de leurs aliments et aux agriculteurs de bénéficier d'une rémunération juste.
- ☐ Soutenir vos agriculteurs bio locaux : Soutenir les agriculteurs locaux qui choisissent des pratiques agricoles biologiques en leur offrant des ressources, des conseils techniques, des formations et un soutien qu'il technique ou financier.
- ☐ Défendre les intérêts de vos agriculteurs bio : Représenter les intérêts des agriculteurs bio en plaidant pour des politiques agricoles favorables à l'agriculture bio, la protection des droits des agriculteurs bio et la promotion de leur reconnaissance.
- ☐ Éduquer et sensibiliser : Sensibiliser le public aux avantages de l'agriculture bio dans les systèmes alimentaires en organisant des activités éducatives, des événements communautaires, des visites de fermes et des programmes de sensibilisation.
- ☐ Promouvoir l'agriculture bio : Encourager et promouvoir les pratiques agricoles respectueuses de l'environnement, pour préserver la biodiversité, réduire l'utilisation de produits chimiques et favoriser la durabilité du système alimentaire.

2. Quel type de coopérative conviendrait le mieux à notre projet ?

Il existe différents types de coopératives agricoles biologiques. Il est important de déterminer quel modèle correspond le mieux à vos besoins. Ci-dessous quelques exemples :

Financé par l'Union européenne

- ☐ Coopératives de production agricole biologique : Ces coopératives regroupent des agriculteurs qui produisent des cultures biologiques. Ils peuvent se spécialiser dans la production de céréales, de fruits, de légumes ou d'autres cultures biologiques.
- ☐ Coopératives d'élevage biologique : Ces coopératives sont composées d'éleveurs qui se consacrent à l'élevage d'animaux selon des normes biologiques. Ils peuvent produire de la viande, du lait, des œufs ou d'autres produits d'origine animale biologiques.
- ☐ Coopératives de transformation biologique : Ces coopératives transforment les matières premières agricoles biologiques en produits finis. Cela peut inclure des activités telles que la transformation des fruits et légumes en jus, la transformation des céréales en produits de boulangerie biologiques, ou la transformation du lait en fromage biologique.
- ☐ Coopératives de commercialisation biologique : Ces coopératives sont chargées de commercialiser les produits agricoles biologiques produits par leurs membres. Ils peuvent gérer la distribution, la vente en gros ou au détail, ainsi que la promotion des produits biologiques sur le marché.
- ☐ Coopératives de soutien technique et de conseil : Ces coopératives fournissent des services de conseil et de soutien technique aux agriculteurs biologiques. Cela peut inclure des conseils sur les pratiques agricoles biologiques, la certification biologique, la gestion des exploitations agricoles et d'autres aspects liés à l'agriculture biologique.
- ☐ Coopérative qui regroupe plusieurs activités : Précise lesquelles ! Il est important de noter que ces types de coopératives peuvent souvent se chevaucher et travailler en collaboration pour soutenir la production, la transformation, la commercialisation et le développement de l'agriculture biologique.

3. Qui sont nos potentiels membres ?

Il vous faut identifier le groupe cible de membres et identifier leurs besoins et attentes. Qui sera intéressé de rejoindre la coopérative dans un premier temps ? Quels sont leurs besoins et leurs attentes ? Recueillir leurs besoins et attentes permettra à chacun de s'exprimer et de vous ajuster plus tard pour partager la même vision commune. Il est important d'avoir un groupe diversifié de membres potentiels qui représentent différents aspects de l'agriculture biologique à Tahiti. Le SPG Bio Fetia peut vous accompagner en fournissant la liste des agriculteurs bio adhérents à Bio Fetia.

4. Quels seront nos canaux de distribution et de commercialisation ?

Financé par l'Union européenne

Vous pouvez étudier les options de commercialisation et de distribution des produits biologiques au sein du système alimentaire polynésien, qu'il s'agisse de vente directe aux consommateurs, de distribution en gros, de vente en ligne ou d'autres canaux de vente. En répondant à cette question, votre future coopérative agricole biologique pourra examiner les avantages et les inconvénients de chaque canal de distribution et de commercialisation, en tenant compte de facteurs tels que la rentabilité, l'accessibilité, la demande du marché, la concurrence et les ressources disponibles.

5. Quels seront nos produits ou services à proposer grâce à nos membre ?

Cette question vise à définir une liste de produits et/ou services que votre coopérative fournira à ses membres et/ou au marché, en tenant compte des demandes du marché, des compétences de vos membres et des ressources disponibles.

6. Quels sont les besoins financiers pour lancer notre coopérative agricole bio ?

Il serait bien d'évaluer les besoins financiers pour démarrer et faire fonctionner la coopérative et s'interroger sur la manière dont vous pouvez les financer. Ci-dessous quelques exemples de besoins financiers :

- ☐ Investissements initiaux : achat ou location de terres agricoles, de bâtiments, d'équipements agricoles, coûts liés à l'aménagement des terrains, à l'installation d'infrastructures, etc.
- ☐ Fonds de roulement : liquidités suffisantes pour couvrir les dépenses courantes (salaires des employés, frais de production, coûts de commercialisation, dépenses administratives et autres coûts variables).
- ☐ Certification biologique : coûts liés à la certification biologique, y compris les frais de demande, les inspections et les frais de suivi annuels.
- ☐ Développement commercial : coûts liés au marketing, à la publicité, à la promotion des produits biologiques, à la participation à des foires et marchés, à la mise en place de canaux de distribution et de vente.
- ☐ Formation et développement des compétences : crucial pour garantir des productions et services de haute qualité, conformément aux normes biologiques, ainsi que pour améliorer la gestion et la gouvernance de la coopérative.
- ☐ Réserve de stabilité financière : faire face aux imprévus (fluctuations des prix des produits agricoles, conditions météorologiques défavorables, éventuels problèmes de production ou de marché), assurer la pérennité à long terme de la coopérative.

Financé par l'Union européenne

- ☐ Financement pour la croissance future : les besoins de financement pour la croissance future de la coopérative (expansion des activités, acquisition de nouvelles technologies, augmentation de la capacité de production, diversification des produits, etc.)

Il est recommandé de réaliser une analyse financière approfondie et de développer un business plan adapté pour évaluer les besoins financiers spécifiques à la coopérative agricole biologique dans son contexte et pour déterminer les sources de financement appropriées, qu'elles soient internes (apports des membres) ou externes (subventions, prêts, investisseurs, etc.).

7. Quelle est la structure organisationnelle appropriée ? Comment voulons nous être gérés et gouvernés ?

Il sagit de définir les structures de gouvernance de la coopérative, y compris les organes de décision, les processus de prise de décision, les rôles et responsabilités des membres, du conseil d'administration et des dirigeants. Cela est important pour assurer une prise de décision démocratique, transparente et équitable, ainsi qu'une répartition équitable des responsabilités entre les membres. Des exemples ci-dessous :

- ☐ Assemblée générale des membres : L'assemblée générale est l'organe suprême de décision de la coopérative. Tous les membres ont le droit de participer et de voter lors de l'assemblée générale, où sont prises les décisions importantes telles que l'élection des dirigeants, l'approbation du budget et des politiques importantes, ainsi que d'autres questions stratégiques.
- ☐ Conseil d'administration : Le conseil d'administration est élu par les membres lors de l'assemblée générale et est chargé de superviser les activités de la coopérative. Il prend des décisions stratégiques, élabore des politiques, supervise les finances et les opérations, et nomme souvent les dirigeants exécutifs de la coopérative.
- ☐ Comités spécialisés : Pour faciliter le fonctionnement efficace de la coopérative, des comités spécialisés peuvent être mis en place pour se concentrer sur des domaines spécifiques tels que la production, la commercialisation, les finances, la gouvernance ou d'autres aspects pertinents. Ces comités peuvent être composés de membres élus ou de membres experts externes à la coopérative.
- ☐ Dirigeants exécutifs : Les dirigeants exécutifs, tels que le directeur général ou le président, sont responsables de la gestion quotidienne de la coopérative et de la mise en œuvre des décisions prises par l'assemblée générale et le conseil d'administration.
- ☐ Équipes de travail : Dans certaines coopératives, des équipes de travail peuvent être mises en place pour gérer des projets spécifiques ou des aspects opérationnels de l'entreprise. Ces équipes peuvent être composées de membres, de dirigeants ou de membres du personnel rémunéré, selon les besoins.

Financé par l'Union européenne

La répartition des responsabilités entre les membres peut varier en fonction de la structure de gouvernance spécifique de chaque coopérative, mais l'objectif principal est de garantir une participation active des membres à la prise de décision et une gestion transparente et démocratique de la coopérative.

8. Quelles sont les obligations légales et réglementaires en Polynésie française ?

Il est essentiel d'examiner attentivement et de comprendre les lois et réglementations locales qui régissent la création et le fonctionnement des coopératives en Polynésie française. La principale loi de référence dans ce contexte est la Loi du Pays n° 2013-16 du 10 mai 2013 relative aux sociétés coopératives agricoles en Polynésie française. Vous pouvez consulter le texte intégral de cette loi sur le lien suivant : https://lexpol.cloud.pf/LexpolAfficheTexte.php?texte=397276

Les bénévoles ou prestataires qui vous soutiendront doivent avoir les compétences nécessaires pour vous aider à élaborer les statuts de votre coopérative et/ou à établir des contacts avec des experts en conseil et accompagnement à la création d'entreprises coopératives. Dans le cadre du projet "Soutenir les dispositifs de commercialisation des produits bio et locaux en Polynésie française et en Nouvelle-Calédonie" mené par le SPG Bio Fetia, DAI Consulting a déjà eu l'occasion de contacter le réseau La Coopération Agricole, parmi de nombreux autres réseaux disponibles en France.

- **La Coopération Agricole**

43 rue Sedaine
CS 91115
75538 Paris Cedex
11 01 44 17 57 00
info@lacoopagri.coop
https://www.lacooperationagricole.coop/

9. Comment allons-nous promouvoir la coopérative agricole ?

Vous pourrez penser à élaborer une stratégie de marketing et de communication pour attirer de nouveaux membres et clients. Celle-ci sera adapté aux activités et membres de votre coopérative mais les exemples ci-dessous peuvent vous inspirer :

- ☐ Créer une identité de marque forte : Développer une identité de marque attrayante et cohérente qui reflète les valeurs, la mission et la qualité des produits de la coopérative bio. Cela peut inclure la conception d'un logo distinctif, d'un slogan percutant et d'une image de marque visuelle cohérente.

Financé par l'Union européenne

- ☐ Communiquer sur les avantages de l'agriculture bio : Mettre en avant les avantages de l'agriculture biologique en termes de qualité des produits, de respect de l'environnement, de bien-être animal et de santé humaine. Utiliser des supports de communication tels que des brochures, des vidéos, des articles de blog et des publications sur les réseaux sociaux pour sensibiliser les consommateurs à ces avantages.
- ☐ Éduquer et sensibiliser : Organiser des événements éducatifs et des activités de sensibilisation pour informer le public sur les principes de l'agriculture bio, les pratiques durables, ainsi que les activités et les valeurs de la coopérative. Cela peut inclure des visites de ferme, des ateliers de cuisine, des démonstrations de techniques agricoles et des conférences sur l'alimentation saine.
- ☐ Créer du contenu de qualité : Produire du contenu informatif et engageant sur les produits, les pratiques agricoles, les initiatives collectives et les histoires de réussite de la coopérative. Cela peut prendre la forme d'articles de blog, de vidéos, de témoignages de clients, de recettes, etc., diffusés sur le site web de la coopérative, ses réseaux sociaux et d'autres canaux de communication.
- ☐ Participer aux marchés et événements locaux : Établir une présence physique en participant à des marchés, des foires agricoles, des festivals alimentaires (type Village de l'alimentation et de l'Innovation) et d'autres événements locaux où les produits de la coopérative peuvent être présentés et vendus. Cela permet également d'établir des liens personnels avec les consommateurs et les membres potentiels.
- ☐ Créer des programmes de fidélisation et d'engagement : Mettre en place des programmes de fidélisation pour récompenser les clients réguliers et encourager leur engagement avec la coopérative. Cela peut inclure des offres spéciales, des réductions pour les membres, des événements exclusifs et des programmes de parrainage.
- ☐ Utiliser les médias sociaux et le marketing numérique : Exploiter les médias sociaux tels que Facebook, Instagram, Twitter, etc., pour partager du contenu, interagir avec les clients, répondre à leurs questions et promouvoir les produits de la coopérative. Le marketing numérique, y compris la publicité en ligne ciblée et le référencement, peut également être utilisé pour atteindre de nouveaux publics.
- ☐ etc.

10. Comment assurer la pérennité de notre coopérative ?

Il s'agit de planifier la durabilité à long terme de la coopérative, en envisageant des stratégies de croissance et de développement. Ci-dessous des exemples:

- ☐ Diversifier vos produits : Élargir la gamme de produits agricoles bio offerts par la coopérative en introduisant de nouveaux produits ou en développant de nouvelles lignes de produits. Cela peut permettre de répondre à une plus grande variété de besoins des consommateurs et d'exploiter de nouvelles opportunités de marché.

Financé par l'Union européenne

- ☐ Étendre la portée géographique de la coopérative : il s'agit de développer de nouveaux marchés locaux, régionaux voire interrégionaux. Cela peut impliquer l'ouverture de nouveaux points de vente, l'établissement de partenariats avec des détaillants ou des distributeurs, ou l'exploration de marchés d'exportation.
- ☐ Établir des partenariats : cela peut-être avec d'autres coopératives agricoles (**union de coopératives)**, des entreprises locales, des organisations de la société civile, des institutions de recherche ou des organismes gouvernementaux. Ces collaborations peuvent permettre de partager des ressources, d'accéder à de nouveaux marchés, de bénéficier de connaissances spécialisées et d'obtenir un soutien financier ou technique.
- ☐ Penser à l'intégration verticale : Contrôler davantage la chaîne de valeur en intégrant des activités supplémentaires telles que la transformation, la distribution ou la vente au détail. Cela peut permettre à la coopérative de capturer une plus grande part de la valeur ajoutée et d'améliorer sa rentabilité.
- ☐ Et pourquoi pas investir dans la technologie et l'innovation ? : Adopter des technologies agricoles ou agroalimentaires innovantes et durables. L'innovation peut améliorer l'efficacité opérationnelle, réduire les coûts de production et renforcer la compétitivité de la coopérative.
- ☐ Développer les compétences et former les membres, le personnel et les parties prenantes de la coopérative. Une main-d'œuvre bien formée et qualifiée est essentielle pour assurer des opérations efficaces, maintenir des normes élevées de qualité et favoriser l'innovation. Des fédérations de coopératives comme La Coopération Agricole proposent des programmes de formation complets qu'il serait dommage de ne pas mobiliser
- ☐ Promouvoir la durabilité et de la responsabilité sociale : Mettre en avant les pratiques agricoles durables, la protection de l'environnement, le bien-être animal, ainsi que les principes de commerce équitable et de responsabilité sociale. La promotion de valeurs éthiques et environnementales peut renforcer la confiance des consommateurs et créer une différenciation sur le marché.
- ☐ etc.

B. Des étapes suggérées pour t'aider à créer une coopérative[1]

A adapter

Phase I - Élaborer le projet coopératif

Étape 1 : Réunir un groupe promoteur autour d'un projet

[1] Les étapes sont issues du guide d'infirmation disponible en ligne https://guides.co/g/demarrer-une-cooperative-un-guide-d-information/88398

Financé par l'Union européenne

- Identifier les besoins à satisfaire :
    - disponibilité ou stabilité de la main d'oeuvre,
    - disponibilité de certains produits et services,
    - qualité de certains produits et services,
    - produits et services à prix plus abordable,
    - développement de marchés.
- Identifier les besoins en assistance professionnelle pour monter le projet :
    - conseiller juridique,
    - conseiller en développement coopératif,
    - conseiller en étude de faisabilité, plan d'affaires, montage financier,
    - conseiller en comptabilité
    - autres

Étape 2 : Faire une étude de faisabilité

- Faire une première *étude sommaire de marché*
- Repérer les *aides techniques et financières disponibles*
- Évaluer la *réceptivité du projet coopératif dans le milieu local*
- Évaluer la pertinence de la *formule coopérative* pour satisfaire les besoins non satisfaits à l'origine du projet (cadre juridique, type de coopérative le mieux adapté).
- Définir les *caractéristiques de l'avantage coopératif* souhaité dont bénéficieront les membres, soit la qualité, les prix et les caractéristiques:
    - des produits et services offerts (coopérative de consommateurs).
    - ou des produits et services mis en vente (coopérative de producteurs).
    - ou des emplois et conditions de travail (coopératives de travailleurs)
- Évaluer la capacité du projet d'attirer le minimum de membres nécessaires

Si cette étude préliminaire n'est pas concluante, le groupe promoteur arrête ses activités.
Si cette étude permet de conclure que le projet coopératif tel queesquissé est faisable, le groupe promoteur s'engage dans la deuxième phase.

Phase II - Coordonner les activités de la pré-coopérative

Étape 3 : Tenir une assemblée d'organisation

- Choisir la dénomination sociale de la future coopérative et la localisation de son siège social
- Définir la mission de la coopérative (buts, finalités)
- Élire un conseil d'administration et un secrétaire provisoires

Financé par l'Union européenne

- Élaborer des statuts adaptés à Tahiti : Rédigez les statuts de la coopérative en tenant compte des spécificités de Tahiti et de la législation locale en matière de coopératives. Assurez-vous que les statuts sont conformes aux lois et réglementations applicables à Tahiti et qu'ils répondent aux besoins des membres potentiels.
- Demander officiellement, au niveau fédéral ou provincial selon le cas, l'obtention du statut juridique coopératif pour la future entreprise

Étape 4 : Faire une étude de viabilité

- Obtenir le financement des travaux de réalisation de l'étude de viabilité :
    - autofinancement par les membres
    - ou subvention spéciale
    - ou/et négociation d'une entente d'aide technique au démarrage d'entreprise auprès d'une organisation spécialisée
- Définir les objectifs stratégiques
- Évaluer les différents scénarios stratégiques, les coûts de production, les ressources humaines, matérielles et financières nécessaires
- Évaluer les différents scénarios de financement du démarrage (Cela pourrait inclure des cotisations des membres, des subventions gouvernementales, des prêts agricoles, etc.)
- Faire une première projection des états financiers prévisionnels et d'un budget de caisse prévisionnel, (revenus et dépenses, investissements des membres en capital social, de partenaires, prêts d'une caisse populaire ou d'une autre institution financière, subventions).

Si cette étude conclut que le projet coopératif ne pourrait pas être financièrement viable, le groupe promoteur met fin au projet. Si l'étude permet de conclure que la nouvelle coopérative sera financièrement viable, le groupe promoteur s'engage dans la troisième phase.

Phase III - Organiser le démarrage de la coopérative

- Mettre sur pied des comités pour répartir la charge de travail entre les membres du conseil d'administration provisoire. Par exemple :
    - comité de planification
    - comité de formation
    - comité de rédaction des règlements de régie interne

Étape 5 : Organiser l'entreprise

Financé par l'Union européenne

- Définir les différentes catégories de membres si nécessaire (consommateurs, fournisseurs, travailleurs)
- Déterminer les rôles et les responsabilités des différentes instances démocratiques (Assemblée générale, conseil d'administration, comités)
- Établir les règlements administratifs
- Recruter les membres : Expliquez les avantages de la coopérative, tels que le partage des coûts, l'accès aux marchés, le renforcement du pouvoir de négociation, etc.
- Organiser et offrir un programme de formation des membres à l'administration et à la gestion d'une coopérative, à la tenue d'assemblées délibérantes, au fonctionnement d'un comité ou d'un conseil, etc.

Étape 5.A : Planifier le fonctionnement de l'entreprise

- Établir l'organigramme de l'entreprise
- Faire la planification opérationnelle de la première année d'activité
- Négocier des contrats d'approvisionnement en produits et services nécessaires (intrants) et, éventuellement de contrats de vente ou de mise en marché (selon le type de coopérative et la nature de l'entreprise)
- Concevoir et mettre en place un système comptable
- Définir les tâches et les responsabilités de chaque poste de travail
- Définir une politique salariale
- Sélectionner et recruter la personne assumant le poste de la direction générale

Étape 5.B : Planifier et organiser le financement du démarrage de l'entreprise

- Déterminer le montant de la part sociale d'éligibilité
- Évaluer la valeur du capital social au démarrage et durant les 3 premières années d'opération (en fonction de l'évolution prévue du nombre de membres)
- Préparer les règlements de parts privilégiées (si nécessaire)
- Préparer les règlements d'emprunts (si nécessaire)
- Concevoir le plan de financement global pour les trois premières années d'opérations
- Rédiger le plan d'affaires
- Négocier l'apport en capital de partenaires financiers externes (si nécessaire); Société de capital de risque, Fonds privés, programmes d'investissement.
- Demander une subvention publique au démarrage (si elles sont disponibles et si nécessaire)
- Négocier les emprunts à moyen terme et une marge de crédit auprès d'une institution financière.

Étape 5.C : Préparer le personnel employé de l'entreprise

- Sélectionner et recruter les employés (responsabilité de la direction générale sauf dans le cas d'une coopérative de travailleurs où les décisions de recrutement sont normalement prise collectivement)

Financé par l'Union européenne

- Organiser et offrir un programme de formation professionnelle des employés
- Organiser et offrir un programme de formation à la coopération

Étape 5.D : Assurer la légalité des opérations de l'entreprise

- Remplir les formalités légales et obtenir les autorisations légales nécessaires au démarrage des activités de l'entreprise

Étape 6 : Tenir l'assemblée générale de fondation

- Adopter les règlements administratifs
- Adopter le plan d'affaires
- Approuver l'adhésion de la coopérative à une fédération sectorielle ou à une organisation coopérative intersectorielle
- Nommer un vérificateur externe
- Élire les membres du conseil d'administration et, éventuellement des autres comités (si ce pouvoir appartient à l'assemblée générale)

Étape 7 : Lancer officiellement la coopérative et communiquer

- Organiser un événement de lancement pour sensibiliser les agriculteurs locaux et les autres parties intéressées à Tahiti.
- Communiquer en mettant l'accent sur la satisfaction des membres, l'amélioration des pratiques agricoles adaptées à Tahiti, la croissance de l'entreprise, etc.

Il est vivement recommandé d'établir une collaboration étroite avec les autorités locales, les organisations agricoles déjà établies, ainsi qu'avec d'autres parties prenantes à Tahiti, afin de bénéficier d'un soutien et de conseils supplémentaires tout au long du processus de création de la coopérative agricole.

Par ailleurs, la création d'une union de coopératives agricoles constitue une étape importante à considérer. Cette démarche implique la collaboration de plusieurs coopératives agricoles individuelles dans le but de renforcer leur influence collective, de partager les ressources et de promouvoir des intérêts communs.

C - Ressources conseillées

- Guide pratique de la création de coopératives : https://www.entreprises.coop/system/files/inline-files/Guide%20cre%CC%81ation%20coop%20ok.pdf

Financé par l'Union européenne

- Des modèles de documents et outils sur Juricoop : https://www.juricoop.coop/presentation

- Extrait des formations pour les coopératives proposées par le réseau LCA : https://www.solutionsplus.coop/formations/
    - Les particularités comptables des coopératives agricoles : https://www.solutionsplus.coop/formations/particularites-comptables-cooperatives-agricoles/
    - La maîtrise des assurances en coopérative agricole : La maîtrise des assurances en coopérative agricole
    - COOP ACADEMY : Gouvernance en coopérative : https://www.solutionsplus.coop/formations/coop-academy-gouvernance-en-cooperative/
    - COOP ACADEMY : Négociations commerciales : https://www.solutionsplus.coop/formations/coop-academy-negociations-commerciales/

Financé par l'Union européenne