

Plan

L'économie du champignon en Corrèze : Réalités et perspectives

Avant propos

Introduction

Chapitre I - Des réalités multiformes.

A - Les types de production.

1°) Production naturelle : Les champignons sauvages.

Les lieux de pousse.

Toute la Corrèze est concernée.

Quelques secteurs géographiques très spécialisés.

Les prairies.

Les landes.

Les forêts.

Les espèces comestibles ramassées.

Les 4 cèpes nobles.

Les autres espèces significatives.

Quelques espèces marginales.

Les espèces comestibles non ramassées.

Les espèces non comestibles.

Les volumes.

- Essais.

Les volumes ramassés ou collectés en Corrèze.

Les volumes importés.

- Evaluation de la production réelle.

2°) Production artificielle à rendements incertains : les champignons cultivés de pleine terre.

La trufficulture.

Autres « vergers champicoles » suite à mycorhization contrôlée.

La mycorhization à but d'amélioration forestière.

3°) Production artificielle à rendements certains : les champignons de culture.

Les espèces cultivées en Corrèze.

Des volumes faibles.

B – Les principaux acteurs de la filière.

1°) Les propriétaires terriens.

Les propriétaires « récolteurs ».

De champignons sauvages.

- De truffes.

Les propriétaires « non récolteurs ».

2°) Les ramasseurs.

3°) Les collecteurs.

4°) Les négociants, conserveurs et industriels alimentaires.

Les négociants.
Les conserveurs.
Les industriels de produits alimentaires.

C – Les acteurs et activités annexes et connexes.

1°) Les agriculteurs.

Les champignons de culture en « hors sol ».
Le tourisme agricole.
La culture des plants truffiers.

2°) La station truffière de Charrier-Ferrière.

3°) L'industrie non alimentaire.

4°) L'artisanat alimentaire.

5°) L'artisanat non alimentaire.

6°) L'hôtellerie – restauration.

7°) Le tourisme.

8°) Les marchés.

9°) Les aspects sociaux-culturels.

Fête du champignon.
La plus ancienne est celle de Corrèze.
La fête de la truffe de charrier-Ferrière.
Les activités mycologiques.
La Société Mycologique du Limousin.
Les guides « nature ».

c) Les associations de défense.

L'association de St Germain-Lavolps.

L'association de Chavanac.

d) Les confréries.

e) Lien social.

Chapitre II – Un véritable poids économique.

A – La Corrèze : un département qui compte.

1°) Un département producteur de champignons sauvages.

Une production significative.

Croissance de la concurrence française.

Les chiffres européens.

d) La mondialisation change la donne.

2°) Un département reconnu pour ses champignons

Une tradition ancienne.

Des champignons de qualité.

La multi-production.

d) Son économie.

B – L'importance de l'économie cachée ou méconnue.

1°) La manne exceptionnelle due aux champignons sauvages.

2°) La trufficulture : un poids économique en augmentation.

3°) Le chiffre d'affaire de la production à prendre en considération.

4°) Une économie améliorative pour des milliers de personnes.

C – L'économie industrielle alimentaire.

1°) Deux ténors principaux.

Le groupe Monteil.

Francep International.

c) Les autres acteurs.

2°) Une économie et un chiffre d'affaires de tout premier plan.

Personnel permanent et saisonnier.

b) Un chiffre d'affaires significatif.

3°) Liens de l'industrie avec la production locale.

Un lien distendu.

Vers de nouvelles et réelles perspectives.

Chapitre III - Perspectives et développement.

A – Les attentes et les implications nouvelles des acteurs.

1°) Les propriétaires forestiers.

Leurs inquiétudes.

Leurs attentes.

De nouvelles implications.

2°) Les agriculteurs.

3°) Les trufficulteurs.

4°) Les ramasseurs.

5°) Les collecteurs.

6°) L'industrie.

L'industrie alimentaire.

En ce qui concerne Francep.

Les Ets Monteil pour leur part.

L'industrie non alimentaire..

Silab.
Sothys.
Equisitum.
Exidia.

7°) L'artisanat.

L'artisanat alimentaire (hors restauration).
L'artisanat non alimentaire.

8°) Le tourisme.

Les « logis de France ».
Les offices de tourisme.

9°) Les autres acteurs.

B – Les pistes de développement.

1°) Les pistes à améliorer.

Le tourisme « champignon ».
La fête du champignon.
L'animation nature.

2°) Les pistes à créer.

Amélioration de la récolte.
Augmenter la SMU par des plantations diversifiées.
Informier et former les acteurs.
Inciter à l'expérimentation.
Protéger la propriété privée.
De nouveaux outils pour le tourisme.
Les routes du champignon.
Le champignon : un produit « 2 en 1 ».
Safari photos.
Service en ligne.
Répondre aux attentes des corréziens mycophiles.
Des sorties mycologiques pour les scolaires.
Des associations de chercheurs.

Aider les créateurs à venir.
Créer des produits ou des développements nouveaux.
La diversification alimentaire.
La pharmacopée.
La culture des champignons.
Fabrication d'engrais.
Fabrication de compost.
Collecte de vieux champignons.
Champignons séchés pour la décoration
Créer des synergies entre les acteurs.
Créer de nouveaux modes de collecte.
Conventionnements et contractualisations.
Mise en place d'atelier de conserves.
Recenser et susciter les synergies.
S'ouvrir aux expériences non départementales.
Une collaboration avec la Dordogne ou le Limousin.
Une collaboration avec l'Espagne ou la Suisse.
Mettre en avant « Corrèze, pays des champignons ».
Les maisons du champignon.
Le Champiscope.
Logo « Champignon de la Corrèze ».
Un visuel permanent sur le territoire.
Création d'un prix à l'innovation dans l'artisanat d'art.
Colloque annuel.

C – Les objectifs à atteindre.

- 1°) Reconnaissance, unification et valorisation de la filière.
- 2°) Créer des synergies entre acteurs.
- 3°) Booster l'économie Corrèzienne.
- 4°) Corrèze : la référence en myco-économie.
- 5°) Un département unifié.

D – Moyens et mises en oeuvre

1°) Les moyens adéquats.

Création du CDFCC.
Aides au développement.
La forêt privée.
Exonérations fiscales.
Subventionnements.
La formation.
La réglementation.
Financement des pistes nouvelles.
La communication.

2°) Echancier du développement.

A court terme.
A moyen terme.
A long terme.

Conclusion