

# Les circuits alimentaires de proximité en Pays Chinonais :

## Diagnostic et propositions de soutien

11 septembre 2012, Cravant-les-Côteaux

Thibaud GILBERT





# Déroulement de la séance

- **Préambule** : rappel du contexte, définitions, objectifs, méthodes
- **Résultats du diagnostic** : diagnostic alimentaire, paniers, marchés, restauration scolaire
- **Proposition de pistes de réflexion** : communication, installation de porteurs de projets, foncier, restauration scolaire...



# 1 - Préambule



# Éléments de définition

- Du « circuit court » au « circuit alimentaire de proximité »
  - Nombre réduit d'intermédiaires
  - Proximité géographique
  - Proximité humaine, sociale
- Modalité : mode de commercialisation (les marchés, la vente en paniers...)
- Dispositif : lieu où s'échangent les produits (le marché de Chinon, l'AMAP de la Salle...)



# Méthodologie

- Nécessité de caractériser le territoire d'étude :  
« diagnostic alimentaire »
  - Habitudes de la population locale, notamment sur la consommation (OCMACS, INSEE)
  - Caractéristiques principales de l'agriculture locale (Recensement Agricole 2010)

→ Orienter la suite de l'étude
- Etude à partir des lieux d'échanges de produits (modalités)
  - Priorité accordée aux paniers, marchés et restaurants scolaires
  - Enquêtes auprès de responsables de chaque dispositif

## 2 – Le Chinonais, un territoire propice aux circuits alimentaires de proximité ?

Résultats du diagnostic alimentaire





## 2.1 – Quelles sont les pratiques et les habitudes de la population chinonaise ?

# Une population vieillissante, aux revenus modestes

	1999	2008
Population totale	71633	74949
Variation	+ 4,6% (Centre : + 3,8%   France : + 6,2%)	
Solde migratoire	<u>+ 0,5% / an</u>	
Moins de 45 ans	56,8 %	<u>51,8 %</u> (France : 57,6%)

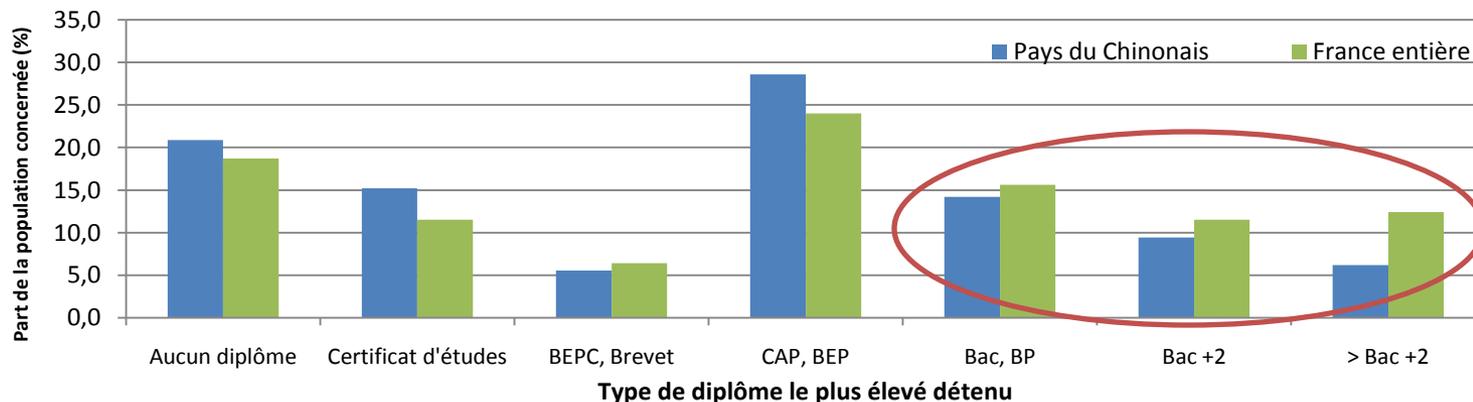
→ Un potentiel de consommation qui augmente

	Chinonais	France
Revenu moyen par foyer fiscal (2008)	<u>20 488 €</u>	23 450 €

→ Quel pouvoir d'achat ?



### Un faible niveau de formation et des « CSP+ » peu présentes



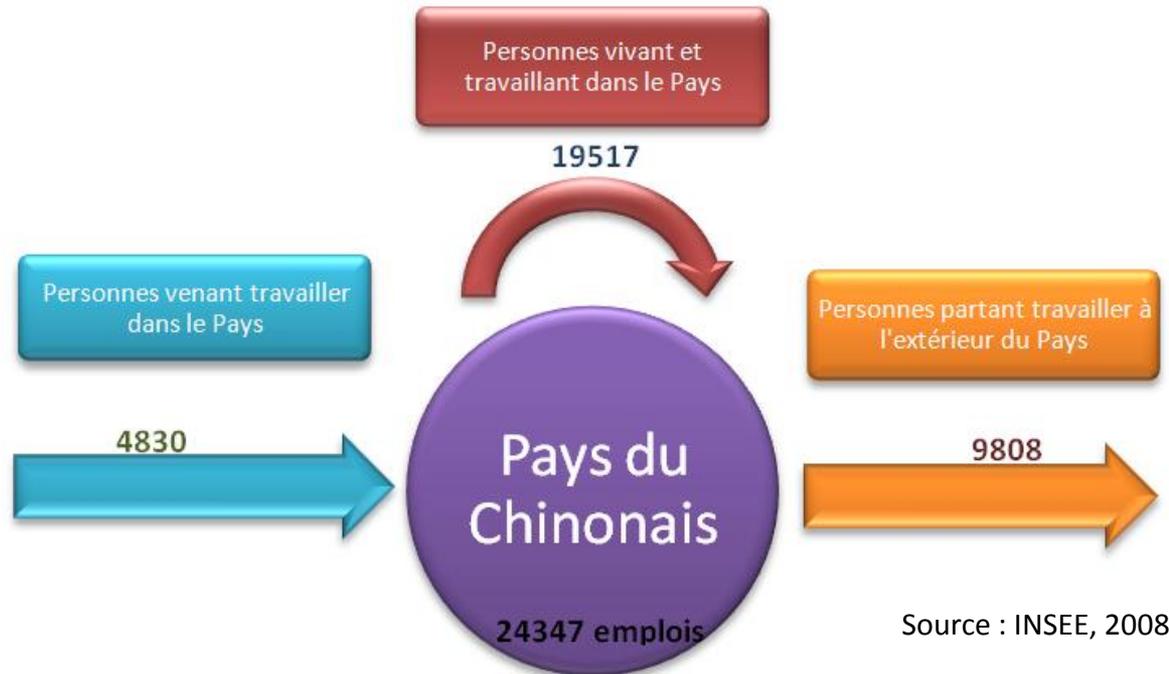
Type de diplôme le plus élevé détenu	Agriculteurs exploitants	Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	Cadres et professions intellectuelles supérieures	Professions intermédiaires	Employés	Ouvriers	Retraités	Autres personnes sans activité professionnelle
Pays du Chinonais (%)	2,5	3,8	4,4	12,1	16,1	17,0	31,6	12,6
France Métropolitaine (%)	1	3,2	8,5	13,8	16,6	13,7	25,6	17,2

➔ Une population peut-être plus tournée vers des formes « traditionnelles de circuits courts : marchés, magasins de producteurs... Mais moins vers les paniers et AMAP.





## Une apparente facilité de déplacement



- ➔ Presque 9 foyers sur 10 disposent d'une voiture et près d'1 sur 2 en a 2
- ➔ 30% des actifs travaillent hors du Pays : un « espace de vie » ?
- ➔ Existence probable d'axes et de points de passage stratégiques pour l'implantation de points de vente



## Des dépenses alimentaires dans la norme...

Total dépenses alimentaires (hors RHD\*) :  $\approx 180$  M€

➤ Dont 1,2% à 2,2% pour les produits locaux

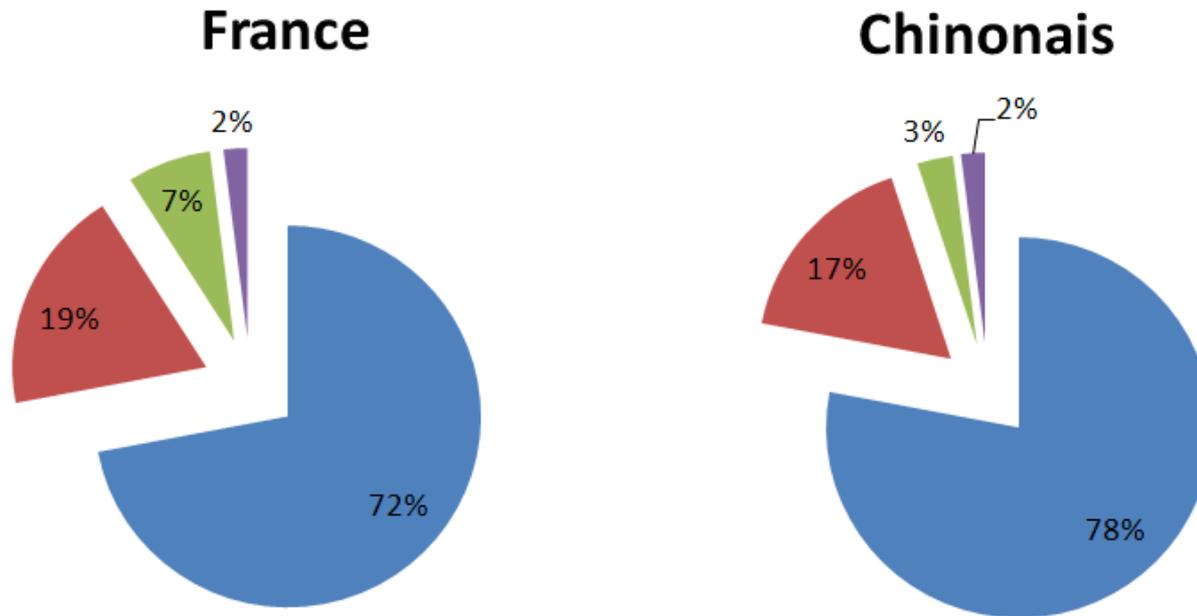
Budget alimentaire d'un foyer : 5600 € (Fr. : 5910 €)

\*RHD : Restauration Hors Domicile

Source : PIVADIS (OCMACS Pays Chinonais) 2012, INSEE



## ... mais qui profitent surtout à la grande distribution



Part du marché alimentaire par forme de distribution

- Grande distribution
- Halles & Marchés
- Boutiques spécialisées
- Autres

Source : PIVADIS (OCMACS Pays Chinonais)



## Les marchés seraient plutôt fréquentés...

- **38%** des chinonais fréquenteraient les marchés **au moins une fois par semaine**, contre **30%** des Français.

- Pourtant, ils ne représentent que **3%** des dépenses alimentaires... (France : **7%**)

➔ Une meilleure fréquentation, mais qui ne se traduit pas par plus d'actes d'achat

## ... mais les produits locaux sont peu consommés

**34%** des Chinonais disent ne jamais en acheter, contre **17%** des Français

En cause : la méconnaissance de l'offre (**25%**), le prix (**19%**), la disponibilité/l'accessibilité (**15%**)

Source : PIVADIS (OCMACS Pays Chinonais), Agence Bio 2010



## Le tourisme génère peu de dépenses alimentaires

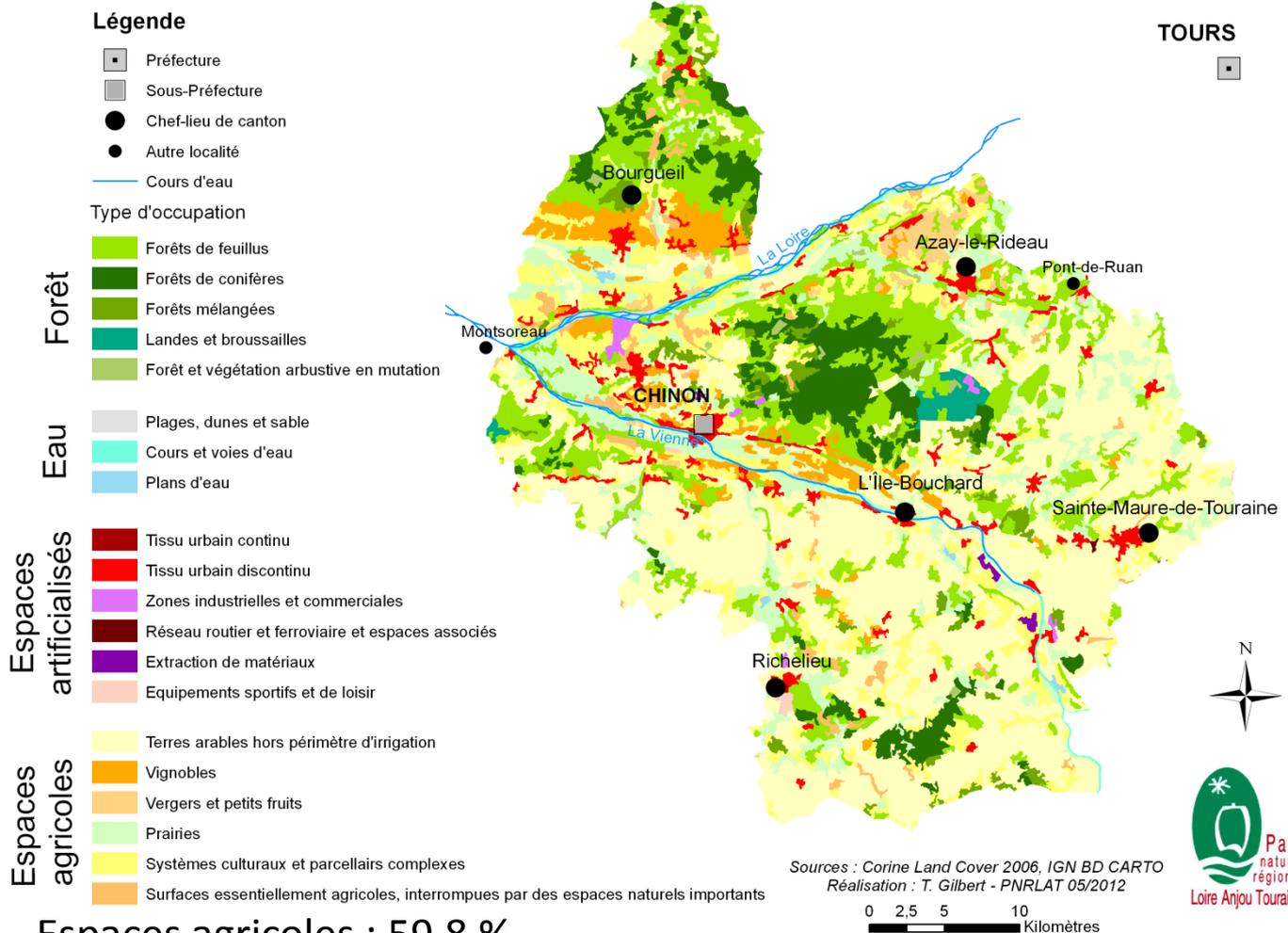
- Touristes et résidents secondaires :
  - 10 M€ par an (hors RHD)
  - **5,2%** du total des dépenses alimentaires
- Le tourisme reste un atout pour développer les circuits courts :
  - Tourisme souvent associé aux marchés
  - Produits « de luxe » : vins, truffes...
  - Diffuser une identité régionale (culturelle & gastronomique)
  - Diversifier les activités des producteurs





## 2.2 – L'agriculture du Chinonais, favorable aux circuits courts ?

### Les espaces agricoles et forestiers dominant le territoire...



Espaces agricoles : 59,8 %

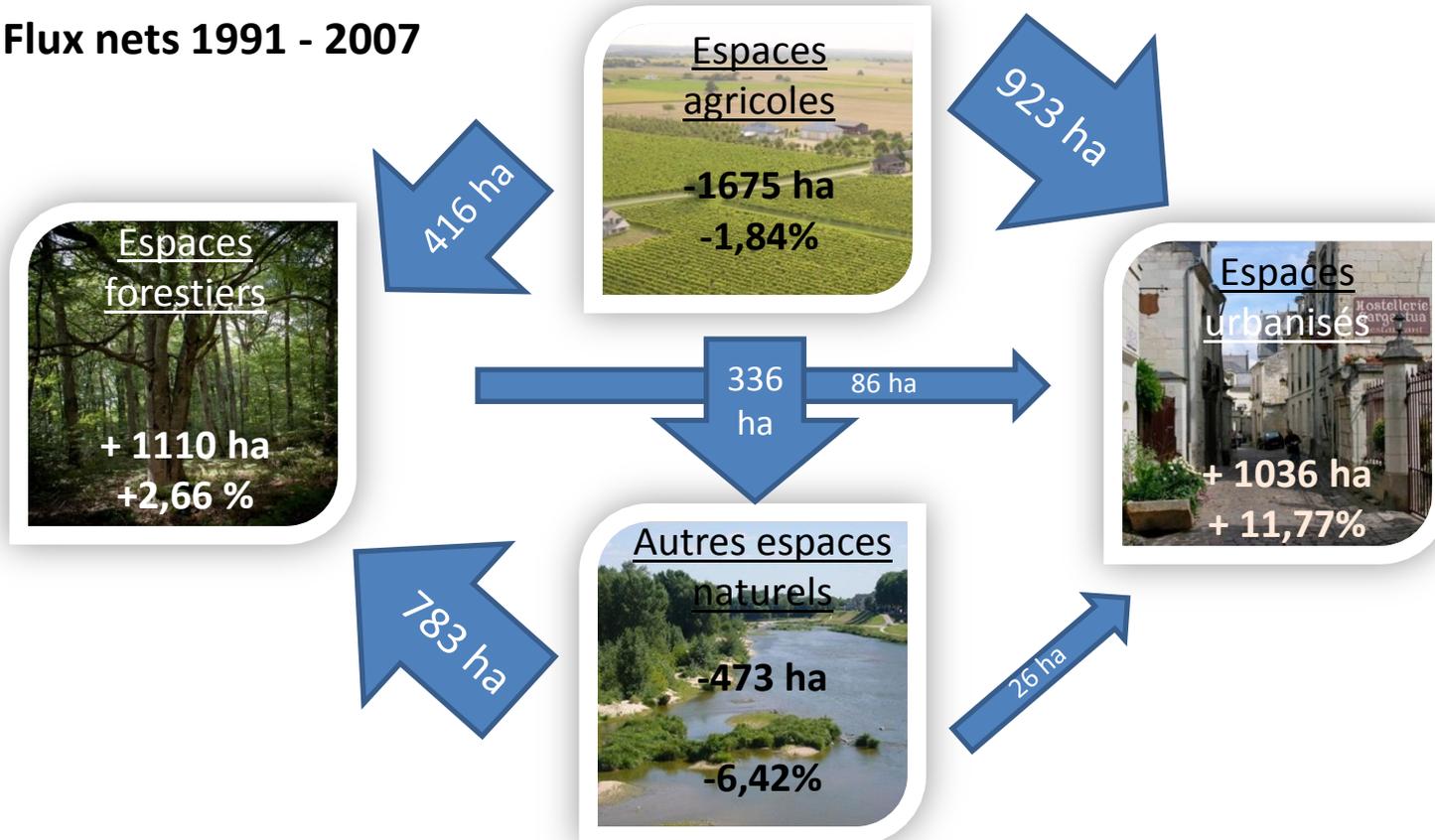
Espaces forestiers : 31,8 %





## ... mais les espaces agricoles perdent du terrain...

Flux nets 1991 - 2007





## ... pour partie en raison d'une urbanisation rapide

	Chinonais	France métropolitaine
Surfaces artificialisées	<b>6,6%</b> (2007)	5,1% (2006)
Evolution	<b>+11,77%</b> (1991-2007)	+11,1% (1990-2006)
Densité de population (2008)	50 hab/km <sup>2</sup>	<b>115 hab/km<sup>2</sup></b>
Evolution pop. 1990-2008	+7,44%	<b>+10,1%</b>

Sources : Corine Land Cover, 1990 & 2006 (France)  
 PNR LAT, 1991 & 2007 (Chinonais)  
 INSEE, 1990 et 2008



## Les exploitations s'agrandissent

	1988	2010
Nombre d'exploitations	3386	<b>1501</b>
SAU moyenne (ha)	24,3	<b>51,5</b>
UTA / exploitation	1,34	<b>1,76</b>
Hectare / UTA	18	<b>29,2</b>

Source : RGA 2010

En 25 ans, **une exploitation chinonaise sur deux** a disparu.

Celles qui sont restées ont presque **doublé leur surface agricole utile**, en ne disposant que de 40% de main d'œuvre supplémentaire.

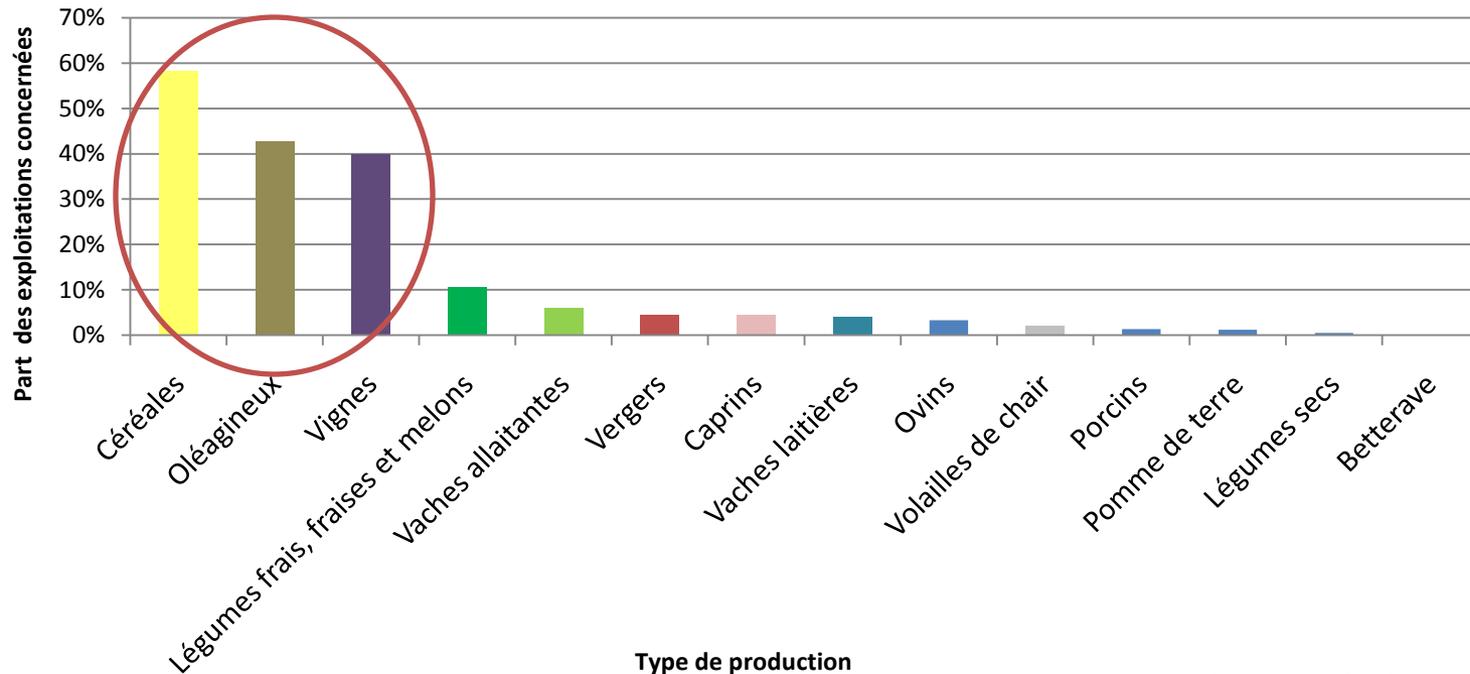
Pourtant, l'agriculture représente encore **10,9%** des emplois du Pays, contre 2,4% en France.

Âge moyen du chef d'exploitation : 52,6 ans (France : 50,2)



## Les grandes cultures et la vigne dominant

Productions principales



Source : RGA 2010



# Maraîchage et arboriculture semblent en difficulté

OTEX	2000	2010	Evolution
Grandes cultures (ha)	39 401	40 426	+ 1%
Elevage (UGB)	31068	31666	+ 1%
Viticulture (ha)	6366	5943	- 6,7%
Maraîchage et Horticulture (ha)	<b>210*</b>	<b>146*</b>	<b>- 30,5%*</b>
Fruits et Autres cultures permanentes (ha)	<b>1639*</b>	<b>843*</b>	<b>- 48,6%*</b>

Source : RGA 2010

UGB : Unité Gros Bétail (unifie les catégories d'animaux selon leurs besoins alimentaires – ex : vache laitière = 1,45 chèvre = 0,3 ...)

\* : données *a minima*, sujettes au secret statistique.

/!\ Cohérence des données, qui ne remet cependant pas en cause la dynamique.

➔ Le maraîchage, historiquement peu présent, disparaît

➔ L'arboriculture, plus emblématique, suit une dynamique encore plus inquiétante



## Des exploitations peu engagées dans les circuits courts...



243 exploitations vendent en circuits courts, soit **16,2%**  
(chiffre probablement tiré vers le haut par les exploitations viticoles)



Indre-et-Loire : 13%, Centre : 11%

Maine-et-Loire : 22%

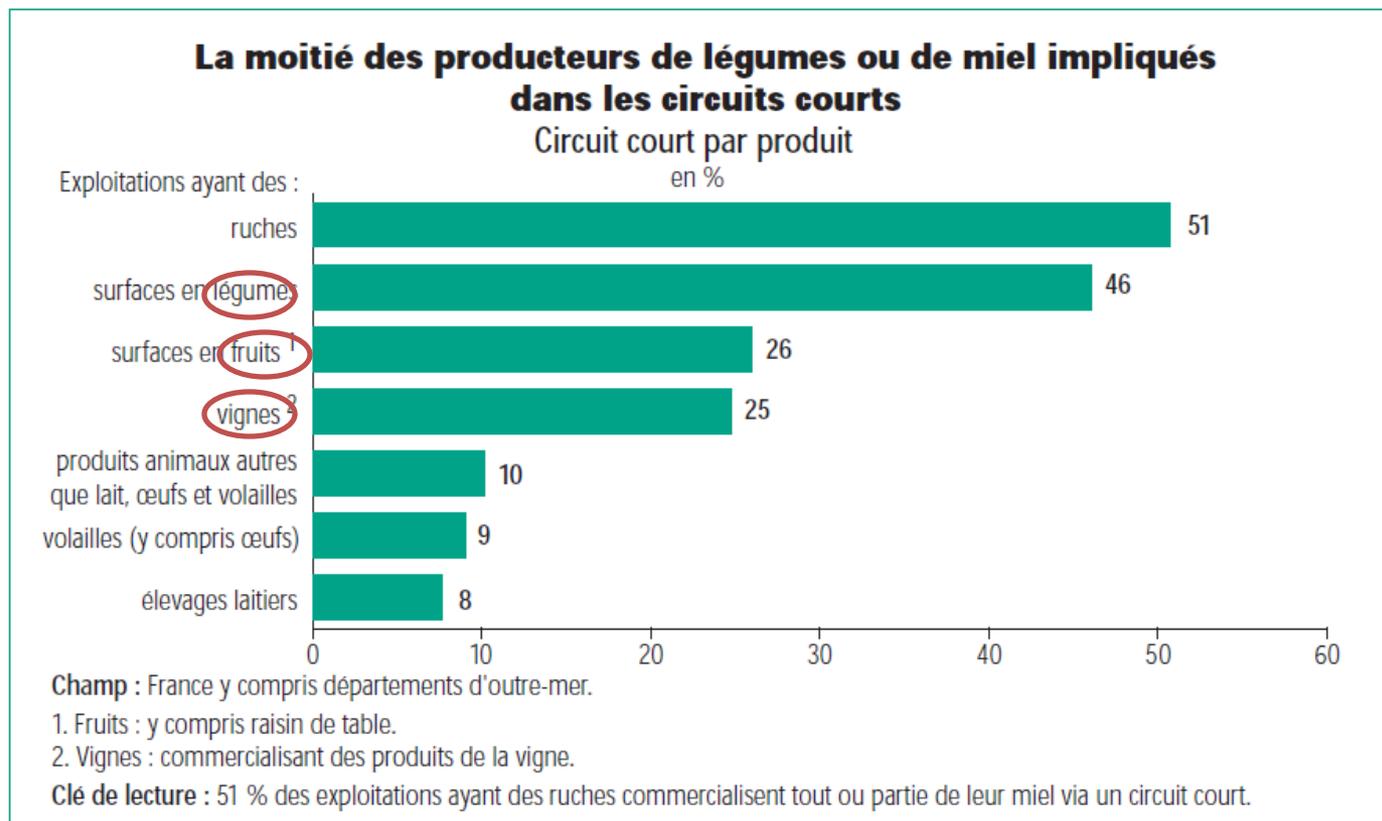
France : 21%



Drôme : 28,7%



## ...car les productions locales s'y prêtent peu



Source : SSP – Agreste – Recensement agricole 2010 - résultats provisoires



## Certaines nécessitent une transformation avant vente en CC

### 3 outils de transformation sur le Pays :

- Abattoir de Bourgueil : avenir ?
- Meunerie/minoterie Piaumier de Bourgueil : avenir ?
- Laiterie (caprine) Cloche d'Or de Pont-de-Ruan



## L'agriculture bio, un atout pour les circuits courts

- Circuits courts : 10% de producteurs Bio
- Circuits longs : 2% de producteurs Bio
- 80 exploitations (soit **5,3%**) ont une certification AB  
(Chiffre probablement tiré vers le haut par la viticulture)

(Indre-et-Loire : 4,1%, Centre : 2,5%, France : 4%,  
Drôme : 12,5%)





# Diagnostic alimentaires : conclusion

Pour développer une consommation alimentaire de proximité, le diagnostic montre...

Des atouts :	Et des faiblesses :
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forte proportion de retraités</li> <li>• Bonne fréquentation des marchés</li> <li>• Territoire touristique</li> <li>• Facilité de déplacement</li> <li>• Assez faible implication dans les CC donc concurrence moindre</li> <li>• Forte présence du bio, même si « gonflée » par la viticulture</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Densité de population faible, pas de gros bassin de consommation</li> <li>• Habitude de la grande distribution</li> <li>• Productions globalement peu adaptées aux CC, celles qui le sont + déclinent</li> <li>• Pérennité des infrastructures de transformation ?</li> </ul>

➔ Etude des modalités paniers, marchés et restauration scolaire



# 3 – Les Circuits Alimentaires de Proximité en Chinonais

Résultats du diagnostic de chaque modalité

## 3.1 – Les marchés, des dispositifs historiques en perte de vitesse

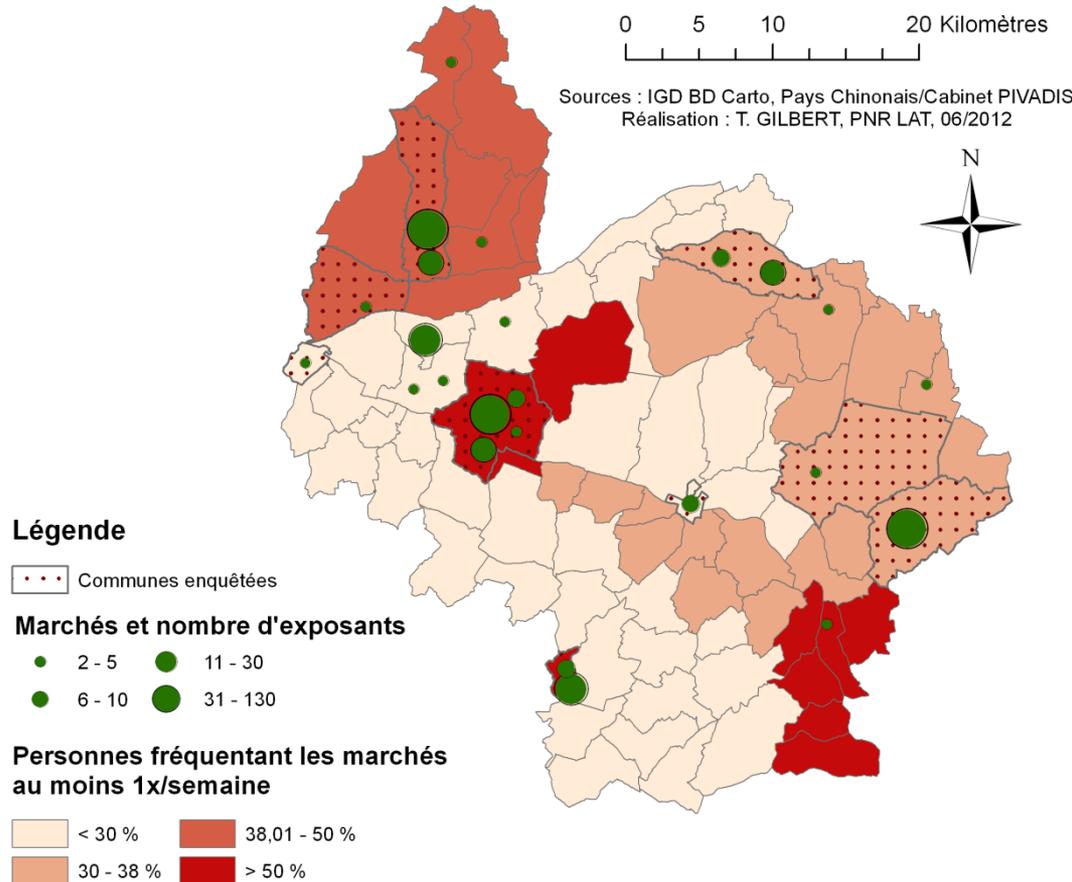




# Méthodologie

- Trop de dispositifs à enquêter : priorité aux chefs-lieux de canton et à des marchés plus ruraux
- Entretien semi-directif avec un responsable du marché : placier, élu... (9 communes enquêtées)
- Objectifs : connaître le type de clientèle, apprécier la dynamique, évaluer la part de produits locaux...

### Des marchés nombreux et bien fréquentés



24 marchés hebdomadaires répartis sur 17 communes  
31 38% des Chinonais vont au marché 1x/semaine, contre 30% des Français



## Une modalité qui séduit les plus âgés

- Type de clientèle : retraités, personnes âgées, personnes sans activité professionnelle
- Une fréquentation en baisse sur tous les marchés (sauf 1), se traduisant ou non par des départs de commerçants
- Pourtant, une initiative originale à Candès-Saint-Martin : un « marché paysan » devenu régulier



## Une typologie semble possible

- **Marchés populaires** : bonne fréquentation (population locale et + éloignée),  $\geq 50$  exposants, commune  $\geq 3500$  hab., restent importants malgré une dynamique  $\pm$  négative : Chinon, Bourgueil, Ste Maure, Richelieu
- **Marchés rurbains** : fréquentation faible,  $\approx 12$  exposants, dynamique très négative malgré un potentiel de consommateurs important : Azay-le-Rideau ( $\approx 3500$  hab. + tourisme)
- **Marchés ruraux** : fréquentation faible et très locale, 10 exposants max., commune  $\leq 2000$  hab., peu d'implication des municipalités dans leur gestion : Chouzé-sur-Loire, L'île-Bouchard, Saint-Epain)

# Une part de produits locaux difficile à évaluer

- Un mode de commercialisation a priori facile d'accès, mais... :
- Seulement 10 à 25% des étals de produits alimentaires sont tenus par des producteurs
- Ils ne sont pas distingués visuellement des « revendeurs »





## Conclusion

- La modalité « marchés » : encore bien présente et fréquentée, mais cela semble se concentrer sur les plus gros dispositifs. Un déclin général est ressenti.
- Poissonnerie, Fruits & Légumes constituent les produits les plus achetés, plutôt par des personnes âgées
- Peu de producteurs sont présents : dans quelle mesure s'agit-il encore d'un circuit alimentaire de proximité ?



## 3.2 – L'introduction de produits bio et locaux dans les cantines scolaires



## La restauration collective : des enjeux globaux...

- Dimension sociale : Education au goût, à la saisonnalité, apprentissage du vivre ensemble, vecteur d'égalité sociale
- Dimension sanitaire : équilibre alimentaire, qualité des produits
- Grenelle 2007 : 15% de produits bio à l'horizon 2010, 20% en 2012



## ... et des enjeux locaux

- 75 cantines scolaires
- Environ 8000 repas servis chaque jour (15 à 1400...)
- Coût matière quotidien : 12 500 € (estimation 2008)
- Soit, annuellement sur le Pays : **1,8 M€**

Source : Olivier, 2008



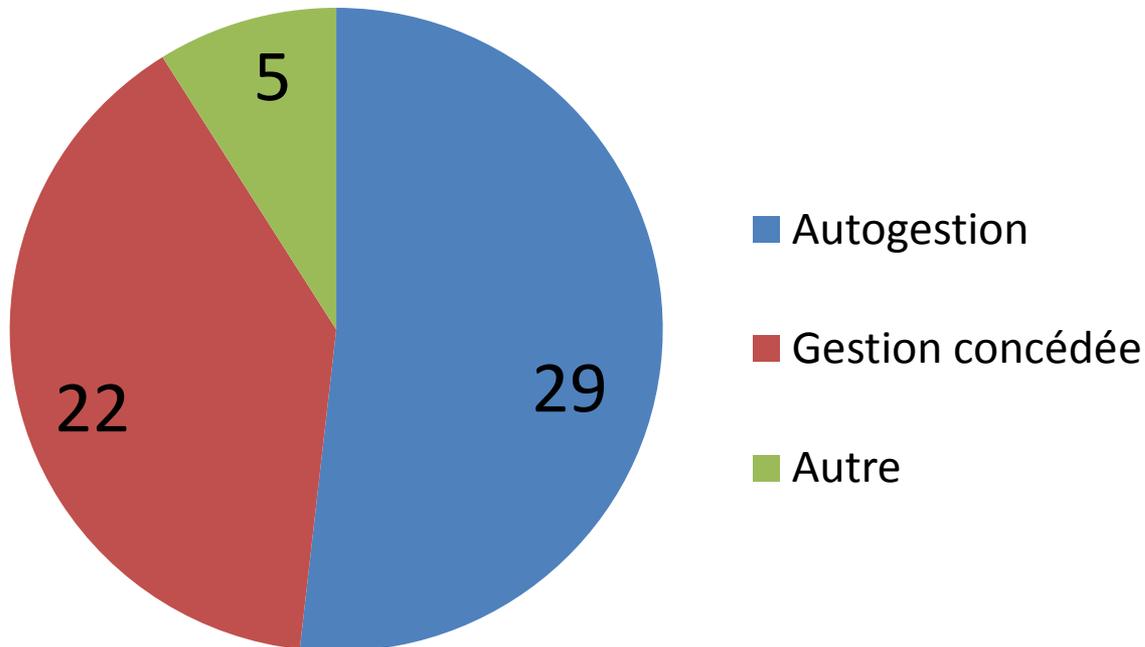
## Une démarche déjà existante au sein du Parc

- 2008 : enquête sur tout le territoire du Parc
  - Informations sur 56 établissements chinonais
  - Identification de 28 établissements prêts à travailler sur l'approvisionnement local et de qualité
- 2012 : plusieurs objectifs en Chinonais
  - Caractériser l'évolution depuis 2008
  - Identifier des initiatives intéressantes et des établissements « pilotes »
- ➔ Enquête téléphonique auprès de 41 établissements (31 réponses) ciblés



## Résultats de l'enquête 2008 en Chinonais

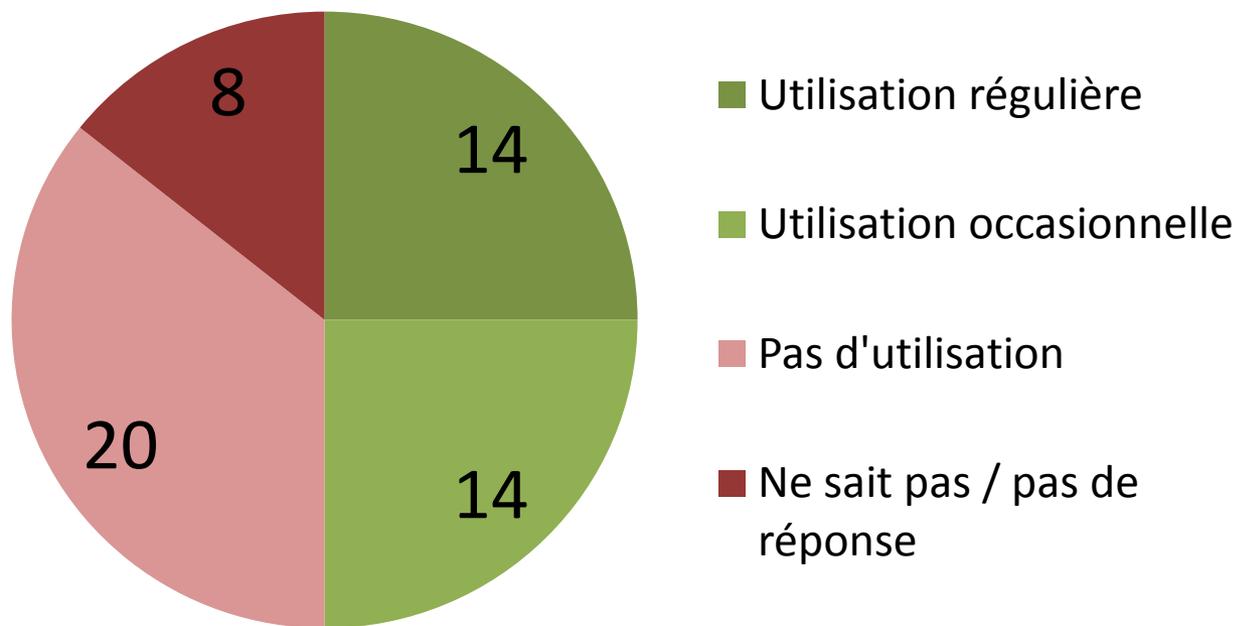
Type de gestion des cantines scolaires (56 réponses)



→ 29 établissements qui gèrent directement leurs approvisionnements

## Des avis partagés sur l'utilisation de produits locaux...

Utilisation de produits locaux (56 réponses)



- ➔ 1 établissement sur 2 travaille des produits locaux
- ➔ Seulement 4 intégraient alors des produits bio, occasionnellement
- ➔ 28 intéressés par le développement d'un approvisionnement « local et de qualité »





## Quelle évolution depuis 2008 ?

	Effectif 2008 (sur 31)	Effectif 2012 (sur 31)
<b>Utilisation de produits locaux</b>	16	16
... dont régulièrement (1x/semaine)	8	7
<b>Utilisation de produits bio</b>	4	<b>20</b>
... dont régulièrement (1x/semaine)	0	<b>7</b>

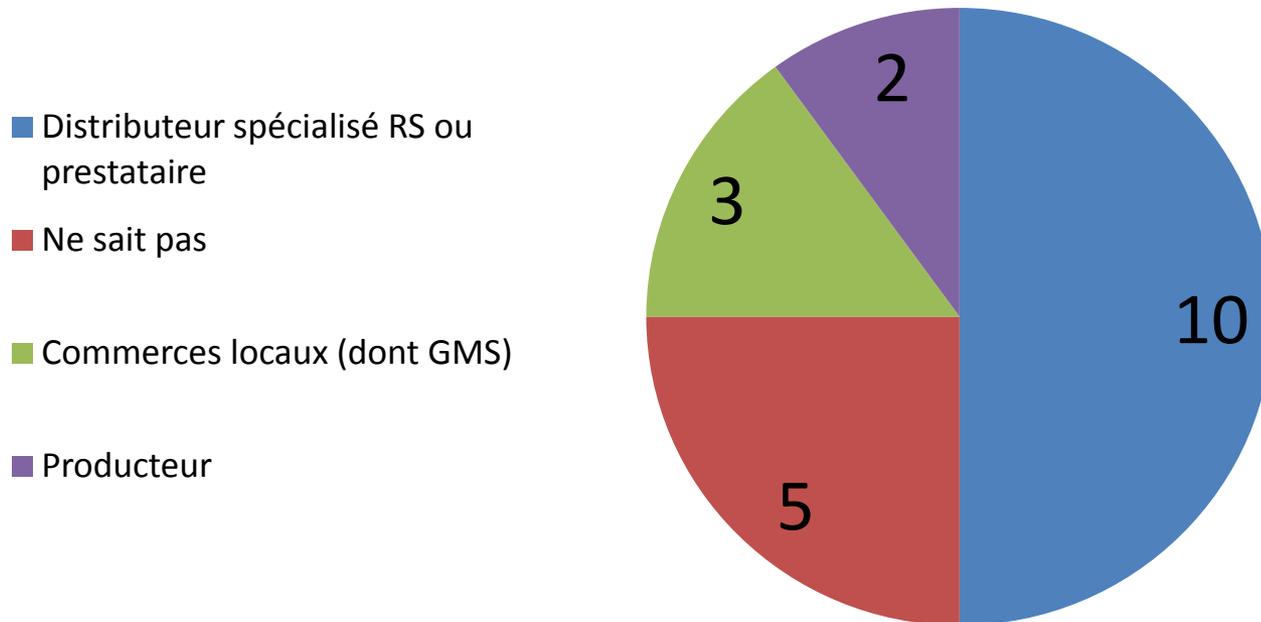
➔ Un développement du bio, mais pas du « local »

➔ /!\ Représentativité de l'échantillon : pas d'infos pour 44 ét.



## « Bio » et « local » semblent rarement associés

Fournisseur du/des produit(s) bio utilisé(s)



## 16 établissements pour constituer un groupe de travail à partir de maintenant,

mais qui émettent tous certaines réserves :

- 9 sur 16 s'inquiètent du surcoût
- 9 sur 16 mentionnent le besoin d'être livrés
- 4 sur 16 s'interrogent sur la traçabilité
- 4 sur 16 se soucient de la disponibilité des produits

➔ Des craintes « classiques », qui rejoignent souvent les raisons pour lesquelles d'autres établissements ne souhaitent pas s'engager dans un groupe de travail





## Conclusion

→ Malgré le « peu » d'enquêtes effectuées, il ne semble pas y avoir eu d'évolution notable à l'échelle du Pays, même si des initiatives intéressantes ont pu voir le jour (Bourgueil, Rivière)

→ Les freins cités sont ceux habituellement avancés, nécessité de travailler collectivement pour les lever

→ Quelle offre en produits locaux pour la restauration scolaire chinonaise ?



## 3.3 – La vente en paniers, une modalité en plein essor



## Les paniers, témoins du renouvellement des circuits de proximité

- Les marchés déclinent, mais de nouvelles formes de circuits alimentaires de proximité naissent.
- Première AMAP en France : 2001, aujourd'hui plus de 1600 pour 270 000 consommateurs.
- Une multitude d'autres systèmes de paniers, y compris en Chinonais



## De multiples dispositifs présents

### Légende



Paniers à retirer sur place



Livraison de paniers à domicile

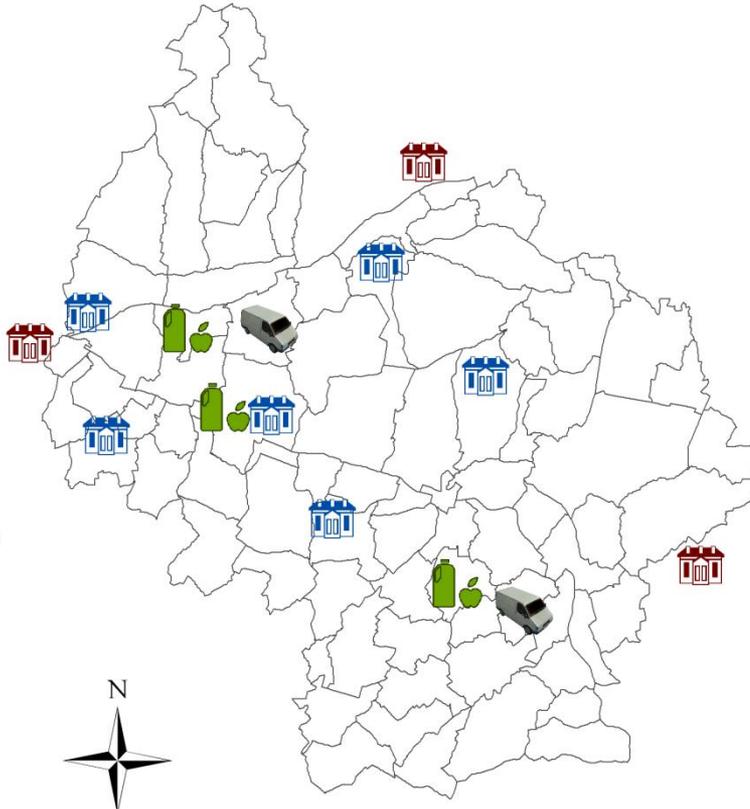
### AMAP



AMAP et assimilés du Chinonais



AMAP hors Pays



Source : IGN BD Carto; PNR LAT  
Réalisation : T. GILBERT, 06/2012

0 5 10 20 Km

6 AMAP, + 3 à proximité immédiate

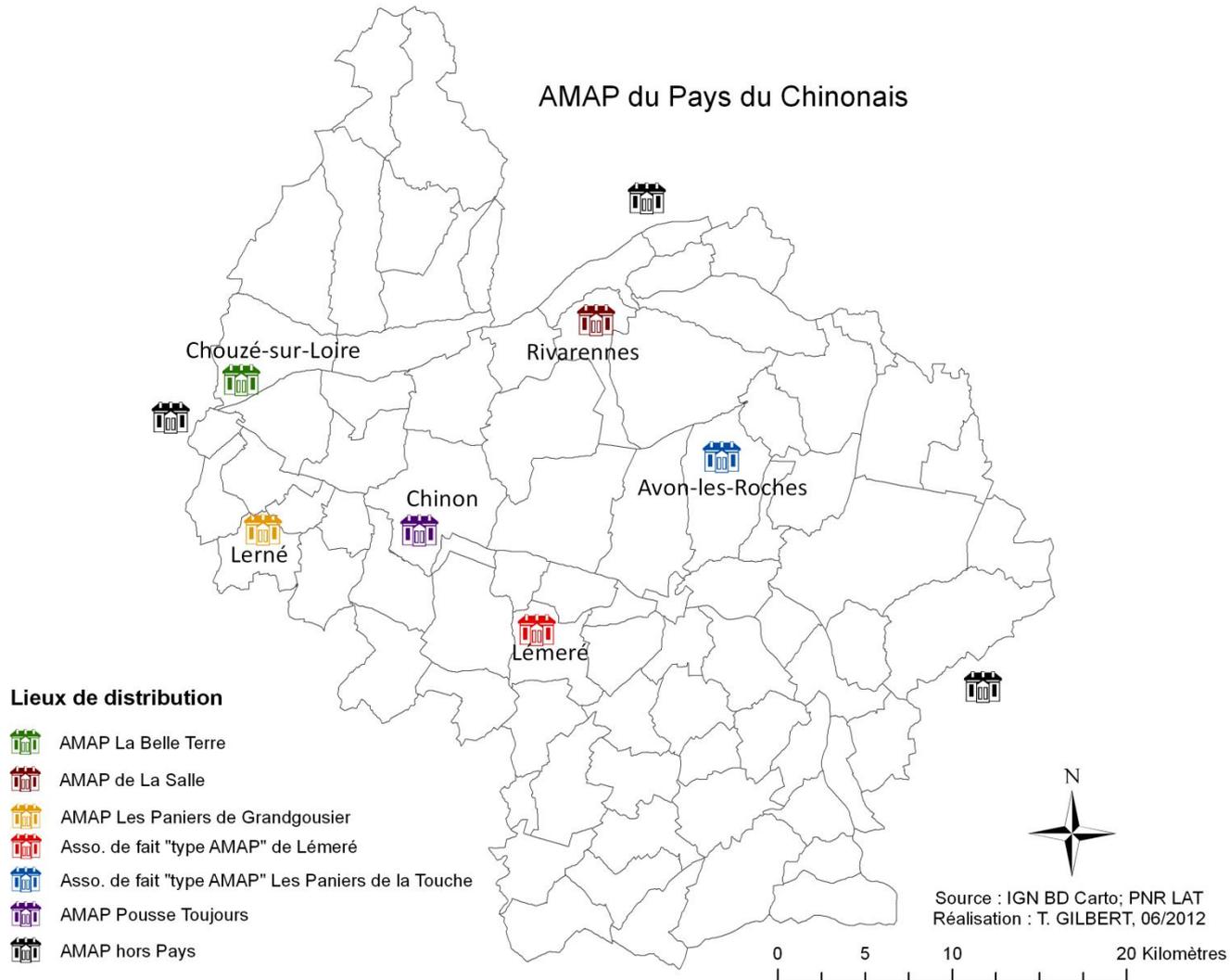
2 livraisons de paniers (à domicile, points-relais)

2 paniers à retirer (en magasin, sur l'exploitation)

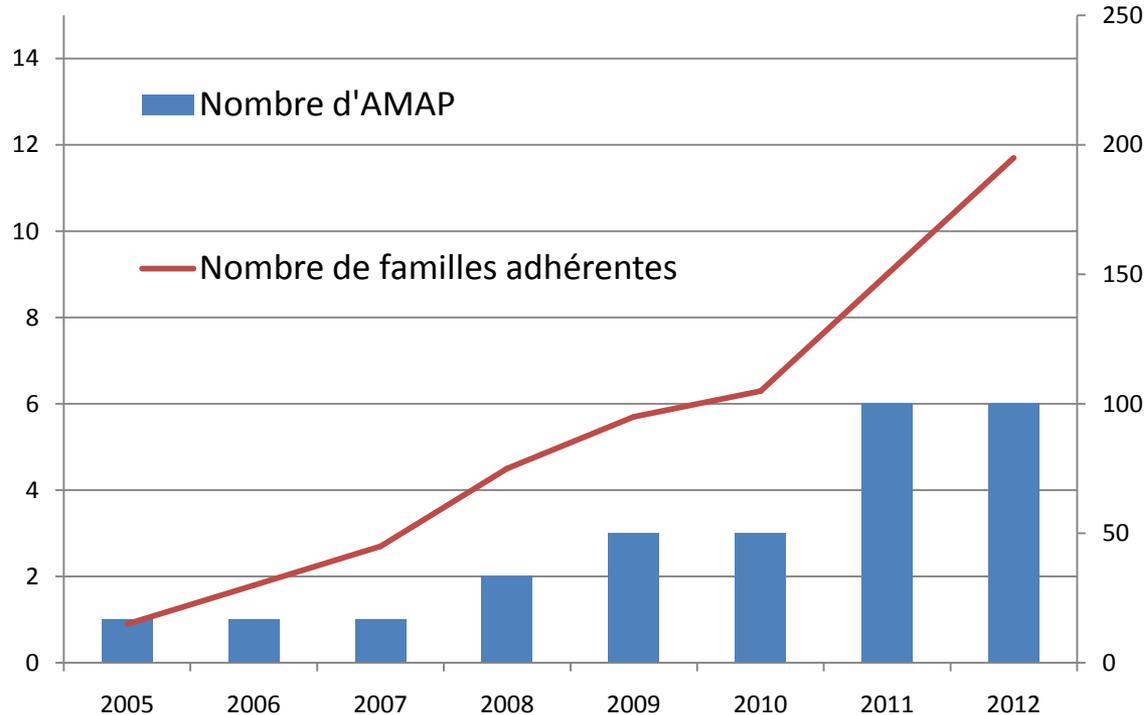


# Une étude centrée sur les AMAP

- Principe du dispositif : engagement réciproque entre producteur(s) et consommateurs
- Objectifs de l'étude : connaître l'histoire des l'AMAP, évaluer leur importance, « mesurer » le lien social créé, connaître leurs difficultés



### Un système qui se développe en Chinonais



- Une dynamique récente : 3 AMAP sur 6 créées en 2011.
- 500 consommateurs
- 180 paniers par semaine, soit 4-5 emplois maraîchers
- Un Chinonais sur 150 consomme des produits venant d'une AMAP, contre un Français sur 240.

Sources: Enquête PNR LAT, Miramap



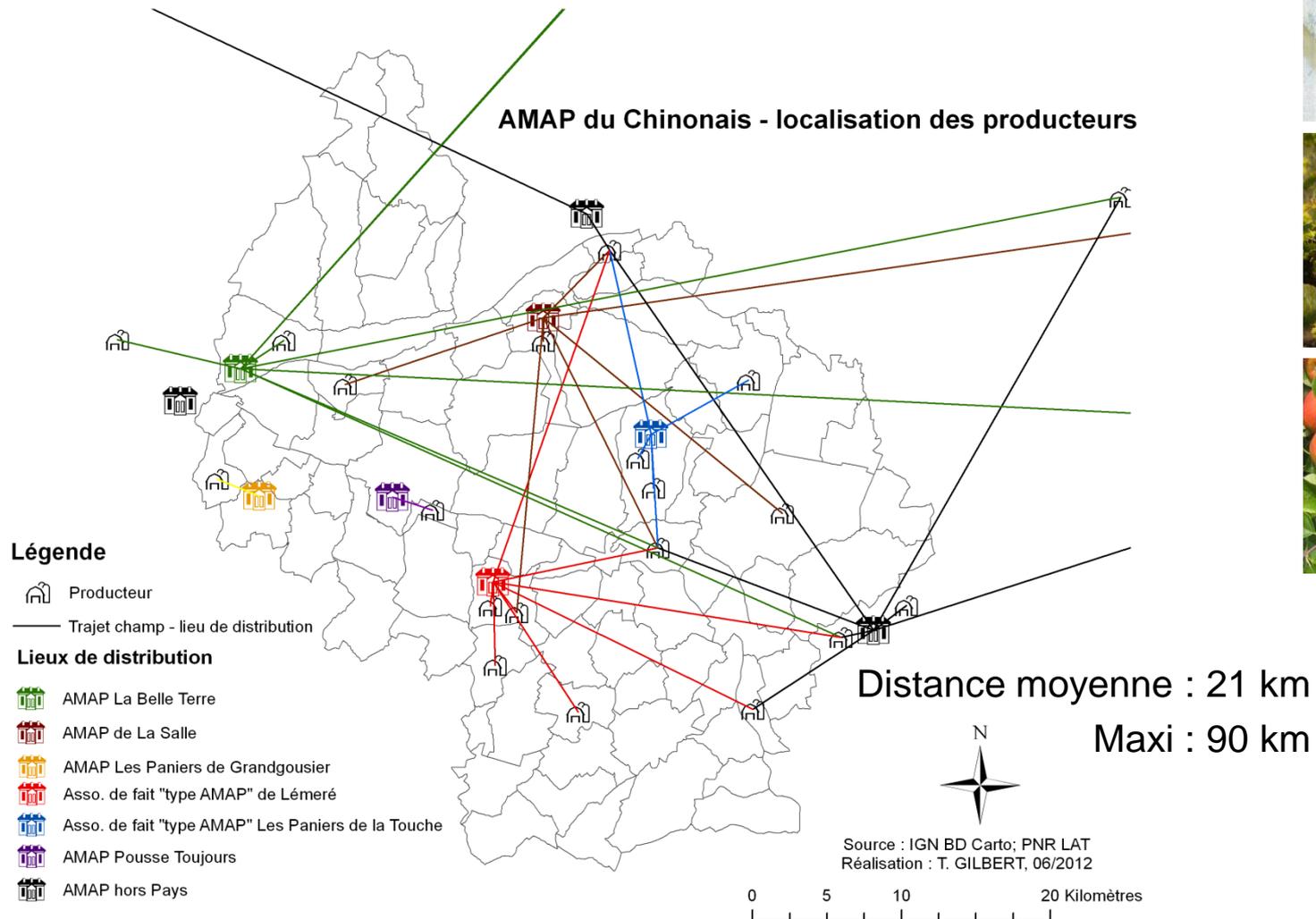


## Des profils différents

- 3 AMAP créées à **l'initiative d'un producteur** (maraîcher) : installation autour d'un projet de vie, créer son emploi en rapport avec ses aspirations
- 2 + 1 AMAP créées **par un groupe de consommateurs** : volonté de consommer des produits sains, frais, de qualité, locaux... Sollicitation de producteurs installés et/ou installation d'un maraîcher
- 1 + 1 AMAP nées de la **rencontre entre des consommateurs potentiels, et des producteurs** installés ou souhaitant s'installer.



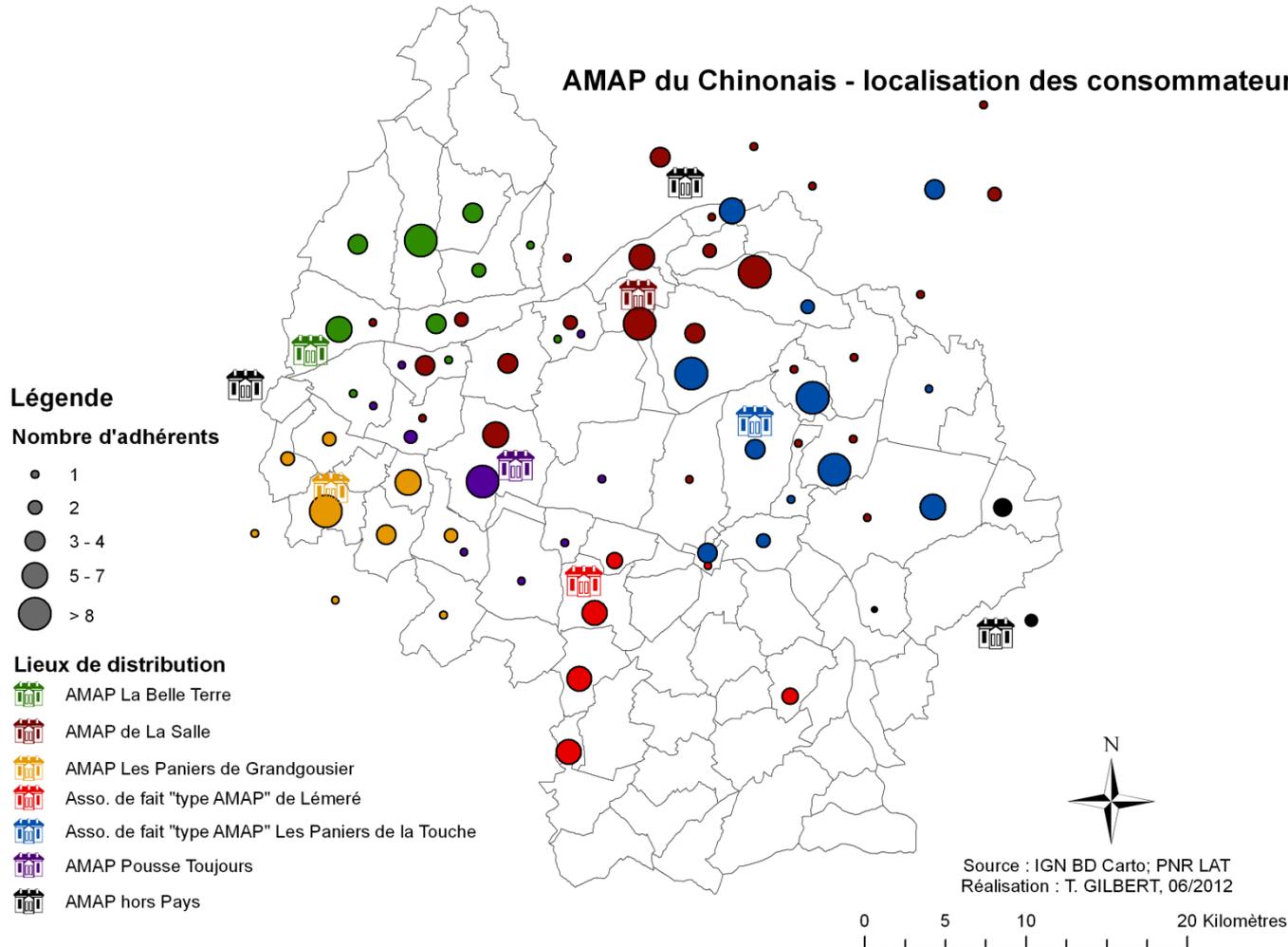
## Des producteurs locaux...





## Des consommateurs concentrés au nord

AMAP du Chinonais - localisation des consommateurs



## Un système qui crée du lien social

- Permettre l'installation d'un producteur, un acte militant qui soude un groupe
- De nombreux moments de rencontre et d'échange
  - Aux distributions
  - Lors des « coups de main » chez les producteurs
  - Lors d'autres rassemblements : repas, sorties, ciné-débat...

→ Pour certains consommateurs, l'AMAP est bien plus qu'un approvisionnement en produits bio et locaux. Certains viennent même y chercher exclusivement le contact, le lien social.





# L'installation de maraîchers : point fort des AMAP Chinonaises

- 5 installations en maraîchage depuis 2006
- Indre & Loire : 6 installations aidées en 2010 (+14 NA)  
0 en 2011 (+ 7 NA)

→ Un moyen d'installer des maraîchers, mais dans  
quelles conditions ?



## Quel avenir pour les AMAP ?

- Pour la plupart, des consommateurs sont en attente
- Les plus anciennes permettent aux maraîchers de dégager un revenu qui leur suffit, mais les plus récentes connaissent des difficultés, notamment d'ordre financier

➔ Quelles conditions pour un maraîcher s'installant en AMAP ?



## Conclusion

- Les AMAP du Chinonais : création d'activités et de lien social, consommation de produits de qualité, aménagement du territoire
- Une frontière nette entre « anciennes » et « nouvelles », encourageante si ces dernières surmontent leurs difficultés
- Un potentiel de consommation certainement non exploité, existence de porteurs de projet ?

## 4 – Pistes de réflexion pour apporter un soutien aux circuits alimentaires de proximité





## Des actions à mener...

- De manière transversale : « créer un environnement favorable » aux circuits alimentaires de proximité
  - En développant l'offre en produits locaux
  - En agissant sur la demande en produits locaux
  - En favorisant la rencontre entre l'offre et la demande
  
- De manière individuelle, auprès des dispositifs en place



## 4.1 – Créer un environnement favorable aux circuits alimentaires de proximité

## Faciliter l'installation de porteurs de projets

- Maraîchage et arboriculture peu présents, en très fort déclin → travail sur l'installation
  - Favoriser l'accès à la formation, en s'appuyant sur des structures existantes : CFPPA Tours, ADEAR 37...
  - Aider à l'investissement, même sur du matériel d'occasion
  - Faciliter l'accès au foncier



# Protéger les espaces à vocation agricole

- En reconnaissant leur importance dans les documents d'urbanisme (SCoT, PLU ou PLUi et zones de protection)
- En favorisant leur exploitation par la mise à disposition à des producteurs (réserves foncières, fermes (inter)communales...)





# Sensibiliser la population aux enjeux de l'alimentation de proximité

- Communiquer auprès du jeune public
  - Auprès des scolaires, interventions en classe et visites, sur le thème de l'agriculture et de l'alimentation : donner une dimension pédagogique aux produits bio et locaux à la cantine
- Promouvoir et soutenir les jardins familiaux
  - Permet d'entrevoir le métier de producteur : saisonnalité, maladies et ravageurs, aléas climatiques...
  - Tisser des liens sociaux entre jardiniers
  - Avoir gratuitement ou presque, des produits locaux et de qualité

# Favoriser la rencontre entre l'offre et la demande

- Diffuser la connaissance de l'existant auprès du public, par différents supports (papier, web, bulletins municipaux...)
- Provoquer des occasions de rencontre entre producteurs et consommateurs : marchés fermiers, manifestations, actions culturelles...





## 4.2 – Soutenir les dispositifs existants



## Comment une collectivité peut-elle intervenir auprès des AMAP ?

- Les AMAP, vecteurs d'une dynamique locale peuvent apporter une vision agricole sur les enjeux d'un territoire
- Les AMAP semblent se développer sans l'appui des collectivités locales... Pourtant, des soutiens pourraient être bienvenus, en particulier sur :
  - L'investissement (bâtiments, tunnels, matériel...)
  - La communication

➔ **Des associations à considérer comme des partenaires**



## Redonner de l'attrait aux marchés...

- Travailler sur **l'attractivité visuelle** : couleurs, organisation des étals, vétusté du matériel... Mais aussi organisation, circulation des piétons
- Renforcer **l'identité locale** : label producteurs, Marché des producteurs de Pays (CA 37 ?)



## ... et améliorer leur accessibilité

- Pour les moins mobiles :
  - Navettes (TAD du CG 37, mais peu utilisées)
  - Transports solidaires
- Pour désengorger les plus gros marchés :
  - Parkings-relais
  - Parkings rotatifs

➔ Augmenter la fréquentation, tout en facilitant la circulation piétonne



## Développer un approvisionnement local des cantines scolaires

- 16 établissements prêts à démarrer une réflexion pour un approvisionnement « bio et local »
- Des freins et des craintes « classiques », un besoin d'accompagnement par des acteurs expérimentés
- Une offre locale qui demanderait à être mieux précisée, mais qui semble peu en mesure de répondre aux attentes des établissements ciblés



## Développer un approvisionnement local des cantines scolaires

- Une plateforme en Région Centre : SelfBio Centre
- En Pays Saumurois, Bio Loire Océan : une plateforme mise en place par des producteurs locaux
  - Un dispositif bien connu et suivi par le PNR
  - Des produits bio et locaux
  - Une organisation déjà en place, qui favorise l'insertion professionnelle



# Conclusion

- De nombreuses actions peuvent être envisagées :
  - Quelle orientation donner à l'action du Pays sur les circuits courts ?
  - Quelles actions relèvent du contrat de Pays, quelles sont celles qui peuvent être financées par ID en Campagnes ?
- Le soutien aux circuits alimentaires de proximité en Chinonais : un moyen pour les collectivités de se réappropriier les politiques agricoles



**Merci pour votre attention !**