

Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE des SCIENCES AGRONOMIQUES de BORDEAUX
AQUITAINE

1, cours du Général de Gaulle - CS 40201 - 33175 GRADIGNAN cedex

M E M O I R E de fin d'études

pour l'obtention du titre

d'Ingénieur de Bordeaux Sciences Agro

**LES CIRCUITS ALIMENTAIRES DE PROXIMITE EN
PAYS CHINONNAIS : DIAGNOSTIC ET PROPOSITIONS
DE SOUTIEN**

GILBERT, Thibaud

Option : Gestion Durable des Territoires Ruraux

Etude réalisée à : Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine

- 2 0 1 2 -

Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt

ECOLE NATIONALE SUPERIEURE des SCIENCES AGRONOMIQUES de BORDEAUX
AQUITAINE

1, cours du Général de Gaulle - CS 40201 - 33175 GRADIGNAN cedex

M E M O I R E de fin d'études

pour l'obtention du titre

d'Ingénieur de Bordeaux Sciences Agro

**LES CIRCUITS ALIMENTAIRES DE PROXIMITE EN
PAYS CHINONNAIS : DIAGNOSTIC ET PROPOSITIONS
DE SOUTIEN**

GILBERT, Thibaud

Option : Gestion Durable des Territoires Ruraux

Etude réalisée à : Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine

Maître de stage : Wilfrid Combadière

- 2 0 1 2 -

Préface

Ce mémoire clôt mon cycle d'études d'ingénieur, c'est un moment important, aussi je tiens à remercier les personnes qui m'ont permis d'en arriver à ce point. Elles sont trop nombreuses pour être toutes citées, mais ...

Un grand merci à Wilfrid, mon maître de stage, pour m'avoir confié ce travail et surtout pour son écoute, la qualité et la pertinence de ses remarques qui, je l'espère, m'ont permis de produire un travail abouti. Merci aussi à toute l'équipe du Parc pour son accueil.

Merci également à ma tutrice de Bordeaux Sciences Agro, Maryline Filippi, pour son suivi et ses conseils tout au long de ces six mois.

Ce stage aurait certainement été très différent sans la présence de tous les autres « annexés » du Parc, qui ont contribué à en faire un moment agréable et chaleureux. Le féminisme vaincra !

Merci aux enseignants de Bordeaux Sciences Agro, qui m'ont apporté des connaissances et des méthodes qui ont servi, j'espère à bon escient, dans la réalisation de cette étude.

Mes remerciements vont aussi à l'ensemble des personnes rencontrées ou contactées lors de ce stage, pour le temps qu'elles ont bien voulu me consacrer. Leur implication participe grandement de la richesse des résultats présentés.

Enfin, et peut-être aurait-il fallu commencer par eux : merci à toute ma famille et en particulier mes parents, de m'avoir permis d'effectuer ces années d'études, et pour tout le soutien qu'ils m'ont témoigné tout au long de mon parcours. Merci à tous mes amis, grâce à qui je garderai pour longtemps un excellent souvenir de ces années...

Sommaire

Introduction	1
Partie I : Pourquoi et comment étudier les circuits alimentaires de proximité en Pays Chinonais ? .	3
1) La vente en circuit court, un thème redevenu porteur.....	3
a) Un mode de commercialisation ancien, en plein renouvellement.....	3
b) Des organismes et des territoires s'engagent en faveur d'une agriculture et d'une alimentation de proximité.....	7
2) Les circuits courts, des enjeux au-delà de l'activité agricole	10
a) Les circuits courts, créateurs de lien.....	11
b) Quel est l'impact des circuits courts sur l'environnement ?.....	11
c) La redéfinition des « circuits courts » en « circuits alimentaires de proximité »	12
3) Comment observer et analyser les circuits alimentaires de proximité à l'échelle d'un territoire ?	13
a) Définition des objectifs de l'étude	13
b) Différents travaux proposent des éléments méthodologiques	14
c) La construction d'une démarche adaptée	16
Partie II : Quelle consommation alimentaire de proximité en Chinonais ?	19
1) Le Pays du Chinonais, un territoire propice au développement des circuits alimentaires de proximité ?	19
a) Quelle population chinonaise, pour quels circuits de proximité ?.....	19
b) L'agriculture du Chinonais, compatible avec les circuits de proximité ?	21
2) La distribution de produits locaux en Chinonais : étude de quelques modalités.....	24
a) Une méthodologie d'étude adaptée à chaque modalité	24
b) La vente en paniers, une modalité innovante qui perce en Chinonais.....	25
c) Les marchés, des dispositifs historiques en déclin.....	29
d) Quel approvisionnement local à destination des restaurants scolaires ?	33
3) Des modalités indépendantes à une vision globale : une difficulté certaine de construction .	36
a) Des liens existent entre les modalités.....	36
b) Un renouvellement des circuits de proximité.....	37
c) Un diagnostic qui peut être perfectionné	38
Partie III : Des actions à mener en faveur des circuits alimentaires de proximité chinonais	39
1) Le développement des circuits de proximité doit s'appuyer sur des actions transversales.....	39
a) Favoriser l'installation de porteurs de projets.....	39
b) Améliorer la communication sur les dispositifs existants.....	41
c) Améliorer les possibilités locales de transformation	42
d) Développer les jardins familiaux et collectifs.....	42
e) S'appuyer sur les acteurs de l'insertion sociale et professionnelle	42
2) Des actions à mener pour chacune des modalités	43
a) Les AMAP, des dispositifs à considérer comme des partenaires.....	43
b) Différentes actions peuvent être menées pour relancer les marchés.....	44
c) L'introduction de produits locaux dans les restaurants scolaires doit être accompagnée...	46
Conclusion	50
Références bibliographiques	51
Annexes	54

Liste des illustrations

Figure 1 : Orientations du Plan Barnier.....	7
Figure 2 : Organisation et axes de travail du Réseau Rural Français.....	8
Figure 3 : Axes et objectifs de la Charte du PNR Loire-Anjou-Touraine.....	9
Figure 4 : Relations de dialogue professionnel entre producteurs.....	11
Figure 5 : Éléments de la méthode SALT.....	15
Figure 6 : Méthodologie de diagnostic des circuits courts par LiProCo.....	15
Figure 7 : Part de marché par forme de distribution (produits alimentaires).....	20
Figure 8 : OTEX des communes.....	21
Figure 9 : Dynamique des AMAP en Chinonais.....	26
Figure 10 : Localisation, taille et fréquentation des marchés.....	29
Figure 11 : Mode de gestion des restaurants scolaires (2008).....	33
Figure 12 : Utilisation de produits locaux dans les cantines scolaires (2008).....	34
Figure 13 : Fournisseurs des produits bio.....	34
Figure 14 : Les circuits alimentaires de proximité chinonais : un système global.....	37
Tableau 1 : Récapitulatif de la méthodologie utilisée.....	18
Tableau 2 : Synthèse : la population chinonaise et les circuits de proximité.....	21
Tableau 3 : Evolution des OTEX 2000-2010 en Chinonais.....	22
Tableau 4 : Synthèse : l'agriculture chinonaise et les circuits de proximité.....	23
Tableau 5 : Points forts et points faibles des marchés.....	31
Tableau 6 : Evolution de l'introduction des produits bio et des produits locaux.....	34

Liste des abréviations

AB : Agriculture Biologique
ADEAR : Association pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rural
ADEME : Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie
AMAP : Association pour le maintien de l'agriculture paysanne
AOP : Appellation d'Origine Protégée
ASP : Agence de Services et de Paiements
CASDAR : Compte d'Affectation Spécial « Développement Agricole et Rural »
CCAS : Centre Communal d'Action Sociale
CEE : Communauté Economique Européenne
CNFPT : Centre National de la Fonction Publique Territoriale
CPIE : Centre Permanent d'Initiatives pour l'Environnement
CREDOC : Centre de Recherche et d'Etude pour l'Observation des Conditions de vie
CRP : Contrat Régional de Pays
DRAAF : Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt
FNCUMA : Fédération Nationale des Coopératives d'Utilisation de Matériel Agricole
FPNRF : Fédération des Parcs Naturels Régionaux de France
FR CIVAM : Fédération Régionale des Centres d'Initiative pour la Valorisation de l'Agriculture et du Milieu rural
GABB(TO) : Groupement des Agriculteurs Biologiques et Biodynamiques (de TOuraine)
GES : Gaz à Effet de Serre
GMS : Grandes et Moyennes Surfaces
IGP : Indication Géographique Protégée
INPI : Institut National de la Propriété Intellectuelle
INSEE : Institut Nationale des Statistiques et des Etudes Economiques
MAP : Ministère de l'Agriculture et de la Pêche
OCM : Organisation Commune de Marché
OCMACS : Opération Collective pour la Modernisation de l'Artisanat, du Commerce et des Services
PAC : Politique Agricole Commune
PNR LAT : Parc Naturel Régional Loire-Anjou-Touraine
RDR : Règlement de Développement Rural
RGA : Recensement Général Agricole
RICA : Relevé d'Information Comptable Agricole
SAU : Superficie Agricole Utile
TAD : Transports à la Demande
UE : Union Européenne
UTA : Unité de Travail Agricole

Glossaire

Circuit court : Un circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte, à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire.

Circuit alimentaire de proximité : Mode de commercialisation des produits agricoles comportant un nombre limité d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur (généralement un, mais au cas par cas des exceptions peuvent être envisagées), permettant ainsi une proximité sociale, une connaissance réciproque entre les différents acteurs de la chaîne. Les lieux de production et de consommation doivent également être proches, atteignant au maximum une centaine de kilomètres. Là encore, des exceptions peuvent être envisagées selon la rareté d'un produit sur le territoire.

Consom'acteur : Le consom'acteur ou la consom'actrice est un consommateur qui décide d'utiliser consciemment son pouvoir d'achat pour défendre les idées en lesquelles il/elle croit.

Coût matière : Coût de l'ensemble des matières premières nécessaires à la préparation d'un repas, excluant donc les frais de structure et de personnel.

Cuisine centrale : Cuisine préparant et fournissant des repas pour plusieurs restaurants collectifs, en général géographiquement proches.

Grande distribution : Ensemble des opérateurs pratiquant le commerce de détail de biens de consommation et éventuellement des services associés (livraison, SAV, financement...) à destination des consommateurs finaux à partir de points de vente disposant d'une grande surface de vente et pratiquant la vente en libre-service.

Intermédiaire : Tout acteur intervenant entre le producteur (agriculteur) et le consommateur final. Il peut s'agir d'un transformateur (conserverie, abattoir), d'un grossiste, d'un revendeur en gros ou au détail, du cuisinier d'un restaurant. Selon la nature de l'intermédiaire, la notion de « circuit alimentaire de proximité » est valide ou non.

Kilomètres alimentaires (food miles) : Ils représentent la distance que parcourt un aliment tout au long de son processus de production et de transformation, du champ à l'assiette du consommateur final.

Pays : Catégorie administrative désignant un territoire présentant une cohésion géographique, économique, culturelle ou sociale, à l'échelle d'un bassin de vie ou d'emploi afin d'exprimer la communauté d'intérêts économiques, culturels et sociaux de ses membres et de permettre l'étude et la réalisation de projets de développement

Parc Naturel Régional : Peut être classé « Parc naturel régional » un territoire à dominante rurale dont les paysages, les milieux naturels et le patrimoine culturel sont de grande qualité, mais dont l'équilibre est fragile. Le classement en Parc naturel régional ne se justifie que pour des territoires dont l'intérêt patrimonial est remarquable pour la région et qui comporte suffisamment d'éléments reconnus au niveau national et/ou international.

Syndicat mixte : Le syndicat mixte est un type de structure de coopération intercommunale, afin de permettre à des collectivités de s'associer entre elles ou avec des établissements publics. L'organisme de gestion d'un Parc est un Syndicat mixte, ouvert, qui regroupe les collectivités qui ont approuvé la charte. Il regroupe au minimum : la (ou les) Région(s), les communes de son territoire, le (les) département(s) en est (sont) en général membre(s).

Introduction

Les dernières décennies ont vu un profond changement des pratiques alimentaires s'opérer en France, comme dans nombre d'autres pays dits « développés ». La vente directe du producteur au consommateur a progressivement été supplantée par la grande distribution, qui concentre aujourd'hui 70% des achats alimentaires des ménages français (Consalès, 2007). Pourtant, les circuits courts, que l'on définit comme la vente directe de produits agricoles du producteur au consommateur, ou via un intermédiaire maximum (MAP, 2009), connaissent depuis plusieurs années un réel regain d'intérêt : quotidiennement ou presque, il en est question dans les médias¹.

Les circuits courts deviennent également l'objet de multiples travaux de recherche. Depuis 2005, citons en France les projets CROC², Coxinel³, SALT⁴, LiProCo⁵ ou encore LOCCATERRE. Ils associent des acteurs variés : équipes de recherche, pouvoirs publics, représentants du monde agricole, tous potentiellement concernés par la dynamique en marche sur les circuits courts. Souvent perçus comme un moyen de se réappropriier la valeur ajoutée pour les producteurs, ces travaux élargissent nettement le champ d'étude sur ce sujet. Ils s'intéressent notamment à ses racines sociologiques : quels éléments motivent aujourd'hui les consommateurs pour ces modes de commercialisation ? Peut-on dresser un profil de ces consommateurs, ou cela concerne-t-il une large frange de la population ? Ils visent également à mieux évaluer les impacts des circuits courts sur un territoire, qu'ils soient sociaux, économiques ou environnementaux. Ils n'envisagent toutefois pas la question de la gouvernance territoriale des circuits courts, et du rôle que peuvent y jouer les acteurs publics.

La thématique des circuits courts investit donc de nombreux champs au-delà de l'activité agricole, notamment ceux de l'alimentation et de notre rapport à la nourriture. Elle traduit une réelle interrogation du modèle alimentaire dominant, concrétisée par l'émergence de systèmes alternatifs, proposant des produits de meilleure qualité. Les circuits courts constituent également une forme de « retour à la nature », dans la mesure où la prise en compte de la saisonnalité et des aléas climatiques est possible. Le lien est retrouvé entre l'activité de production et les consommateurs finaux. Mais ces circuits courts provoquent également la rencontre et l'échange entre des personnes n'ayant pas pour habitude de se côtoyer ou de travailler ensemble, ils sont donc un vrai moyen de faire « vivre » un territoire en tissant des liens entre les différents acteurs qui le composent. Le terme « circuit court » ne prend pas en compte toutes ces dimensions. Il ne fait référence qu'au nombre d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur final. Nous précisons donc par la suite le raisonnement qui nous a poussés à lui préférer celui de « circuits alimentaires de proximité ».

Autour d'un sujet aussi riche que ces circuits alimentaires de proximité, de vrais projets de territoire peuvent émerger, des organismes se saisissent donc de cette question. Le

¹ A titre d'exemple, dans la presse française, le logiciel Factiva a recensé 2064 publications correspondant au mot-clé « circuits courts » pour l'année 2007, un chiffre en progression constante jusqu'à avoir atteint 5898 articles en 2011.

² CROC : « Compétences, Réseaux, Observatoire, Communication pour soutenir l'agriculture locale par des réseaux de proximité », s'est déroulé entre 2005 et 2008 en impliquant la FDCIVAM 34, la FD CUMA 34, l'INRA, le CIRAD...

³ Coxinel : « Circuits courts de commercialisation en agriculture et agroalimentaire : des innovations pour le développement régional » est la poursuite de CROC. Il s'est déroulé de 2008 à 2011, impliquant notamment l'INRA, le CIRAD, le Conseil Régional Languedoc-Roussillon, la Chambre Régionale d'Agriculture LR, la Fédération Régionale CIVAM LR, la Fédération Régionale Fruits et Légumes - Coopération en Languedoc-Roussillon...

⁴ SALT : Systèmes ALimentaires Territoriaux, en cours depuis 2007 est piloté par la FR CIVAM Bretagne, en partenariat avec le Conseil Régional de Bretagne, AgroCampus Ouest, l'Université Rennes 2...

⁵ LiProCo : « Lien Producteur Consommateur » s'est déroulé de 2008 à 2011, fédérant des acteurs professionnels (Chambre d'Agriculture, ARDEAR, FR CIVAM...) et des chercheurs (Université de Lyon, Université de Nantes-Angers-Le Mans) en grand-ouest et Rhône-Alpes.

Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine, qui s'étend le long de la Loire des portes de Tours à celles d'Angers, a inscrit dans sa charte 2008-2020 l'objectif de contribuer au développement d'une agriculture durable, notamment en favorisant la création de valeur ajoutée sur les exploitations. Dans cette optique, il s'est engagé en 2010 dans le projet de recherche-action sur les circuits courts nommé LOCCATERRE⁶, piloté par la Fédération des Parcs naturels régionaux de France. Parallèlement, le Pays du Chinonais, inclus en grande partie dans le Parc, construit actuellement son projet de développement, le Contrat Régional de Pays, pour la période 2013-2018 (troisième génération). Il souhaite inclure dans ce projet, des modalités de soutien aux circuits courts, mais s'interroge sur l'existant et la manière d'agir. Le Parc naturel régional, fort d'expériences précédentes (Olivier, 2008 et Martineau, 2010), a donc pris en charge la réalisation d'une étude permettant de répondre à la question du Pays, qui constitue donc la problématique de cette étude :

Pourquoi et comment soutenir les circuits alimentaires de proximité dans le Pays du Chinonais ?

Dans ce but, nous chercherons d'abord à mieux comprendre pourquoi les circuits courts présentent aujourd'hui un intérêt et comment aborder la réalisation d'une étude sur ce thème à l'échelle d'un territoire. Nous montrerons ensuite ce que sont les circuits courts existants dans le Chinonais, et nous les analyserons. Enfin, de cet état des lieux nous proposerons des actions qui pourraient être mises en place par les collectivités locales, pour développer un système alimentaire territorial.

⁶ LOCCATERRE : DéveLopper et organiser les Circuits Courts pour répondre aux Attentes des TERRitoirEs, 2010-2012, piloté par la FN PNR et impliquant 8 parcs naturels régionaux épaulés par des chercheurs et des professionnels locaux : dans le cadre du PNR Loire-Anjou-Touraine, l'Ecole Supérieure d'Agriculture d'Angers et la Chambre d'Agriculture du Maine-et-Loire sont associées.

Partie I : Pourquoi et comment étudier les circuits alimentaires de proximité en Pays Chinonais ?

La vente directe de produits alimentaires du producteur au consommateur n'est pas un phénomène nouveau : la vente sur les marchés de village, ou directement à la ferme, existe en France de manière ancestrale. Essayons de comprendre la dynamique actuelle autour des circuits courts, et les enseignements des travaux de recherches dont ils font l'objet.

1) La vente en circuit court, un thème redevenu porteur

Le monde agricole, tout comme les citoyens et les pouvoirs publics, portent de plus en plus d'intérêt à la commercialisation en circuit courts.

a) Un mode de commercialisation ancien, en plein renouvellement

De la vente directe aux « circuits longs », 60 ans de développement agricole

Avant de chercher à comprendre pourquoi les circuits courts sont de nouveau « à la mode » en France et dans d'autres pays développés, il paraît important de rappeler succinctement comment le modèle agricole et alimentaire français a évolué dans la seconde moitié du XXe siècle, faisant disparaître une bonne partie des pratiques de vente directe traditionnelles (Durand, 2007). L'exemple du « modèle breton » le traduit parfaitement. Dans les années 1950, les structures agricoles étaient d'une taille très inférieure à ce que l'on peut connaître aujourd'hui, avec une forte densité de main d'œuvre familiale sur les exploitations et une faible part de la production mise en marché. Les intermédiaires sollicités étaient pour la plupart locaux (commerçants de proximité, marchands de bestiaux) et les marchés communaux permettaient de vendre les produits de la ferme. La modernisation de l'agriculture selon un modèle dit « productiviste », reposant essentiellement sur la Politique Agricole Commune mise en place en 1962, a profondément transformé le métier d'agriculteur. Il est passé du statut de « paysan » à celui d'« exploitant agricole », centré sur l'activité de production. Cette mutation a plutôt été perçue positivement : elle a permis aux agriculteurs d'être reconnus socialement, puisque réalisant un vrai « métier » nécessitant une certaine maîtrise technique (Jollivet, 2007). Cette modernisation a aussi provoqué un accroissement important des quantités de produits à commercialiser, si bien que la seule vente directe ne fut plus en mesure d'assurer l'écoulement de toute la production de l'exploitation.

Parallèlement, les Organisations Communes de Marchés (OCM) mises en place par la PAC ont structuré les débouchés : la production agricole européenne s'est introduite sur le marché mondial, tout en le contrôlant à travers différents mécanismes de soutien (notamment de régulation des prix) assurant un certain revenu aux agriculteurs. L'espace européen, devenu un marché unique, rend plus facile l'importation des produits étrangers, qui ne correspondent pas aux productions saisonnières locales. La fonction de vente et de transformation est aussi déléguée aux coopératives agricoles, en aval de la production (Durand, 2007). Cette organisation est d'ailleurs encouragée par les pouvoirs publics car elle va dans le sens d'une production de masse et de la standardisation des produits agricoles réclamée par les entreprises, notamment la grande distribution en pleine émergence à cette époque.

Ce modèle de développement a rendu un grand nombre d'agriculteurs assujettis aux industries et aux structures commerciales dont dépendent leurs approvisionnements et leurs débouchés (Jollivet, 2007). La fonction de vente a été prise en charge par des professionnels du secteur, lui aussi en pleine mutation. De « l'épicier, souvent âgé, en blouse, le crayon sur l'oreille, n'offrant qu'un assortiment restreint » (Daumas, 2006) de produits, à prix élevé, les Trente Glorieuses ont vu s'opérer la diffusion du « modèle américain », facilitée par le plan Marshall. Les principes de la grande distribution que l'on connaît encore aujourd'hui ont commencé à être adoptés dans les années 1960 : c'est l'avènement du libre service, du discount et des grandes surfaces de vente. L'hypermarché, ce lieu où l'on trouve « tout sous un même toit », à la fois des produits alimentaires et non alimentaires, est inventé en 1960.

C'est donc une véritable révolution, à la fois des modes de production, mais également des modes de distribution qui s'opère dès le début des années 1960, laissant les pratiques traditionnelles de vente directe périlcliter progressivement. Le producteur semble avoir perdu la main sur la commercialisation de ses produits (sans nécessairement le déplorer), et mécaniquement les consommateurs se trouvent déconnectés de l'acte de production lorsqu'ils effectuent leurs achats. Finalement, des produits venant de plus en plus loin sont devenus plus facilement disponibles car concentrés en un même lieu et proposés en grandes quantités.

Une remise en question de ce modèle, favorable à une relocalisation des échanges

La vente directe traditionnelle a tellement décliné, qu'elle ne concernait plus que 15,4% des exploitations agricoles françaises en 2000, contre encore 27,1% en 1988 (Durand, 2007). Aujourd'hui, cette tendance semble s'inverser : le Recensement Général Agricole (RGA) de 2010 estime à 21% la part des exploitations françaises commercialisant une partie de leurs produits sous au moins une forme de circuit court (annexes i et viii). Comment peut s'expliquer ce revirement de situation ? Une part des réponses se trouve certainement dans les limites du modèle décrit précédemment.

D'une part, le modèle du « professionnel » agricole va être mis à mal dans les années 1980 (Durand, 2007). L'autosuffisance alimentaire sur certaines productions, objectif principal de la PAC, est atteinte dès les années 1970. Il a ensuite fallu gérer la surproduction, et les mesures prises par la CEE allant dans ce sens (quotas laitiers en 1984, jachères obligatoires...) ont été vécues par la profession agricole engagée dans la voie de la modernisation, comme un véritable coup d'arrêt. La prise de conscience qui s'opère à cette époque face aux problèmes environnementaux, pointe du doigt l'agriculture. Le ministère de l'environnement emploie lui-même le qualificatif de « pollueurs » à l'encontre des agriculteurs, se faisant ainsi le relais des craintes déjà exprimées par les consommateurs et les défenseurs de l'environnement. Enfin, le revenu même des producteurs n'est plus directement lié à la production : la réforme de la PAC de 1992 n'assure plus des prix de marché suffisants pour garantir aux exploitants un revenu suffisant, il est alors complété par des aides publiques. Paradoxalement, ce qui a permis la reconnaissance de l'activité agricole comme vrai « métier », a ensuite contribué à lui faire perdre du sens (Durand, 2007).

Face à ce constat, les agriculteurs d'aujourd'hui mettent en place des stratégies pour y répondre. Les intérêts cités par les producteurs pour se tourner à nouveau vers une commercialisation en circuit court, sont de différentes natures (Guillet, 2010), qui peuvent être résumées ainsi : il s'agit bien de redonner du sens à son travail, de « pratiquer une agriculture qui [leur] plaît et vendre dans sa continuité » (Guillet, 2010). Cette explication synthétise en fait plusieurs éléments :

- L'aspect **économique**, une recherche de plus de valeur ajoutée sur l'exploitation, « vivre de son travail, pas de subventions »
- La volonté de proposer des **produits de qualité**, auquel cas la réappropriation de la commercialisation est perçue comme un moyen de produire mieux et de mieux valoriser ses produits, ses efforts
- Le retour à la commercialisation est également vu comme une **ouverture**, même si aujourd'hui comme à l'aube du productivisme, une majorité de producteur semble ne pas apprécier le commerce. Mais pour certains cela donne une dimension supplémentaire à leur travail, ils savent « pour qui [ils font] tout cela et savoir que ça [leur] plait » (Guillet, 2010).

D'autre part, les attentes des consommateurs semblent être en pleine mutation, et certaines traduisent une vraie critique de la production et de la consommation de masse. Les différentes crises sanitaires (ESB, fièvre aphteuse, grippe aviaire...) ont amené les consommateurs à émettre des doutes accrus quant au contenu de leurs assiettes (Merle *et al.*, 2009). En 2010, la qualité des produits était prise en compte par 83% des français pour déterminer leur lieu d'achat de produits alimentaires (CREDOC, 2010) tout juste devant le prix (82%). Cette appréciation de la qualité semble reposer avant tout sur le goût de l'aliment, et son apparence (CREDOC, 2011). Pourtant, 54% des consommateurs se disent inquiets des risques provoqués par les traitements (pesticides) sur les cultures, 45% par la présence de microbes et bactéries sur les denrées, et 38% s'inquiètent de leur contamination par les polluants présents dans l'environnement (CREDOC, 2011).

D'autres motivations que celles de limiter le risque sanitaire sont perçues chez les consommateurs de produits locaux (Merle *et al.*, 2009). Notons en particulier :

- Une motivation « **physique** », qui fait référence à la volonté d'obtenir des « bons produits » au sens de produits de qualité ou de produits « authentiques ». La proximité avec le producteur, qu'elle soit géographique et/ou physique, peut être perçue comme permettant de garantir certaines qualités au produit : leur fraîcheur et leurs qualités nutritionnelles, des modes de production moins intensifs et une meilleure traçabilité.
- Ajouter une dimension **éthique** à sa consommation, devenir « consom'acteur » et accomplir un acte citoyen est une motivation qui se retrouve chez les consommateurs plus militants. Cette motivation est d'ailleurs « à rapprocher d'une motivation politique ou volonté de changer l'équilibre des forces dans la chaîne alimentaire, d'orienter le modèle de production et de consommation » (Merle *et al.*, 2009). La consommation locale serait, pour certains, un acte politique et exprimerait une forme de résistance face à la dominance de la grande distribution.
- **Respecter l'environnement** semble motiver certains consommateurs, par des moyens variés : ne pas se fournir chez des producteurs ayant recours de manière excessive à des produits phytosanitaires, limiter les emballages ou encore réduire les distances kilométriques (« food miles ») parcourues par un produit

Les différentes raisons qui poussent aujourd'hui une partie des producteurs à se tourner vers les circuits courts, ainsi qu'une partie des consommateurs à être en attente de produits locaux, semblent donc bien trouver leur source dans une remise en question du modèle productiviste et de la consommation de masse. Pour autant, les circuits courts qui se développent aujourd'hui, ne constituent en rien un « retour en arrière » : de nouveaux systèmes, innovants, émergent.

Aujourd'hui, de nouvelles formes de circuits courts apparaissent

Il convient à ce stade de définir plus précisément les contours de l'objet « circuit court » abordé ici. Il bénéficie d'une définition « officielle »⁷, mais qui ne traduit pas vraiment les motivations des producteurs et des consommateurs qui ont été évoquées ci-dessus. Afin de préciser ce que nous désignons par « circuits courts », en s'inspirant de Maréchal, 2008, retenons que :

- Il s'agit de « lieux » (physiques ou non) où s'échangent des produits. Pour les désigner, nous utiliserons les termes de « modalité » et de « dispositif » : le **dispositif** sera le lieu où s'échangent effectivement des produits : le marché de Bourgueil, l'AMAP de Chinon... On appellera **modalité** une classe homogène de dispositifs, définissant ainsi une « manière de vendre » : les points de vente collectifs, la vente en paniers...
- Les échanges sont d'ordre marchand, des initiatives telles que le troc, les jardins familiaux ou les jardins ouvriers ne sont pas pris en compte
- Il doit y avoir au maximum un intermédiaire entre le producteur et le consommateur. Ce critère pose immédiatement question : que considère-t-on comme « intermédiaire » ? Par exemple, comment envisager la question de la vente à la restauration collective, où il existe souvent un transformateur et un cuisinier avant le consommateur final ? Une justification de cette dérogation se fonde sur « la forte imbrication de cette modalité avec les autres dans les stratégies d'exploitation et dans le regard des paysans » (Maréchal, 2008)
- Les circuits courts s'envisagent à l'échelle d'un territoire, qui est considéré alors comme un lieu de consommation alimentaire. Il s'agit de voir comment la production locale (qui peut ne pas recouvrir exactement le même territoire) peut y répondre.
- Les circuits courts génèrent des relations autour de l'aliment, entre les mangeurs et les producteurs. Cette relation peut être régulière (marchés chaque semaine, distribution à l'AMAP...) ou plus occasionnelle (visite d'exploitation, animations festives). Elle exclut de fait des circuits de distribution plus traditionnels, qui commercialiseraient des produits locaux mais qui ne permettent pas ce lien (vente via les GMS par exemple).

Malgré ces restrictions, les modalités de circuits courts y satisfaisant restent nombreuses. La vente directe traditionnelle, sur les marchés ou à la ferme par exemple, en fait partie, mais d'autres formes plus nouvelles émergent (Chiffolleau, 2008). C'est le cas des marchés paysans, gérés par des producteurs ou une municipalité engagée pour son territoire, sur lesquels les revendeurs sont interdits. Citons également les points de vente collectifs, eux aussi gérés par des producteurs d'une même région, qui prennent en charge à tour de rôle la vente des produits de l'ensemble des adhérents au point de vente. Modalité emblématique des circuits courts, la vente en panier et notamment les AMAP constituent des systèmes d'alliance innovants entre un producteur et un groupe de consommateur, basés sur l'engagement réciproque.

La dimension collective est importante dans ces « nouveaux circuits courts » : si les formes plus traditionnelles, qui sont plutôt le fruit d'une démarche individuelle, persistent mais semblent montrer des limites (Chiffolleau, 2008), les modalités plus innovantes impliquent plusieurs acteurs, de même nature (producteurs uniquement) ou non (par exemple, des collectivités ou des consommateurs).

⁷ « Mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la vente directe du producteur au consommateur, soit par la vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire » (Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, 2009)

Si les circuits courts ne sont pas nouveaux, ils connaissent aujourd'hui un regain d'intérêt certain, pour les producteurs comme pour les consommateurs. Cet intérêt semble trouver sa source dans une certaine remise en cause du modèle « productiviste » développé après guerre, servant également l'expansion de la grande distribution. Pour autant, il ne s'agit pas d'un « retour en arrière » : les nouvelles formes de circuits courts sont innovantes, et font d'eux des objets d'études bien plus vastes qu'un simple échange commercial. Ceci explique certainement pourquoi, aujourd'hui, une multitude d'acteurs sont partie prenante dans les circuits courts, sans nécessairement être en lien direct avec la production agricole.

b) Des organismes et des territoires s'engagent en faveur d'une agriculture et d'une alimentation de proximité

Au niveau national :

- **Le Ministère de l'Agriculture et le « Plan Barnier »**

En 2008, les services déconcentrés du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, les DRAF (Directions Régionales de l'Agriculture et de la Forêt) sont devenues les DRAAF (Directions Régionales de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt). Elles se sont donc saisies de la question de l'alimentation, en particulier de celle de l'offre alimentaire, avec la volonté de la développer au niveau régional.

En 2009, le ministre de l'Agriculture Michel Barnier lance un groupe de travail sur les circuits courts. Cette initiative fait suite aux Assises de l'Agriculture de 2007, bases de la définition de grandes orientations pour la politique agricole française, et au Grenelle de l'Environnement. Elle répond à une volonté de « développer la part des produits saisonniers et de proximité dans les achats alimentaires » (MAP, 2009), dans une optique de développement durable.

Suite à une large concertation entre 42 acteurs de différentes natures (syndicats agricoles, organismes professionnels agricoles, services de l'Etat, collectivités territoriales, associations...), une meilleure définition des « circuit courts de commercialisation » et de leurs enjeux a pu être établie. Les difficultés rencontrées par les différents acteurs pour les développer ont été évoquées, autorisant l'élaboration d'un plan d'actions structuré autour de quatre axes principaux (Figure 1).

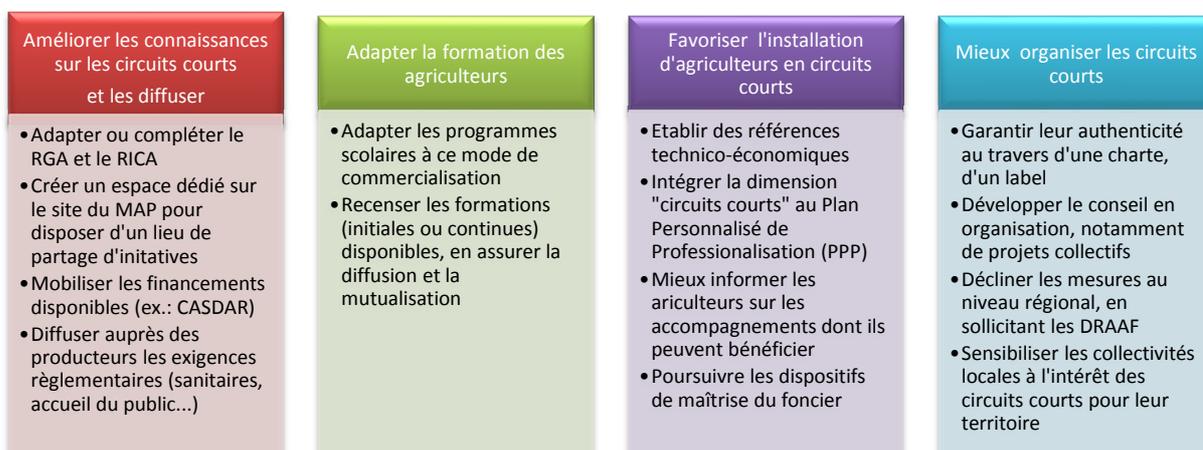


Figure 1 : Orientations du Plan Barnier.

Source : Ministère de l'Agriculture et de la Pêche. 2012
Réalisation : Thibaud GILBERT

Ces orientations se sont effectivement traduites en actions concrètes : notons par exemple l'introduction des circuits courts de commercialisation dans le Recensement Général Agricole de 2010 (voir annexe i), ou la mobilisation de fonds du Compte d'Affectation Spécial « Développement Agricole et Rural » (CASDAR) autour de cette thématique, comme en témoigne le projet LOCCATERRE (voir introduction et I.1.b).

- **Le Réseau Rural Français**

La programmation de la Politique Agricole Commune 2007-2013, au travers du Règlement de Développement Rural (RDR), a institué au niveau européen et décliné dans chacun des pays membres, un réseau regroupant les différents acteurs européens du développement rural : le Réseau Rural. Il a pour objectif de mettre en réseau les acteurs, afin d'inventorier et de diffuser les « bonnes pratiques transférables » en matière de développement rural dans l'espace communautaire.

En France, le Réseau Rural s'articule autour de 8 groupes thématiques, dont l'un s'est particulièrement intéressé aux circuits courts (Figure 2).

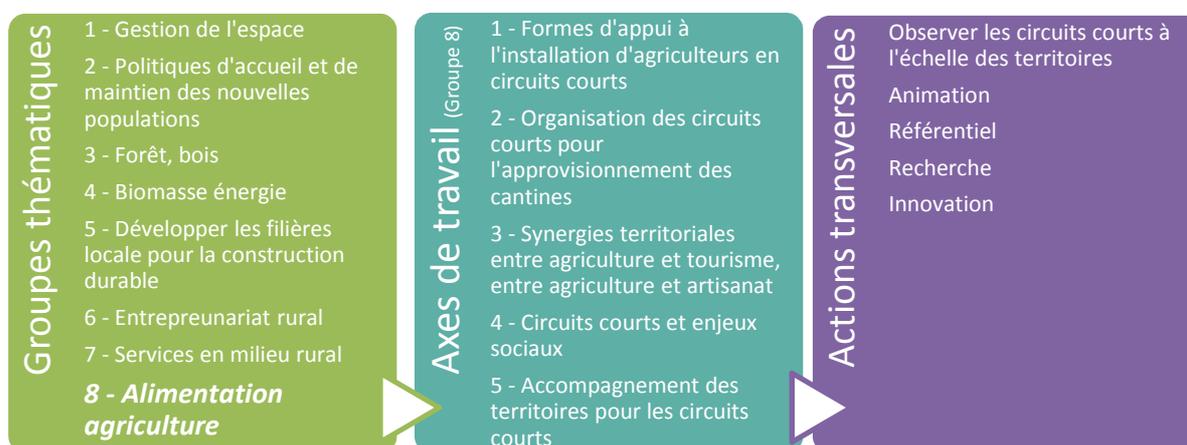


Figure 2 : Organisation et axes de travail du Réseau Rural Français

Source : Réseau Rural Français, 2012
Réalisation : Thibaud GILBERT

Ces initiatives émanent d'organismes agissant à une échelle nationale (Ministère de l'Agriculture) voire européenne (Réseau Rural). Pourtant, dans les orientations qu'ils définissent, et dans les actions qu'ils mènent, transparaît la volonté de s'appuyer sur des relais locaux (DRAAF, collectivités et autres acteurs territoriaux).

Au niveau local :

- **Les Chambres d'Agriculture**

Instances représentantes du monde agricole auprès des pouvoirs publics, les Chambres d'Agriculture contribuent également au développement agricole, notamment en s'impliquant dans des projets de territoire et de développement local. A ce titre, elles s'engagent activement dans le développement des modes de commercialisation de proximité et en circuits courts (paniers, magasins...). Elles s'appuient également sur leurs marques, « Bienvenue à la ferme » et les « Marchés de producteurs de pays ». Dans la plupart des Chambres Départementales d'Agriculture, des conseillers accompagnent les agriculteurs souhaitant concrétiser leur projet de commercialisation en circuit court : par exemple, en Maine-et-Loire, trois emplois sont directement liés à cette thématique.

- **Le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine et le projet LOCCATERRE**

Les Parcs Naturels Régionaux (PNR) ont été créés par le décret n° 67-158 du 1er mars 1967, reconnaissant ainsi des territoires « à dominante rurale dont les paysages, les milieux naturels et le patrimoine culturel sont de grande qualité, mais dont l'équilibre est fragile » (FPNRF). Portés par des Syndicats Mixtes, ils sont aujourd'hui au nombre de 48. Le décret qui les a instaurés leur confie cinq grands types de missions : la protection et la gestion du patrimoine naturel et culturel ; l'aménagement du territoire ; le développement économique et social ; l'accueil, l'éducation et l'information du public ; l'expérimentation et la recherche. A partir de ces grandes missions, et d'un diagnostic territorial, les Parcs élaborent en concertation avec les acteurs locaux et les habitants, un document clé pour l'orientation de leurs actions : la Charte de Parc, qui « concrétise le projet de protection et de développement durable élaboré pour [le] territoire » (FPNRF).

Créé en 1996, le PNR Loire-Anjou-Touraine (PNR LAT) a procédé au renouvellement de sa Charte en 2008, pour une période allant jusqu'en 2020. Les grandes orientations retenues s'articulent autour de trois axes et se déclinent en 14 objectifs (Figure 3).



Figure 3 : Axes et objectifs de la Charte du PNR Loire-Anjou-Touraine

Source : PNR Loire-Anjou-Touraine. 2007. Charte 2008-2020 – Partie II : Rapport de charte. Réalisation : Thibaud GILBERT

Le PNR LAT souhaite donc clairement apporter son soutien au développement d'une agriculture plus durable, notamment en favorisant la création de valeur ajoutée sur les exploitations. Le Parc se donne pour mission « d'accompagner la promotion de la vente en circuits courts ». Dans ce but, il s'est engagé en 2010 dans le projet CASDAR intitulé LOCCATERRE (DéveLopper et organiser les Circuits Courts pour répondre aux Attentes des TERRitoirEs). Le projet s'articule autour de trois axes :

- 1) élaborer des méthodes pour estimer et suivre le potentiel de développement des circuits courts sur un territoire,
- 2) expérimenter des méthodes pour accompagner l'organisation des circuits courts sur un territoire,
- 3) capitaliser et diffuser ces méthodes.

Le projet fait intervenir huit territoires d'expérimentation composés chacun d'un parc naturel régional et d'un organisme agricole associé, six organismes de recherche (chacun étant

associé à un ou plusieurs territoires et à un ou plusieurs axes du projet) et des têtes de réseaux nationaux. Le PNR LAT, avec l'École Supérieure d'Agriculture (ESA) d'Angers et la Chambre d'Agriculture de Maine-et-Loire, s'est particulièrement engagé dans le premier axe de ce projet. A ce titre, un premier diagnostic des « circuits alimentaires de proximité » (Martineau, 2010) a été réalisé en 2010 sur le territoire du Pays Saumurois.

- **Le Pays du Chinonais s'interroge sur les circuits courts de son territoire**

Créés par la loi n° 95-115 du 4 février 1995 d'orientation pour l'aménagement et le développement du territoire (LOADT), dite « loi Pasqua », les Pays sont une catégorie administrative à part entière, reposant sur une « cohésion géographique, économique, culturelle ou sociale, à l'échelle d'un bassin de vie ou d'emploi ». La loi « Voynet » de 1999 d'orientation pour l'aménagement et le développement durable du territoire (LOADDT) en fait des « territoires de projets » qui ont pour objet de fédérer les acteurs locaux autour d'un projet commun de développement et d'aménagement global et durable du territoire.

Porté par un Syndicat Mixte, le Pays du Chinonais a lui été créé en 1997. Regroupant 81 communes d'Indre-et-Loire proches de la ville de Chinon, il fait presque totalement partie du PNR LAT, à l'exception d'une communauté de communes. Il investit des champs d'actions variés tels que l'économie, les services à la population, le tourisme, l'environnement, l'agriculture... (Pays du Chinonais). Il permet à la Région Centre, qui le finance par des Contrats Régionaux de Pays (CRP), de décliner à une échelle plus locale sa politique d'aménagement du territoire. Elaborés en concertation entre la Région et les Pays, ces contrats doivent comporter un programme d'actions, relatives à des domaines d'interventions précis (voir annexe ii). Actuellement en cours de renouvellement, le CRP du Chinonais se déroulera sur une période de 5 ans (2013-2018). Le Pays du Chinonais souhaite y inclure des actions de soutien à l'agriculture de son territoire, en particulier en développant les circuits courts. Pour autant, l'existant reste mal connu et les projets potentiels à soutenir ne sont pas identifiés. Au regard de son expérience menée sur le Pays Saumurois en 2010, le PNR était un partenaire logique pour traiter ce sujet. Dans ce contexte, la réalisation d'un diagnostic des circuits courts est apparue comme une option pertinente. Le PNR a donc pris la décision, à sa charge, de recruter un stagiaire pour mener dans sa totalité, une étude sur les circuits courts du territoire du Pays.

De nombreux organismes s'intéressent aujourd'hui à la question des circuits courts, tant à l'échelle européenne que nationale ou plus locale. Ils témoignent d'une réelle volonté des territoires de se réapproprier leur agriculture, et d'en relocaliser la consommation. Acteur privilégiés pour mener des projets à l'échelle des territoires, des collectivités telles que le PNR Loire-Anjou-Touraine et le Pays du Chinonais mènent ou souhaitent mener des actions en faveur des circuits courts. Dans ce but, la réalisation préalable d'un diagnostic de ces circuits sur le Pays du Chinonais est nécessaire.

2) Les circuits courts, des enjeux au-delà de l'activité agricole

L'engouement actuel pour les circuits courts tend à leur attribuer de nombreuses vertus : création de lien social, respect de l'environnement, relocalisation de l'économie... Il convient à ce stade d'apporter quelques éclairages sur ces points, et de préciser les enjeux autour des circuits courts.

a) Les circuits courts, créateurs de lien

Les circuits courts sont souvent vus comme un moyen de recréer du lien entre les producteurs et les consommateurs (MAP, 2009 ; Hérault-Fournier, 2010). Cette hypothèse semble se vérifier, comme l'ont montré les travaux des programmes CROC et LiProCo. Le lien entre les producteurs et consommateurs se trouve renforcé, puisque la vente sans intermédiaire implique que les deux acteurs se rencontrent. Les producteurs peuvent ainsi communiquer sur leurs produits, et avoir un retour direct sur leur qualité (Hérault-Fournier, 2010), ce qui pourrait les amener à modifier leurs pratiques en conséquence. Les consommateurs, eux, apprécient de « mettre un visage derrière le produit » et de recevoir des conseils de la part des producteurs. Cette relation transforme l'échange purement commercial de produits, en un échange social (Amemiya et al., 2008).

Certaines modalités de circuits courts favorisent aussi le lien entre acteurs de même nature : c'est par exemple le cas des marchés. Les travaux du projet CROC (Chiffolleau et al., 2008) ont montré les liens d'ordre professionnel créés entre producteurs après la mise en place d'un marché (Figure 6).

Les AMAP, comme les points de vente collectifs, constituent des pratiques collectives de vente directe (Bernard et al., 2008). L'organisation que ces modalités requièrent pour fonctionner au mieux, souvent formalisée dans un règlement ou une charte, nécessite une bonne entente : entre les producteurs adhérents au point de vente collectif, puisque chacun sera amené à vendre les produits des autres, mais aussi au sein du groupe d'AMAPiens, pour que les distributions s'organisent et se déroulent pour le mieux.

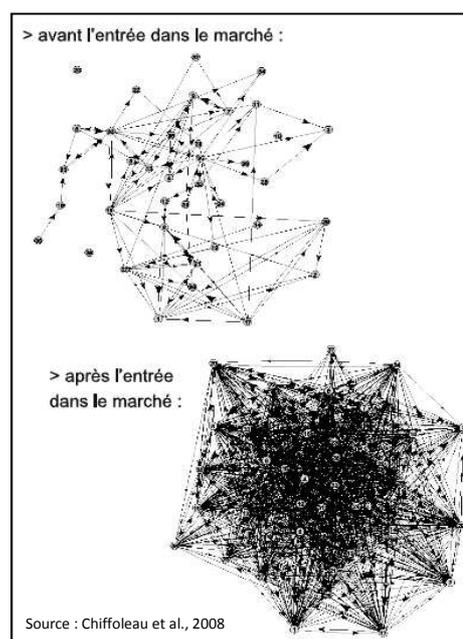


Figure 4 : Relations de dialogue professionnel entre producteurs

Les circuits courts sont donc un moyen de (re)créer du lien social, que ce soit entre les producteurs et leurs consommateurs, ou tout simplement entre des personnes qui partagent des valeurs communes. Un aspect intéressant, à l'heure où 30% des français disent souffrir de la solitude (TNS SOFRES, 2010).

b) Quel est l'impact des circuits courts sur l'environnement ?

Pour répondre à une telle question, il serait intéressant d'analyser le cycle de vie des produits alimentaires commercialisés en circuits courts. De telles études ne semblent pas exister pour le moment, pourtant différents travaux soulignent l'intérêt de deux éléments :

- le mode de production
- la logistique, le mode de distribution des denrées.

Le « lien producteur-consommateur » qui se noue grâce aux circuits courts, peut-il être la source d'une modification des pratiques du producteur, en réponse aux attentes du consommateur qu'il a en face de lui ? Peu d'études se sont intéressées à la question, et celles qui l'ont fait tendent à montrer que si l'influence des consommateurs n'est pas nulle, elle n'est cependant pas si évidente à mettre en avant (Maréchal et al., 2010) : lorsqu'on les interroge à

ce sujet, les producteurs ne citent pas spontanément l'influence du face-à-face avec les consommateurs parmi les éléments déterminant leurs pratiques. Mais ils intègreraient, au bout d'un temps plus ou moins long, et semble-t-il assez inconsciemment, les exigences « du consommateur » : celui qu'ils ont en face d'eux, mais surtout la représentation qu'ils s'en font au travers des médias, des collègues producteurs, des syndicats... En somme, il est à ce stade difficile de conclure quant à l'influence des consommateurs sur les pratiques des producteurs : certains remettent en cause tout ou partie de leur mode de fonctionnement lorsqu'ils pratiquent une commercialisation en circuits courts, pour d'autres il ne s'agit que d'un mode de commercialisation minoritaire, destiné à rétablir ou améliorer une situation économique délicate, et qui ne débouche pas sur une remise en cause plus globale du fonctionnement de l'exploitation (Maréchal et al., 2010).

Une vigilance particulière doit également être apportée à la question du transport des denrées. Si les circuits courts tendent à relocaliser la production et la consommation des produits alimentaires, limitant ainsi les distances parcourues, les « kilomètres alimentaires » ne semblent pas pour autant constituer un indicateur fiable (Redlingshöfer, 2008). Il convient de prendre en compte le mode de transport (routier, ferroviaire, maritime...), le taux de remplissage du véhicule, l'existence ou non de trajets retour « à vide », afin de mieux cerner l'impact des transports alimentaires sur les émissions de gaz à effet de serre (GES). Ainsi, des études tendent à montrer que « la logistique hautement efficace des chaînes d'approvisionnement internationales qui s'appuie sur le transport maritime et routier de gros volumes peut être, dans certains cas, plus économe en énergie pour transporter un produit, malgré de longues distances » (Redlingshöfer, 2008). L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) tient un discours similaire : si elle note l'intérêt des circuits courts en ce qui concerne la relocalisation des impacts environnementaux, la limitation des déchets de conditionnement et des procédés de conservation, elle alerte également sur la question de la logistique. Si elle reconnaît un impact « plutôt positif » des circuits courts sur l'environnement, elle retient que « la diversité des circuits courts de proximité, ainsi que le manque d'études complètes ne permettent pas d'affirmer que les circuits courts présentent systématiquement un meilleur bilan environnemental que les circuits longs, notamment en matière de consommation d'énergie et d'émissions de gaz à effet de serre. » (ADEME, 2012).

L'impact des circuits courts sur l'environnement semble donc délicat à appréhender. En revanche, la création de lien social provoquée par la vente en circuits courts est bien réelle, c'est d'ailleurs principalement pour cette raison qu'aujourd'hui, le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine s'engage dans le soutien de ces circuits. Cela le conduit d'ailleurs à parler plutôt de « circuits alimentaires de proximité ».

c) La redéfinition des « circuits courts » en « circuits alimentaires de proximité »

Bien conscient des enjeux véhiculés par les circuits courts (voir I.3.a et b), et des éléments de définition qu'il souhaite prendre en compte (voir I.1.a), le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine associe donc certaines valeurs aux circuits courts, qui restent peu explicitées lorsqu'on emploie ce terme ou au vu de la définition fournie par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche. Notons en particulier (voir aussi Martineau, 2010) :

- Le nombre d'intermédiaires. Comme pour la définition de circuit court (MAP, 2009), il se limite au plus à un. Cependant, compte tenu de l'étendue restreinte du territoire d'étude, il est possible de faire du cas par cas pour chaque situation. En effet, certains cas de commercialisation nécessitent de faire intervenir plusieurs intermédiaires (vente à la restauration scolaire par exemple), mais si cela reste à une échelle territoriale, la situation n'est pas à exclure.

- La seconde valeur est celle de la proximité « humaine » entre producteur et consommateur. Il est essentiel pour le Parc que les liens entre ces deux acteurs soient présents lors de l'échange commercial. Dans les situations où il existe un intermédiaire, ce lien n'est pas coupé puisque cet intermédiaire est proche du consommateur et du producteur et il peut communiquer sur les produits et rétablir ainsi le lien. Cette valeur s'approche de la notion de « proximité organisationnelle », ce « processus de coordination fondé sur une relation directe entre les agents » (Bouba-Olga, 2005)
- La troisième valeur est celle de la proximité géographique, au sens de la distance physique qui sépare le lieu de production du lieu de consommation. On avance souvent la distance de 80 à 100 km, les anglo-saxons parlent de 60 miles. Pour évaluer si cette distance est à considérer comme faible ou non (produit local/agriculture de proximité ou non), il convient de prendre en compte la rareté du produit considéré sur le territoire où l'on se trouve. La proximité géographique est importante mais n'est pas le critère essentiel de définition, surtout que, comme il a été dit pour la proximité humaine, le territoire étant petit il est possible d'étudier chaque situation de manière individuelle.

Plus que de « circuits courts », qui n'impliquent qu'un nombre limité d'intermédiaires, nous parlerons donc dans l'étude de « circuits alimentaires de proximité », afin de mieux prendre en compte les valeurs que l'on souhaite associer aux circuits courts, et celles qui font aujourd'hui les motivations des producteurs et des consommateurs pour ce mode de commercialisation. Le terme « circuit court » sera néanmoins employé lorsque nous aborderons des études ou des publications utilisant ce terme.

3) Comment observer et analyser les circuits alimentaires de proximité à l'échelle d'un territoire ?

Après avoir précisé le contexte général dans lequel s'insère le sujet de cette étude, et les raisons qui amènent le Pays et le PNR à souhaiter sa réalisation, intéressons-nous à la manière de procéder.

a) Définition des objectifs de l'étude

Avant d'envisager la réalisation d'un diagnostic des circuits alimentaires de proximité sur le Pays du Chinonais, il convient d'abord de bien définir les objectifs que l'on fixe à cette étude.

Une meilleure connaissance des circuits existants

Des dispositifs de circuits alimentaires de proximité existent dans le Pays du Chinonais et sont connus par les acteurs locaux, dont le Pays et le PNR. Mais cette étude devra permettre d'affiner cette connaissance, d'identifier des dispositifs qui étaient jusque là inconnus. L'intérêt serait de valoriser ensuite les résultats du diagnostic : annuaire de producteurs, de points de vente collectifs, identification de partenaires locaux potentiels sur cette question (actions de promotion, de communication, retour d'expérience...). Compte tenu de la diversité potentielle des modalités présentes, nous devons cependant en prioriser certaines. Le Pays dispose d'atouts majeurs auxquels nous nous intéresserons également : des infrastructures de transformation de taille modeste, ce qui en fait des acteurs clés pour les producteurs locaux et pour favoriser la diversité des produits issus du territoire.

L'identification de projets en cours et l'analyse de leur développement

Le diagnostic doit aussi permettre d'identifier des projets en gestation ou en démarrage, qui pourraient recevoir un soutien de la part des collectivités locales. L'identification des freins qu'ils rencontrent pourra être une base de travail dont pourront s'emparer les collectivités pour soutenir le développement des circuits alimentaires de proximité sur leur territoire. L'analyse de la démarche suivie pourra constituer un retour d'expérience intéressant si d'autres acteurs souhaitaient entamer une démarche similaire.

La proposition d'actions de soutien

Le Pays du Chinonais souhaite s'appuyer sur les résultats de ce diagnostic pour construire son Contrat Régional de Pays 2013-2018. Ce contrat inclura des actions en faveur de l'agriculture de son territoire, notamment en favorisant des débouchés locaux. Afin d'aider le Pays dans cette démarche, le diagnostic devra aboutir à la proposition de pistes d'actions de soutien auxquelles les collectivités locales pourront prendre part.

Créer un débat sur les circuits de proximité entre acteurs du territoire

Ce diagnostic sera suivi par un comité de pilotage, qui se réunira à plusieurs reprises au cours de l'étude. Composé de différents acteurs territoriaux (liste complète en annexe xvi), pouvant être partie prenante dans les initiatives locales liées aux circuits alimentaires de proximité, il sera une occasion de mettre en réseau différentes structures et de susciter des débats, des échanges entre elles. Cette mise en réseau peut être importante dans la dynamique des circuits de proximité sur le territoire : par exemple, dans le Pays Saumurois, une plateforme d'approvisionnement bio et local des cantines scolaires a été mise en place grâce à la collaboration entre un groupement de producteurs et une association d'insertion (voir III.2.c).

Ces objectifs permettent de donner une première direction pour guider le diagnostic. Mais ils ne suffisent pas à bâtir une méthodologie à mettre en œuvre. L'observation des circuits alimentaires de proximité à l'échelle d'un territoire a déjà fait l'objet de travaux de recherche, qui proposent des éléments de méthode. Voyons maintenant quels éléments nous pouvons retenir.

b) Différents travaux proposent des éléments méthodologiques

Il n'existe pas de méthode « clé en main » pour réaliser un diagnostic des circuits alimentaires de proximité à l'échelle d'un territoire, correspondant exactement à nos objectifs. Néanmoins, cette question a déjà fait l'objet de plusieurs travaux.

La méthode SALT (Systèmes ALimentaires Territorialisés)

Elle est issue du projet de recherche-action éponyme, coordonné par la FR CIVAM Bretagne. Il a associé agriculteurs, praticiens et chercheurs dans l'objectif de mieux connaître les circuits courts alimentaires en Bretagne.

Cette méthode de diagnostic propose une approche systémique des circuits courts (FR CIVAM Bretagne, 2010). Elle prend en compte les interactions entre acteurs des circuits courts d'un territoire pour élaborer une stratégie locale de développement de ces modes de commercialisation des produits alimentaires. L'observation des circuits courts se fait sous l'angle de leurs modalités, à partir des « lieux où s'échangent les produits » : un marché, le lieu de distribution d'une AMAP, une exploitation agricole pratiquant la vente directe... La

méthode SALT propose de structurer l'étude en quatre grandes étapes, réalisables en 6 à 9 mois (Figure 5) :

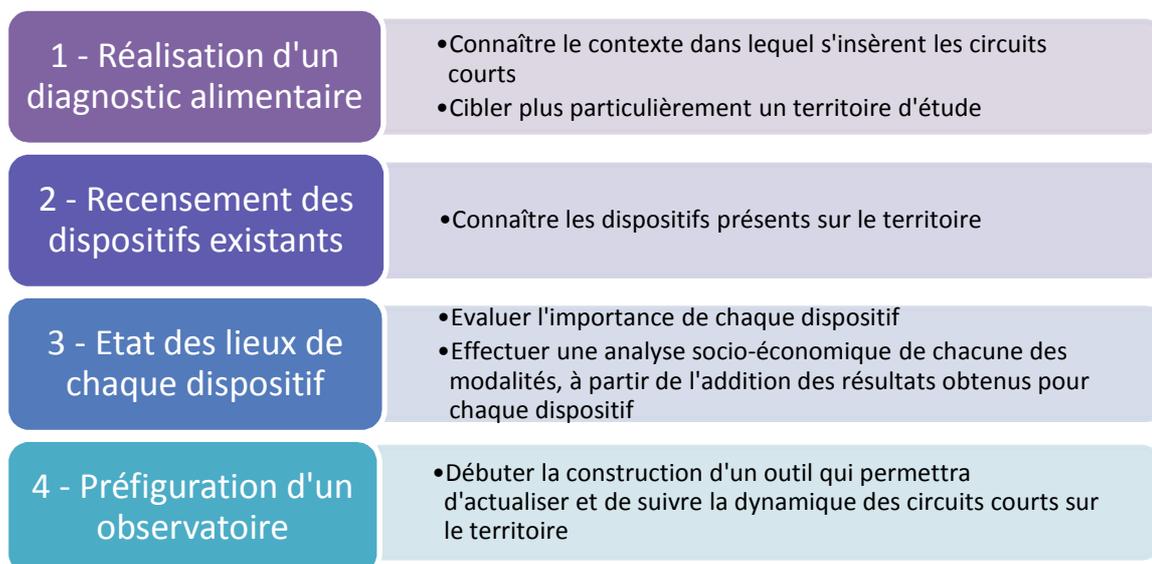


Figure 5 : Éléments de la méthode SALT

Source : FR CIVAM Bretagne, 2010
Réalisation : Thibaud GILBERT

Pour mesurer l'impact des circuits courts, SALT propose de choisir des indicateurs dans les domaines économiques, environnementaux et socio-territoriaux, ou de les construire quand ils n'existent pas. Cela peut être, par exemple, le chiffre d'affaire généré par les circuits courts, le nombre d'emplois soutenus, le kilométrage alimentaire des denrées proposées dans un dispositif. Les concepteurs de la méthode alertent toutefois sur la difficulté à évaluer l'impact environnemental ou socio-territorial des circuits courts dans le cadre du diagnostic SALT, par manque de méthodologies et de points de comparaison.

Les travaux du programme LiProCo

LiProCo est un projet de recherche, qui a rassemblé de 2008 à 2011 des acteurs de terrain (FR CIVAM, Chambres d'agriculture, acteurs de l'agriculture biologique et des circuits courts) et des enseignants-chercheurs issus de plusieurs disciplines des sciences humaines. Parmi les expérimentations menées, celle d'un « diagnostic des circuits alimentaires de proximité sur un territoire » (Lelaure et al., 2011), le Pays de la Jeune Loire et ses Rivières, constitue un retour d'expérience intéressant dans le cadre de notre étude.

La méthode utilisée par LiProCo propose d'effectuer en parallèle trois analyses, qui servent plusieurs objectifs transversaux (Figure 4).

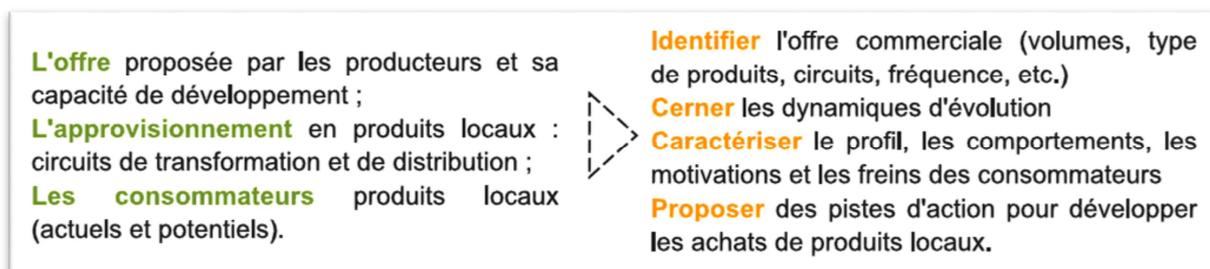


Figure 6 : Méthodologie de diagnostic des circuits courts par LiProCo

Source : Lelaure et al., 2011
Réalisation : Thibaud GILBERT

Cette méthode s'intéresse donc à la demande en produits locaux, l'offre disponible, et au rôle des intermédiaires permettant d'articuler les deux. La caractérisation de la demande a été effectuée en 5 mois, et celle de l'offre en 7 mois.

Le diagnostic des circuits alimentaires de proximité du Pays Saumurois, réalisé par le PNR Loire-Anjou-Touraine

Dans le cadre du projet LOCCATERRE, le PNR LAT a déjà réalisé une étude similaire à celle-ci en 2010. Effectuée par une élève ingénieur agronome, d'une durée de 6 mois, elle a également débouché sur la proposition d'actions à mettre en place sur le Pays Saumurois (Martineau, 2010). S'inspirant de la méthode SALT, avec des objectifs semblables aux nôtres et des contraintes similaires, elle s'avère particulièrement intéressante dans notre cas. On peut en retenir les éléments méthodologiques suivants :

- La réalisation préalable d'un état des lieux du territoire, pour comprendre le contexte dans lequel s'insèrent les modalités de circuits courts étudiées
- Le recensement des producteurs commercialisant en circuits courts, grâce à un partenariat avec la Chambre d'Agriculture de Maine-et-Loire
- Une étude sous l'angle des modalités, en faisant le choix d'en prioriser certaines compte tenu de la durée de l'étude
- L'adoption d'une méthode d'enquête propre à chaque modalité

c) La construction d'une démarche adaptée

Les différents travaux déjà menés proposent des éléments méthodologiques intéressants, sur lesquels nous nous appuyons pour construire notre propre méthodologie. Mais compte tenu de nos contraintes (étude réalisée en 6 mois, uniquement par un stagiaire recruté pour l'occasion), il est nécessaire de formuler certaines hypothèses et d'effectuer certains choix.

Des hypothèses et des choix pour guider notre étude

La méthode mise en œuvre par le projet LiProCo propose de s'intéresser à la demande du territoire en produits locaux, notamment au travers d'enquêtes auprès des consommateurs. Compte tenu des moyens et des compétences disponibles pour notre étude, il n'était pas envisageable de traiter cet aspect des circuits alimentaires de proximité sur le Pays du Chinonais. Ce dernier ne semblant pas présenter de caractéristiques particulières, nous formulons l'hypothèse que sur ce territoire aussi, des consommateurs cherchent à s'approvisionner en produits locaux, à redonner du sens à leur consommation (voir I.1.b). Sur ce thème, il est proposé que le diagnostic s'appuie sur l'étude menée actuellement par le Pays (OCMACS, Opération Collective pour la Modernisation de l'Artisanat, du Commerce et des Services, voir annexe iii) qui devrait donner des éléments quant aux habitudes de consommation de ses habitants.

La modalité de circuits alimentaires de proximité la plus ancienne semblerait être la vente directe, notamment à la ferme (voir I.1.a). Il semblerait donc naturel de l'étudier dans le cadre d'un diagnostic comme celui-ci. Pourtant, nous avons fait le choix de ne pas l'aborder. Cela impliquerait d'enquêter les producteurs en vente directe, qui sont a priori très nombreux, et au préalable de les identifier précisément. Il n'existe pas, en Indre-et-Loire, de base de données recensant tous les producteurs pratiquant la vente directe sur leur exploitation. La constitution d'une telle base aurait été un travail intéressant, mais trop lourd dans le cadre de

notre étude. Un recensement rapide des producteurs semble néanmoins pouvoir être fait en combinant plusieurs sources d'informations en ligne.

La méthode SALT propose d'étudier toutes les modalités de circuits courts d'un territoire, afin de comprendre les synergies qui peuvent exister entre elles. Nous retenons cette idée, mais compte tenu des moyens dont nous disposons, nous choisissons d'en étudier prioritairement trois, de manière approfondie. Le choix définitif des modalités retenues interviendra une fois la caractérisation du territoire réalisée.

Pour chacune des modalités, nous formulerons des hypothèses préalables et nous effectuerons des choix méthodologiques qui lui seront propres.

Synthétiser les différentes méthodes pour répondre à nos objectifs

La méthode proposée par LiProCo semble difficilement adaptable dans notre cas. Elle nécessite des compétences et un temps de travail dont nous ne disposons pas. En revanche, la méthode SALT convient mieux à nos objectifs. Elle devrait permettre une meilleure connaissance des circuits alimentaires de proximité du territoire, et une analyse permettant de proposer aux collectivités locales un positionnement possible vis-à-vis de ces circuits. Néanmoins, quelques adaptations nous semblent nécessaires :

- Le « diagnostic alimentaire » ne visera pas à cibler un territoire d'étude, puisque dans notre cas il est déjà connu. En revanche, nous chercherons à l'orienter de manière à guider des choix méthodologiques ultérieurs (voir paragraphe suivant).
- La priorité accordée à trois modalités, ne fournira qu'une vision partielle des circuits de proximité du Chinonais. L'analyse socio-économique de la totalité des circuits de proximité du territoire et des synergies entre modalités devient impossible. Les éléments collectés pourront néanmoins être le reflet d'une certaine dynamique.
- La méthode SALT a pour finalité la préfiguration d'un observatoire territorial des circuits courts, qui permettrait de suivre leur développement et leur dynamique. L'existence d'un tel observatoire sur le Pays Chinonais peut se révéler intéressante, en particulier lorsqu'il s'agira d'évaluer la mise en œuvre du Contrat Régional de Pays de 3^e génération. Mais la finalité de notre diagnostic est plutôt de proposer des actions de soutien pouvant être mises en place par le Pays au cours de ce contrat de troisième génération, notamment en identifiant des projets et des initiatives autour des circuits alimentaires de proximité.

Une caractérisation du territoire nécessaire

Comme le propose la méthode SALT, nous pensons que la caractérisation du territoire d'étude est un préalable nécessaire au diagnostic des circuits de proximité en eux-mêmes. Elle permettra de mieux comprendre dans quel contexte ils se développent (ou ne se développent pas), mais aussi de faire des choix méthodologiques. En effet, les travaux des programmes LiProCo (Saleilles et al., 2011, Merle et al., 2011) et Coxinel (Reboul et al, 2009) ont montré que les consommateurs présentaient des profils différents (âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle...) selon les modalités. Caractériser la population du territoire, ses habitudes de consommation, devrait permettre de fournir des éléments permettant de choisir les modalités à étudier en priorité. Plus largement, avoir une image du territoire devrait fournir des pistes d'explication à la dynamique observée (type de population, type de productions agricoles...)

Cette caractérisation n'est en rien un diagnostic de territoire⁸, puisqu'il ne s'agit pas d'évaluer la capacité du Pays du Chinonais à développer les circuits alimentaires de proximité à plus ou moins long terme. Il ne s'agira que d'un état des lieux partiel du territoire, fournissant certaines clés de compréhension, sur deux thèmes majeurs :

- La population du Pays, sa structure, son évolution, ses habitudes
- L'agriculture du Pays, ses orientations, ses spécificités, sa dynamique.

Il correspond peu ou prou au « diagnostic alimentaire » proposé par la méthode SALT. Les données du Recensement Agricole de 2010, et les données de l'INSEE sur la population permettront de le réaliser, ainsi que les résultats du diagnostic préalable à une OCMACS réalisé sur le Pays du Chinonais par le cabinet PIVADIS (voir annexe iii).

La méthode que nous retiendrons pour réaliser notre diagnostic, constitue une adaptation de la méthode SALT et de celle utilisée dans le diagnostic des circuits alimentaires de proximité du Pays Saumurois (Martineau, 2010). Après avoir caractérisé le territoire d'étude et en avoir déduit des hypothèses, nous étudierons plus en détail trois modalités. Une méthodologie spécifique à chacune sera mise en place. La méthodologie globale de notre diagnostic est résumée dans le Tableau 1.

Tableau 1 : Récapitulatif de la méthodologie utilisée

Diagnostic alimentaire								
Thème	Population				Agriculture			
Sujets d'étude	Caractéristiques démographiques Emploi Pratiques de la population Tourisme				Occupation des sols et évolution Structure des exploitations Orientation des productions Circuits courts Signes de qualité Infrastructures de transformation			
Recensement des producteurs								
Combinaison de plusieurs sources en ligne : Agence Bio, Bio Centre, achetezlocal.com								
Etude et recensement des modalités et des dispositifs								
Modalité	AMAP		Paniers		Vente à la restauration scolaire		Marchés	
Méthode d'enquête	Action	Outil	Action	Outil	Action	Outil	Action	Outil
	Recensement	PNR LAT reseau-amap.org Entretiens semi-directifs	Recensement	PNR LAT Entretiens semi-directifs	Etat des lieux préalable	Résultats de l'enquête de 2008	Recensement	CCI 37 PNR LAT
	Entretiens face à face	Guide d'entretien	Entretiens face à face	Guide d'entretien	Enquête téléphonique	Guide d'entretien	Entretiens face à face	Guide d'entretien
	Analyse	SIG, tableur	Analyse	SIG, tableur	Analyse	Tableur	Analyse	SIG, Tableur

⁸ « État des lieux qui recense, sur un territoire déterminé les problèmes, les forces et les faiblesses, les attentes des personnes, les enjeux économiques, environnementaux, sociaux... Il fournit des explications sur l'évolution passée et des appréciations sur l'évolution future » (DATAR, 2002)

Partie II : Quelle consommation alimentaire de proximité en Chinonais ?

Cette partie a pour objet de présenter les résultats de l'étude. Après avoir brièvement caractérisé le territoire, un choix des modalités à étudier sera effectué. Chacune des modalités sera ensuite présentée et analysée.

1) Le Pays du Chinonais, un territoire propice au développement des circuits alimentaires de proximité ?

Le Pays du Chinonais s'étend sur 81 communes, regroupées en 8 communautés de communes. Il correspond approximativement au quart sud-ouest du département de l'Indre-et-Loire, et se situe aux confins de trois régions historiques (voir annexe iv) : l'Anjou (département de Maine-et-Loire), le Poitou (département de la Vienne) et la Touraine (département d'Indre-et-Loire).

a) Quelle population chinonaise, pour quels circuits de proximité ?

Un territoire rural et hétérogène

Avec une densité moyenne de 50 habitants⁹ par km², concentrée essentiellement dans la vallée de la Loire (annexe v), le Chinonais est un territoire à dominante rurale¹⁰. L'étude de l'occupation des sols (annexe iv et vii) révèle une large diversité de paysages, marquée par l'importance de la forêt : 29% du territoire. Le zonage en aires urbaines (ZAU) réalisé par la DATAR et l'INSEE en 2010 en atteste (voir annexe v), il met également en avant l'influence de l'agglomération tourangelle pour une partie du territoire. Les migrations pendulaires semblent importantes, puisque 34% des actifs résidents du Pays le quittent pour travailler. Ainsi, 88% des foyers disposent d'une automobile, contre 80,7% en France (INSEE, 2009).

Une population vieillissante et modeste

Selon l'INSEE, le Pays du Chinonais totalisait 74949 habitants en 2008. Un chiffre en augmentation par rapport à 1999 (+4,63%), quasiment exclusivement grâce au solde migratoire (+0,5%/an). La population n'en demeure pas moins âgée (voir annexe vi) et vieillissante : 56,8% des habitants avaient moins de 45 ans en 1999, contre 51,8% en 2008.

Par conséquent, la répartition des catégories socioprofessionnelles (annexe vi) montre une forte proportion de retraités (31,6% des « actifs », contre 25,5% à l'échelle française). Les catégories dites « favorisées » (artisans, commerçants & chefs d'entreprise, cadres et professions intermédiaires) représentent seulement 20,3% de la population active du Pays, contre 25,5% à l'échelle nationale. Cela peut s'expliquer par un niveau de formation globalement plus faible que les références régionales ou nationales. Le revenu moyen par foyer fiscal s'élève à 20500€ par an, soit 3000€ en deçà de la moyenne nationale.

⁹ Ce chiffre masque de larges disparités : il varie de 13 à 205 selon les communes. En France métropolitaine, la moyenne s'établit à 115 habitants /km².

¹⁰ Cette terminologie désignait l'ensemble des espaces qui n'étaient pas « à dominante urbaine » (INSEE). Elle n'est plus utilisée par cet organisme depuis l'élaboration du zonage en aires urbaines en 2011, mais il nous semble qu'elle reste un qualificatif pertinent pour ce territoire.

La grande distribution domine le marché des produits alimentaires

Malgré des revenus plutôt modestes, le budget alimentaire des habitants du Pays est

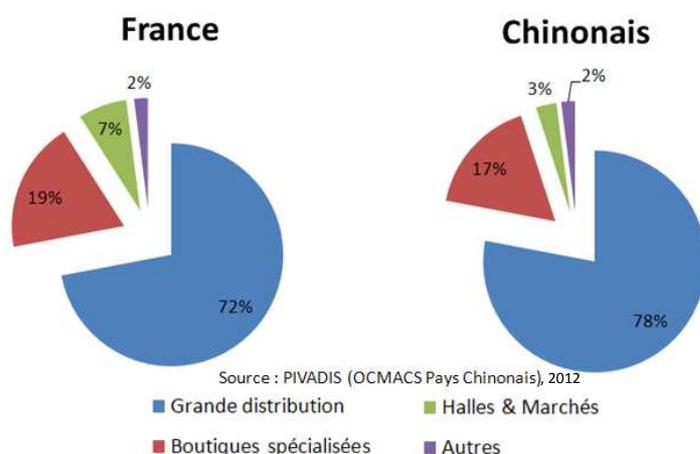


Figure 7 : Part de marché par forme de distribution (produits alimentaires)

évalué à 178,9 millions d'euros par an (PIVADIS, 2012), soit environ 5600 euros par foyer (moyenne nationale : 5910 euros). Mais ces dépenses conséquentes profitent très majoritairement, et plus qu'ailleurs, à la grande distribution (Figure 7). De plus, la population chinonaise semble peu consommatrice de produits locaux : 34% n'en consommeraient jamais (PIVADIS, 2012) quand 83% des français affirment les privilégier dans leurs achats alimentaires, au moins de temps en temps (Agence Bio, 2010). En cause, une méconnaissance de

l'offre, ou une difficulté à se procurer ces produits.

Le tourisme, opportunité pour les circuits alimentaires de proximité ?

Le Chinonais présente un patrimoine riche (naturel, mais aussi historique et architectural : châteaux d'Azay-le-Rideau, de Chinon, d'Ussé...) pour partie reconnu comme Patrimoine Mondial de l'Humanité par l'UNESCO. Source d'attractivité, il génère chaque année au moins 660 000 visites de sites touristiques (Comité Régional du Tourisme Centre) et 405 000 nuitées dans les établissements d'hôtellerie et campings (Chambre de Commerce et d'Industrie de Touraine), effectuées pour moitié par des touristes étrangers. Pourtant, l'activité touristique n'engendre qu'un surplus de dépenses alimentaires de l'ordre de 10 millions d'euros par an (hors Restauration Hors Domicile). Néanmoins, les marchés sont souvent associés à l'activité touristique

Des habitants plus tournés vers les marchés ?

les travaux du programme LiProCo sur le profil des consommateurs privilégiant les circuits alimentaires de proximité, ont mis en avant deux générations de consommateurs (Saleilles et al., 2011) :

- Les retraités, plus âgés, privilégient les Points de Vente collectifs et les marchés et mettent en avant surtout la qualité des produits.
- Les AMAP et systèmes de paniers attirent, en revanche, surtout les cadres et professions intermédiaires, plus jeunes, qui évoquent plus spontanément les aménités positives liées au mode de commercialisation : défendre un type d'agriculture, soutenir les producteurs. Il s'agit d'une population généralement plus sensible aux questions de développement durable (Mathe, 2009).

Au regard des quelques caractéristiques que nous venons de mettre en avant, nous formulons l'hypothèse que la population chinonaise correspondrait plutôt au premier profil. Pourtant, les acteurs du territoire¹¹ ont la connaissance de plusieurs AMAP créées récemment,

¹¹ Voir I.3.a et annexe xvi

tout en ayant le sentiment que les marchés sont de moins en moins fréquentés. Nous nous intéresserons donc aux modalités de vente en panier et aux marchés, afin d'éclaircir ce point.

La brève caractérisation de la population chinonaise que nous venons de présenter, met en évidence certains éléments qui semblent donc plutôt favorables aux circuits alimentaires de proximité, quand d'autres pourraient l'être moins (Tableau 2).

Tableau 2 : Synthèse : la population chinonaise et les circuits de proximité

Atouts	Contraintes
<ul style="list-style-type: none"> - Facilité de déplacement - Forte proportion de retraités - Budget alimentaire dans la moyenne - Attrait touristique 	<ul style="list-style-type: none"> - Peu de catégories socioprofessionnelles « favorisées » - Densités de population hétérogènes - Poids important de la grande distribution

b) L'agriculture du Chinonais, compatible avec les circuits de proximité ?

Les données du Recensement Agricole de 2010 permettent de dresser un rapide portrait de l'agriculture chinonaise.

Des exploitations à l'heure de l'agrandissement

En 2010, le Chinonais comptait 1501 exploitations, soit 32% de moins qu'en 2000 (France métropolitaine : -26%). Depuis 1988, c'est même plus de la moitié des exploitations qui a disparu. La SAU n'a heureusement pas diminué d'autant : elle est aujourd'hui de 77311 ha, soit 6% de moins qu'en 1988. L'essentiel du recul des terres agricoles profite à l'urbanisation (voir annexe vii). La surface moyenne d'une exploitation a donc nettement progressé, passant de 24,3 ha (1988) à 51,5 ha aujourd'hui (+112 %). Ce chiffre, un peu en retrait de la moyenne nationale (55 ha), peu s'expliquer par l'orientation des productions (voir paragraphe suivant). Néanmoins, l'agriculture concerne toujours 10,9% des emplois du Pays, pour seulement 2,4% en France.

Une production tournée vers les grandes cultures et la vigne, avec une spécialisation selon les secteurs

Les productions végétales sont largement dominantes dans le Chinonais, en particulier les grandes cultures et la vigne. Près de 60% des exploitations produisent des céréales, 40% pratiquent la viticulture, quand seulement 11% produisent des légumes et 6% ont des vaches à viande (annexe vii)

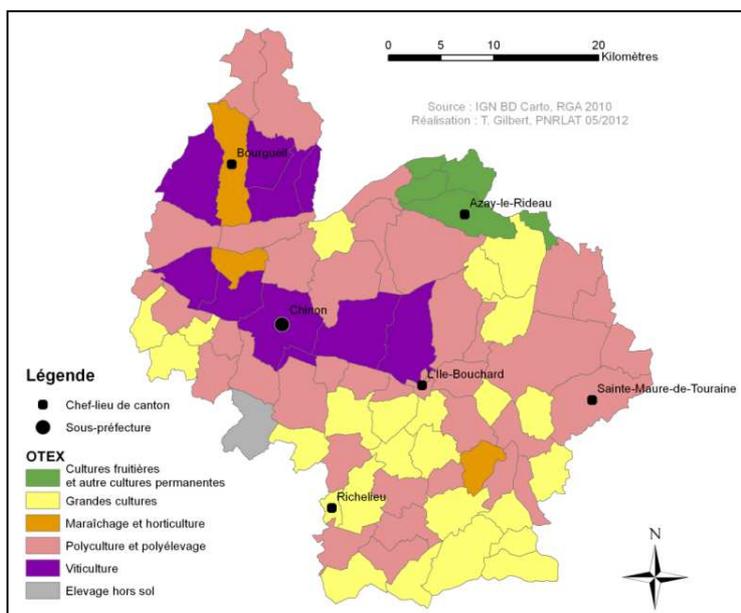


Figure 8 : OTEX des communes

Les orientations technico-économiques des exploitations (OTEX), synthétisées à l'échelle communale, mettent en avant

une certaine spécialisation des productions selon les secteurs du Chinonais (Figure 8) : dans les secteurs de Bourgueil et du Val de Vienne (autour de Chinon), la viticulture domine. Un bassin de production arboricole persiste autour d'Azay-le-Rideau. Sur le reste du territoire, les grandes cultures sont majoritaires, parfois associées à l'élevage. L'analyse des OTEX est d'ailleurs globalement cohérente avec l'occupation des sols (annexe iv).

Les signes de qualité distinguent avant tout les vins

Sur les 29 produits sous signe de qualité issus du Chinonais (21 Appellation d'Origine Protégée et 8 Indications Géographiques Protégées), la plupart distinguent des productions issues de la vigne : 23 d'entre elles sont les AOP ou IGP Touraine, Val de Loire, Bourgueil, Saint-Nicolas-de-Bourgueil, Chinon, Rosé de Loire et Crémant de Loire ou une de leurs déclinaisons. L'AOP Sainte-Maure-de-Touraine reconnaît cependant un fromage de chèvre emblématique du territoire.

En 2010, 80 exploitations chinonaises (soit 5,3%) ont été recensées comme détentrices du label Agriculture Biologique pour une partie ou la totalité de leur production. C'est plus que la moyenne nationale (4%) et départementale (4,1%), mais cela semble s'expliquer par la forte présence d'exploitations viticoles.

Une faible implication dans les circuits courts

Le RGA 2010 est le premier à intégrer la commercialisation en circuits courts sous ses différentes formes. Auparavant, seule la « vente directe au consommateur » était évoquée, et les données n'ont pu être obtenues pour notre territoire. Il n'est donc pas possible d'avoir une idée de l'évolution de ce mode de commercialisation via le RGA dans le Chinonais, mais seulement un état des lieux en 2010 : 16,2% des exploitations pratiquaient alors la commercialisation en circuit court, soit 243 exploitations. Si ce chiffre dépasse la moyenne départementale (13%) il reste en-deçà de ce qui est constaté à l'échelle française (21%). Il ne faut cependant pas occulter le fait que, dans le Chinonais, 40% des exploitations pratiquent la viticulture. A l'échelle nationale, les produits qui en sont issus sont parmi les plus commercialisés en circuit court (annexe viii). Hors produits de la vigne, la part des exploitations chinonaises vendant en circuit court est donc probablement très inférieure à 16,2% : le recensement des producteurs qui a pu être effectué tend à le prouver (annexe ix), bien que la fiabilité des sources soit sujette à caution. De plus, les autres productions dominantes dans le Chinonais sont plutôt peu commercialisées en circuit court (annexe viii).

Des filières en difficulté

Les filières maraîchères et arboricoles, plus propices à une commercialisation par des circuits de proximité, existent mais semblent connaître de réelles difficultés, alors que d'autres filières semblent plus stables. L'évolution des surfaces qui leur sont consacrées en témoignent. Bien que les données disponibles soient sujettes au secret statistique (*), elles permettent tout de même de juger d'une certaine dynamique (Tableau 3).

Tableau 3 : Evolution des OTEX 2000-2010 en Chinonais

Source : Recensement Agricole 2010

OTEX	Effectif ou surface 2000	Effectif ou surface 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)	210*	146*	- 30,5%*
Fruits, autres cultures permanentes (ha)	1639*	843*	- 48,6%*

Des outils de transformation pour valoriser une production locale

Le Pays du Chinonais a la chance de compter sur son territoire trois outils de transformation :

- Le dernier abattoir du département, à Bourgueil. D'une capacité modeste (250 t/an), il a l'avantage d'être multi-espèces : bovin, chevaux, porcs, ovins, caprins, gros gibier. Il dispose également d'une certification Agriculture Biologique. Confronté aux obligations de mises aux normes européennes au début des années 2000, il a fermé puis rouvert en mars 2010 et implique aujourd'hui 180 personnes (producteurs, bouchers, commerçants locaux). Nécessitant encore des travaux de modernisation, un projet de nouvel abattoir est en cours. Il pourrait voir le jour en 2014-2015, avec l'objectif de commercialiser 100% des animaux abattus en circuits courts.
- Toujours à Bourgueil, une meunerie-minoterie subsiste, le Moulin Boutard. Il s'agit d'un des derniers petits moulins indépendants de la région, qui écrase aujourd'hui 140 tonnes de céréales par an, bien en deçà de ses capacités. Elles sont principalement produites dans le département, et issues exclusivement de l'agriculture biologique. 20% de la production est vendue directement sur place aux particuliers. L'entreprise présente une réelle volonté de travailler avec des producteurs et des débouchés locaux, mais la question de son avenir reste en suspens : d'importants travaux de mises aux normes seraient à réaliser, mais le gérant n'étant pas propriétaire de son outil de travail, il ne peut les engager.
- A Pont-de-Ruan, une laiterie caprine transforme le lait de 80 élevages, en produits traditionnels (AOC Sainte-Maure de Touraine, AOC Valençay, AOC Selles sur Cher, AOC Poulligny Saint-Pierre, Cabri de Touraine, Chèvrelice, Crottin...) ou d'autres plutôt adaptés à l'industrie agroalimentaire.

A partir des quelques données sur l'agriculture Chinonaise exploitées, comme pour la population (voir II.1.a) il nous semble que l'activité agricole du territoire présente quelques caractéristiques qui peuvent être reliées avec une commercialisation en circuits de proximité (Tableau 4).

Tableau 4 : Synthèse : l'agriculture chinonaise et les circuits de proximité

Atouts	Faiblesses
- Beaucoup d'exploitations viticoles, qui sont déjà impliquées - Sur d'autres productions, faible implication dans les CC donc concurrence moindre - Une assez forte présence du bio	- Productions globalement peu adaptées aux CC - Celles qui le sont plus, déclinent - Pérennité des infrastructures de transformation ?

2) La distribution de produits locaux en Chinonais : étude de quelques modalités

Quelques caractéristiques mises au jour dans le diagnostic alimentaire (voir II.1) nous ont amenées à choisir d'étudier prioritairement les modalités de vente en panier, et les marchés. Les élus du Pays du Chinonais ont, quant à eux, émis le souhait que cette étude puisse déboucher sur une démarche d'un approvisionnement local des cantines scolaires du territoire. Ce sont donc ces trois modalités que nous allons présenter successivement, après avoir présenté les hypothèses formulées pour chacune, les objectifs fixés et la méthodologie employée.

a) Une méthodologie d'étude adaptée à chaque modalité

Les systèmes de vente en panier

La modalité « paniers » est large, elle regroupe en fait plusieurs modes de fonctionnement : avec ou sans engagement, sur internet ou dans un lieu physique, choix de la composition du panier ou non... De tels dispositifs sont préalablement connus sur le territoire, et semblent récents (moins de deux ans). Ils peuvent être distingués en trois catégories :

- Les Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne (AMAP) et organisations similaires
- Les paniers livrés à domicile
- Les paniers à retirer sur place

L'étude se veut particulièrement centrée sur les AMAP, qui seraient en plein développement dans le Chinonais. Un questionnaire a été élaboré (annexe x) dans le but de répondre à différentes interrogations : quelle sont leurs origines, quel est leur impact sur le territoire, dans quelle dynamique se situent-elles, quelle est leur organisation, quelles relations entretiennent-elles entre elles et avec les autres acteurs du territoire... Pour y répondre, un responsable de chacune d'entre elles ayant une vision assez globale de son dispositif a été rencontré : il pouvait s'agir du président de l'association, d'un de ses membres ou d'un producteur. L'existence de trois AMAP dans des communes voisines du territoire d'étude, nous a amené à supposer que des habitants du Pays pouvaient potentiellement y adhérer. Deux d'entre elles ont donc pu faire l'objet d'une enquête, au même titre que celles du territoire d'étude.

Les marchés

Avec 8000 tenues hebdomadaires et 30% des ménages français déclarant les fréquenter (Delfosse et al., 2011), les marchés constituent certainement la forme de circuit court la plus développée en France. Cette modalité peut-être définie comme « une réunion périodique de commerçants ambulants qui vendent au détail et au comptant, dans un lieu indépendant du domaine public, des marchandises à emporter » (Schmutz-Poussineau, 2008). Très présente sur les territoires et fortement ancrée dans la tradition française, cette modalité peut apparaître comme un mode de commercialisation simple pour les producteurs. Cependant, les partenaires de l'étude font l'hypothèse qu'elle serait en perte de vitesse : baisse de la fréquentation, manque de dynamisme... Il s'agira donc pour nous de caractériser les marchés du territoire et leur dynamique, d'évaluer leur importance pour le territoire, de constater dans quelle mesure ils constituent bien des circuits alimentaires de proximité en précisant la part des producteurs locaux... Dans ce but, des entretiens en face à face ont été réalisés avec les responsables municipaux (élus et/ou employés) d'environ la moitié des marchés (annexe xii). Par manque de temps, il n'a pas été possible d'enquêter tous les

marchés du territoire : ceux ayant lieu dans les chefs-lieux de canton ont été priorités, et complétés par des marchés plus « ruraux » de toutes petites communes et par des initiatives innovantes. Notre approche se veut donc plutôt qualitative que quantitative : elle devra permettre de tirer quelques conclusions, sans chercher à caractériser finement le poids de chacun des dispositifs.

L'approvisionnement local de la restauration scolaire

Une première étude sur ce thème a déjà été réalisée sur l'ensemble du territoire du PNR LAT (Olivier, 2008). Grâce à de nombreuses enquêtes téléphoniques auprès des restaurants scolaires, leurs modèles d'organisation et leurs pratiques d'approvisionnement avaient pu être précisées sur l'ensemble du territoire du PNR, et en particulier pour 56 des 75 cantines du Chinonais. 28 d'entre elles avaient manifesté leur intérêt pour le développement d'un « approvisionnement local et de qualité ». A l'issue de cette étude, une réunion de restitution a eu lieu, à laquelle une soixantaine de personnes (élus, représentants d'établissements et de sociétés de restauration) ont assisté. Pour autant, aucun acteur du Chinonais n'a donné suite à ce travail, alors que sur le Pays Saumurois, la collaboration de plusieurs structures a permis de mettre en place une plateforme d'approvisionnement à destination de la restauration scolaire (voir III.2.c).

En 2012, afin de juger de l'évolution potentielle de la situation, les 28 établissements intéressés en 2008 ont de nouveau été enquêtés par téléphone (annexe xi), ainsi que 13 autres (représentés à la réunion de restitution de l'étude de 2008) : si ces 41 établissements étaient déjà sensibles à cette question en 2008, il semble cohérent de se tourner prioritairement vers eux. En revanche, cet échantillon ne peut être considéré comme représentatif : il s'agira probablement des établissements les plus « moteurs » sur cette question. Le temps dédié à cette étude était cependant trop court pour enquêter de nouveau tous les établissements. Notre enquête visait donc à avoir une idée de l'évolution de la situation depuis 2008 dans ces restaurants, afin d'identifier d'éventuelles initiatives « pilotes ». Elle devait également permettre, si cela était pertinent, d'identifier des établissements avec lesquels les collectivités pouvaient, dès 2012, commencer à travailler ensemble sur ce sujet.

Maintenant que l'ensemble des éléments méthodologiques nécessaires au diagnostic des circuits alimentaires de proximité à proprement parler ont été précisés, voyons comment s'organisent chacune des trois modalités retenues.

b) La vente en paniers, une modalité innovante qui perce en Chinonais

Parmi les différentes modalités de vente en paniers, les AMAP constituent un partenariat établi entre un groupe de consommateurs et un agriculteur de proximité : au commencement, il s'agit généralement d'un producteur de légumes, qui les fournit sous forme de paniers. Apparu il y a une dizaine d'années en France et inspiré de systèmes tels que les « teikei » japonais ou les « community supported agriculture » (CSA) anglo-saxons, le concept se fonde sur des principes et des valeurs édictés dans une Charte, déposée à l'Institut National de la Propriété Intellectuelle (INPI) en 2003.

Des dispositifs récents et modestes mais en plein développement

Au 1er août 2012, six AMAP et associations assimilées étaient recensées sur le Pays Chinonais (dont quatre revendiquant cette appellation, et deux autres non structurées en association mais au fonctionnement similaire (voir annexe xiii), et trois autres à proximité immédiate. Pour ces dernières, il s'est avéré que leurs adhérents de résidaient pas sur le

territoire du Pays, elles sont donc exclues des résultats suivants. La plus ancienne AMAP ancienne date de 2005, mais les autres se sont mises en place plus tardivement.

En France, la première AMAP a été créée en 2001. En 2011, on estimait leur nombre à plus de 1600 (source : Miramap), alors que leur multiplication est récente en

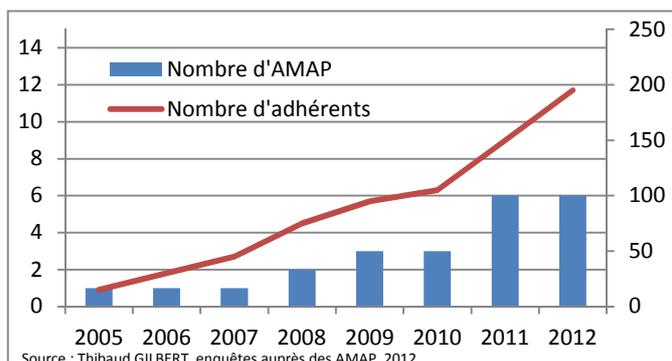


Figure 9 : Dynamique des AMAP en Chinonais

Chinonais. Aujourd'hui, elles rassemblent près de 200 adhérents (figure 9), soit en prenant en compte la composition du foyer de chacun, environ 500 consommateurs. Cela revient à considérer qu'un habitant du Chinonais sur 150 mange des produits venant d'une AMAP, contre un Français sur 240 (source : Miramap, auteur). Bien qu'étant de tailles modestes et très variées (de 20 à 120 adhérents, de 1 à 10 producteurs...), toutes ont pris ou prennent progressivement de l'ampleur, afin de pérenniser les dispositifs et de proposer une plus large variété de produits aux adhérents.

Un vrai moyen de « consommer local »

Les six AMAP du Chinonais impliquent au total 27 producteurs (certains d'entre eux fournissent jusqu'à 5 de ces AMAP), qui permettent aux adhérents de disposer d'une large variété de produits : si le panier de légumes est une constante, l'AMAP peut également être le moyen d'acheter des fruits (pommes, poires, raisins et leurs jus), de la viande (bovine ou de volailles), des œufs, des produits laitiers (de chèvre), du miel, de la farine, des huiles (tournesol, colza), des champignons... En moyenne, la distance parcourue entre le lieu de production et le lieu de distribution est de 21 km, avec un maximum de 90 km : la réduction des « kilomètres alimentaires » est donc bien réelle. La plupart des producteurs fournissant les AMAP du Chinonais résident, produisent et le cas échéant transforment leurs produits dans le Pays (annexe xiii).

Les AMAPiens Chinonais : des motivations et des profils différents

Si elles militent toutes pour le maintien d'une agriculture de proximité, utilisant des modes de production respectueux de l'environnement, les AMAP chinonaises ont pourtant eu des histoires différentes, qui témoignent des diverses motivations pour ce système de commercialisation. Il nous semble pouvoir distinguer les AMAP en trois catégories :

- **Celles créées à l'initiative d'un producteur** maraîcher. Trois AMAP chinonaises sont dans ce cas, elles correspondent en fait à un projet de vie de la part des producteurs, qui s'installent en couple sur l'exploitation ou avec un conjoint bénéficiant de revenus annexes. Ils créent leur emploi, en fédérant ensuite un groupe de consommateurs, par leur réseau personnel et le bouche à oreilles.
- **Celles créées à l'initiative de consommateurs**, cela concerne deux AMAP (plus une proche du Chinonais). Une ou plusieurs personnes manifeste la volonté de consommer des produits locaux, de qualité, issus de l'agriculture biologique... Le groupe recherche ensuite des producteurs intéressés pour le fournir. S'il n'en trouve pas ou si l'association ne fonctionne pas, il peut permettre l'installation d'un porteur de projet.
- Enfin, d'autres naissent réellement de **la rencontre entre des consommateurs potentiels et des producteurs**, déjà installés ou pour qui l'AMAP permet la création de l'activité. C'est le cas de deux des AMAP rencontrées, dont une du Chinonais.

Il est difficile de connaître précisément les motivations qui poussent les Chinonais à adhérer à une AMAP. Si la volonté de manger des produits de qualité (qui ont bon goût, qui sont sains) semble largement partagée, des motivations plus « militantes » (soutenir un producteur local, protéger l'environnement) sont aussi présentes mais elles ne concernent cependant pas tous les amapiens. Certains viennent même y chercher exclusivement un contact humain : c'est le cas de quelques retraités, qui cultivent pourtant un potager mais pour qui l'AMAP est un moment où « ils voient du monde ».

Des dispositifs qui créent du lien entre les habitants du territoire

A l'instar des producteurs, la majeure partie des adhérents des AMAP du Chinonais réside sur le territoire du Pays. Au-delà des simples moments de distribution des produits, qui ont lieu une à deux fois par semaine, les AMAP permettent de tisser des liens sociaux entre les habitants, qu'ils soient quasiment voisins ou pas (annexe xiv). Pour la plupart d'entre elles, des moments de convivialité existent en dehors du strict cadre des distributions de produits : apéritif ou repas, ciné-débat, soirée spectacle, sorties nature... Ces moments permettent de créer une cohésion dans le groupe d'adhérents, « d'élargir le champ des communs à autre chose que les distributions de produits locaux » résume le président d'une AMAP. Cependant, tous les adhérents ne participent pas à ces événements : ils sont souvent le fait d'un « noyau dur » d'adhérents, plus disponible ou plus militant, autour duquel viennent se greffer occasionnellement d'autres amapiens impliqués moins intensément.

Le constat est le même pour la création de lien entre les producteurs et les consommateurs : si les visites d'exploitation ou la participation aux travaux de la ferme sont des moments privilégiés pour créer ce lien, elles sont là encore souvent le fait de quelques « consom'acteurs ». D'une AMAP à l'autre, selon son histoire ou son origine, les adhérents se sentent plus ou moins impliqués pour participer à la vie de l'association, ce qui rejoint les motivations évoquées précédemment.

Permettre l'installation de porteurs de projet : le point fort des AMAP chinonaises

Tout d'abord, notons que les AMAP permettent seulement aux producteurs maraîchers de vivre exclusivement de ce débouché. Pour les autres (produits laitiers, volailles etc.), les AMAP représentent un volume et donc un chiffre d'affaire plus ou moins important, qui dans tous les cas ne suffit pas à leur assurer un revenu décent.

Lorsqu'un groupe de consommateurs souhaite créer une AMAP et sollicite des maraîchers déjà installés, la relation producteur-consommateurs semble plus difficile à faire fonctionner. Les producteurs ont déjà leur mode d'organisation propre, ils exploitent d'autres canaux de distribution et pour eux, l'AMAP vient plutôt en contradiction avec leurs habitudes. De là naît une certaine difficulté pour les amapiens, à trouver des producteurs. Par conséquent, sur les six AMAP du territoire, cinq d'entre elles ont permis à un producteur maraîcher de s'installer et de créer son emploi. Ces installations ne sont pas anecdotiques dans le paysage maraîcher tourangeau : en 2011, selon le Point Info Installation 37, seulement 32 installations agricoles aidées se sont effectivement déroulées dans le département. De plus, parmi les 110 porteurs de projet potentiels ayant pris contact avec le Point Info Installation de la Chambre d'Agriculture, seulement 14 projetaient de s'installer comme maraîchers. Permettre l'installation de 5 maraîchers sur un territoire de Pays n'est donc pas neutre.

Quelle viabilité pour ces systèmes ?

Le caractère récent des AMAP Chinonaises a déjà été évoqué. Aujourd'hui, les deux plus anciennes semblent avoir atteint leur « rythme de croisière » : elles permettent aux

producteurs maraîchers, qui ont créé leur emploi, de vivre de leur travail. Le démarrage de l'activité s'est fait progressivement, avec un nombre de paniers d'abord limité puis augmenté petit à petit. Pour les autres, la question de la pérennité peut néanmoins être posée.

En effet, actuellement trois maraîchers démarrent leur activité dans le Chinonais grâce à une AMAP. L'engagement des consommateurs assure un certain revenu, qui ne permet toutefois pas de couvrir des frais liés à l'investissement, pour l'exploitation ou pour le lieu d'habitation. Globalement, les producteurs avaient anticipé cette situation et ne s'en inquiètent pas outre mesure. Ils estiment qu'avec 40 paniers par semaine et par UTA, le revenu sera suffisant. Atteindre ce rythme semble plus compliqué du côté des producteurs (maîtrise technique des cultures, gestion des aléas climatiques...) que du côté des consommateurs : l'existence de liste d'attente dans la plupart des AMAP témoigne de l'engouement local pour ces systèmes de vente en paniers. Mais des interrogations subsistent sur ce modèle économique : malgré la solidarité financière des adhérents, peut-on s'installer maraîcher en AMAP sans un apport personnel conséquent ? Qu'advient-il de ces installations, si le chiffre d'affaires ne progresse pas suffisamment vite ?

D'autres systèmes de vente en panier existent sur le territoire

La caractéristique majeure des AMAP est l'existence d'un engagement entre les consommateurs et les producteurs, qu'il soit moral ou contractuel. Cet engagement peut être vécu comme une contrainte par les adhérents, il est d'ailleurs une des principales raisons qui conduit les amapiens chinonais à ne pas renouveler leur adhésion. Mais d'autres systèmes de vente en paniers existent sur le territoire et ne nécessitent aucun engagement.

- Les paniers livrés à domicile : un dispositif de ce type existe à Huismes. Comme les AMAP, il a permis à une personne de créer son emploi à partir de cette activité. Elle livre aujourd'hui une cinquantaine de paniers par semaine, facturés de 10 à 20€ selon leur taille. Les livraisons s'étendent dans tout le Chinonais et jusqu'à la périphérie de Tours. Elle s'approvisionne auprès de producteurs proches, basés dans le Pays. Selon la saison et les produits disponibles, la composition des paniers varie. Elle est communiquée aux clients par internet, qui passent commande ou non et sont livrés dans les jours qui suivent à domicile ou sur leur lieu de travail. Si ce système ne crée pas un lien direct entre les producteurs et les consommateurs, il existe néanmoins grâce à la personne qui fait l'intermédiaire : elle connaît très bien les uns et les autres. Elle remplit aussi un rôle social en rendant visite à ses clients, en particulier les plus isolés. Un autre dispositif de livraison de paniers, basé à Rilly-sur-Vienne et proposé par un producteur existe également mais il n'a pu être enquêté.
- Les paniers à retirer sur place : à Chinon et à Avoine, une même enseigne commerciale propose dans ses deux magasins de préparer des paniers de légumes que les clients peuvent venir récupérer aux heures d'ouverture. La commande peut être prise par téléphone quasiment du jour au lendemain. Sur les 40 à 70 paniers vendus chaque semaine, 30 sont livrés à la conciergerie du Centre Nucléaire de Production d'Electricité (CNPE) de Chinon. A Chézelles, un producteur propose également de venir chercher directement à la ferme des paniers issus de sa production. Ce dispositif n'a pu être enquêté.

La vente en Paniers dans le Chinonais : résumé en quelques chiffres

Grâce aux dispositifs qui ont pu être enquêtés, tous systèmes confondus, ce sont environ 350 paniers de légumes qui sont vendus chaque semaine dans le Chinonais, pour au moins 700 consommateurs. En supposant que 40 paniers permettent effectivement d'assurer un revenu décent à une UTA, ce sont ainsi près de 9 UTA qui sont soutenues par ces

dispositifs sur le territoire. La vente en paniers a permis à cinq exploitations maraîchères de voir le jour, sur lesquelles travaillent 6 UTA. Par la livraison de paniers à domicile, une autre personne a pu créer son activité professionnelle. Au-delà de ces chiffres, ces dispositifs permettent indéniablement de créer une certaine cohésion entre les habitants du territoire et de tisser des liens sociaux.

L'offre de vente en panier semble donc relativement complète dans le Chinonais : des dispositifs existent quasiment sur tout le territoire, sauf dans la partie sud-est. S'il s'agit majoritairement d'AMAP, d'autres systèmes proposent des fonctionnements différents. Pour les élus communaux, les AMAP présentent des intérêts certains : elles permettent l'installation de maraîchers, participant ainsi à l'aménagement et à l'économie du territoire. En tant qu'associations, elles créent une dynamique de groupe, et du lien social entre habitants d'une même commune ou de communes proches. Elles peuvent aussi être considérées comme des interlocuteurs locaux sur les questions agricoles.

c) Les marchés, des dispositifs historiques en déclin

Dans le Chinonais, la Chambre de Commerce et d'Industrie de Touraine (CCI) recense aujourd'hui 22 marchés (annexe xvii), répartis dans 16 communes. Notre étude nous a conduit à en identifier deux de plus. D'autres dispositifs plus ponctuels existent également, mais uniquement en été : marchés nocturnes, marchés gourmands, marchés médiévaux... Si leur étude aurait pu être intéressante (quelle est leur origine, comment s'organisent-ils, que nous apprennent-ils sur la modalité « marchés » en général, quelle est leur place dans le système alimentaire local ?), nous avons choisi de les écarter en raison de leur caractère saisonnier et de nous focaliser sur les dispositifs présents toute l'année, remplissant réellement un rôle d'approvisionnement alimentaire pour les habitants du territoire.

Une modalité ancienne, qui semble encore rencontrer du succès

Dans le Pays du Chinonais, la plupart des marchés sont très anciens. Il est difficile de remonter à la date de leur création, ce qui fait d'eux des dispositifs extrêmement ancrés sur le territoire et dans les mœurs des habitants. Si dans de rares cas, de nouveaux marchés ont été créés (pour compléter le marché d'un autre jour de la semaine, pour dynamiser la vie locale ou pour compenser la disparition des commerces de proximité), en général leur origine remonte à plusieurs décennies voire plusieurs siècles.

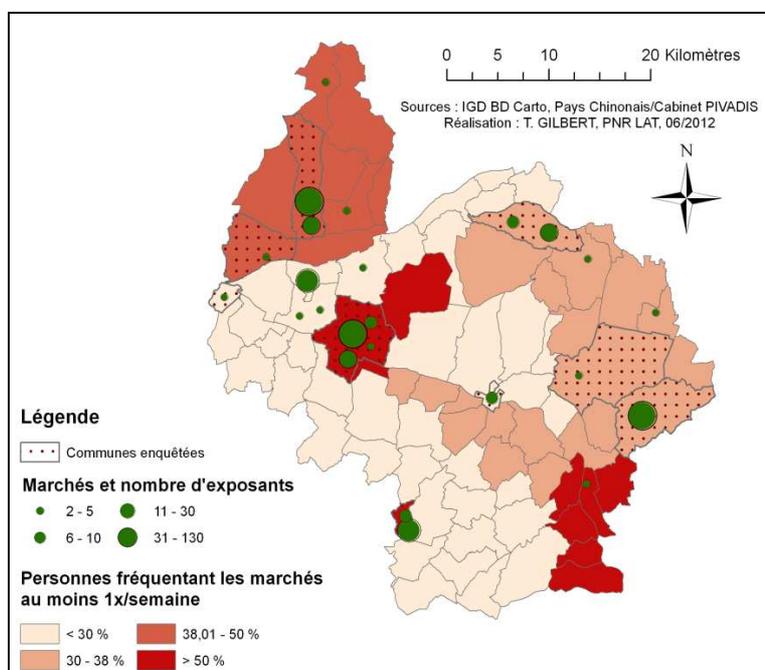


Figure 10 : Localisation, taille et fréquentation des marchés

Ces marchés rencontrent encore un certain succès : 63% des habitants du Pays déclarent les fréquenter (Pivadis, 2012), à une fréquence plus ou moins soutenue. Surtout, cette fréquence n'est pas homogène sur le territoire (Figure 10) : les habitants des secteurs de Bourgueil, Chinon, Richelieu et Sainte-

Maure sont ceux qui fréquentent le plus les marchés. Une explication assez intuitive serait que ces secteurs correspondent à ceux où des marchés existent, parfois plusieurs fois par semaine. Pourtant, d'autres secteurs (Azay-le-Rideau par exemple) bénéficient eux aussi de marchés, qui semblent moins fréquentés. Cette contradiction apparente révèle en fait une diversité de situations, qui rendent l'analyse de la modalité « marchés » complexe.

Des situations diverses, une même dynamique

Dans toutes les communes (sauf deux), les marchés ont lieu le matin, et majoritairement en semaine. Ils sont toujours considérés comme « importants pour la vie locale » et leur disparition serait déplorée par les habitants, semble-t-il même par ceux qui ne les fréquentent pas. Ils seraient plutôt fréquentés par des retraités voire des personnes plus âgées, ou par des personnes inactives. Pourtant, ces marchés semblent tous en déclin : baisse de fréquentation, diminution du nombre d'exposants... Il nous paraît cependant opportun de distinguer les situations rencontrées en trois catégories (la terminologie est tirée de Martineau, 2010 car que bien que le territoire d'étude soit différent, les situations rencontrées sont assez similaires) :

- D'une part, des marchés qui conservent une certaine envergure et qui demeurent attractifs : des **marchés « populaires »**. A une exception près, celle de Richelieu (1791 habitants en 2008), on les trouve plutôt dans les communes d'une certaine taille (4000 habitants et plus) : Bourgueil, Chinon et Sainte-Maure-de-Touraine. Avec au moins 50 exposants, ils proposent une assez large variété de produits, alimentaires avant tout mais aussi textiles ou artisanaux. La municipalité est partie prenante dans leur organisation, impliquant ses agents pour la répartition des emplacements et la perception des droits de place. Des systèmes d'abonnements existent pour les exposants les plus assidus, diminuant ainsi les frais liés d'emplacement. Ces marchés constituent un réel événement hebdomadaire dans la vie de la commune, et attirent des personnes parfois géographiquement très éloignées. Le commerce sédentaire en bénéficie également, puisqu'il s'agit d'un moment où « les gens viennent dans le bourg et font leurs affaires en même temps » (entretien avec M. Michel Chevallier, placier au marché de Bourgueil, réalisé le 25 juin 2012). Le tourisme ajoute une dynamique supplémentaire, mais il ne semble pas décisif quant à l'activité des vendeurs : les touristes sont plutôt vus comme des « flâneurs », mais qui n'achètent pas ou peu. Sur ces marchés, la désaffection des clients est de plus en plus palpable. Parallèlement, les commerçants se plaignent de la diminution de leur chiffre d'affaire, certains vont même jusqu'à quitter le marché. Par exemple, le nombre d'exposants a chuté en moyenne de 20% à Sainte-Maure-de-Touraine entre le premier semestre 2011 et le premier semestre 2012.
- Le marché d'Azay-le-Rideau correspondrait à la catégorie des **marchés « rurbains »** : bien qu'ayant lieu dans une commune d'une taille comparable à celle de Bourgueil, il connaît un très fort déclin. Il y reste aujourd'hui une douzaine d'exposants, qui viennent de moins en moins régulièrement car le niveau de fréquentation et le chiffre d'affaire qu'il leur procure sont insuffisants. Le marché ne profite même pas de l'important attrait touristique du château d'Azay-le-Rideau (286 000 visiteurs en 2011), et son avenir est aujourd'hui en suspens.
- Enfin, des marchés de petite taille : les **marchés « ruraux »**. Ils ont plutôt lieu dans des bourgs d'une taille modeste (2000 habitants et moins) tels que Chouzé-sur-Loire, l'Île-Bouchard, ou Saint-Epain. Ils comptent tout au plus 10 exposants en saison, presque exclusivement de produits alimentaires. Leur situation actuelle peut être le résultat d'un

déclin progressif, ou d'une création d'un marché qui n'a pas pris l'importance souhaitée. La clientèle est beaucoup plus locale que pour les marchés populaires, elle ne vient généralement pas de plus loin que les communes voisines. Souvent, la municipalité est moins impliquée dans la gestion de ces marchés (pas de placier), ce qui ne l'empêche pas de réfléchir à des actions à mener pour les redynamiser.

- Le marché de Candes-Saint-Martin pourrait faire partie de cette dernière catégorie, s'il s'agissait d'un marché ancien. Mais il a été créé en 2008 par l'équipe municipale, qui souhaitait qu'un **marché paysan** existe sur la commune lors de la saison touristique. Parmi les dix producteurs sollicités, plusieurs n'y ont pas trouvé leur compte. L'année suivante, ils n'étaient plus que quatre, centrés sur des produits plus emblématiques des marchés : fruits et légumes, fromages, boucherie/charcuterie, boulangerie. A l'issue de cette seconde saison, ils ont manifesté la volonté de poursuivre au-delà de ce qui était prévu car la clientèle était toujours présente. Aujourd'hui, ce petit marché a lieu tous les samedis matin, de mi-février à mi-décembre. C'est donc un marché créé ex-nihilo, totalement à contrepied de la dynamique de cette modalité en Chinonais.

A chaque situation, des causes différentes

Malgré la typologie des marchés qui a pu être faite ci-dessus, la situation précise de chacun semble être le résultat d'une multitude de facteurs. Les organisateurs des marchés les perçoivent comme des points forts ou des points faibles (Tableau 5).

Tableau 5 : Points forts et points faibles des marchés

Points forts cités par les organisateurs (nombre de citations)	Points faibles cités par les organisateurs (nombre de citations)
Qualité et diversité des produits (4)	Concurrence des GMS, voire de magasins de produits bio/locaux/frais (3)
Esprit commerçant, clients fidélisés (3)	Manque de stationnement (2)
Marché en fin de semaine/week-end (3)	Marché trop petit pour être pleinement attractif (1)
Authenticité perçue par les clients (2)	Marché de semaine (1)
Existence de halles (2)	Pas d'esprit commerçant, démotivation des vendeurs (1)
Taille de la ville (1)	

La question de l'accessibilité devient également importante. Venir au marché coûte de plus en plus cher pour ceux qui n'habitent pas sur place, et à partir d'un certain âge, les plus anciens éprouvent des difficultés à conduire et ne peuvent donc plus se rendre au marché.

Certains facteurs sont indépendants du marché (organisateur comme commerçant), mais d'autres peuvent néanmoins constituer des pistes de réflexion. La rencontre de M. Stenne, fermier des droits communaux et donc spécialiste de ces questions, apporte quelques éléments (entretien avec M. Jean Stenne, fermier des droits communaux, réalisé le 26 juin 2012) :

- Souvent, les organisateurs des marchés et les commerçants citent la concurrence de la grande distribution pour expliquer leur déclin. Si l'engouement des français pour ce canal de distribution est bien réel (voir introduction), il ne faut pas pour autant s'interdire de remettre en cause ses propres pratiques. Par exemple, dans les grandes surfaces, un travail énorme est fait sur l'attractivité visuelle, l'organisation spatiale et la circulation dans le magasin. Sur les marchés, un certain immobilisme se ferait sentir, un attachement à son emplacement par exemple, et qui bloquerait toute initiative de réorganisation voire même toute réflexion.

- Parfois, le marché peut être vu par les commerçants sédentaires comme un concurrent, qui leur prend un part de leur activité. Ainsi, la cohabitation entre commerçants ambulants et sédentaires se passe mal : un climat délétère s’installe, qui n’incite pas les commerçants ambulants à revenir sur ce marché. C’est ensuite une spirale sans fin qui s’enclenche : moins de commerçants donc moins d’offre, donc moins d’intérêt pour les gens, moins de fréquentation donc moins de commerçants...

Des producteurs peu présents, une part de produits locaux difficile à évaluer

Les marchés de détail pourraient être particulièrement prisés des producteurs pratiquant la vente directe : ils sont encore nombreux sur le territoire et bien ancrés dans les traditions françaises (Schmutz-Poussineau, 2008). L’accès à un emplacement est facile : dans le Chinonais, des emplacements sont vacants presque à chaque marché. Il n’y a pas vraiment de liste d’attente, chacun peut trouver sa place. Les modalités administratives sont légères : les producteurs doivent seulement justifier de leur activité agricole (cotisation MSA par exemple), d’une assurance et de leur identité.

De plus, une étude réalisée en Touraine en 2010 auprès des producteurs, montre l’intérêt qu’ils portent pour la commercialisation sur les marchés (Guillet, 2010). Ces dispositifs sont perçus comme un vrai débouché, nécessitant peu d’investissements et procurant une occasion aux producteurs d’acquérir une certaine notoriété. La clientèle est perçue comme fidèle, appréciant le contact direct avec les producteurs qui eux-mêmes s’enrichissent de ces échanges.

Pourtant, les commerçants présents sur les marchés sont rarement des producteurs. On les retrouve dans tous les types de marchés, mais ils ne représentent que 10 à 25% des étals de produits alimentaires, sans être vraiment distingués des revendeurs. Certains se signalent comme tels, soit visuellement soit en discutant avec les clients, mais il n’existe pas de « label » pour les différencier, ou de zones spécifiques aux producteurs. La part de produits locaux vendus sur les marchés est d’autant plus difficile à estimer, que certains producteurs revendent parfois d’autres produits pour compléter leur gamme. D’autre part, des revendeurs jouent parfois la carte du « local » en s’approvisionnant au plus proche. Néanmoins, de l’avis des organisateurs des marchés, ces revendeurs proposent majoritairement des produits achetés au marché de gros de Tours, voire de Rungis.

Des explications à cette moindre implication des producteurs dans les marchés existent (Guillet, 2010). Le temps de travail pour participer à un marché est conséquent : il faudrait 1,5 jours de travail pour une demi-journée de présence sur le marché. Les coûts liés aux déplacements sont eux aussi de plus en plus conséquents, les volumes vendus doivent donc être plus importants (ou les prix pratiqués, plus élevés) pour que le marché reste intéressant. Enfin, se bâtir sa clientèle est un processus long : 3 à 5 ans (Schmutz-Poussineau, 2008) pendant lesquels le résultat économique pour le producteur peut ne pas être à la hauteur de ses espérances.

Une dynamique négative semble concerner tous les marchés. Objets complexes, il est difficile de conclure quant aux causes de leur déclin. Mais ils restent encore bien présents en Chinonais. Pour les produits frais (fruits et légumes, poissonnerie), ils représentent 13 à 16% des achats effectués par la population du Pays (Pivadis, 2012), sans qu’il s’agisse nécessairement de produits locaux. Les producteurs sont de moins en moins présents sur ces dispositifs, ils correspondent donc de moins en moins à des « circuits alimentaires de proximité ». Pourtant, l’initiative réussie de Candes-Saint-Martin montre l’existence d’une vraie demande pour cette modalité et pour les produits du terroir.

d) Quel approvisionnement local à destination des restaurants scolaires ?

Considérer l'approvisionnement local des restaurants scolaires comme un circuit alimentaire de proximité, nous semble répondre à notre définition (voir I.2.c) dans la mesure où une proximité humaine, sociale est possible : à travers des visites dans les fermes ou grâce à des interventions dans les classes, une éducation est possible au-delà de la simple consommation de produits locaux. Le PNR Loire-Anjou-Touraine fait partie des acteurs pouvant assurer cette mission. Nous restreignons donc la restauration collective à la seule restauration scolaire.

Pour les élus, développer un approvisionnement local des restaurants scolaires traduit deux volontés (Fassel, 2008):

- Celle de développer des achats locaux, et de stimuler ainsi des dynamiques territoriales
- Celle de proposer des aliments de qualité en termes de goût, de fraîcheur et de santé. Sur ce dernier point, la question des modes de production est centrale. Pour garantir des pratiques conformes à leurs attentes, les collectivités et les élus exigent souvent un label. Celui certifiant des modes de production conformes aux exigences de l'Agriculture Biologique y répond.

De plus, le Grenelle de l'Environnement a fixé comme objectif d'intégrer 20% de produits issus de l'agriculture biologique, et autant de produits à faible impact environnemental, dans la restauration collective publique à l'horizon 2012 (loi n° 2009-967 du 3 août 2009, articles 31a et 48e) : l'intérêt des collectivités pour les produits bio s'en trouve renforcé. Notre étude veut donc intégrer ces deux dimensions : l'achat de produits locaux, et l'achat de produits issus de l'agriculture biologique.

Il existe deux modes de gestion de la restauration collective : la gestion directe (autogestion), ou la gestion concédée. Dans le premier cas, les restaurants collectifs achètent et cuisinent eux-mêmes leurs produits. Les collectivités qui font ce choix, gardent des marges de manœuvre intéressantes pour orienter leurs approvisionnements vers des produits plus locaux. Dans le second cas, des sociétés de restauration interviennent en tant que prestataires de services. Elles ont leurs propres fournisseurs (y compris pour les produits bio), avec lesquels elles sont habituées à travailler, ce qui en fait des interlocuteurs plus difficiles à sensibiliser aux questions des circuits alimentaires et de l'agriculture de proximité.

Un premier état des lieux en 2008

Un travail réalisé en 2008 sur l'ensemble du territoire du PNR Loire-Anjou-Touraine (Olivier, 2008) a permis d'avoir une photographie de l'approvisionnement des cantines scolaires à cette date. Dans le Chinonais, 75 cantines scolaires avaient été identifiées, de la maternelle au lycée. De tailles très hétérogènes (entre 15 et 1400 repas servis chaque jour), elles servaient alors au total, chaque jour, plus de 8000 repas. Le coût matière correspondant était alors estimé à 12500€. Sur une année, ce chiffre correspondait donc à une dépense de 1,8 million d'euros sur le territoire du Pays pour approvisionner les restaurants scolaires en produits alimentaires.

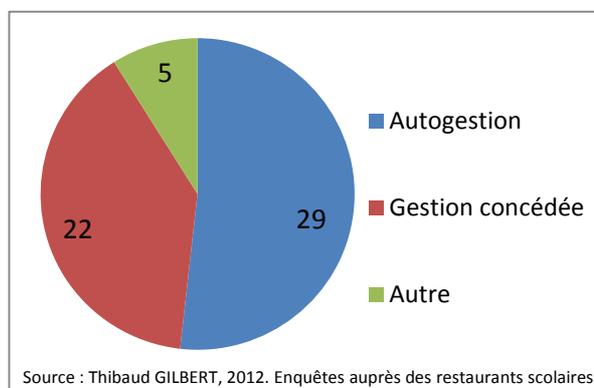


Figure 11 : Mode de gestion des restaurants scolaires (2008)

Sur ces 75 cantines scolaires, 56 avaient pu faire l'objet d'une enquête. Elle a permis de mettre en évidence quelques éléments :

- Plus de la moitié des cantines sont autogérées, soit par les communes (écoles), soit par les établissements (collèges et lycées).
- La moitié des responsables des cantines déclarait utiliser des produits locaux.
- Seulement 4 cantines utilisaient des produits issus de l'agriculture biologique, de manière très occasionnelle.

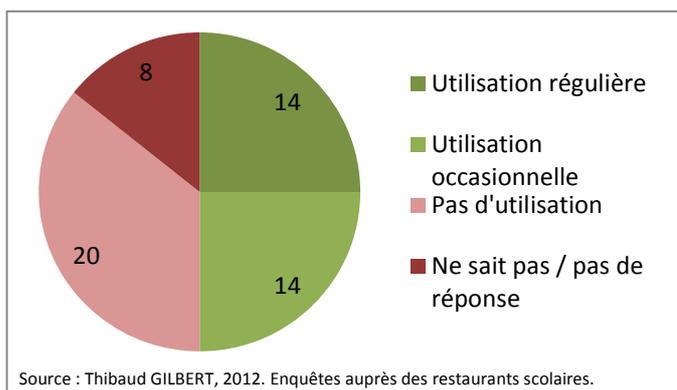


Figure 12 : Utilisation de produits locaux dans les cantines scolaires (2008)

Un développement du « bio », pas du « local »...

Bien que l'enquête réalisée en 2012 n'ait pu être aussi complète que celle de 2008 (voir II.2.a : 41 établissements ciblés comme potentiellement « pilotes » sur ces projets, 31 réponses), elle permet d'établir quelques comparaisons (Tableau 6).

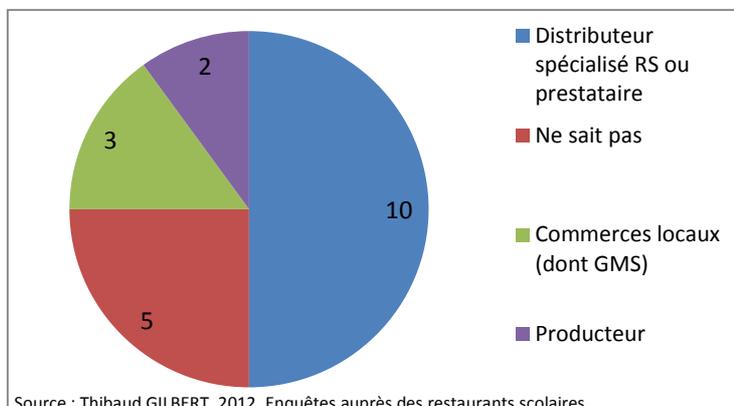
Tableau 6 : Evolution de l'introduction des produits bio et des produits locaux

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

Source : Thibaud GILBERT, 2012. Enquêtes auprès des restaurants scolaires.

Tout en restant vigilant sur la représentativité de l'échantillon¹², il semble que l'introduction des produits issus de l'agriculture biologique ait progressé. En revanche, il semble que rien ne soit passé en ce qui concerne les produits locaux. Parmi les 16 établissements estimant en utiliser, 10 s'approvisionnent directement auprès de producteurs, mais rarement pour plus d'un produit. Pour les autres, le terme « produit local » semble correspondre à des produits dont le fournisseur est géographiquement proche (commerces et épicerie du village), mais rien n'indique que le produit soit effectivement « local ».

Si « bio » et « local » ne sont a priori pas incompatibles, ils semblent n'être que très rarement associés (Figure 13). En effet, quand il a été possible de se renseigner sur l'origine des produits bio utilisés dans la cantine, le constat fut que pour la majorité d'entre eux, ils



Source : Thibaud GILBERT, 2012. Enquêtes auprès des restaurants scolaires.

Figure 13 : Fournisseurs des produits issus de l'agriculture biologique

¹² Les établissements enquêtés l'ont été sur le critère de l'intérêt potentiel qu'ils pouvaient porter à la question, au regard des informations collectées par le PNR en 2008. Aucun échantillonnage n'a été fait suivant des critères de type d'établissement scolaire, de nombre de repas, de secteur géographique ou autre.

provenaient des fournisseurs habituels : des distributeurs spécialisés dans la restauration collective ou des commerces locaux (généralement, les supermarchés) pour les cantines autogérées, des prestataires pour les cantines en gestion déléguée. Seulement deux cantines ont un approvisionnement en produits bio directement auprès de producteurs. Dans les autres cas, rien ne permet de conclure quant à l'origine géographique des produits. Il semble qu'en dépit du développement de la part des produits bio dans leurs menus, les restaurants scolaires du Chinonais n'ont, pour la plupart, pas modifié leurs pratiques d'approvisionnement depuis 2008. Ils ont, pour la majorité d'entre eux, substitué des produits issus de l'agriculture « conventionnelle » par des produits issus de l'agriculture biologique, puisque leurs fournisseurs en proposent désormais.

Ce constat réaffirme l'importance d'associer l'aspect « local » à l'aspect « bio » : comme on pouvait le supposer, dans le Chinonais aussi l'intérêt des restaurants collectifs penche plus vers le « bio », mais il n'a réellement de sens, dans une optique de développement durable, que s'il est associé à une dimension locale : en 2010, 35,3% des produits bio consommés en France étaient importés, et en particulier 50% des fruits et légumes (Agence Bio, 2011).

Cet engouement pour le bio, qui ne semble pas bénéficier à l'agriculture locale, traduit certainement une volonté de la part des responsables des cantines scolaires (gestionnaires, élus communaux...) de mettre l'accent sur la qualité des produits dont bénéficient les enfants, et d'être reconnus dans cette démarche grâce au label Agriculture Biologique. Si, au travers des enquêtes, la volonté de « soutenir les producteurs locaux » a plusieurs fois été exprimée, rares sont les municipalités et les restaurants collectifs à se donner les moyens de cette ambition. Tout l'enjeu des démarches qui pourront être entreprises à la suite de cette étude, sera de faire coïncider l'engouement pour les produits bio, avec le soutien à une agriculture locale qui peut les fournir.

... Qui s'explique par la crainte d'un surcoût et des contraintes organisationnelles

Bien que globalement, les pratiques d'approvisionnement des cantines chinonaises n'aient pas vraiment changé depuis 2008, aujourd'hui une quinzaine d'établissements dit être intéressée pour démarrer ou intensifier un approvisionnement en produits bio et locaux. Ils émettent néanmoins quelques craintes, qui rejoignent les raisons avancées par d'autres établissements pour ne pas vouloir entrer dans une telle démarche :

- 9 sur 16 s'inquiètent du surcoût engendré par un tel approvisionnement. Si la plupart d'entre eux pensent pouvoir supporter une augmentation des coûts matière, elle devra néanmoins être minime.
- 9 sur 16 mentionnent le besoin d'être livrés : le personnel n'a pas le temps de prendre en charge la logistique, ou il le fait déjà et ne peut en faire plus.
- 4 sur 16 s'interrogent sur la traçabilité de ces produits : leur permettra-t-elle de satisfaire aux exigences sanitaires en vigueur ?
- 4 sur 16 se soucient de la disponibilité des produits : seront-ils disponibles quand les cuisiniers en auront besoin, les quantités seront-elles au rendez-vous ?

Les interrogations formulées par les responsables des cantines chinonaises, traduisent une certaine réticence à remettre en question leurs pratiques actuelles. Le besoin d'accompagnement pour « relocaliser » ses approvisionnements est donc réel. Les craintes

citées n'ont rien de spécifique au Pays du Chinonais : d'autres expériences¹³ menées sur d'autres territoires en font état, et proposent des solutions pour y remédier. Afin de concrétiser l'intérêt qu'ils portent à cette question, 16 établissements se sont dits prêts à prendre part à un groupe de travail pour réfléchir collectivement au développement d'approvisionnements plus locaux, à l'échelle du territoire du Pays et de ses environs.

Quelques établissements prennent néanmoins des initiatives pour favoriser les produits de qualité

Dans quelques communes, la question de la qualité des repas servis aux enfants est soulevée. Des initiatives voient donc le jour pour l'améliorer :

- A Rivière, le prix des repas facturé aux parents a été légèrement augmenté pour permettre aux cantinières de passer plus de temps en cuisine, de travailler plus de produits bruts. Compléter cette démarche par un approvisionnement local et bio, serait parfaitement cohérent.
- A Bourgueil, la cantine ne disposait plus de vraie cuisine sur place : les repas étaient livrés par une société spécialisée, en liaison froide. Une nouvelle cuisine est en construction, afin de pouvoir préparer les repas sur place et avoir plus de latitude sur les approvisionnements. La municipalité souhaite que cet outil permette d'utiliser plus de produits locaux et bio dans la préparation des repas.

Il semble donc exister des marges de manœuvre conséquentes quant au développement d'un approvisionnement local des cantines scolaires du Chinonais : depuis 2008, date d'un précédent état des lieux, seules quelques initiatives isolées semblent avoir vu le jour. Si un établissement sur trois s'approvisionne auprès de producteurs locaux, les produits concernés restent peu nombreux et les volumes commandés, assez faibles. Les produits issus de l'agriculture biologique trouvent plus facilement leur place dans les menus, mais ils ne semblent pas provenir de productions locales. Un accompagnement des établissements paraît nécessaire dans cette démarche d'approvisionnement local, au vu des freins cités par leurs responsables.

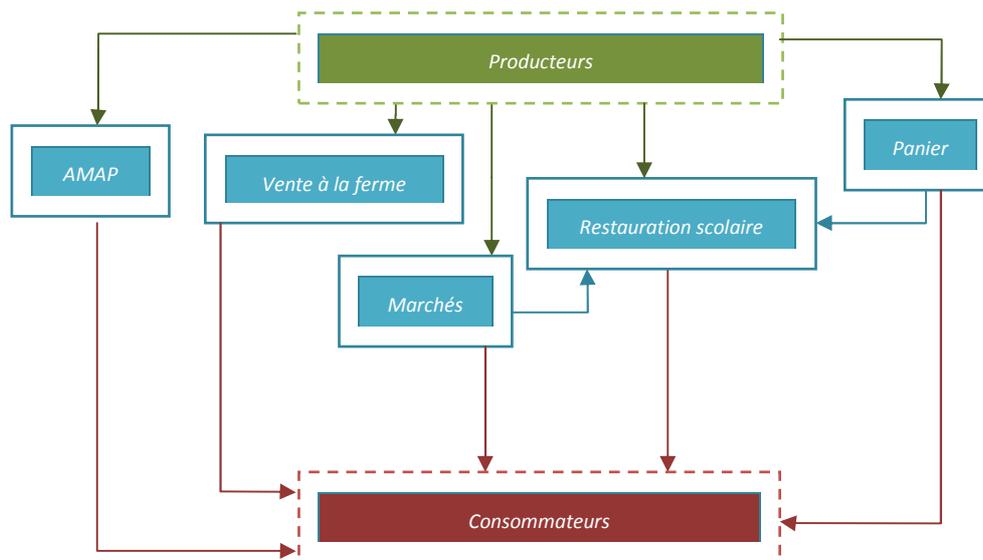
3) Des modalités indépendantes à une vision globale : une difficulté certaine de construction

L'étude des modalités montre qu'elles évoluent de manière très différente, ce qui rend difficile la construction d'une vision globale des circuits alimentaires de proximité du Pays du Chinonais.

a) Des liens existent entre les modalités

En étudiant indépendamment la vente en paniers, la vente sur les marchés et la vente à la restauration scolaire, des relations sont apparues entre les acteurs qui y prennent part. Par exemple, certains producteurs vendant à une ou des AMAP peuvent également être présents sur les marchés, ou vendre à la restauration scolaire. Les restaurants scolaires peuvent s'approvisionner auprès de producteurs, directement ou via le marché. Un magasin qui vend des paniers aux particuliers peut aussi jouer le rôle d'intermédiaire entre les producteurs avec qui il travaille habituellement, et des établissements scolaires. Toutes ces interactions font des circuits alimentaires de proximité du Chinonais un système global (Figure 14).

¹³ Voir le Guide Pratique : « Favoriser une Restauration Collective de Proximité et de Qualité » édité par la DRAAF Rhône-Alpes (2^e édition en 2011), qui traite toutes ces questions et met en avant le besoin d'envisager la démarche de manière globale : favoriser les produits locaux implique aussi d'autres changements que celui des fournisseurs.



Source : Thibaud GILBERT. 2012

Figure 14 : Les circuits alimentaires de proximité chinonais : un système global

Néanmoins, l'étude ne s'étant pas intéressée à toutes les modalités existantes, le schéma précédent reste incomplet. La vente directe à la ferme, les magasins de producteurs, les points de vente collectifs, la vente à la restauration commerciale et probablement d'autres encore sont insérés dans cette organisation. La figure 14 occulte également le fait que, si des liens existent entre les modalités, globalement les modalités restent assez « cloisonnées ». Par exemple, dans le cas des AMAP, les dispositifs ne sont que peu en relation les uns avec les autres. Une coopération originale entre 4 AMAP a vu le jour (achats groupés d'agrumes à une petite coopérative de Corse), mais pour autant il n'existe pas vraiment de « réseau » des AMAP chinonaises. Certaines étaient d'ailleurs inconnues, alors que géographiquement très proches d'autres plus anciennes. D'autre part, les AMAP n'entretiennent quasiment aucune relation avec les élus locaux. Finalement, Une AMAP va créer du lien social entre ses adhérents et avec ses producteurs, mais elle ne sera pas vraiment tournée vers d'autres dispositifs proches. Plus largement, il n'existe pas de gouvernance globale des circuits alimentaires de proximité sur le territoire du Pays. Ils sont le fait d'initiatives ponctuelles, qui peuvent parfois se croiser.

L'ensemble des dispositifs de circuits alimentaires de proximité du Chinonais, bien qu'il ne soit que partiellement mis au jour par notre diagnostic, semble assez cloisonné mais constitue bien un système alimentaire¹⁴. Néanmoins, il apparaît aujourd'hui en pleine mutation, eu égard aux différentes dynamiques dans lesquelles s'inscrivent les modalités étudiées.

b) Un renouvellement des circuits de proximité

Les hypothèses formulées pour chacune des modalités (voir II.2.a) étaient que, si les marchés semblent être en perte de vitesse, la vente en panier (en particulier les AMAP) serait, elle beaucoup plus dynamique.

Les enquêtes de terrain confirment largement cette hypothèse, mais amènent à s'interroger sur la pérennité des systèmes de panier. Toutefois, il nous semble assister sur le territoire du Chinonais à un certain « renouvellement » des circuits alimentaires de proximité :

¹⁴ Un système alimentaire est « la façon dont les hommes s'organisent pour produire, distribuer et consommer leur nourriture » (Malassis, 1994).

les marchés déclinent, mais les produits alimentaires qui y sont le plus vendus sont les fruits et légumes : on peut donc légitimement supposer que les volumes de fruits et légumes achetés sur les marchés diminuent également. Pourtant, ces produits sont emblématiques des dispositifs de vente en panier : ils se créent souvent à partir de ces produits et s'étoffent ensuite. La vente en paniers qui, elle, se développe fortement, viendrait-elle « compenser » le déclin des marchés ?

Il est également à noter le développement récent (et à venir) de magasins de produits frais sur le territoire du Pays, qui n'ont pu être inclus dans ce diagnostic faute de temps. Il peut s'agir de magasins constitués à l'initiative de producteurs, ou simplement se revendiquer comme revendeurs de produits frais, et si possible locaux : deux éléments que l'on associe souvent aux marchés.

Dans ce contexte, que conclure quant à la consommation de produits locaux sur le territoire du pays ? Se développe-t-elle effectivement, grâce à la multiplication des dispositifs, ou assiste-t-on plutôt à un renouvellement des formes de distribution sans que les volumes de produits du territoire vendus localement n'augmente réellement ? Ces nouveaux dispositifs constituent-ils des soutiens à l'agriculture locale ?

Les circuits alimentaires de proximité semblent bel et bien en plein développement sur le territoire du Pays. La dynamique dans laquelle s'inscrivent les marchés vient modérer cette affirmation, mais la part de producteurs qui y commercialisent directement leurs produits est faible. Au contraire, de nombreux dispositifs se sont créés ces dernières années, ce qui nous semble témoigner d'un réel engouement pour les produits locaux et d'un développement des circuits alimentaires de proximité. Mais seule une étude économique approfondie de chacune des modalités pourrait le confirmer.

c) Un diagnostic qui peut être perfectionné

Ce diagnostic a atteint ses principaux objectifs. Les trois modalités étudiées sont maintenant mieux connues sur le territoire du Pays, et l'analyse de leur fonctionnement permet d'envisager des pistes d'action pour les pérenniser et les développer (voir partie III). La disponibilité d'informations sur les habitudes de consommation des habitants du territoire est un atout important pour ce diagnostic et pour les propositions qui seront formulées par la suite. Néanmoins, de nombreux obstacles ont été rencontrés dans la réalisation de l'étude, qui empêchent d'obtenir beaucoup de résultats quantitatifs. Ils concernent notamment :

- Le secret statistique des données du RGA 2010, qui ne permet pas de juger de l'évolution réelle des filières à l'échelle du territoire du Pays. Des données semblent par ailleurs incohérentes (par exemple, le classement de la commune de Bourgueil en OTEX « maraîchage » quand 36 des 41 exploitations de la commune sont dans l'OTEX Viticulture, et que le nombre d'exploitations maraîchères est, lui, sous secret statistique).
- L'impossibilité d'évaluer précisément le poids économique des marchés, et leur impact pour l'agriculture locale. Il aurait fallu recenser précisément les producteurs du territoire, commercialisant sur les marchés du territoire, et obtenir des données comptables pour chacun d'entre eux.
- La même remarque peut s'appliquer, dans une moindre mesure, aux AMAP. Nous savons les emplois qu'elles ont permis de créer, mais cela ne concerne que les productions maraîchères, alors que les produits disponibles dans les AMAP sont très variés. Là encore, vu la diversité des modes d'organisation de ces associations, seul un contact direct avec les producteurs aurait permis d'évaluer le poids économique global des AMAP.

- Obtenir des informations sur les cantines scolaires s'avère compliqué. Tout d'abord, une méprise subsiste sur la définition de « produit local » (voir II.2.d), qui rend sujet à caution nos résultats. De plus, même avec un questionnaire volontairement simplifié, plusieurs interlocuteurs ont souvent été nécessaires pour récolter les informations, multipliant ainsi les contacts à établir, avec les contraintes que cela implique (absence ou indisponibilité, manque de temps à consacrer...). Sachant que le temps alloué à cette étude était limité, 41 établissements ont été priorisés et 31 ont répondu, ce qui nous satisfait. Mais il reste donc 44 établissements pour lesquels aucune information à jour n'est disponible, alors qu'une étude plus longue aurait permis d'être plus précis et plus exhaustif.

Le diagnostic des circuits alimentaires de proximité sur le territoire du Pays du Chinonais correspond globalement aux objectifs fixés. S'il demeure imparfait, il nous semble suffisant pour formuler des pistes d'action pour développer le système alimentaire ainsi mis en évidence.

Partie III : Des actions à mener en faveur des circuits alimentaires de proximité chinonais

Les propositions d'actions formulées dans cette partie constituent avant tout des pistes de réflexion pour les collectivités (Pays, mais aussi échelles plus réduites : intercommunalités ou communes). Il ne s'agit pas de bâtir un programme d'actions « clés en mains », mais de proposer des thèmes à aborder en priorité.

1) Le développement des circuits de proximité doit s'appuyer sur des actions transversales

Au cours des enquêtes, des possibilités d'intervention de la part des collectivités ont pu être identifiées, mais elles restaient assez spécifiques à chacun des dispositifs. Nous proposerons plutôt ici des actions assez transversales, basées sur certains éléments du diagnostic.

a) Favoriser l'installation de porteurs de projets

L'étude des AMAP a montré qu'elles permettaient l'installation de producteurs maraîchers, créant ainsi leur activité en lien avec leur projet de vie (voir II.2.b). Pourtant ; malgré l'engagement des consommateurs, ces installations rencontrent certaines difficultés, qui pourraient faire l'objet d'une intervention des collectivités. Elles témoignent également de la difficulté qu'ont les consommateurs désireux de créer une AMAP à trouver des producteurs, en particulier des maraîchers. Sur les marchés, le constat est assez similaire : la diminution du nombre de producteurs exposants, notamment de fruits et légumes, serait liée à la diminution du nombre d'exploitations dans ces productions sur le territoire du Pays (voir II.2.c). Le diagnostic alimentaire confirme qu'en Chinonais, le maraîchage et l'arboriculture sont des productions peu présentes et en très fort déclin (voir II.1.b), alors qu'elles conviennent plutôt bien à une commercialisation en circuit court (annexe vii). De plus, lorsqu'il s'agit d'introduire des produits locaux en restauration collective, les légumes peuvent constituer une « porte d'entrée » avec un surcoût mesuré. L'expérience pilotée par le PNR LAT sur le Pays Saumurois en atteste.

Dans le Pays du Chinonais, il importe donc de développer la production de fruits, et surtout de légumes. Devant la diminution du nombre d'exploitations concernées, des efforts doivent être fournis pour faciliter l'installation de porteurs de projet. Des dispositifs d'aides à l'installation existent, mais ils exigent des conditions particulières (annexe xv) si bien que selon l'Agence de Services et de Paiements¹⁵ (ASP) deux tiers des installations ayant lieu en France ne bénéficient pas de ces aides. Les collectivités du Chinonais peuvent donc s'emparer de cette question, en s'engageant dans les actions suivantes :

Permettre à des porteurs de projet de suivre une formation adéquate.

Aujourd'hui, dans le Chinonais, des maraîchers s'installent alors que leur formation initiale n'est pas nécessairement agricole, ou tout du moins pas en lien direct avec la production. Ils n'ont d'ailleurs pas nécessairement suivi de formation adéquate par la suite, alors qu'elle est l'une des conditions pour pouvoir prétendre à des aides à l'installation (annexe xv). Etre mieux formé permettrait d'affronter plus sereinement les difficultés inhérentes à la création de son entreprise, et à la maîtrise technique nécessaire à la production maraîchère. Il n'existe pas sur le territoire du Pays d'établissement agricole dispensant des formations pour adultes, cependant le CFPPA de Tours-Fondettes semble être un partenaire logique dans ce type de démarche. Néanmoins, l'Association pour le Développement de l'Emploi Agricole et Rural (ADEAR) propose des formations à la fois techniques (sur le maraîchage biologique par exemple), et à la fois sur l'accompagnement des porteurs de projets (« de l'idée au projet » : définition de ses objectifs, de ses capacités, éléments de chiffrage, aspects juridiques...). Elle constitue donc un vrai partenaire pour les collectivités locales sur ce type d'action.

Faciliter la mise à disposition de foncier

Acquérir des terres, et ce d'autant plus dans le cadre d'une installation non aidée, est délicat pour ceux qui souhaitent s'installer. Parmi les producteurs des AMAP existantes, plusieurs ont rencontré des difficultés liées à l'acquisition ou à la mise à disposition de terres pour démarrer leur activité. De plus, la progression de l'urbanisation a fait disparaître 923 ha de terres agricoles entre 1991 et 2007 en Chinonais (annexe vii). Les collectivités telles que les communautés de communes pourraient alors combiner deux objectifs : la préservation de zones à vocation agricole, et l'aide à l'installation de producteurs. Elles devraient s'attacher à constituer des réserves foncières, qu'elles mettraient ensuite à disposition de porteurs de projets avec des conditions qui restent à définir mais qui, pour les producteurs, simplifieraient l'obtention de leur principal outil de travail. Un travail en amont devra être réalisé pour caractériser les sols et privilégier ceux présentant le potentiel le plus intéressant, notamment dans une optique de production maraîchère. Des engagements devront également être pris afin que, si les collectivités ne trouvent pas de producteur pour exploiter ces terres, elles soient au moins entretenues et préservées de l'enfrichement ou de l'urbanisation.

Soulager le poids des investissements matériels

S'installer requiert généralement des investissements conséquents, qu'il s'agisse de construction, de rénovation de bâtiment ou d'achat de matériel. Souvent, les aides disponibles permettent de financer une partie de ces investissements, mais uniquement s'il s'agit de matériel neuf. Du matériel d'occasion peut donc s'avérer moins onéreux que du neuf, même subventionné. Les dispositions du Contrat Régional de Pays devraient permettre de soutenir des investissements matériels, même d'occasion, relatifs à :

- l'achat de matériel plutôt lié à l'activité de production (petit matériel agricole, tunnels) et/ou

¹⁵ L'ASP est un organisme public interministériel français, aux missions très variées parmi lesquelles le paiement des aides liées aux politiques agricoles européennes, et donc les aides à l'installation

de transformation à la ferme (mise aux normes de locaux, appareils de transformation et de stockage...)

- des investissements liés à la commercialisation (rénovation d'un local, fourgon, étals...)
Dans les deux cas, les dépenses ne pourraient être éligibles que si une orientation de commercialisation en circuit court était effectivement choisie par l'exploitant.

Une communication sera à réaliser sur ce point : les porteurs de projet potentiels ne connaissent pas nécessairement les financements possibles via les contrats régionaux de Pays, comme cela a pu être constaté au cours des rencontres avec les responsables des dispositifs de circuits de proximité. Elle devra donc être faite auprès des dispositifs rencontrés, mais il conviendra de s'interroger sur les autres porteurs de projets potentiels auprès de qui une communication serait pertinente.

b) Améliorer la communication sur les dispositifs existants

Le diagnostic préalable à l'OCMACS du Pays du Chinonais a mis en évidence une méconnaissance des moyens de s'approvisionner en produits alimentaires locaux de la part des consommateurs (voir II.1.a). 25% d'entre eux disent ne pas connaître l'offre en produits locaux, et 15% considèrent qu'ils ne sont pas disponibles facilement (Pivadis, 2012). Lors de la réalisation du diagnostic des circuits de proximité, le recensement des producteurs pratiquant la vente directe n'a pu être effectué de manière fiable, faute de sources. Des dispositifs jusqu'alors inconnus ou méconnus (AMAP notamment) ont pu être identifiés grâce à des recherches assez poussées. A ce stade, il semble donc particulièrement important de :

- Affiner la connaissance des producteurs pratiquant la vente directe sur le territoire du Pays, que ce soit à la ferme ou sur les marchés. Un **recensement** devra être fait, incluant des informations telles que les produits vendus (et les périodes de disponibilité), les coordonnées et modalités de contact, les horaires et lieux de vente...
- **Caractériser plus finement les prestations proposées par les magasins** de produits frais, locaux, fermiers etc. présents sur le territoire du Pays, et s'ils s'inscrivent bien dans une optique de circuit alimentaire de proximité, envisager de communiquer sur ces dispositifs.
- A partir de ces informations, et de celles récoltées dans le cadre de notre diagnostic, réaliser un « **guide des circuits alimentaires de proximité** », en les classant par modalité ou par secteur géographique.

Une réflexion est aussi à mener quant à la diffusion de ces informations. Les habitants du Pays sont les premières cibles à viser, puisqu'ils concentrent l'essentiel des dépenses alimentaires du territoire (voir II.1.a). Mais ces informations sont fluctuantes : des dispositifs se créent, il est probable que d'autres disparaissent. Un tel guide nécessite donc d'être mis à jour fréquemment, ce que n'autorise pas facilement une édition sur papier. Dans un premier temps, et à partir de données déjà fiabilisées (sur les AMAP par exemple) il pourrait être opportun d'utiliser le site internet du Parc naturel régional dans ce but. L'occasion est d'autant plus intéressante, qu'il est actuellement en cours de refonte. Une liste d'adresses et une cartographie appropriée constitueraient un bon point de départ pour commencer à diffuser les informations. Le site pourra facilement être enrichi au fur et à mesure de l'avancée des connaissances. Mais cela doit s'accompagner d'autres éléments de communication qui toucheront les habitants au plus près : affichages en mairie et/ou sur la voie publique, sensibilisation lors d'événements, article dans la presse locale et dans les bulletins communaux...

c) Améliorer les possibilités locales de transformation

Cette proposition vise surtout à interpellier sur le devenir de la meunerie-minoterie de Bourgueil, puisqu'une démarche est déjà en cours pour construire un nouvel abattoir, et que la laiterie caprine semble être dans une situation solide. Le Moulin Boutard est une chance pour ce territoire où les productions céréalières sont importantes (voir II.1.b), et ce d'autant plus qu'il n'exploite aujourd'hui que la moitié, tout au plus, de ses capacités de production. Il constitue donc un potentiel certain pour quelques producteurs bio qui souhaiteraient voir transformer localement une partie de leur production et conserver plus de valeur ajoutée sur le territoire. Ce moulin nécessiterait d'importants **travaux de mise aux normes** pour permettre le recrutement d'un ou plusieurs salariés et ainsi développer son activité, ce qui est inenvisageable sans l'intervention d'aides extérieures. Outil de production électrifié mais encore relativement « artisanal », il pourrait être le support d'animations pédagogiques auprès des scolaires, notamment celles menées par le PNR LAT sur l'agriculture et l'alimentation. Mais là encore, des travaux de mises aux normes de sécurité seraient à effectuer.

Au-delà du maintien des infrastructures existantes en bonnes conditions, le Pays pourrait également envisager de **soutenir des projets de création d'ateliers de transformation**, et ce d'autant plus s'ils comportent une dimension collective. La FNCUMA¹⁶ s'est impliquée dans la mise au point d'ateliers de transformation modulaires. Ils sont constitués de plusieurs modules préfabriqués, chacun destiné à la transformation d'un type de produit en particulier (abattage et découpe de volailles, légumes de 4^e gamme, pressage de jus de fruits...). Un partenariat pourrait être envisagé entre les deux structures, pour promouvoir ce type d'initiatives et augmenter la part des produits transformés et commercialisés localement. Comme pour les investissements matériels (voir III.1.a), il sera important de communiquer sur ces possibilités auprès des producteurs.

d) Développer les jardins familiaux et collectifs

Les jardins familiaux sont des groupes de parcelles de potagers, gérés par une association loi 1901 et mis à disposition de jardiniers (moyennant une cotisation annuelle versée à l'association). Les jardiniers peuvent cultiver ces parcelles pour les besoins de leur famille, à l'exclusion de tout usage commercial. Ils ne correspondent donc pas réellement aux circuits alimentaires de proximité tels que nous les avons délimités, et les soutenir ne profiterait pas nécessairement à l'agriculture locale.

Pourtant, ils sont porteurs de valeurs qui rejoignent celles que nous avons attribuées aux circuits alimentaires de proximité : la création de lien social (gestion associative, contiguïté des parcelles...), la possibilité de consommer des produits de meilleure qualité, un certain « retour à la terre » lorsqu'ils permettent à des personnes ne disposant pas de jardin, de découvrir le jardinage et de mieux connaître les modes de culture, la saisonnalité... Ils permettent réellement d'améliorer la qualité de vie des habitants d'un territoire, aussi ils devraient pouvoir bénéficier d'un soutien de la part des collectivités locales. Ce soutien peut s'exprimer par la mise à disposition de terrains, l'octroi de subventions municipales à l'association, la réalisation de travaux d'aménagement pour en faciliter l'accès, l'irrigation...

e) S'appuyer sur les acteurs de l'insertion sociale et professionnelle

Sur le Pays Saumurois tout proche, l'ASPIRE (association d'insertion par l'activité économique) fait des circuits alimentaires de proximité, un vecteur d'insertion professionnelle

¹⁶ Fédération Nationale des Coopératives d'Utilisation de Matériel Agricole

des personnes sans emploi rencontrant des difficultés sociales et professionnelles d'accès à l'emploi. Grâce aux Jardins de Cocagne, ou aux Paniers Biosolidaires (voir III.2.c) elle redonne une activité à ces personnes, tout en leur permettant de développer des compétences qu'elles pourront ensuite mettre à profit dans le monde professionnel, même si elles n'envisagent pas d'exercer une activité agricole.

Dans le Pays du Chinonais, il serait intéressant d'identifier les structures d'insertion en présence. Elles pourraient être les partenaires des collectivités, pour d'un côté favoriser l'insertion professionnelle de personnes en difficulté en leur fournissant une activité (production agricole, conditionnement, livraison), et de l'autre assurer un approvisionnement en produits locaux de la restauration scolaire.

Des actions assez transversales peuvent donc être menées par les collectivités en faveur des circuits de proximité : à elles de choisir ce qu'elles souhaitent privilégier, les partenaires qu'elles peuvent solliciter et, le cas échéant, les financements nécessaires. Mais le diagnostic présenté précédemment conduit également à énoncer des propositions de soutien plus spécifiques à chacune des modalités étudiées.

2) Des actions à mener pour chacune des modalités

a) Les AMAP, des associations à considérer comme des partenaires

Alors qu'il existe souvent, de la part des municipalités, des subventions (même modestes) à destination des associations locales, le diagnostic a montré que les AMAP restaient des dispositifs assez isolés : peu liés entre eux, et n'entretenant pratiquement aucune relation avec les élus locaux. Pourtant, l'intérêt d'une telle association sur le territoire de sa commune a été évoqué (voir II.2.b). Les municipalités devraient considérer ces associations comme une chance pour leur territoire, et afficher leur soutien à ce type d'initiative. Alors qu'aujourd'hui, le soutien à l'activité agricole se décide majoritairement au niveau européen, au travers des AMAP les élus locaux bénéficient d'une réelle occasion d'influer sur l'agriculture de leur territoire, en soutenant un modèle s'inscrivant pleinement dans une démarche de développement durable.

Proposer des actions de soutien aux AMAP Chinonaises déjà en place, qui puissent bénéficier à l'ensemble d'entre elles n'est pas si facile : en effet, chacune est dans une situation particulière et aurait des besoins qui lui sont propres. Néanmoins, des actions sur certains thèmes seraient pertinentes pour l'ensemble de ces dispositifs.

- Les AMAP font appel à de nombreux producteurs, mais certains sont communs à plusieurs d'entre elles (voir annexe xiii). Pour ces producteurs, le temps à consacrer aux livraisons peut être conséquent. Même si, au travers des AMAP, ils recherchent le lien avec les consommateurs et d'autres producteurs, parfois l'aspect logistique constitue une charge de travail trop importante. Il pourrait être intéressant d'étudier la **possibilité de mettre en place un système de tournées**, prises en charge par les producteurs à tour de rôle ou par une personne extérieure (bénévole, création d'emploi ?). Toutefois, le lien producteur-consommateur, clé de voûte de l'AMAP, s'en trouvera modifié. Ce type d'initiative ne peut donc être envisagé qu'en bonne concertation avec les producteurs, les consommateurs, et ce pour chaque AMAP pouvant être concernée.
- Sur un projet de ce type, **constituer un réseau local d'AMAP** où elles peuvent se rencontrer et échanger, montre tout son intérêt. Alors que le diagnostic a montré qu'elles étaient finalement peu en relation les unes avec les autres (voir II.3.a), nul doute que les

discussions entre ces acteurs pourraient faire émerger des projets collectifs, comme celui proposé ci-dessus.

- Sur ces projets collectifs potentiels, ou sur des projets individuels qui, eux, existent réellement et sont en attente, un **partenariat durable entre les AMAP et les acteurs locaux** est à constituer. Considérer que le Parc naturel régional ou le Pays, sont des interlocuteurs pour aider au développement de ces dispositifs est important. Ces organismes sont à même, soit de les soutenir directement, soit de les appuyer dans leurs démarches auprès d'autres structures. Des projets existent actuellement dans presque chaque AMAP, elles doivent savoir qu'elles peuvent s'appuyer sur le Pays et le PNR pour les mettre à exécution. Ce partenariat permettrait également aux AMAP d'être représentées dans les actions de communication du PNR Loire-Anjou-Touraine : présence sur le site internet, stand à la fête du Parc, au forum social et environnemental... dans un but de promotion de ce système. Elles pourraient être ainsi mieux connues et attirer de nouveaux consommateurs, ou les inciter à créer eux-mêmes leur propre association.

b) Différentes actions peuvent être menées pour relancer les marchés

Les marchés souffrent aujourd'hui d'une baisse de fréquentation, et pour certains d'une désaffection de la part des exposants. Certaines communes ont déjà tenté de mettre en place des actions pour les rendre plus dynamiques, plus attractifs : présence d'un(e) animateur(trice) commercial(e) couplée à des offres promotionnelles ou une loterie, événements thématiques, démarchage de nouveaux exposants. Actuellement, un projet de transformation d'un marché classique en marché « bio » est également à l'étude. Cependant, au regard des caractéristiques pointées lors du diagnostic, les collectivités (en particulier, les communes) devraient se saisir des pistes de réflexion suivantes :

Renforcer l'attractivité visuelle des marchés

Cela passe par une réflexion sur l'emplacement idéal (lieu passager, qui « vit » déjà sans le marché) et la circulation (éviter les « cul-de-sac » où les clients ne vont pas ou peu, prendre en compte la largeur des voies pour ne pas limiter l'accès aux commerces sédentaires). Il est également important d'associer commerçants ambulants et sédentaires à la démarche, pour réfléchir ensemble à l'image que le marché renvoie aux consommateurs : organisation des étals, couleurs, affichages, vétusté du matériel (réfrigéré notamment)...

Valoriser leurs spécificités locales

Prendre en compte les nouvelles attentes sociétales (voir I.1.a) en valorisant au maximum les producteurs locaux, les produits du terroir et de qualité. Les marchés doivent affirmer leur caractère « local », pour les distinguer clairement de ce que peut offrir un supermarché. Le diagnostic a montré qu'en plus d'être peu nombreux, les producteurs locaux n'étaient pas signalés comme tels. La création d'un label commun, type « Producteur d'ici » distinguant les producteurs locaux sur les marchés existants pourrait être envisagée. La Chambre d'Agriculture d'Indre-et-Loire ne participe pas au dispositif « Marchés des producteurs de pays¹⁷ » mis en place dans d'autres départements. Cependant, théoriquement rien ne s'oppose à ce que cela puisse exister en Indre-et-Loire : un partenariat entre les collectivités et le monde agricole pourrait s'établir sur cette question, et éventuellement aboutir à la création de

¹⁷ Composés uniquement de producteurs fermiers et artisanaux, ces marchés privilégient le contact direct entre producteur et consommateur. Ils disposent d'un logo et d'une marque déposée, créés par la Chambre d'Agriculture de l'Aveyron. Suivant les cas, ces Marchés sont saisonniers, annuels ou ponctuels. Ils ont lieu en journée ou en veillée. Les consommateurs peuvent y faire leurs achats de produits locaux (alimentaires, mais aussi artisanaux) et, dans certains cas, consommer sur place.

nouveaux marchés, plus typiques. L'initiative réussie du marché paysan de Candès-Saint-Martin (voir II.2.c) devrait également encourager d'autres communes à chercher à valoriser au mieux les productions locales.

Rendre les marchés plus accessibles

Des solutions doivent également être trouvées pour améliorer l'accessibilité (physique) aux marchés. Il ne peut s'agir de recommander de construire des parkings dans les villes où ils semblent être insuffisants les jours de marché, mais plutôt de réfléchir à des moyens de diminuer le nombre de véhicules particuliers engendrés par la tenue du marché, et de permettre aux personnes âgées peu mobiles de s'y rendre. Dans ces buts, il semble opportun de mettre en place les actions suivantes :

- La promotion et l'appui aux initiatives de transports solidaires. Elles peuvent être mises en place par des associations, telles que Familles Rurales. Un réseau de bénévoles se constitue au sein de l'association, qui organise un système de covoiturage avec leurs propres véhicules. L'association, elle, fait le lien entre les personnes ne disposant pas de moyen de transport et celles volontaires pour effectuer le trajet souhaité. Les chauffeurs reçoivent alors une indemnisation selon les kilomètres parcourus, quand le coût pour les bénéficiaires n'est que celui de l'adhésion à l'association. Ce système peut également s'appuyer sur un véhicule acquis par l'association, auquel cas un soutien financier de la part des collectivités peut être encore plus pertinent. Non spécifique aux marchés, il peut toutefois leur être bénéfique puisque les trajets effectués sont ceux demandés par les bénéficiaires. Une orientation spécifique à destination des marchés peut éventuellement leur être donnée, en conditionnant les dédommagements selon les destinations.
- La mise en place de transports à la demande (TAD). Les personnes intéressées réservent leur trajet à l'avance, elles sont prises en charge à leur domicile et déposées à des points d'arrêt définis dans les communes. Ce système existe pour se rendre à Chinon, y compris les jours de marché. Il a été mis en place par le Conseil Général d'Indre-et-Loire et est facturé 1,8€ par trajet. Le Centre Communal d'Action Sociale (CCAS) d'Azay-le-Rideau en a également mis un en place. Mais dans les deux cas, ces moyens sont très largement sous-utilisés par manque de connaissance de la part des habitants, due à la quasi-absence de communication. Ce système devrait être étendu à d'autres communes (dont Bourgueil) mais il mériterait de couvrir également le secteur de Sainte-Maure-de-Touraine. Surtout, il doit impérativement être rendu plus visible pour les habitants par des actions de communication.
- L'optimisation du stationnement disponible, qui peut suivre deux pistes :
 - l'exploitation d'aires de stationnement plus éloignées du centre-ville (parkings déjà existants, terrains inutilisés, champs...), reliées au marché par un système de navette régulière : une sorte de « parking-relais » pour les jours de marché.
 - la mise en place de parkings rotatifs : limiter la durée de stationnement, par exemple à 1h30 ou 2h, afin de forcer la rotation des véhicules sur les aires de stationnement. Ces deux mesures, pour être efficaces, doivent s'appuyer sur une politique tarifaire volontariste : un prix bas pour bénéficier à la fois des parkings à l'extérieur du centre-ville et d'un trajet aller/retour en navette (par exemple, 1 € par personne), et des emplacements de stationnement rotatif bénéficiant d'un tarif horaire significativement plus faible que les autres emplacements où la durée n'est pas limitée.

c) L'introduction de produits locaux dans les restaurants scolaires doit être accompagnée

Le diagnostic a permis de comprendre pourquoi l'approvisionnement des cantines scolaires du territoire ne s'est pas « relocalisé » ces dernières années. Les restaurateurs appréhendent un changement d'approvisionnement, par crainte d'une hausse de prix ou pour des raisons organisationnelles (voir II.2.d). Les plus gros établissements s'inquiètent également des volumes de produits disponibles, et de la nécessité ou non de faire appel à plusieurs fournisseurs. De plus, leur intérêt étant plus manifeste pour les produits issus de l'agriculture biologique, la disponibilité de ces produits auprès de leurs fournisseurs habituels n'a pas joué en faveur du développement d'un approvisionnement local. Il s'agit donc ici de proposer des moyens de fournir à ces établissements, des produits bio et locaux.

Des interlocuteurs existent à proximité pour assurer un approvisionnement bio et local

Le travail d'enquêtes a permis de recenser des structures implantées localement permettant d'approvisionner les restaurants scolaires en fruits et légumes :

- A Esvres-sur-Indre (10 km de l'extrémité nord-est du Pays, proche de Tours), La Fruitière Tourangelle est une exploitation maraîchère de 15 ha spécialisée dans l'approvisionnement de la restauration collective (cuisine centrale de Tours) et commerciale (plusieurs restaurants). Elle propose des produits issus d'une agriculture raisonnée. Elle pratique également la vente directe auprès des particuliers.
- A Chinon, un magasin qui propose également des paniers (voir II.2.b) joue d'ores et déjà le rôle d'intermédiaire entre une exploitation maraîchère bio située à Brain-sur-Allonnes (département de Maine-et-Loire mais limitrophe du Pays, au nord-ouest) et des restaurants collectifs. Il souhaite développer cette activité auprès d'autres structures, en particulier les cantines scolaires du territoire.

Toutefois, il serait intéressant d'associer à cette démarche un autre interlocuteur, un peu plus éloigné du Chinonais tout en restant assez proche. Au-delà du soutien à une activité agricole locale, il permet de faciliter l'insertion professionnelle de personnes en difficulté. Il s'agit d'une plateforme d'approvisionnement des restaurants scolaires en fruits et légumes bio, née de l'association de trois acteurs :

- Le Parc naturel régional qui, dès 2008, fait le constat que peu de produits biologiques sont disponibles localement (en Pays Saumurois) pour approvisionner les établissements scolaires
- L'association de producteurs Bio Loire Océan (BLO), regroupant 60 producteurs maraîchers et arboriculteurs bio de la région des Pays de Loire, assure que des produits sont pourtant disponibles sur le bassin de consommation potentiel.
- L'association d'insertion par l'activité économique ASPIRE couvre différents domaines d'activité. En particulier sur le volet agricole, elle gère un Jardin de Cocagne et elle a mis en place, en partenariat avec BLO, une plateforme de livraison de « Paniers biosolidaires » auprès des particuliers dans le département de Maine-et-Loire et ses alentours.

Ces trois acteurs, en fonction de leurs compétences et de leurs expériences passées, ont permis la création de cette plateforme, qui fonctionne depuis la rentrée scolaire 2011. Une quinzaine de restaurants scolaires commande, régulièrement ou non (il n'y a pas d'engagement) ses fruits et légumes en ligne, aux quantités souhaitées et selon l'offre disponible chez les producteurs les plus proches de l'établissement concerné. La prise de commandes et la facturation sont gérées par BLO, le conditionnement et les livraisons sont

pris en charge par l'ASPIRE. Le PNR se charge du suivi, de la communication et de l'évaluation de ce dispositif, financé pour deux ans (2011-2013) par le Conseil Régional des Pays de Loire, la DRAAF et le programme LEADER. Une autre plateforme de ce type existe en Région Centre (SelfBio-Centre), basée à Orléans et soutenue financièrement par la Région Centre. Mais elle semble peu dynamique sur l'approvisionnement des restaurants collectifs, quand Bio Loire Océan souhaite réellement s'y impliquer.

Une démarche à mener pas à pas

Une utilisation de plus en plus importante des produits bio et locaux dans les cantines chinonaises doit se dérouler en plusieurs temps, où les collectivités telles que le Pays et le PNR peuvent intervenir :

- 1) Définir un projet collectif et partagé. Les établissements qui entreront dans une démarche d'approvisionnement bio et local, doivent partager leur projet avec toutes les parties prenantes en interne : cuisiniers et gestionnaires bien sûr, mais également direction, parents d'élèves, élus si la cantine est gérée par la municipalité... L'implication de tous est un facteur de réussite de ce projet, qui permettra à chacun de se l'approprier et de relativiser les nouvelles contraintes qui en découlent.
- 2) Chaque établissement doit définir ses contraintes, ses capacités et ses demandes. En fonction des infrastructures disponibles, tous les produits ne pourront pas être utilisés. Selon si le coût matière peut être augmenté ou non, les volumes ou les types de produits commandés ne pourront être les mêmes. Les établissements doivent être conscients que ce travail est essentiel, puisqu'anticiper les commandes permettra d'organiser la production au mieux et d'optimiser la logistique. Il serait également préférable que tous les établissements du territoire qui souhaitent s'engager dans cette démarche (voir II.2.d) s'accordent entre eux : par exemple, certains vont nécessiter des livraisons plus régulières que d'autres. Parler d'une même voix, si possible, permettra de tenir un discours cohérent face à l'interlocuteur qui sera à même de leur fournir des produits bio et locaux.
- 3) Connaître précisément les offres disponibles localement. Un premier travail de recensement a été effectué au cours de cette étude (voir paragraphes précédents), identifiant des acteurs à même de répondre aux attentes des cantines. Mais il n'est probablement pas exhaustif.
- 4) Se former à la préparation de produits bio. La tenue à la cuisson de ces produits est souvent différente de celle des produits « conventionnels ». Leurs contenus en nutriments sont également différents, ce qui nécessite d'adapter les portions servies. C'est aussi le moyen de limiter le gaspillage alimentaire, et par là même les volumes commandés et donc les coûts matière. Le Centre National de la Fonction Publique Territoriale¹⁸ (CNFPT) permettrait aux agents des restaurants scolaires de se former à cette nouvelle manière de cuisiner.
- 5) Identifier les points sur lesquels des économies peuvent être réalisées. En effet, si le coût matière sera très probablement plus élevé pour des produits bio, il existe tout de même des leviers d'action pour limiter le surcoût.

¹⁸ Structure organisatrice des formations à destination des personnels de la fonction publique territoriale, dont les agents des restaurants scolaires font souvent partie.

- Il faut déjà relativiser l'importance du coût matière dans le prix de revient total d'un repas. Il est souvent inférieur à 2€ (Olivier, 2008), alors que des études sur d'autres territoires montrent un coût de revient global des repas d'une dizaine d'euros (DRAAF Rhône-Alpes, 2011). Une augmentation de 25% du coût matière (0,50€), qui serait déjà importante, n'augmenterait finalement que de 5% le coût de revient global du repas.

- Choisir des produits de saison, fournis directement par des producteurs permet de bénéficier de meilleurs prix. S'ils sont « bruts », nécessitant donc plus de travail de préparation, le coût matière s'en trouve réduit.

- Une augmentation de la part des protéines végétales, en substitution aux protéines animales, permet de diminuer les approvisionnements en viande les plus onéreux.

- Enfin, en introduisant ingrédient par ingrédient les produits bio et locaux dans les menus, le surcoût est plus étalé que lorsqu'il s'agit de faire un repas bio complet par semaine ou par mois. Il permet de commander des volumes importants d'un seul produit, plutôt que des volumes moindres sur une multitude de produits. De plus, cela s'accorde mieux avec les contraintes des producteurs, qui ont plus de visibilité sur l'organisation de leur travail et seront mieux à même de répondre aux demandes des établissements. La question de la rédaction des marchés publics pour ce type d'approvisionnement peut se poser, même si généralement les volumes commandés restent très faibles et n'impliquent pas de publicité et d'appels d'offres.

- 6) Accompagner les convives dans cette démarche. Souvent, la qualité des produits bio et locaux est perçue comme meilleure que celle des produits classiques : plus de goût, plus nourrissants... Cependant, les établissements qui ont déjà fait le choix d'un approvisionnement en produits biologiques, émettent quelques réserves sur l'impact de leur démarche. Surtout au collège/lycée, une certaine méfiance vis-à-vis du logo « AB » se fait sentir, les élèves se tournent plus facilement vers les produits des marques qu'ils ont l'habitude de consommer. Quand ces produits sont plutôt des fruits, des légumes ou de la viande, cette réticence semble moindre. Ces constats soulignent la nécessité de sensibiliser les convives aux enjeux de l'alimentation, de l'agriculture biologique et de proximité et ce dès le plus jeune âge. Au travers de son « **Programme d'éducation au territoire** », proposé aux classes du primaire et du secondaire, le Parc naturel régional intervient déjà sur ces questions. Sur demande des établissements, il intervient dans les classes et propose des sorties de terrain co-encadrées par des partenaires (CPIE, GABB...). Il est donc à même d'accompagner les 16 établissements du Chinonais intéressés par ce sujet, pour sensibiliser directement les élèves.

Dès la rentrée 2012, constituer un groupe de travail avec des établissements « pilotes »

Au vu des résultats du diagnostic, et de la méthode proposée ici pour développer un approvisionnement local des cantines scolaires, il est donc primordial d'impliquer une collectivité telle que le PNR LAT, déjà expérimenté sur ce thème, pour accompagner les établissements. Dès l'automne 2012, il devra s'attacher, en partenariat avec le Pays, à mobiliser les 15 établissements identifiés lors du diagnostic pour entamer une réflexion sur ces questions. Au vu de son implication dans la plateforme du Pays Saumurois, il semble légitime de soumettre cette solution aux établissements Chinonais. Mais le choix du/des fournisseurs n'est qu'un élément d'une démarche plus globale, que le PNR est à même d'accompagner dans sa totalité.

Soutenir des initiatives ponctuelles et les valoriser

Malgré, semble-t-il, une faible implication des cantines scolaires dans des démarches d'approvisionnement local, certaines ont d'ores et déjà concrétisé des projets intéressants. Elles bénéficient donc d'une expérience, dont pourraient s'inspirer d'autres restaurants. Ces expériences pourraient être valorisées dans le cadre des Journées Techniques organisées par le Parc. Il s'agit de journées de formation thématiques, à destination des techniciens et des élus du territoire, qui font intervenir le personnel du Parc compétent sur le thème de la journée, en association avec d'autres acteurs et en s'appuyant sur des initiatives locales déjà existantes.

Enfin, si l'encouragement et l'appui à une dynamique collective de plusieurs établissements doivent être effectués, parfois des établissements sont réticents à s'engager dans une dynamique de groupe, en raison des contraintes que cela comporte : temps de concertation en interne, réunions avec les autres établissements et les animateurs... De plus, le système qui devrait voir le jour conséquemment au groupe de travail qui va être constitué, ne pourra peut-être pas être étendu à d'autres établissements que cela n'intéresse pas aujourd'hui, mais qui souhaiteraient s'engager dans ce type de démarche dans le futur. Aussi, le Parc et le Pays ne doivent pas s'interdire le soutien à des initiatives individuelles.

De nombreuses pistes d'action peuvent être proposées pour soutenir les circuits alimentaires de proximité sur le territoire du Pays, impliquant des collectivités à différentes échelles et à destination d'acteurs de différentes natures. Cependant, la question du modèle de gouvernance des circuits de proximité sur le territoire reste entière : qui peut prendre en charge la réalisation de telle ou telle action ? Comment ces différentes actions peuvent-elles être mutualisées et coordonnées pour développer un système agroalimentaire localisé¹⁹ (SYAL) ?

¹⁹ Les SYAL sont définis comme des ensembles « d'organisations de production et de service (unités de production agricole, entreprises agroalimentaires, commerciales, de services, restauration) associées à un territoire spécifique par leurs caractéristiques et leur fonctionnement. Le milieu, les produits, les hommes, leurs institutions, leur savoir-faire, leurs comportements alimentaires, leurs réseaux de relations, se combinent dans un territoire pour produire une forme d'organisation agroalimentaire à une échelle spatiale donnée » (CIRAD).

Conclusion

Au terme de cette étude, retenons qu'elle a permis de préciser les dynamiques existantes sur le Pays du Chinonais concernant les circuits alimentaires de proximité, ainsi que de proposer des actions pour les accompagner. Il était nécessaire, au préalable, de mieux comprendre pourquoi ce sujet est d'actualité et suscite l'intérêt des collectivités telles que le PNR Loire-Anjou-Touraine et le Pays du Chinonais. Porteur d'enjeux liés à l'activité agricole, mais aussi à l'évolution de la société en général, il a déjà fait l'objet de nombreux travaux de recherche, qui ont servi de base à l'élaboration d'une méthodologie de diagnostic.

Le Pays du Chinonais est un territoire où peu d'exploitations agricoles commercialisent en circuit court, probablement en raison des productions agricoles dominantes. Cependant, de nombreuses enquêtes conduites auprès de responsables de modalités de vente de produits locaux révèlent une diversité de dynamiques, qui semblent témoigner de l'intérêt tardif mais grandissant des habitants du territoire pour cette question. Si les marchés de plein vent sont en déclin et présentent peu de produits locaux, ils restent importants pour la population locale, en particulier pour les plus âgés. La vente en paniers prend un essor certain depuis quelques années et touche, elle, un public plus diversifié. Cette dynamique ne se retrouve pourtant pas au niveau des restaurants scolaires, qui développent assez largement l'utilisation de produits issus de l'agriculture biologique mais en prenant rarement en compte l'origine géographique des produits. D'autres dispositifs permettant d'acheter des produits locaux existent sur le territoire du Chinonais, mais ils n'ont pu être étudiés.

La diversité de ces dynamiques rend difficile la compréhension des circuits alimentaires de proximité du Chinonais comme un système global, d'autant plus qu'il n'existe aucune gouvernance de ces circuits à l'échelle du territoire. Toutefois, la compréhension des dispositifs existants montre qu'il existe un réel potentiel de développement pour les trois modalités étudiées : des propositions ont donc été formulées pour aller dans ce sens. Il importe aujourd'hui, d'une part de chercher à pérenniser les dispositifs existants et d'autre part, de mettre un place un environnement favorable à l'émergence de nouveaux projets.

La question des circuits alimentaires de proximité concerne nombre d'autres territoires que le Pays du Chinonais. Un peu partout en Europe, des initiatives allant dans ce sens voient le jour (Jouen *et al.*, 2012). Cela témoigne d'une problématique largement répandue et abordée dans les territoires, qui devrait amener la Politique Agricole Commune à prendre mieux en compte la dimension « circuits courts » à partir de 2013. Mais devant la multitude d'enjeux rattachés aux circuits alimentaires de proximité, leur soutien relève-t-il uniquement d'un projet agricole, ou d'un projet de société plus large, avec ses composantes politiques, sociales, environnementales ? Dans ce cas, quels sont les acteurs les plus légitimes pour intervenir ? De quelles ressources disposent les territoires, pour assurer un soutien pertinent aux initiatives qui voient le jour ? Il nous semble que la collaboration entre acteurs, bénéficiant de visions différentes et de compétences complémentaires, permettra d'aboutir à un système cohérent et efficace.

Références bibliographiques

Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie. [2012]. *Les circuits courts alimentaires de proximité*. (Les avis de l'ADEME).

Agence Bio. [2011]. *L'agriculture biologique : chiffres clés – Edition 2011*. La Documentation française, 2011. 243p.

Amemiya, Hiroko ; Bénézech, Danièle ; Renault, Michel. [2008]. *Les circuits courts : « un monde de commercialisation » interpersonnel ?* In Maréchal, Gilles. *Les circuits courts alimentaires : bien manger dans les territoires*. Dijon : Educagri éditions, 2008, pp 113 à 123.

Bellamy, Vanessa ; Léveillé, Laurent. *Consommation des ménages : Quels lieux d'achats pour quels produits ? INSEE Première*, novembre 2007, n° 1165.

Bernard, Cécile ; Dufour, Annie ; Mundler, Patrick. [2008]. *Pratiques collectives de vente directe : approche comparée des PVC et des AMAP en Rhône-Alpes*. In Maréchal, Gilles. *Les circuits courts alimentaires : bien manger dans les territoires*. Dijon : Educagri éditions, 2008, pp 141 à 160.

Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie. *Baromètre de la perception de l'alimentation. Baromètre n° 6. Etude réalisée pour le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Pêche. Septembre 2011*. In site du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt. [En ligne]. < http://alimentation.gouv.fr/IMG/pdf/Baro_alimentation_2011_cle0287ff.pdf> (Consulté le 20 juillet 2012)

Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie. *Baromètre de la perception de l'alimentation. Baromètre n° 5. Etude réalisée pour le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Pêche. Septembre 2010*. In site du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt. [En ligne]. < http://alimentation.gouv.fr/IMG/pdf/barometre_2010_cle8a6f71.pdf> (Consulté le 20 juillet 2012)

Chiffolleau, Yuna. [2008]. *Les circuits courts de commercialisation en agriculture : diversité et enjeux pour le développement durable*. In Maréchal, Gilles. *Les circuits courts alimentaires : bien manger dans les territoires*. Dijon : Educagri éditions, 2008, pp 21 à 30.

Chiffolleau, Yuna ; Sals, Sylvain. [2008]. *Circuits courts et nouvelles solidarités entre producteurs*. Journée d'échange et de débat autour du projet EQUAL CROC, Montpellier, 10 octobre 2008.

Consalès, Georges. *La consommation des ménages en 2006. INSEE Première*, Juillet 2007, n° 1143.

Daumas, Jean-Claude. *Consommation de masse et grande distribution : une révolution permanente (1957-2005). Vingtième Siècle. Revue d'Histoire*, mars 2006, n° 91, pp 57 à 76.

Delfosse, Claire ; Navarro, Aurore ; Poisson, Marie. [2011]. *Spécificités et renouveau des marchés dans le cadre des circuits courts*. LiProCo, 2011. 12 p. (Les Carnets Pro de LiProCo ; n°9)

Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt de Rhône-Alpes. [2011]. *Guide pratique : Favoriser une restauration collective de proximité et de qualité*. DRAAF Rhône-Alpes, 2011. 193 p.

Durand, Guy. [2007]. *La vente directe en Bretagne : phénomène marginal ou nouvelle manière d'exercer le métier d'agriculteur ?* In Amemiya, Hiroko. *L'agriculture participative : Dynamiques bretonnes de la vente directe*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 2007, pp 65-78.

Fassel, Virginie. [2008]. *Les ventes à la restauration collective : consommer local et biologique*. In Maréchal, Gilles. *Les circuits courts alimentaires : bien manger dans les territoires*. Dijon : Educagri éditions, 2008, pp 77 à 91.

Fédération Régionale des Centres d'Initiative pour la Valorisation de l'Agriculture et du Milieu rural Bretagne. [2010]. *Circuits courts alimentaires et territoires : méthodes et repères pour observer et évaluer les dynamiques de rapprochement producteurs-consommateurs*. Rennes : FR CIVAM Bretagne, 2010. 25p.

Guillet, Lucie. *Les Circuits Courts en Indre et Loire : Diagnostic et besoins d'accompagnement*. 124 p. Mémoire de fin d'études : Toulouse : Purpan Ecole Supérieure d'Agriculture ; InPACT 37, ADEAR 37 : 2010.

Hérault-Fournier, Catherine. [2010]. *Les circuits courts : définition et enjeux*. LiProCo, 2010. 10 p. (Les Carnets Pro de LiProCo ; n°1)

Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques. *Résultats du recensement de la population 2009*, [En ligne]. < <http://www.recensement-2009.insee.fr/accesDonneesTelechargeables.action> > (Page consultée le 16 août 2012).

Jollivet, Marcel. La grande transformation de l'agriculture française sous l'œil du sociologue. *Economie Rurale*, juillet-août 2007, n°300, pp 26-29.

Jouen, Marjorie ; Lorenzi, Frédérique. [2012]. *La dimension territoriale et politique des « circuits courts alimentaires » : représentations et enjeux dans le débat européen sur la Politique Agricole Commune*. 21 p.

Lelaure, Vincent ; Legat, Cécile ; Prigent-Simonin, Anne-Hélène et al. [2011]. *Diagnostic des circuits alimentaires de proximité sur un territoire*. LiProCo, 2011. 16 p. (Les Carnets Pro de LiProCo ; n°7)

Maréchal, Gilles. [2008]. *Les circuits courts alimentaires : bien manger dans les territoires*. Dijon : Educagri éditions, 2008, pp 11 à 17.

Maréchal, Gilles ; Spanu, Alexiane. Les circuits courts favorisent-ils l'adoption de pratiques agricoles plus respectueuses de l'environnement ? *Courrier de l'environnement de l'INRA*, octobre 2010, n°59, pp 33 à 45.

Martineau, Chloé. *Pourquoi et comment soutenir les circuits alimentaires de proximité en Pays Saumurois ?* 76 p. Mémoire de fin d'études : Beauvais : LaSalle Beauvais ; Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine : 2010.

Merle, Aurélie ; Piotrowski, Mathilde ; Prigent-Simonin, Anne-Hélène. [2009]. *La consommation locale : pourquoi et comment ?* 18 p.

Merle, Aurélie ; Hérault-Fournier, Catherine ; Prigent-Simonin, Anne-Hélène et al. [2011]. *La consommation de produits alimentaires locaux : quelques signes encourageants pour son développement*. LiProCo, 2011. 12 p. (Les Carnets Pro de LiProCo ; n°6)

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche. [2009]. *Renforcer le lien entre agriculteurs et consommateurs : Plan d'action pour développer les circuits courts*. 4 p.

Olivier, Fantine. *L'approvisionnement de la restauration scolaire par l'agriculture locale : quelle mise en œuvre, pour quel développement durable du territoire ? L'exemple du Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine*. 65 p. Mémoire de fin d'études : Paris : Université Paris Sud – Faculté Jean Monnet ; Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine.

Pivadis. [2012]. *Étude préalable à une opération collective de modernisation de l'artisanat, du commerce et des services du Pays du Chinonais : Premiers éléments de diagnostic*. 2012. 222 p.

Reboul, Noémie ; Gendre, Lauréna ; Pellequer, Diane et al. [2009]. *Les circuits courts : perceptions et pratiques des consommateurs du Languedoc-Roussillon*. Montpellier : Coxinel, 2009. 10 p. (Les cahiers de l'observatoire Coxinel, n°2)

Redlingshöfer, Barbara. [2008]. *L'impact des circuits courts sur l'environnement*. In Maréchal, Gilles. *Les circuits courts alimentaires : bien manger dans les territoires*. Dijon : Educagri éditions, 2008, pp 175 à 185.

Sailleilles, Séverine ; Hérault-Fournier, Catherine ; Poisson, Marie et al. [2011] *Projet LIPROCO, Llens PROducteurs Consommateurs*. 2011. 4 p. (Les 4 pages PSDR3)

Schmutz-Poussineau, Anne-Marie. [2008]. *La vente directe sur les marchés*. In Maréchal, Gilles. *Les circuits courts alimentaires : bien manger dans les territoires*. Dijon : Educagri éditions, 2008, pp 31 à 43.

TNS SOFRES. [2010] *Les français et la solitude*. In site internet de TNS SOFRES. [En ligne]. < http://www.tns-sofres.com/_assets/files/2010.05.21-solitude.pdf > (consulté le 26 juillet 2012)

Consalès, Georges. La consommation des ménages en 2006. *INSEE Première*, Juillet 2007, n° 1143.

Annexe i : Extrait du questionnaire RGA 2010 – volet Circuits courts

4 - Commercialisez-vous des produits de l'exploitation via des circuits courts ?

(non compris la viticulture) oui non

		Aucun	En nom propre		Par le biais d'une autre entité juridique que celle de l'exploitation		Part dans le chiffre d'affaires par type de produit (*)
			Vente directe au consommateur	Vente via un autre circuit court	Vente directe au consommateur	Vente via un autre circuit court	
Produits laitiers	<input type="checkbox"/> 401	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Œufs et volailles	<input type="checkbox"/> 402	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres produits animaux.....	<input type="checkbox"/> 403	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Légumes	<input type="checkbox"/> 404	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fruits	<input type="checkbox"/> 405	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miel	<input type="checkbox"/> 406	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autres produits (hors vin) ...	<input type="checkbox"/> 407	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(*) Part de la commercialisation via des circuits courts dans le chiffre d'affaires dégagé par chaque type de produit
1 = 10 % et moins 2 = plus de 10 à 50 % 3 = plus de 50 à 75 % 4 = plus de 75 %

5 - Part de l'ensemble de la commercialisation en circuit court dans le chiffre d'affaires total de l'exploitation

10 % et moins plus de 10 à 50 % plus de 50 à 75 % plus de 75 %

6 - Modes de commercialisation en circuit court (tous produits confondus)

Indiquer les 3 modes de commercialisation principaux (en chiffre d'affaires) par ordre décroissant : de 1 (le plus important) à 3 (le moins important)

Vente directe :

- Vente à la ferme (cueillette, marché à la ferme, etc.)
- Vente en point de vente collectif
- Vente sur les marchés
- Vente en tournée, à domicile
- Vente par correspondance (Internet, etc.)
- Vente en paniers (type AMAP)
- Vente en salons et foires

Vente indirecte avec un seul intermédiaire :

- Restauration commerciale (traditionnelle, privée)
- Restauration collective
- Commerçant détaillant (boucher, épicier de quartier, crémier...)
- Grandes et moyennes surfaces

DIVERSIFICATION

Source : Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et de la Pêche

Annexe ii : Objectifs des Contrats Régionaux de Pays en région Centre

Un contrat traduisant la rencontre des priorités locales avec les priorités régionales

Ce contrat reflète les objectifs partagés entre le pays et la Région tels qu'elle les a définis dans les documents stratégiques régionaux, notamment dans le cadre de la démarche liée à l'agenda 21 régional.

Il est le fruit de l'initiative locale, et définit les conditions d'un partenariat renforcé entre le Pays et la Région. Il vise le développement économique, social et environnemental de chaque territoire.

Afin d'inscrire au mieux les interventions de la Région dans le cadre de ses orientations générales, et de permettre le plus possible la prise en compte des réalités, le programme d'actions est construit autour de deux blocs de priorités :

- Un premier bloc de priorités composé de **7 thématiques qui sont toutes traitées au titre du Contrat** :
 - Formation / Développement et innovation économique
 - Services à la population
 - Habitat et rénovation urbaine
 - Performance énergétique
 - Qualité des paysages
 - Mobilité
 - Biodiversité / Eau

- Un deuxième bloc de priorités répondant à des enjeux de :
 - Economie touristique
 - Développement de l'accès à la culture
 - Aménagements urbains – Cadre de vie
 - Activités sportives et de loisirs
 - Agriculture

Les crédits régionaux réservés au 1^{er} bloc de priorités représentent, au minimum, **35 % de la dotation**.

Tout projet sera appréhendé, quelle que soit la thématique et qu'il relève du 1^{er} bloc ou du 2^{ème} bloc de priorité, au regard des éléments suivants :

- leur impact sur l'emploi
- les retombées économiques directes ou induites
- leur caractère innovant
- les moyens de gestion et d'animation envisagés
- la prise en compte des besoins de la population et en particulier des publics spécifiques
- leurs effets sur l'environnement naturel, bâti et paysager
- la capacité financière de réalisation.

Annexe iii : l'OCMACS du Chinonais

L'Opération Collective de Modernisation de l'Artisanat, du Commerce et des Services

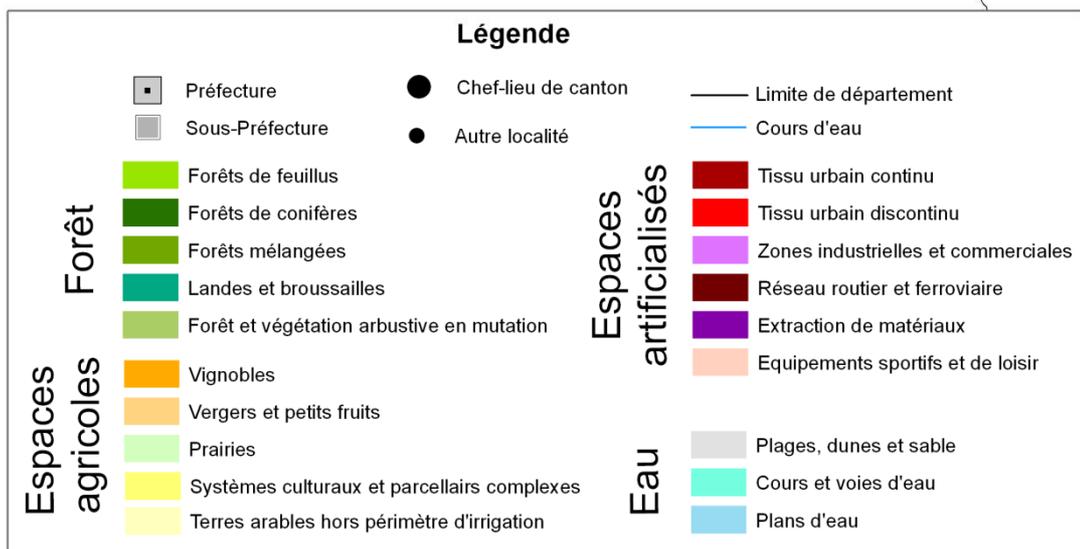
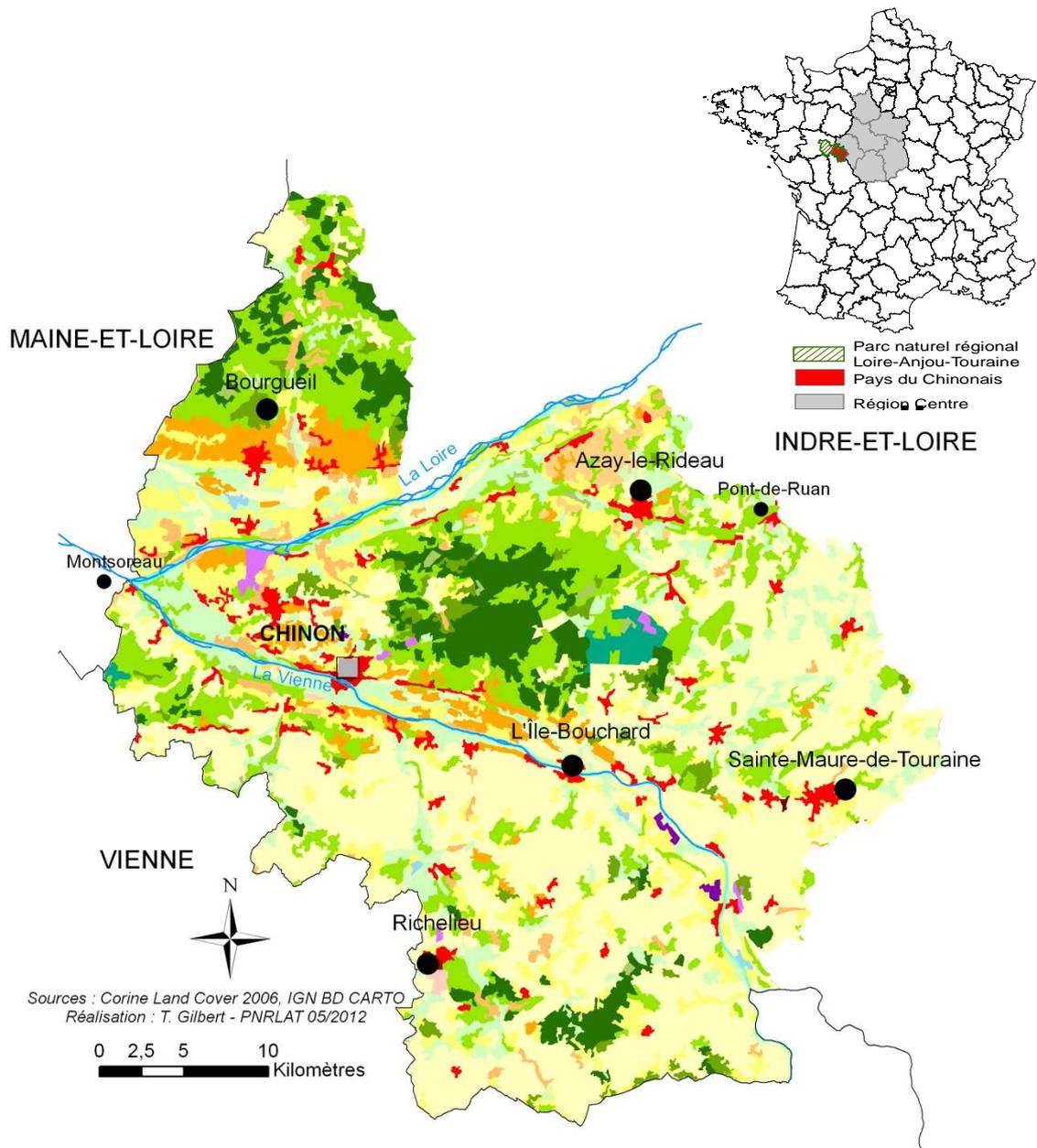
« En septembre 2011, le Pays du Chinonais a lancé une consultation pour la réalisation d'une étude préalable OCMACS (ex-ORAC) sur l'ensemble de son territoire, afin de soutenir le commerce et l'artisanat du territoire. En effet, le commerce et l'artisanat sont le poumon de nos villages. Ils permettent aux populations de vivre en milieu rural, facilitent les rencontres et renforcent les liens sociaux. Les actions menées permettront de rénover et moderniser nos commerces et ateliers afin d'améliorer l'attractivité de notre territoire. Durant toute la durée de cette OCMACS, des subventions importantes pourront être mobilisées pour soutenir les professionnels désirant investir. Elles enrichiront la dynamique de l'ensemble du territoire. » (Source : Pays du Chinonais)

L'étude préalable a été réalisée par le cabinet PIVADIS, basé près d'Orléans. Il s'agit d'un « cabinet d'études de stratégie et de développement économique, spécialisé dans le domaine du commerce, de l'artisanat, des services et du tourisme » (Source : Pivadis). Le diagnostic réalisé se structure comme suit :

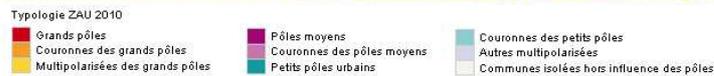
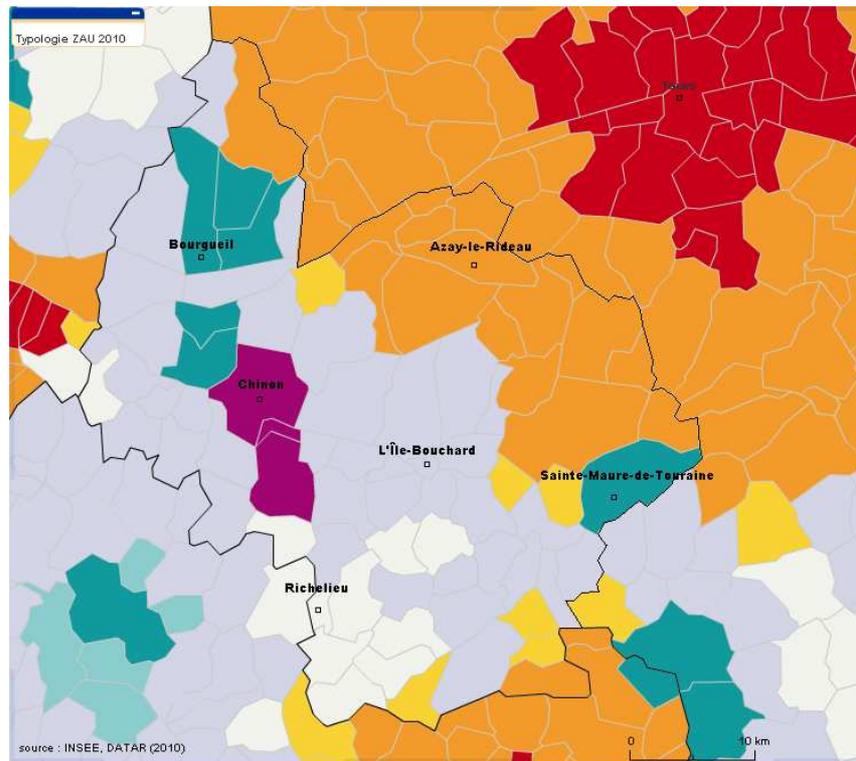
1. Données de contexte
2. Caractéristiques du tissu artisanal et commercial du Pays du Chinonais
3. Dynamique des entreprises artisanales et commerciales sur le territoire du Pays du Chinonais
4. Fréquentation des sites commerciaux du Pays du Chinonais
5. Fréquentation des pôles extérieurs au Pays du Chinonais
6. Comportements d'achat des habitants du Pays du Chinonais
7. Destinations des dépenses des habitants du Pays du Chinonais
8. Appréciation des habitants du Pays du Chinonais

Les éléments exploités dans le cadre de notre étude (comportements d'achats), sont obtenus par « la réalisation d'une enquête de comportements et d'attentes auprès d'un échantillon représentatif (méthode des quotas croisés) de 517 ménages sur le territoire du Pays, réparti en 13 secteurs d'enquête » (Pivadis, 2012).

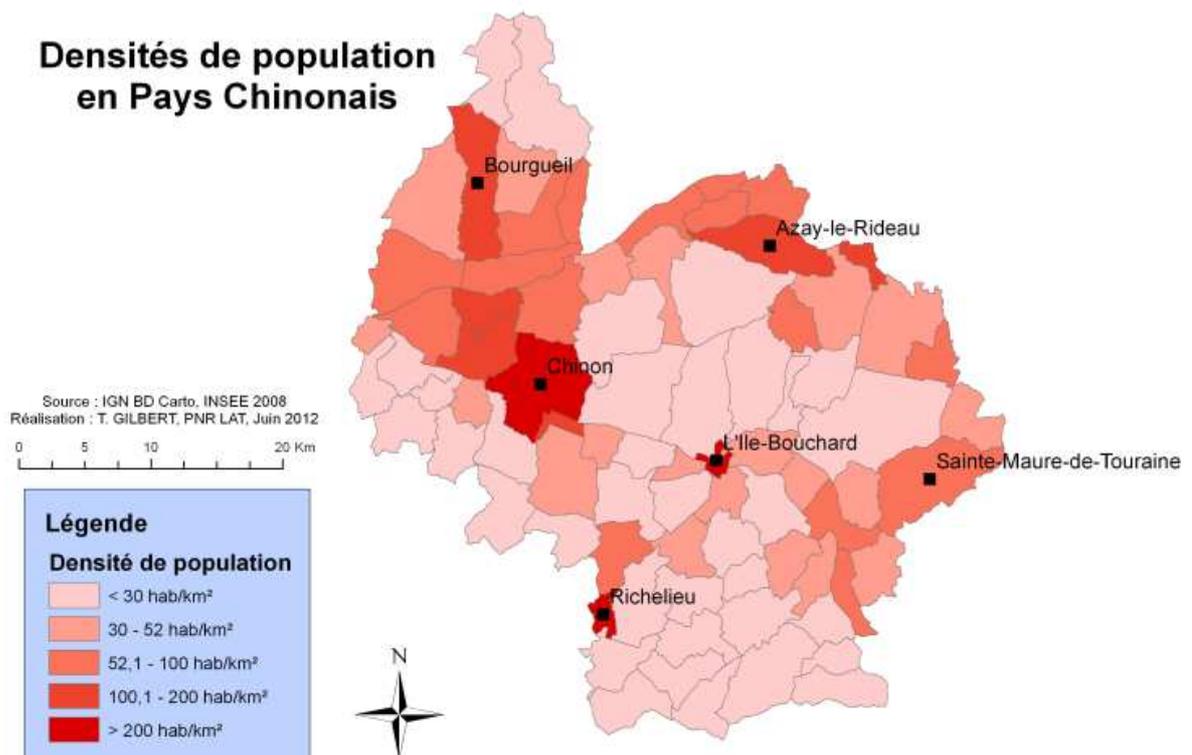
Annexe iv : Localisation du Pays du Chinonais et occupation des sols



Annexe v : Zonage en aires urbaines et densités de population



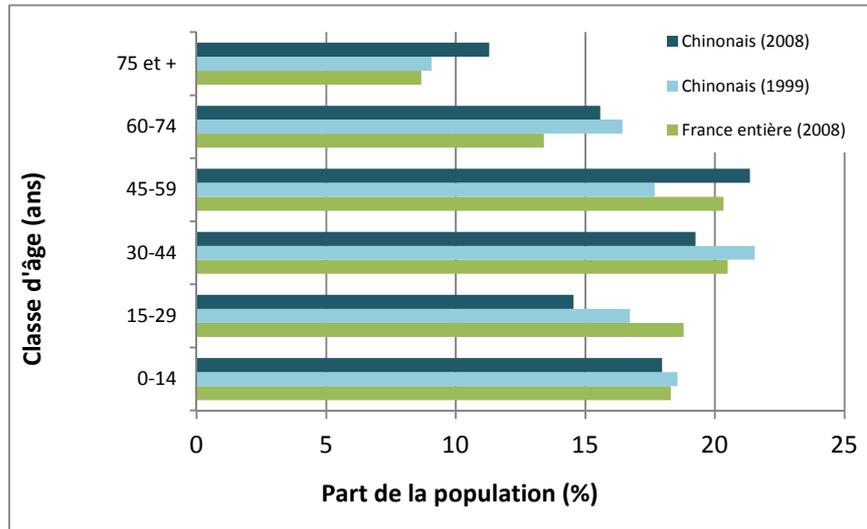
Densités de population en Pays Chinonais



Annexe vi : Principales caractéristiques sociodémographiques de la population chinonaise

Répartition de la population par classes d'âge

Source : INSEE, 2009. Réalisation : GILBERT Thibaud



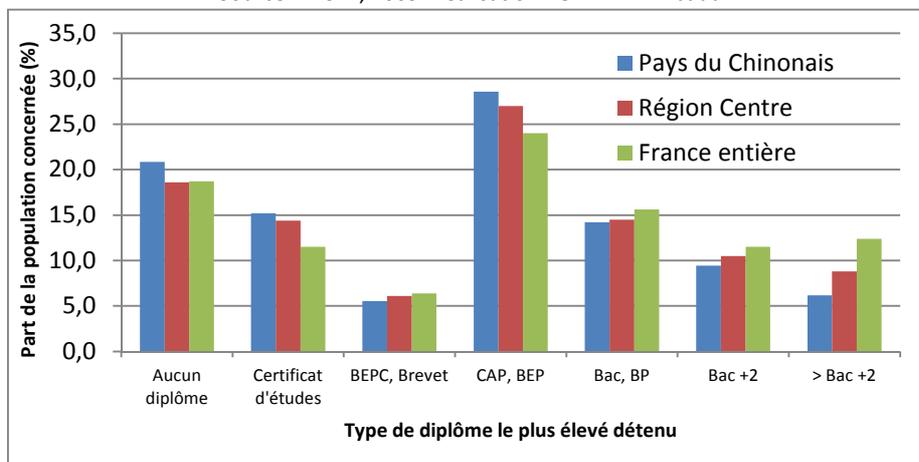
Répartition des catégories socioprofessionnelles

Source : INSEE, 2009. Réalisation : GILBERT Thibaud

	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
Centre (%)	1,2	3	6,5	13,2	16,7	15,6	29,3	14,5
France Métropolitaine (%)	1	3,2	8,5	13,8	16,6	13,7	25,6	17,2

Niveau de formation

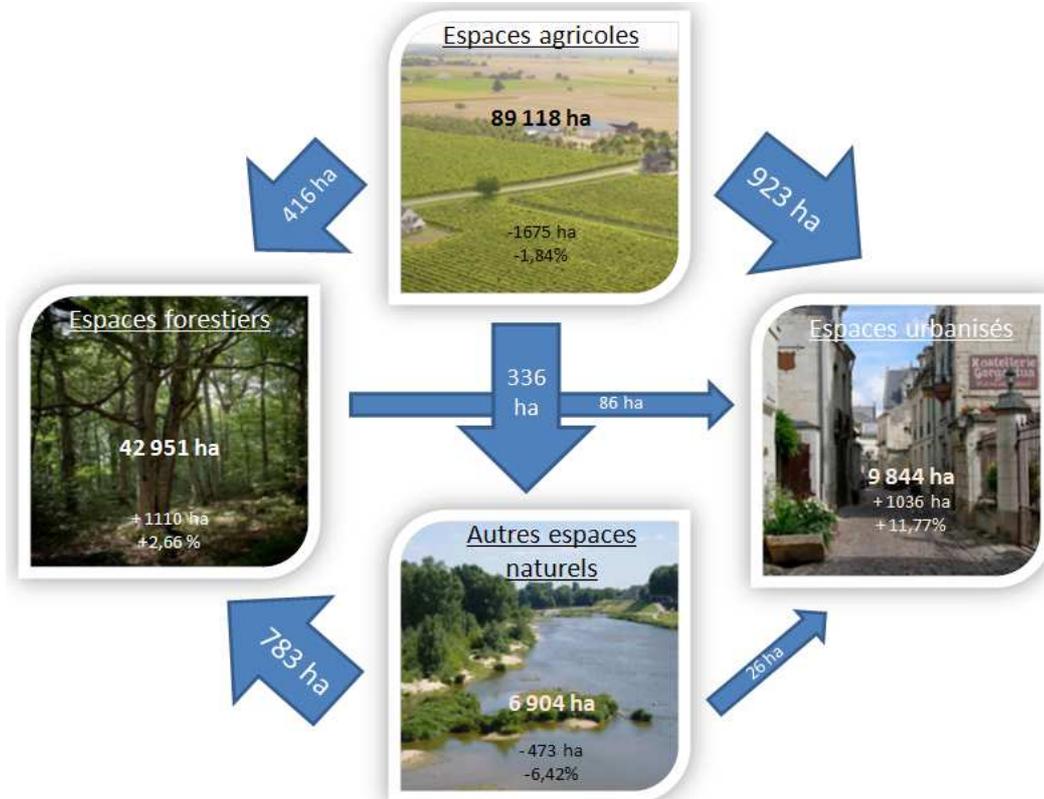
Source : INSEE, 2009. Réalisation : GILBERT Thibaud



Annexe vii : principales caractéristiques de l'agriculture du Chinonais

Occupation des sols simplifiée (2007) et évolution (depuis 1991)

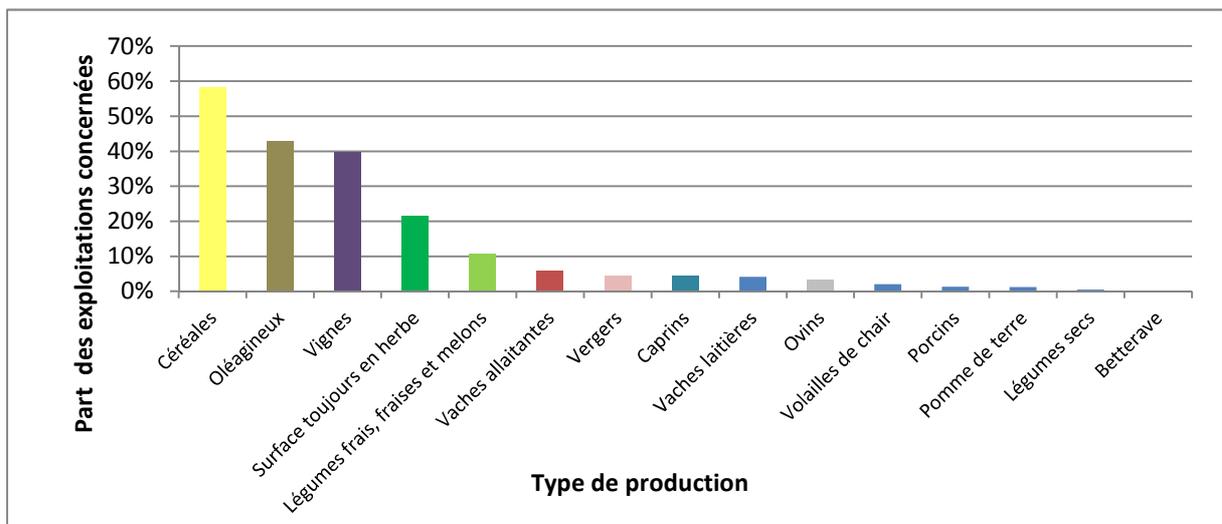
Source PNR LAT, 2007. Réalisation : GILBERT Thibaud



Les flèches représentent les flux nets entre deux grands types d'occupation de l'espace.

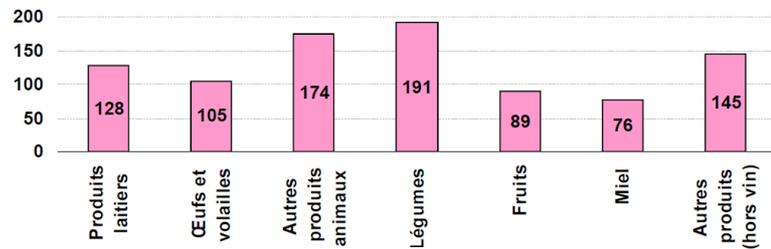
Principales productions agricoles du Pays Chinonais

Source : Recensement Agricole 2010. Réalisation : GILBERT Thibaud



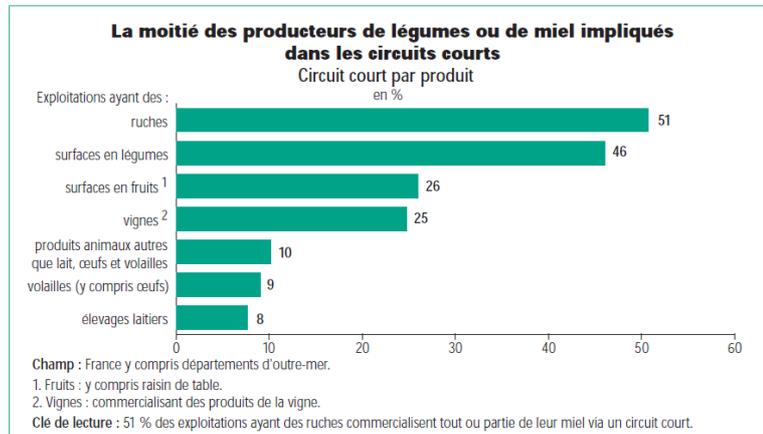
Annexe viii : Eléments de comparaison des données chinonaises sur les circuits courts

Nombre d'exploitations en fonction des produits commercialisées en circuit court INDRE-ET-LOIRE



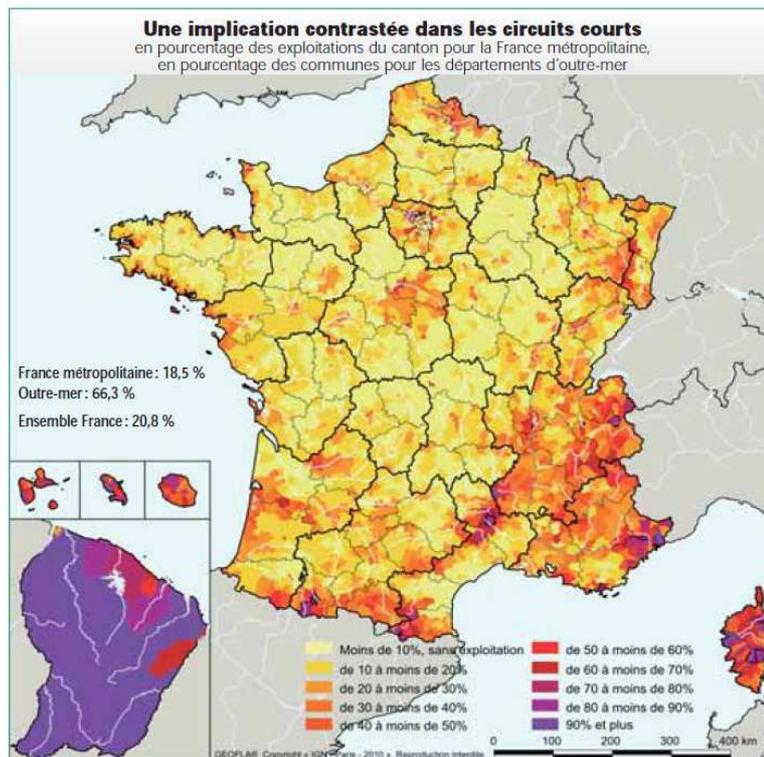
Source : DRAAF du Centre – SSP – Recensement Agricole 2010

La moitié des producteurs de légumes ou de miel impliqués dans les circuits courts



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

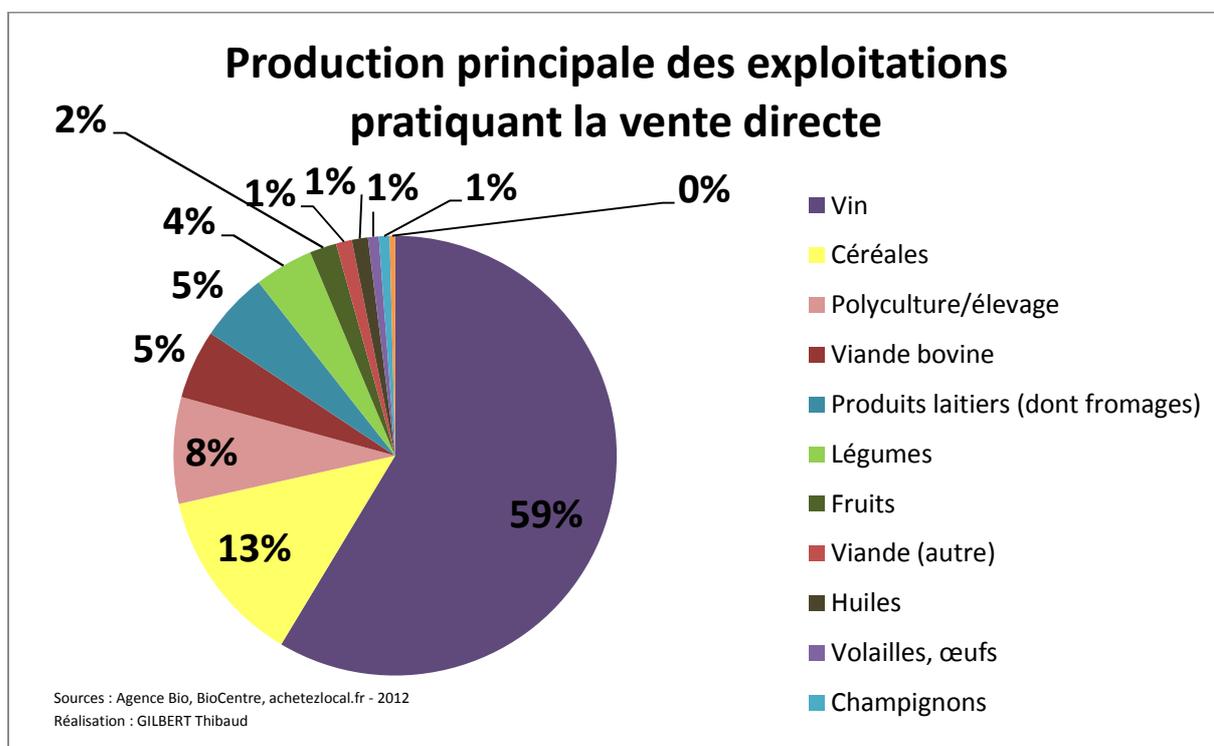
Une implication contrastée dans les circuits courts
 en pourcentage des exploitations du canton pour la France métropolitaine,
 en pourcentage des communes pour les départements d'outre-mer



Annexe ix : Recensement des producteurs en vente directe dans le Chinonais

Bien qu'il s'agisse d'une modalité que nous avons choisi de ne pas étudier compte tenu des moyens à mettre en œuvre, il a tout de même été possible de procéder à un recensement rapide des producteurs pratiquant la vente directe sur leur exploitation en combinant plusieurs sources internet : l'annuaire des producteurs bio tenu par l'Agence Bio (normalement exhaustif), l'annuaire des adhérents au Groupement des Agriculteurs Biologiques et Biodynamiques de Touraine (GABBTO) et le site internet achetezlocal.fr. Ce dernier recense un grand nombre de producteurs, certifiés Agriculture Biologique ou non, pratiquant la vente directe. Il est néanmoins difficile de se prononcer sur la fiabilité des informations fournies : si la plupart des producteurs Bio identifiés par ailleurs y figuraient également, et que les producteurs « conventionnels » connus par le PNR LAT y étaient référencés, aucune mention n'est faite de l'organisme qui a effectué le recensement et qui prend en charge ce site internet. Les résultats suivants semblent donc avoir une certaine crédibilité, mais un travail plus approfondi de recensement des producteurs reste à effectuer pour avoir des informations dont la fiabilité peut être attestée.

La combinaison de ces sources conduit à identifier 248 entreprises agricoles pratiquant la vente directe de leurs produits, dont 103 issus de l'agriculture biologique : ces chiffres sont proches de ceux du RGA 2010 sur les circuits courts. La répartition des produits vendus semble bien confirmer le poids très important du secteur viticole dans la commercialisation en circuits courts, bien qu'il soit difficile d'unifier les typologies utilisées dans chacun des sources et de savoir précisément quels produits sont effectivement vendus (polyculture-élevage ?).



Annexe x : Guide d'entretien pour les AMAP

Guide d'entretien AMAP

Nom, Prénom et fonction de la personne interrogée

I – L'AMAP : histoire, organisation

- 1) Date de création de l'AMAP
- 2) Lieu du siège
- 3) Statut juridique
- 4) Origine (*Plutôt à l'initiative de consommateurs, de producteurs ? Se connaissaient-ils avant ?*)
- 5) Importance actuelle (*Nombre de producteurs, d'adhérents, nombre de paniers, diversité des produits...*)
- 6) Y a-t-il des demandes d'adhésion en cours ? (*Si oui, combien ?*)
- 7) Organisation et durée des contrats : (*contrat avec chaque producteur ?*)
- 8) Turn-over des amapiens ? Des producteurs ?
- 9) Organisation des distributions : (*nombre, lieux...*)
- 10) Origine géographique des amapiens ? Des producteurs ? (*km, possibilité d'avoir une liste ?*)

II – Le groupe d'amapiens

- 11) Nombre de consommateurs (= nb foyers x composition du foyer)
- 12) Source(s) de motivation pour l'adhésion à l'AMAP (*que viennent-ils chercher ? Typologie ?*)
- 13) Motivations des producteurs pour ce mode de commercialisation (*économique, humaine... ?*)
- 14) Organisation de la relation producteurs/AMAPIENS (*assemblée générale, visites, contact direct, informel...*)
- 15) Solidarité avec les producteurs (*financière, participation aux travaux, à la demande de qui, à quelle fréquence, combien de personnes...*)

III – L'AMAP dans son environnement

- 16) Existe-t-il une forme de « concurrence » avec d'autres AMAP proches ?
- 17) Quels sont les rapports de l'AMAP avec les élus locaux ?
- 18) Collaboration avec d'autres AMAP ? Intérêt de tisser un réseau local d'AMAP ? (*mutualisation de moyens, organisation d'événements...*)
- 19) Avec du recul, auriez-vous eu besoin de soutien/d'accompagnement pour le démarrage de l'AMAP ?
- 20) Et aujourd'hui, de quel(s) soutien(s) l'AMAP aurait-elle besoin ? Dans quel(s) but(s) ?
- 21) Selon vous, quels sont les points forts et les points faibles :
 - a) Du système AMAP en général ?
 - b) De la votre en particulier ?
- 22) Dynamique de l'AMAP : (*stabilité, développement, à l'initiative de qui, à quel horizon ?*)
- 23) Avez-vous connaissance d'autres initiatives similaires sur le territoire ?

Annexe xi : Questionnaire restaurants scolaires

Produits bio et/ou locaux en restauration collective

Prolongement de l'enquête PNR de 2008



0 – Coordonnées

Nom de la personne remplissant l'enquête, fonction :

Téléphone :

Etablissement(s) concerné(s) :

I – Actualisation de nos informations

- a) La cantine existe-t-elle toujours ? Si oui, toujours sous la même forme ?
.....
- b) Nombre de repas servis : le midi, le soir, jours par semaine
- c) Gestion du restaurant : Gestion directe (autogestion)
 Gestion concédée (nom de la société de restauration :))
- d) La cuisine sert-elle de cuisine centrale pour d'autres restaurants collectifs ? Oui Non
Si oui, lesquels :

II – L'introduction de produits bio et/ou locaux dans vos menus

- a) Avez-vous déjà travaillé avec des produits bio et/ou locaux ? Oui Non
Si oui... : à quelle fréquence ?
 Plusieurs fois par semaine Une fois par semaine Une fois par mois
 Plus rarement
Qui vous les fournit ?
 Producteur Epicerie locale Distributeur Plateforme
 Autre, précisez :
- Êtes-vous satisfait des produits utilisés ?
 Oui Non, précisez.....
- Êtes-vous satisfait de ce fonctionnement ?
 Oui Non, précisez

- b) Seriez-vous prêt à démarrer/intensifier l'utilisation de produits bio et/ou locaux dans votre établissement ? Oui Non
Si oui... : Quels sont vos besoins ? (organisation, types de produits...)

.....
.....
.....

Si non... : Pour quelles raisons ?

.....
.....
.....

Seriez-vous prêt à intégrer, à partir de l'automne 2012, un groupe de travail (animé notamment par le Pays du Chinonais et le Parc) autour de ce projet ? Oui Non

Annexe xii : Guide d'entretien pour les marchés

Questionnaire marchés

Caractéristiques

Date de création du marché

Jours et horaires :

Nombre de commerçants par marché :

Nombre et type d'étals :

Montant des droits de place :

Fréquentation du marché, type de public :

Répartition producteurs/revendeurs :

Fréquentation

Fréquentation du marché (selon les jours) :

Type de clientèle :

Situation géographique, facilité d'accès, stationnement :

Animation

Existence d'animations ? De quel type ? A quelle fréquence ?

Place des producteurs

Modalités administratives

Contrat, engagement ?

Liste d'attente

Quelle distinction par rapport aux revendeurs ?

Turn-over

Cahier des charges, règlement, normes sanitaires ?

Avenir du marché

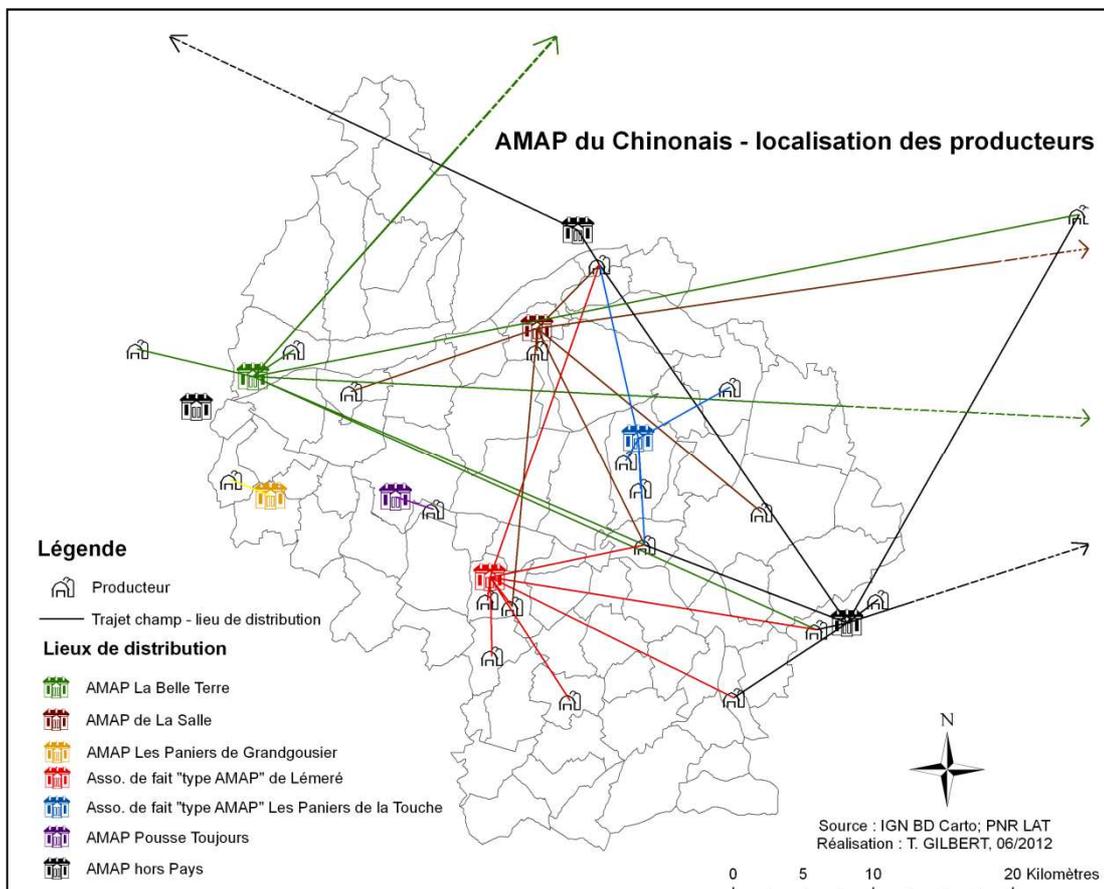
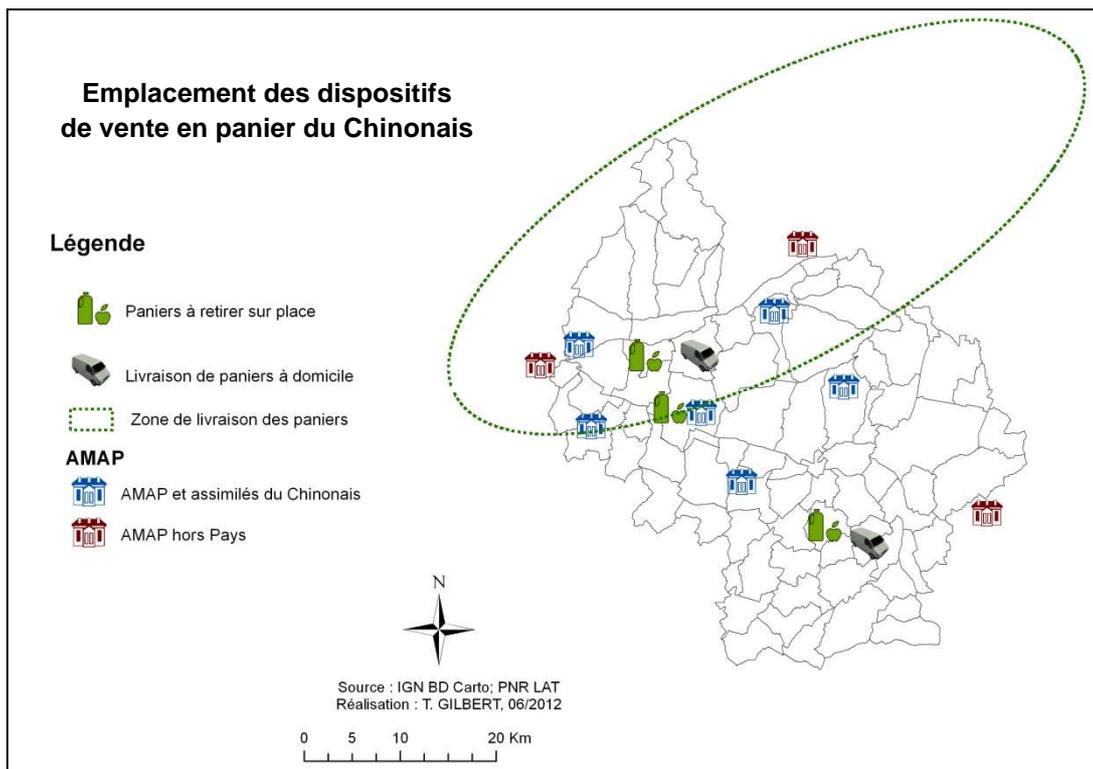
Points faibles et points forts du marché

Importance du marché pour la vie locale

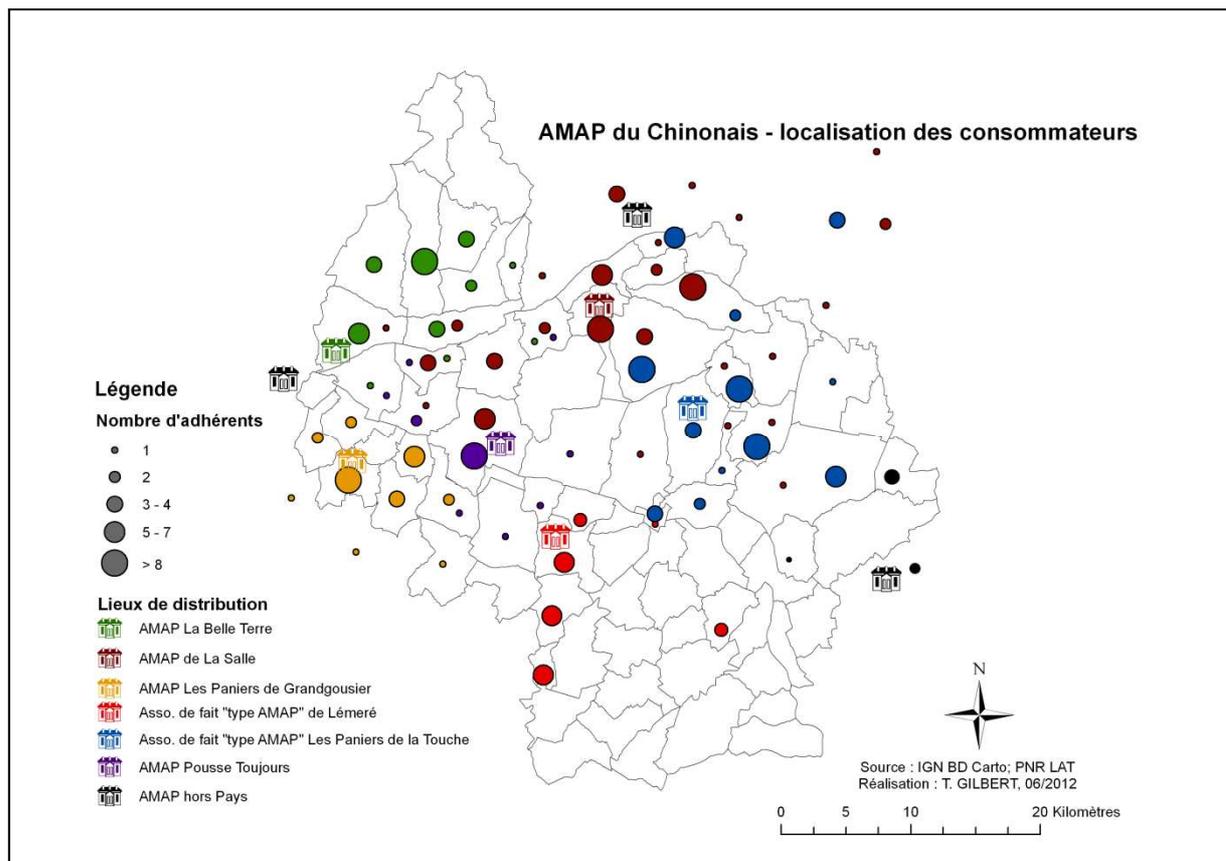
Projet d'évolution

Commune	Personne interrogée
Bourgueil	Placier
Chinon	Resp. des emplacements à la Police Municipale
Richelieu	Adjointe au maire en charge du marché + secrétaire de mairie
Azay-le-Rideau	Garde champêtre, resp. des droits de place
L'île-Bouchard	Fermier des droits communaux (marché géré par une délégation de service public)
Saint-Epain	Secrétaire de mairie
Sainte-Maure-de-Touraine	Placier
Chouzé-sur-Loire	Maire
Candes-Saint-Martin	Maire

Annexe xiii : Dispositifs de vente en panier du Chinonais



Annexe xiv : Localisation des consommateurs en AMAP du Chinonais



Annexe xv : aides à l'installation et conditions d'obtention

Montant des aides

Les aides sont financées par l'État et l'Union européenne à parité.

- **La dotation d'installation (DJA)**

		Zone de plaine	Zone défavorisée	Zone de montagne
Actifs à titre principal	mini	8 000 €	10 300 €	16 500 €
	maxi	17 300 €	22 400 €	35 900 €
Actifs à titre secondaire	mini	4 000 €	5 150 €	8 250 €
	maxi	8 650 €	11 200 €	17 950 €

- **Les prêts**

Les prêts à taux réduits (ou prêts bonifiés)

	Zone de plaine	Zone défavorisée et de montagne
Taux des prêts	2,5%	1%
Plafonds d'équivalent subvention (subvention sous forme de prise en charge d'intérêt)	11 800 €	22 000 €

Autres avantages

- **Avantages sociaux**

Exonération partielle des cotisations sociales pour les agriculteurs entre 18 et 40 ans pendant 5 ans :

1re année : 65%	2e année : 55%	3e année : 35%	4e année : 25%	5e année : 15%
-----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

La DJA est sortie de l'assiette des cotisations sociales depuis le 1er janvier 2004.

- **Avantages fiscaux**

- ▀ Abattement de 50% sur le bénéfice réel imposable pendant cinq ans, cet abattement est porté à 100% l'année où la DJA est inscrite au bilan ;
- ▀ Réduction de la taxe départementale de publicité foncière sur les acquisitions d'immeubles ruraux ;
- ▀ Dégrèvement de 50% de la taxe foncière sur les propriétés non bâties pour une durée de cinq ans (les collectivités locales peuvent accorder un dégrèvement supplémentaire pour une durée maximum de 5 ans).

- **Accès prioritaire aux droits à produire ou droits à aides**

- Accès prioritaire au foncier :
 - ▀ priorité au regard du contrôle des structures ;
 - ▀ actions SAFER.

Conditions pour bénéficier des aides

• Conditions personnelles

▪ Être de nationalité française ou ressortissant d'un autre État membre de l'Union européenne ou, pour les ressortissants de pays non membres de l'Union européenne, justifier d'un titre de séjour les autorisant à travailler sur le territoire français pendant une période minimum de 5 ans à compter de la date d'installation ;

▪ être âgé de 18 à 39 ans ;

▪ être titulaire d'un diplôme au moins égal au bac professionnel option « conduite et gestion de l'exploitation agricole » ou au brevet de technicien agricole (BTA) complété par un plan de professionnalisation personnalisé (PPP).

Cependant, les candidats nés avant le 1er janvier 1971 peuvent justifier de la capacité professionnelle par la possession d'un diplôme d'un niveau équivalent au brevet d'études professionnelles agricoles (BEPA) et ne sont pas dans l'obligation d'effectuer le PPP.

▪ avoir effectué un stage de 21 heures (ou 40 heures pour la période transitoire) qui permet au candidat de préparer son projet d'installation.

• Conditions liées au projet

▪ réaliser un plan de développement de l'exploitation (PDE) sur cinq ans faisant apparaître les capacités techniques et économiques de l'exploitation nouvelle, l'évolution de ses activités et le plan de financement des investissements ;

▪ établir un projet dégageant un revenu prévisionnel suffisant au terme des 5 premières années qui suivent l'installation ;

▪ pour une installation individuelle, l'exploitation doit constituer une unité économique indépendante comportant ses propres bâtiments et des moyens de production suffisants ;

▪ l'installation peut se réaliser dans le cadre sociétaire ;

▪ l'installation peut se réaliser à titre principal ou à titre secondaire.

• Engagements du bénéficiaire

Le candidat qui s'installe à titre individuel ou dans le cadre sociétaire s'engage à respecter pendant 5 ans les engagements suivants :

▪ rester agriculteur pendant une durée minimum de 5 ans ;

▪ tenir une comptabilité de gestion ;

▪ rester agriculteur à titre principal s'il a obtenu la DJA à taux plein, ou à titre secondaire s'il a obtenu la DJA à ce titre.

En outre, des engagements doivent être respectés sur une durée plus courte :

▪ réaliser les travaux de mise en conformité des équipements repris, requis par la réglementation relative à la protection de l'environnement dans un délai de 3 ans ;

▪ satisfaire aux normes minimales requises en matière d'hygiène et de bien-être des animaux dans un délai de 3 ans.

Source : Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt.

Annexe xvi : composition des comités de pilotage

Comité de pilotage du 29 mars 2012

Nom	Prénom	Structure représentée
BOITARD	Franck	Conseil Général 37
CHOUIN	Christèle	GABBTO
COMBADIÈRE	Wilfrid	Pnr Loire Anjou Touraine
GILBERT	Thibaud	Pnr Loire Anjou Touraine
HURTEVENT	Jean Serge	Pays du Chinonais
JOURDAIN	Gaëtan	Pays du Chinonais
LERSTEAU	Mathieu	InPACT37
RENAUD	Emmanuelle	Chambre d'Agriculture 37
THOUE	Sylvie	Conseil Général 37

Comité de pilotage du 19 juin 2012

Nom	Prénom	Structure représentée
BALAVOINE	Jean-François	Chambre d'Agriculture 37
BOITARD	Franck	Conseil Général 37
CHOUIN	Christèle	GABBTO
COMBADIÈRE	Wilfrid	Pnr Loire Anjou Touraine
GILBERT	Thibaud	Pnr Loire Anjou Touraine
HURTEVENT	Jean Serge	Pays du Chinonais
LHERITIER	Sylvie	FD CUMA 37
ROUQUETTE	Marie	Pays du Chinonais
PAINSONNEAU	Mathieu	DDT 37

Réunion de restitution du 11 septembre 2012 (invités)

Prénom	Nom	Structure représentée
ARCHAIMBAULT	Isabelle	AMAP Les paniers de Grandgousier
BEUVILLAIN	Philippe	Communauté de communes du Pays d'Azay le Rideau
BONNEAU	François	Conseil Régional du Centre
CHICOISNE	Pascal	AMAP Pousse Toujours
CINTRAT	Patrick	Chambre d'Agriculture d'Indre-et-Loire
CORDES	Jean-Camille	AMAP de Lerné
COTTE	Cyril	AMAP Loire
COUANT	Luc	GABBTO
DUVERGNE	Jean-Pierre	Communauté de communes Rivière - Chinon - Saint-Benoit-la-Forêt
FOUCHE	Denis	Communauté de communes de la Rive Gauche de la Vienne
GAILLARD	Jacques	Communauté de communes du Pays de Bourgueil
GALBRUN	Monique	Commune de Restigné
GITTEAU	Jean-François	AMAP de la Salle
GUIONNET	Patrick	Communauté de communes du Véron
HURTEVENT	Jean-Serge	Pays du Chinonais
LAURENT	Stéphane	Les Paniers de la Touche
LECORDIER	Arnaud	AMAP La Belle Terre
LERSTEAU	Mathieu	InPACT 37
LHERITIER	Sylvie	FDCUMA 37
MOREAU	Serge	Communauté de communes de Sainte-Maure-de-Touraine
NOVELLI	Hervé	Communauté de communes du Pays de Richelieu
PIMBERT	Christian	Communauté de communes du Bouchardais
PROUST	Claire	AMAP Consoude
THOMAS	Frédéric	Conseil Général d'Indre et Loire

Annexe xvii : Liste des marchés du Pays du Chinonais

Commune	Jour	Demi-journée	Nombre d'exposants
AVOINE	VENDREDI	MATIN	30
AZAY-LE-RIDEAU	MERCREDI	MATIN	8
AZAY-LE-RIDEAU	VENDREDI	MATIN	12
BEAUMONT-EN-VERON	MERCREDI	MATIN	3
BEAUMONT-EN-VERON	SAMEDI	MATIN	2
BOURGUEIL	MARDI	MATIN	120
BOURGUEIL	SAMEDI	MATIN	12
CANDES-SAINT-MARTIN	SAMEDI	MATIN	4
CHINON	JEUDI	JOURNEE	120
CHINON	SAMEDI	MATIN	2
CHINON	DIMANCHE	MATIN	10
CHINON	MARDI	MATIN	5
CHOUZE-SUR-LOIRE	VENDREDI	MATIN	4
GIZEUX	MERCREDI	MATIN	2
HUISMES	MARDI	MATIN	4
L'ILE BOUCHARD	MARDI	APRES-MIDI	6
NOUATRE	SAMEDI	MATIN	4
RESTIGNE	JEUDI	MATIN	4
RICHELIEU	LUNDI	MATIN	5
RICHELIEU	VENDREDI	MATIN	40
SACHE	MARDI	MATIN	3
SAINTE-MAURE	VENDREDI	MATIN	60
SAINT-EPAIN	SAMEDI	MATIN	4
VILLEPERDUE	JEUDI	MATIN	3

RESUME

L'alimentation et l'agriculture sont deux sujets intimement liés. Aujourd'hui, une réelle prise de conscience s'opère et amène certains consommateurs à repenser leur alimentation, au regard de l'impact qu'elle peut avoir sur leur santé, l'environnement ou l'économie.

Cette dynamique concerne également les pouvoirs publics qui, pour répondre à une demande sociétale grandissante, s'impliquent de plus en plus dans le développement des circuits courts alimentaires. A une échelle locale, des organismes comme le Pays du Chinonais ou le Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine souhaitent accompagner le développement des circuits alimentaires de proximité sur leurs territoires. Ces processus sont pourtant mal connus dans le Pays du Chinonais. Avant d'envisager des moyens de soutien, il était nécessaire de conduire un diagnostic pour mieux les caractériser et pour proposer des actions pertinentes en faveur de leur développement.

Cette étude s'est faite à partir des lieux où s'échangent les produits, et non pas à partir des producteurs. Après avoir caractérisé rapidement le territoire d'étude, des enquêtes ont été réalisées auprès de responsables d'AMAP, de marchés et de restaurants scolaires pour recenser ces structures et comprendre comment s'organisait la distribution de produits locaux sur le territoire. Après avoir analysé leurs fonctionnements et leurs dynamiques, une certaine difficulté d'appréhension des liens qu'elles tissent entre elles est apparue.

Des actions de soutien à mettre en place sont ensuite proposées. Certaines peuvent bénéficier à l'ensemble des circuits alimentaires de proximité, d'autres sont plus spécifiques à chacun. Elles devraient permettre de tisser des liens entre les acteurs et d'amplifier une dynamique déjà en marche.

Mots-clés : Circuits alimentaires de proximité, produits locaux, filières courtes, Pays du Chinonais, Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine

ABSTRACT

Food and agriculture are closely tied and today a real awakening to this fact is occurring, leading some consumers to call their food model into question, in light of its environmental, economic or health consequences.

Public authorities are concerned about this social demand and are increasingly active in the development of farm-to-fork systems. At the local scale, organizations such as "Pays du Chinonais" or "Parc naturel regional Loire-Anjou-Touraine" want to become involved and support a local farm-to-fork systems dynamic. But these systems are little known in the "Pays du Chinonais", which made it necessary to carry out a diagnosis in order to characterize those which do exist. This was to lead to suggesting relevant support actions for their development.

Farm-to-fork system analysis was carried out at points of exchange, not at farm level. After a brief description of the study area, several surveys were conducted of persons in charge of CSA (community supported agriculture), street markets and canteens. Their main aims were to collect data on distribution of local production in a given area. Modes of functioning were also analyzed, revealing a difficulty for the observer wishing to comprehend precisely how these various elements were linked.

Suggestions for support were drawn up. Some can be applied for most of the farm-to-fork system, whereas others are more specific to a particular kind of system. They should allow some connections to be established among actors, and amplify an already growing dynamic.

Keywords: Farm-to-fork systems, Pays du Chinonais (France), Parc naturel régional Loire-Anjou-Touraine (France), local food, short supply chain