

Art Eso 5 : Projet tuteuré

**Les circuits-courts de l'alimentation :
le cas de la Communauté Urbaine d'Alençon**

Master 2 de Géographie

Spécialité : Aménagement et Recomposition du Territoire – Espaces et Sociétés

Introduction

Dans le cadre de notre projet tuteuré, nous avons observé l'impact des circuits-courts sur la Communauté Urbaine d'Alençon, tout en se référant à la méthode SALT. Ce diagnostic est une demande de la Communauté Urbaine d'Alençon auprès de l'UFR de Géographie et des étudiants du Master ART-ESO

Cette méthode a été testée sur Rennes Métropole en 2013. L'objectif était de recenser l'influence des circuits-courts alimentaires et donc de prendre connaissance du rapport ou non entre producteurs et consommateurs.

Notre objectif était de travailler par modalités (marché, point de vente collectifs, vente à la ferme, AMAP ...) par le biais d'enquêtes et d'entretiens afin d'obtenir des résultats quantitatifs mais aussi qualitatifs.

Concernant les résultats, il s'agit de dégager les grands ensembles dans le but de tester la méthode SALT sur un autre territoire que celui de Rennes Métropole mais aussi de constater les modalités favorisant le développement des circuits-courts.

Pour cela, nous verrons dans un premier temps le contexte social et agricole de la Communauté Urbaine, puis dans une seconde partie, la méthodologie que nous avons utilisée et l'explication des premiers résultats obtenus, pour terminer par une interprétation des résultats, une comparaison avec Rennes Métropole, un bilan et quelques recommandations.

Cette étude pose alors trois questions : Comment agir pour développer les circuits-courts ? La CUA a-t-elle intérêt à mener des actions pour développer des circuits-courts ? Comment faire pour mieux mettre en valeur les circuits-courts sur la communauté urbaine d'Alençon ?

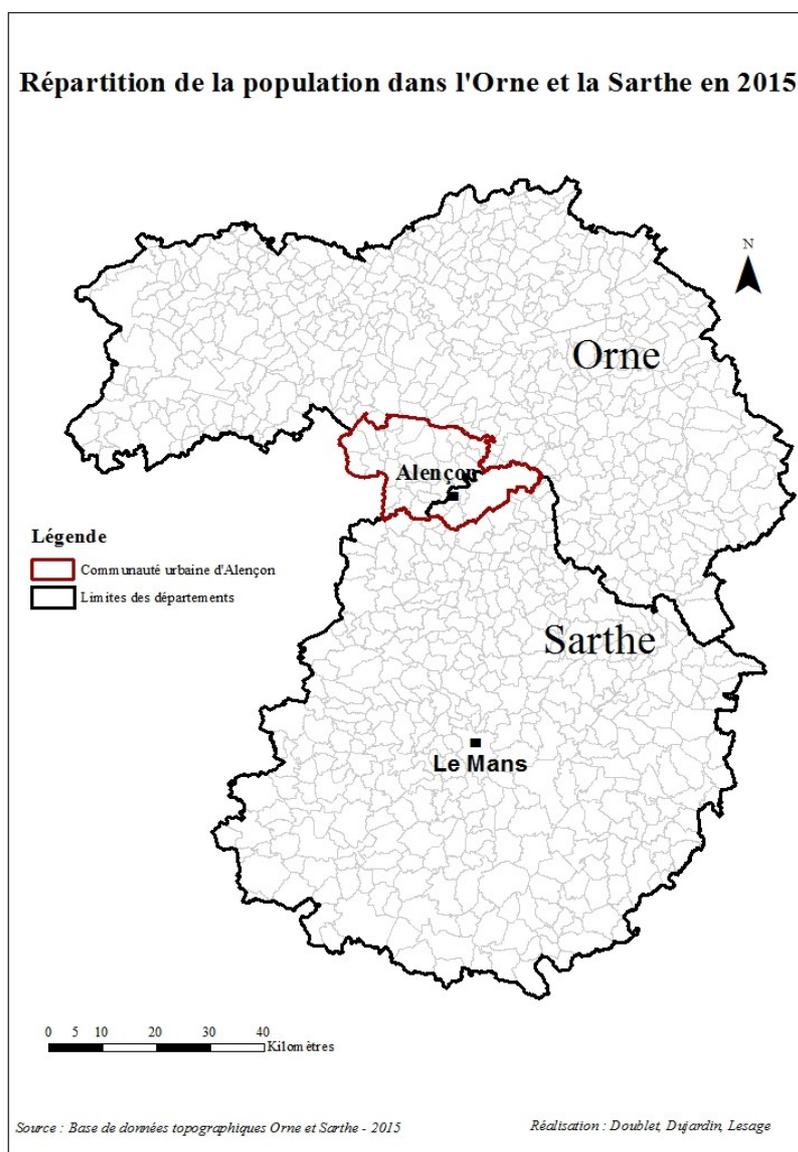
I- Mise en contexte de notre zone d'étude

A- La Communauté Urbaine d'Alençon

Cette étude sur les circuits-courts s'organise sur le territoire de la Communauté Urbaine d'Alençon (CUA). La communauté urbaine a été créée en 1996. Elle a pris naissance de la transformation du District de l'Agglomération Alençonnaise, créé en 1969.

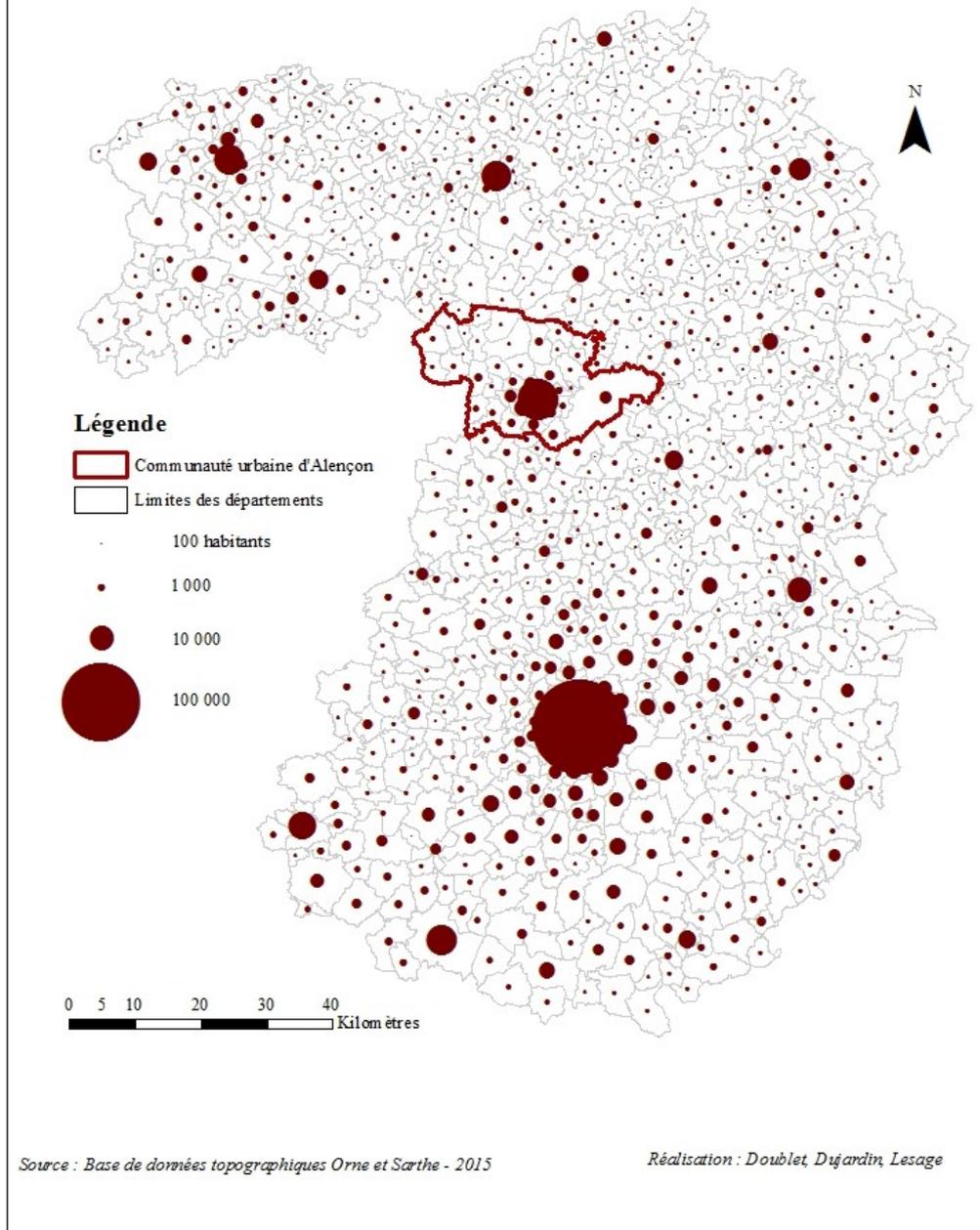
Il s'agit d'une structure intercommunale française, située dans les départements de l'Orne et de la Sarthe et les régions Normandie et Pays de la Loire, ce territoire se compose de 36 communes et 57 490 habitants répartis sur 375 km².

L'influence d'Alençon sur le territoire permet de le dynamiser. Elle est la préfecture de l'Orne et regroupe diverses structures comme la Chambre d'Agriculture, la Chambre des Métiers, les services administratifs et juridiques du département et autres équipements comme des collèges et des lycées.



Carte 1 : Localisation de la Communauté Urbaine d'Alençon

Répartition de la population dans l'Orne et la Sarthe en 2015



Carte 2 : Répartition de la population dans l'Orne et la Sarthe en 2015

La carte ci-dessous permet la répartition de la population dans les départements de l'Orne et de la Sarthe. Nous constatons que notre objet d'étude, la CUA, reste un pôle central dans l'organisation du territoire Ornaïs.

Alençon concentre majoritairement la population de la CUA avec 28 000 habitants contre les 57 490 habitants que compte la Communauté Urbaine. Par ailleurs, situé à 45 minutes en voiture, nous pouvons constater l'influence du Mans pour notre zone d'étude.

POP T1M - Population

	1968	1975	1982	1990	1999	2007	2012
Population	46 770	51 919	55 022	55 413	55 852	55 370	54 278
Densité moyenne (hab/km ²)	124,7	138,5	146,7	147,8	148,9	147,7	144,7

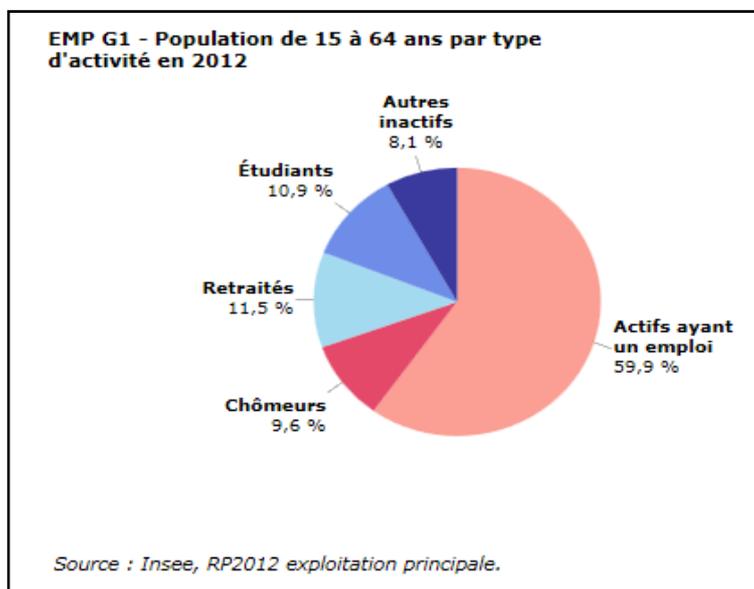
Ce tableau fournit une série longue.

Les données proposées sont établies à périmètre géographique identique, dans la géographie communale en vigueur au 01/01/2014.

Sources : Insee, RP1968 à 1999 dénombremments, RP2007 et RP2012 exploitations principales.

Tableau 1 : Evolution de la population de la CUA entre 1968 et 2010

De plus, nous constatons d'après l'INSEE, un pic de population en 1999 avec 55 852. Or, depuis cette période, la population totale de la Communauté Urbaine est en baisse, elle est de 2% entre 2007 et 2010.



Graphique 1 : Population de 15 à 64 ans par type d'activité en 2012, sur la Communauté Urbaine d'Alençon.

La Communauté Urbaine se compose de 59,9% d'actifs sur son territoire contre 8,2 d'inactifs. Le chômage atteint 9,6% pour ce territoire en majorité rural.

EMP T8 - Emplois selon le secteur d'activité

	2012			
	Nombre	%	dont femmes en %	dont salariés en %
Ensemble	26 287	100,0	51,5	91,9
Agriculture	517	2,0	30,5	51,1
Industrie	2 664	10,1	26,8	95,3
Construction	2 003	7,6	10,9	86,0
Commerce, transports, services divers	10 756	40,9	50,3	90,1
Administration publique, enseignement, santé, action sociale	10 347	39,4	68,0	96,1

Sources : Insee, RP2007 et RP2012 exploitations complémentaires lieu de travail.

Tableau 2 : Emplois selon le secteur d'activité sur la Communauté Urbaine d'Alençon

D'après l'INSEE, nous recensons 26 287 emplois sur la CUA. Les secteurs les plus importants sont le commerce, le transport et les services ainsi que l'administration publique, l'enseignement, la santé et l'action sociale. Ils concentrent 21 103 emplois. L'agriculture est minoritaire en termes d'emplois sur le territoire de la Communauté Urbaine. Elle se compose de 517 emplois dont 30,5% sont des femmes.

À proximité de Caen (1h de train) et du Mans (50min de train), la Communauté Urbaine est un territoire rural de 36 communes sous l'influence d'Alençon.

Alençon et sa périphérie concentre la grande majorité de la population et des services de la CUA. Elle polarise l'emploi et les services dans l'objectif d'établir un bassin de vie pour la population.

Cette zone d'étude marquée par un territoire rural et bocager s'organise autour d'une agriculture structurant le paysage de la communauté urbaine. Elle s'inscrit comme un levier du territoire.

B- Un territoire rural à dominante agricole

Cette étude sur l'impact économique et social des circuits-courts alimentaires sur la Communauté Urbaine d'Alençon nous renvoie à faire un constat de l'activité agricole.

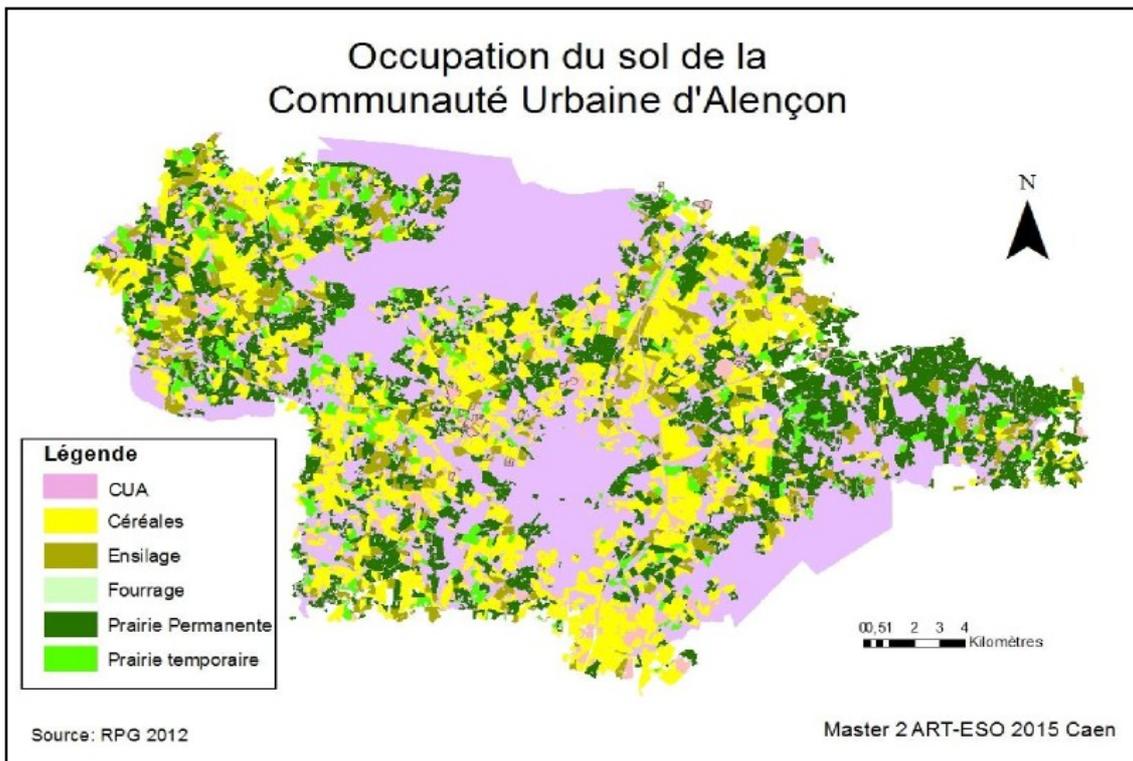
Globalement, l'Orne distingue des paysages divers, traduisant une production agricole hétérogène :

- à l'ouest, les crêtes et bocage incluant les vastes massifs forestiers d'Andaine et d'Ecouves,
- au nord-ouest, la Suisse Normande de l'Orne,
- au centre, une zone de plaines,
- plus au nord, le Pays d'Auge et ses vallées encaissées au relief accidenté,
- à l'est, les plateaux crayeux du Pays d'Ouche,
- au sud-est, une succession de collines et de petites plaines caractéristiques du Perche.

Rang	Productions
10 ^{ème}	Par les livraisons en production laitière
5 ^{ème}	En viande bovine
16 ^{ème}	En porc
24 ^{ème}	En blé tendre
24 ^{ème}	En colza
3 ^{ème}	Production de cidre
1 ^{er}	En nombre de haras de plus de 50 chevaux de selle ou de course
14 ^{ème}	En protéagineux

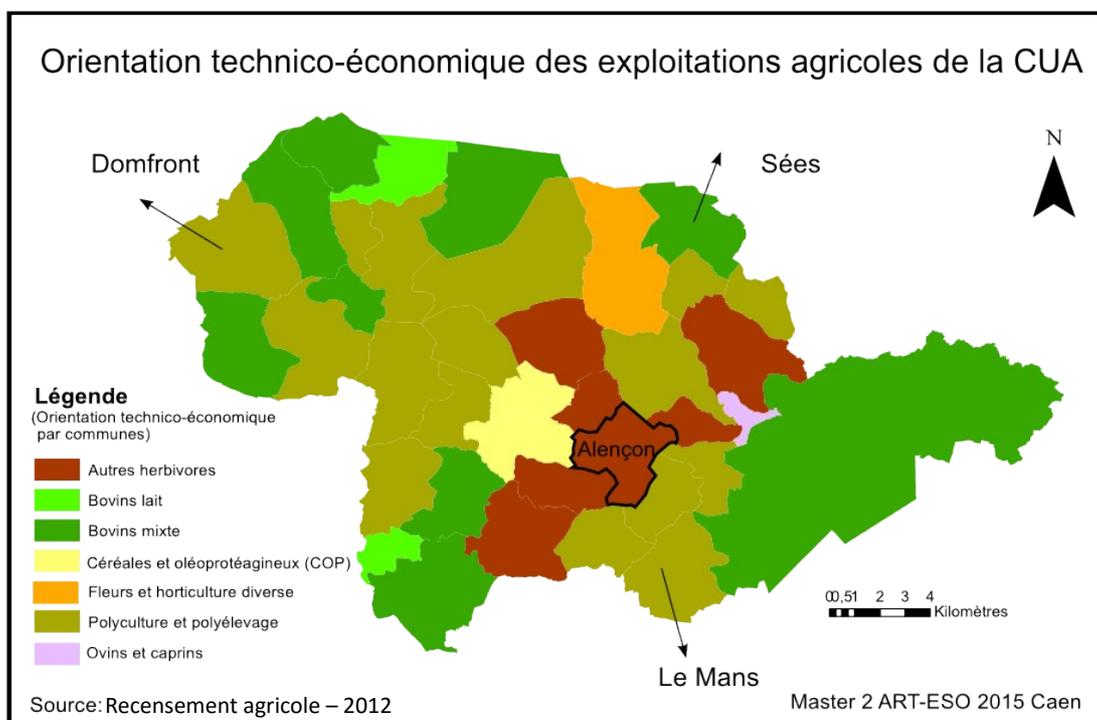
Tableau 3 : Rang national du département de l'Orne, en fonction de sa production

L'Orne est un territoire rural avec une activité agricole diversifiée. Le nombre de haras et l'activité liée au cheval est l'activité principale comme le montre le tableau ci-dessus. Les productions bovines, cidricoles et laitières complètent cette activité.



Carte 3 : Occupation du sol de la Communauté Urbaine d'Alençon en 2012

La carte 3 permet de faire un contexte général de l'agriculture sur le territoire de la Communauté Urbaine. Nous constatons une culture dominante : la céréale ainsi que de la prairie permanente, notamment à l'Est, sur Villeneuve-en-Perseigne (qui rentrera dans la communauté urbaine prochainement).



Carte 4 : Orientation technico-économique des exploitations agricoles de la CUA en 2012

Nous constatons également que le territoire de la CUA est structuré par une activité agricole majoritaire : la polyculture/polyélevage. L'élevage bovin ainsi que la culture de céréales, maïs domine dans les systèmes de production.

L'activité agricole est diversifiée au sein des exploitations. Certaines d'entre-elles font de l'élevage (bovins, porcins et de volailles) ou de la production laitière accompagné d'une production de céréales.

Sur le terrain, nous avons constaté cette diversité de l'agriculture. Quelques exploitations pratiquent une vente à la ferme (porc ou volailles). De même, l'activité légumière n'est que peu développée dans la Communauté Urbaine mais reste un acteur majeur pour le développement des circuits-courts.

CEN T1 - Établissements actifs par secteur d'activité au 31 décembre 2013							
	Total	%	0 salarié	1 à 9 salarié(s)	10 à 19 salariés	20 à 49 salariés	50 salariés ou plus
Ensemble	4 324	100,0	2 467	1 414	205	142	96
Agriculture, sylviculture et pêche	263	6,1	200	62	0	0	1
Industrie	240	5,6	120	81	16	11	12
Construction	414	9,6	238	137	20	14	5
Commerce, transports, services divers	2 626	60,7	1 505	929	101	60	31
<i>dont commerce et réparation automobile</i>	768	17,8	331	361	47	19	10
Administration publique, enseignement, santé, action sociale	781	18,1	404	205	68	57	47

Champ : ensemble des activités.
Source : Insee, CLAP.

Tableau 4 : Établissements actifs par secteur d'activité en 2013 sur la Communauté Urbaine d'Alençon

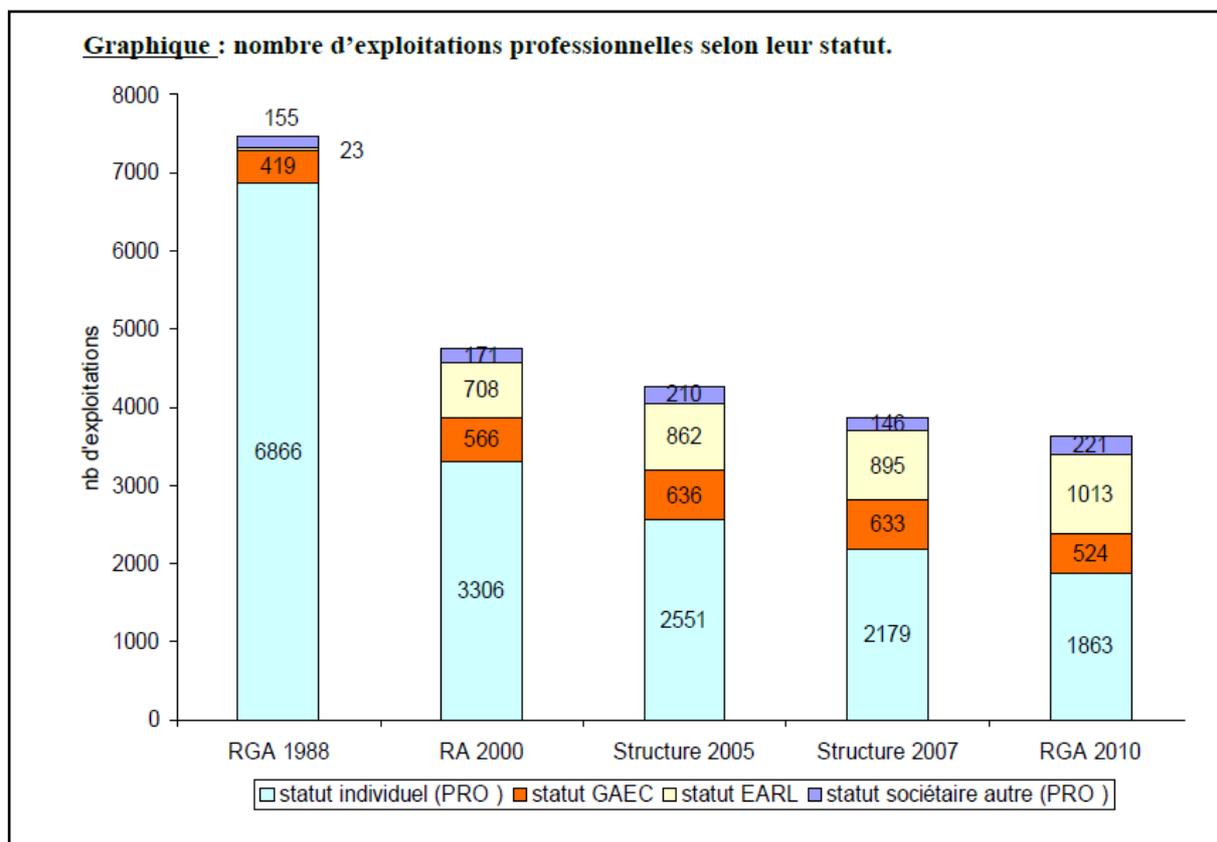
D'après l'INSEE, nous remarquons 4 324 établissements actifs par secteur d'activité en 2013 sur la CUA. 263 exploitations agricoles sont recensées en 2013 sur la Communauté Urbaine, représentant 6,1% de l'ensemble des établissements actifs par secteur d'activité. On remarque, par ailleurs, 200 exploitations à 0 salarié et 62 entre 1 et 9 salarié(s). La CUA est essentiellement composée de commerce, transport et services divers avec 2 626 établissements actifs. Enfin, comme le montre le tableau ci-dessous, l'activité agricole concentre 207 postes salariés. Or, peu sont les exploitations agricoles à disposer d'un salarié, étant donné que celle-ci sont en GAEC ou EARL et dispose déjà d'une main d'œuvre suffisante.

CEN T2 - Postes salariés par secteur d'activité au 31 décembre 2013							
	Total	%	1 à 9 salarié(s)	10 à 19 salariés	20 à 49 salariés	50 à 99 salariés	100 salariés ou plus
Ensemble	24 883	100,0	4 530	2 769	4 346	3 490	9 748
Agriculture, sylviculture et pêche	207	0,8	137	0	0	70	0
Industrie	2 322	9,3	312	213	347	447	1 003
Construction	1 570	6,3	446	285	413	283	143
Commerce, transports, services divers	9 234	37,1	2 974	1 326	1 808	1 120	2 006
<i>dont commerce et réparation automobile</i>	3 493	14,0	1 311	606	607	411	558
Administration publique, enseignement, santé, action sociale	11 550	46,4	661	945	1 778	1 570	6 596

Champ : ensemble des activités.
Source : Insee, CLAP.

« Sur les 5 922 exploitations agricoles dénombrées en 2010 dans l'Orne, on distingue 3 621 exploitations professionnelles (61%) et 2 301 exploitations non professionnelles (39%)¹. »

1 http://www.orne.gouv.fr/IMG/pdf/PAD_texte_final_DDT_2012-02-16.pdf



Graphique 2 : Evolution du nombre d'exploitations agricoles dans l'Orne, entre 1988 et 2010 selon leur statut.²

La baisse du nombre d'exploitations dans le département de l'Orne et dans la CUA confirme la tendance au niveau national. Les exploitations gagnent en taille (surface et structure d'exploitation) impactant le nombre d'exploitations.

Par exemple, le nombre d'exploitation en statut individuel a connu une baisse de 73% entre 1988 et 2010.

Le territoire de la CUA s'organise et se structure autour d'une activité agricole prenant une place importante dans le paysage. L'étude des circuits-courts est également un moyen de confirmer cette tendance et de répondre à la généralité des exploitations agricoles qui est le circuit long. L'industrie agro-alimentaire est également importante dans la CUA avec la présence de la fromagerie « compagnie des fromages et Richemont », les abattoirs Socopa à Gacé et SELVI à Alençon ainsi que les Moulins d'Alençon à Saint Germain du Corbéis.

La diversité des activités permet à cette agriculture de s'inscrire dans le processus de circuits-courts dans le but de rapprocher producteurs et consommateurs et de favoriser la qualité des produits. La diversité des gammes de produits est également un atout pour les consommateurs et leur consommation de produits « locaux ». L'objectif de cette étude est également d'apporter un soutien à l'agriculture dans la CUA pour mettre en lien la production et le bassin de consommation.

² http://www.orne.gouv.fr/IMG/pdf/PAD_texte_final_DDT_2012-02-16.pdf

II- Méthodologie et résultats obtenus

A- Enjeux, objectifs et étapes de la méthode SALT

La méthode SALT (Systèmes Alimentaires Territorialisés) a été élaborée par le CIVAM (Centres d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture et Milieu rural) Bretagne et mise en place sur le territoire de Rennes Métropole. La méthode consiste à observer les lieux de ventes en circuit-court à l'échelle du territoire par le prisme des différentes modalités : marché, point de vente collectif, vente à la ferme ... Les dispositifs correspondent à chaque unité de vente. Les ventes en circuit-court sont les produits vendus directement du producteur au consommateur, ou avec un intermédiaire maximum. Le territoire ne se limite pas forcément aux limites administratives, il peut se délimiter par les « pays ».

La méthode comporte quatre étapes :

- la première consiste à effectuer un diagnostic alimentaire en s'appuyant sur des ouvrages traitant du sujet et sur les habitudes alimentaires des habitants du territoire.
- ensuite, il est nécessaire de recenser les dispositifs sur la zone d'études et de les lister par modalité. Les types de modalité, la localisation, les chiffres d'affaires, les contacts ... sont répertoriés dans un tableau.
- la troisième étape consiste à qualifier les modalités identifiées en déterminant le chiffre d'affaires de chaque dispositif ainsi que le nombre d'emplois qu'il crée. Le chiffre d'affaires est soit donné directement par le dispositif interrogé, soit extrapolé à partir des données de la méthode SALT.
- la dernière étape consiste à analyser les données récoltées et à trouver des solutions pour valoriser les circuits-courts de l'alimentation.

B- Méthodologie sur le terrain de la Communauté Urbaine d'Alençon

Nous travaillons pour la Communauté Urbaine d'Alençon en suivant la méthode SALT créée par le CIVAM Bretagne. De plus, la Chambre d'Agriculture de l'Orne est également impliqué dans la recherche de valorisation des circuits-courts de l'alimentation en aidant à l'installation de nouveaux exploitants dans le département. Pour définir le territoire d'action de notre étude, nous nous sommes posé la question de savoir s'il était pertinent de travailler sur la Communauté Urbaine d'Alençon, sur la zone de chalandise d'Alençon ou sur la ville elle-même. La zone de chalandise étant importante, ce qui augmentait le nombre de dispositifs à enquêter, nous nous sommes donc centré sur la communauté urbaine et l'étude de la seule commune d'Alençon nous obligeait à écarter la plupart des exploitations. Nous avons donc pris en compte la CUA avec la commune nouvelle de Villeneuve-en-Perseigne qui intégrera prochainement la CUA.

1- *Planning des enquêtes*

Pour réaliser cette étude nous nous sommes rendu à Alençon du mardi 12 au vendredi 15 janvier, du lundi 8 au dimanche 14 février et le vendredi 4 mars 2016. Il a fallu rencontrer les différents acteurs des circuits-courts de l'alimentation aussi bien sur les marchés que sur leurs exploitations ou encore par l'intermédiaire des commerces de proximité.

	Matin	Après-midi
Mardi 12 janvier	– Marché (place Descartes – Alençon)	– Mise en place de la méthodologie – La Ruche qui dit Oui (44 avenue Wilson – Alençon) – Élaboration de questionnaires adaptés à la CUA
Mercredi 13 janvier	– Commerces de proximité dans les communes du nord de la CUA	– Commerces de proximité dans les communes du sud de la CUA
Jeudi 14 janvier	– Marché (place du Plénitre – Alençon)	– Commerces de proximité – quartiers d'Alençon – AMAP des Chênes – Hesloup – Locavor – Alençon
Vendredi 15 janvier	– Commerces de proximité – Centre d'Alençon	– L'épicerie de vos envies – Alençon – Drive Fermier – Alençon

Tableau 6 : Planning de la première semaine d'enquête

Pendant cette première semaine, nous avons travaillé sur une méthodologie adaptée à la communauté urbaine d'Alençon, tout en se référant au projet SALT déjà appliqué à Rennes Métropole.

Notre étude s'est concentrée sur trois modalités, que sont les marchés de plein vent, les commerces et autres AMAP et drives fermiers.

Tout d'abord, l'étude des différents types de commerces, sous forme d'enquête, que sont boulangeries, boucheries et autres épiceries, nous a permis de prendre connaissance ou non de circuit-court dans leur mode d'approvisionnement.

Ensuite, nous avons porté notre attention sur le marché de plein vent le mardi et jeudi matin.

La rencontre des commerçants du marché nous a permis de prendre contact avec les producteurs et autres acteurs intégrés dans les circuits-courts. Enfin, la rencontre avec les différents bénévoles des AMAP nous a permis de comprendre leur fonctionnement sur le territoire de la CUA et d'avoir une première prise de contact avec quelques producteurs.

L'étude de terrain nous a permis de dégager quelques enseignements et pistes d'études pour la seconde semaine de terrain.

	Matin	Après-midi
Lundi 8 février	– Méthodologie	– Commerces de proximité CUA – Entretien avec le placier des marchés d'Alençon
Mardi 9 février	– Commerces de proximité CUA – Appels aux fermes – Commerces de proximité – centre d'Alençon	– Commerces de proximité – Villeneuve en Perseigne – Fermes – La Lacelle et Ciral
Mercredi 10 février	– Commerces de proximité – centre d'Alençon – Rendez-vous – Chambre d'Agriculture – Alençon – Collectif d'urgence – Alençon	– Fermes – Saint Nicolas des Bois, Hesloup et Saint Denis sur Sarthon
Jeudi 11 février	– Marché (place du Plénitre – Alençon)	– Commerces de proximité CUA – Fermes – Fontenai les Louvets et Colombier
Vendredi 12 février	– Saisie de données	– Fermes – Longuenoë – Commerces de proximité – Centre d'Alençon
Samedi 13 février	– Marché (place de Magdelaine – Alençon)	– Saisie de données
Dimanche 14 février	– Marché (place de Courteille – Alençon)	

Tableau 7 : Planning de la deuxième semaine d'enquête

Les tableaux ci-dessus représentent le planning des deux premières semaines passées sur le terrain. Les écritures rouges concernent les endroits dans lesquels nous avons remplis des questionnaires et seuls les lieux où nous avons pu récolter des données sont inscrits dans le tableau. Afin de demander les informations les plus adaptées à chaque modalité, nous avons créé trois questionnaires différents : le premier concerne les étals de marché et les points de vente collectifs, le second les commerces de proximité et le troisième les exploitations agricoles (cf. annexes). Le vendredi 4 mars, un marché de producteur s'est tenu à la Halle aux blés dans le centre d'Alençon. Nous nous y sommes rendu pour interroger les acteurs que nous n'avions pas encore vus.

Variable	Liste	Niveau de collecte	Niveau de fiabilité
Modalité	Marché Commerce de proximité Point de vente collectifs	100 %	■■■
Communauté de communes	Communauté Urbaine d'Alençon	100 %	■■■
Commune	Alençon Arçonnay Condé sur Sarthe Damigny Hesloup Radon Saint Germain du Corbéis Villeneuve en Perseigne	100 %	■■■
Nom du dispositif	Divers	84 %	■■■
Statut du dispositif	EARL SARL GAEC	13 %	■■
Sous-modalité	AMAP Boucher Boulangier Charcutier Crémier Épicier Laitier Maraîcher Miel Œufs Poissonnier Producteur d'alcool Producteur d'huile Producteur de confitures Producteur de safran Traiteur Volailler	100 %	■■■
Année de création	De 1926 à 2015	97 %	■■
Année début vente en circuit-court	De 1926 à 2015	94 %	
Produits	0 ou 1	100 %	■■■
Signe de qualité	AB AOC AOP Orne Terroirs Bienvenue à la ferme	57 %	■■
ETP	De 0,5 à 35	90 %	■■
Chiffre d'affaires total	De 2300 à 2 000 000 d'€	57 %	■
Estimation des circuit-court (%)	De 1 à 100 %	65 %	■■
Chiffre d'affaires des circuits-courts	De 2400 à 1 000 000 d'€	49 %	■
Nom du contact	Divers	78 %	■■■
Téléphone	Divers	66 %	■■■
E-mail	Divers	32 %	■■■
Adresse	Divers	94 %	■■■
Code postal	Divers	98 %	■■■
Ville	Divers	100 %	■■■
Légende du tableau		0 à 40 %, 40 à 60 %, 60 à 90 %, 90 à 100 %, 100 %	■ → peu fiable, ■■ → fiable, ■■■ → très fiable

Tableau 8 : Récapitulatif de la collecte de résultats à partir des questionnaires

Le tableau récapitulatif de la collecte des données recense les résultats obtenus par les questionnaires que nous avons faits sur les marchés, dans les commerces de proximité et dans les points de vente collectifs. Certaines questions ont eu un taux de réponse assez bas, c'est le cas pour le chiffre d'affaires total (57%) et le chiffre d'affaires des circuits-courts (49 %), car les enquêtés ne désiraient pas toujours répondre à ces questions. Nous avons donc extrapolé les données manquantes (à partir de la méthode SALT), afin de pouvoir effectuer des traitements. Pendant notre enquête, nous avons ressenti que certaines réponses étaient peu fiables, car elles sont approximatives ou données à contre volonté.

2- Première modalité : le marché

Nous avons enquêté sur les quatre marchés d'Alençon : le mardi dans le quartier Perseigne au sud d'Alençon, le jeudi et le samedi dans le centre-ville, places du Plénitre et Magdelaine et le dimanche dans le quartier de Courteille au nord-est d'Alençon. Pour chaque marché, nous avons interrogé tous les commerçants et nous avons relevé les prix de certains produits afin de comparer les prix entre les produits vendus en circuits-courts et ceux qui ne le sont pas. La météo joue un rôle important sur les marchés : les chiffres d'affaires ne sont pas les mêmes un jour de beau temps et un jour de pluie.

Localisation des marchés d'Alençon



Photo 1 : Marché du jeudi sur la place du Plénitre - Alençon (14/01/2016)



Source : Géoportail

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Étal	Marché du mardi						Marché du jeudi									
	Non circuits-courts						Non circuits-courts			Circuits-courts						
Oeufs (x12)										2,40			4,50			
Viande (kg de rumsteck)					10,50	14,50	12,90				23,80					
Pommes (kg)		1,30	1,30					1						0,90		1,70
Salade (unité)	0,75							1,80						3,90		
Tomates (kg)	1,60	1,50	1,50	1,50				2,90	2,40	2,80				2,50		
Pommes de terre (kg)	1	1,50	1					1		1,50						
Courgette (kg)	2,95	2,40	2,90	1,80				3,80	2,50					3,50		

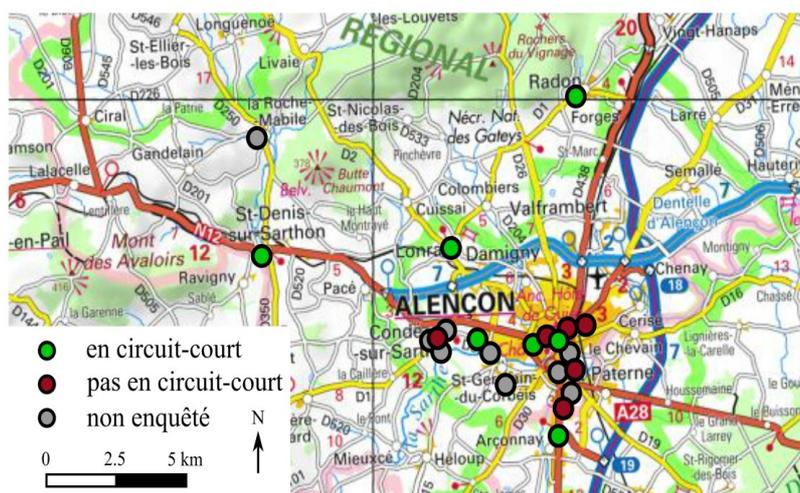
Tableau 9 : Relevé des prix sur les marchés d'Alençon du mardi et du jeudi

Les relevés de prix nous permettent de comparer les différences entre un marché de quartier (le mardi à Courteille) et un marché de centre-ville (le jeudi sur la place du Plénitre). À part les pommes (moins chères en général) et les pommes de terre (au même prix), les produits vendus sur le marché du jeudi sont plus chers que ceux du mardi. Les produits en circuits-courts ne sont pas vendus à un prix plus élevé que ceux qui ne le sont pas.

3- Deuxième modalité : les commerces de proximité

Pour les commerces de proximité, nous avons été voir toutes les épicerie de la Communauté Urbaine d'Alençon : sur les 29 épicerie dans lesquelles nous nous sommes rendues, sept travaillaient en circuit-court, douze ne fonctionnaient pas en circuit-court, une était fermée et neuf autres n'ont pas été trouvées.

Localisation des épicerie de la CUA

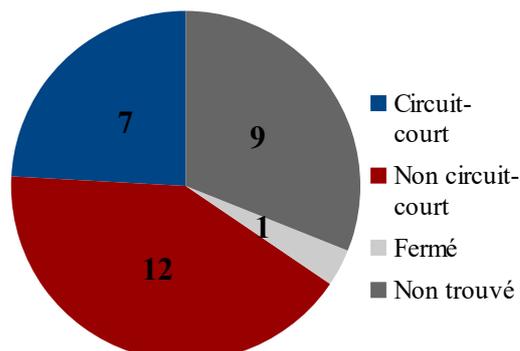


Source : Géoportail

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Graphique 3

Enquêtes auprès des épicerie



Source : Questionnaire 2016
Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

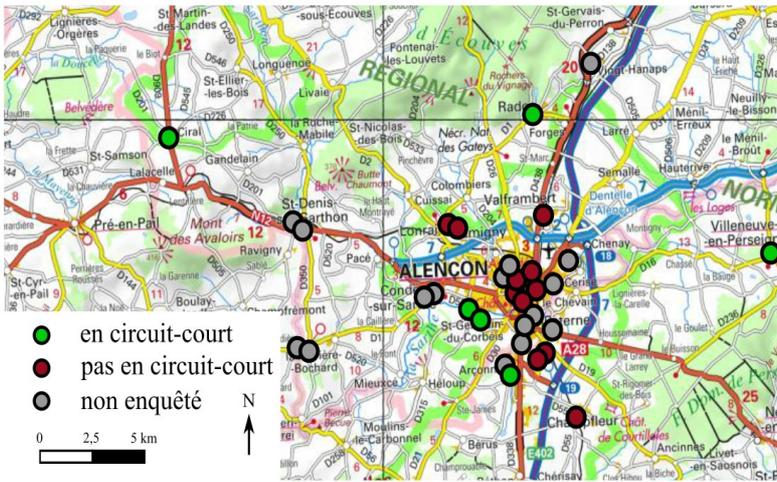


Photo 2 : Entrée de l'Entrepôt - Présentoirs de produits locaux (02/2016)

Pour certaines épicerie, il est important de mettre en valeur les produits locaux, dont la plupart proviennent directement des producteurs. C'est le cas pour l'épicerie l'Entrepôt située rue de la Charité à Condé-sur-Sarthe dans laquelle l'importance des emplois locaux est rappelée. Certains producteurs démarchent les épicerie, tandis que d'autres sont sollicités par les épicerie elles-mêmes. Les épicerie sont donc des intermédiaires uniques entre le producteur et le consommateur pour certains de leurs produits.

Sur les 51 boulangeries présentes dans la CUA, nous avons été vers 34 d'entre elles. Huit sont en circuits-courts et seize ne le sont pas. Cinq étaient fermées au moment de l'enquête et cinq autres n'ont pas été trouvées.

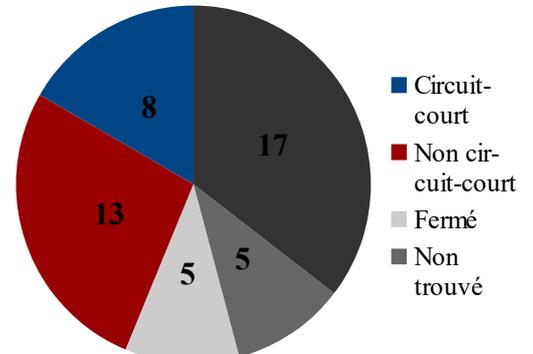
Localisation des boulangeries de la CUA



Source : Géoportail

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

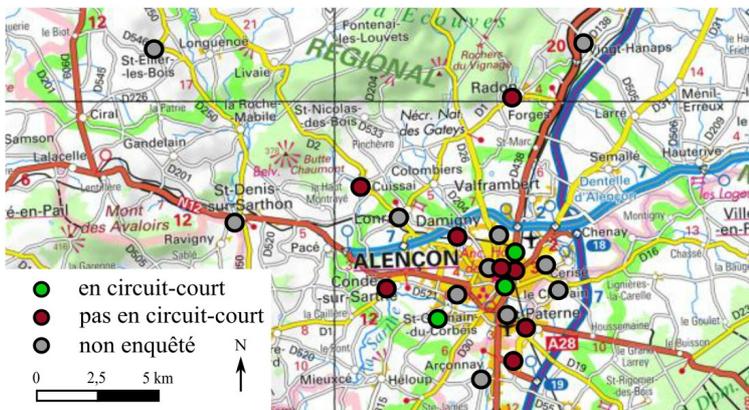
Enquêtes auprès des boulangeries



Source : Questionnaire 2016
Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Nous nous sommes également rendu dans 21 boucheries sur les 29 présentes sur le secteur. Quatre d'entre elles vendent des produits en circuits-courts et dix ne le font pas. Ces produits ne sont pas forcément de la viande, cela peut être des œufs, de la crème, ... Une boucherie était fermée et six autres n'ont pas été trouvées.

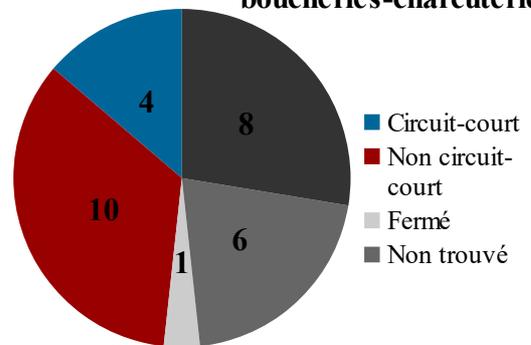
Localisation des boucheries-charcuterie de la CUA



Source : Géoportail

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Enquêtes auprès des boucheries-charcuteries



Source : Questionnaire 2016
Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE



Photo 3 : Boucherie - Saint Germain du Corbéis (01/2016)

Enfin, nous avons enquêté les crémeries. Celle d'Alençon travaille en circuit-court, contrairement aux deux grands groupes internationaux implantés à Pacé.

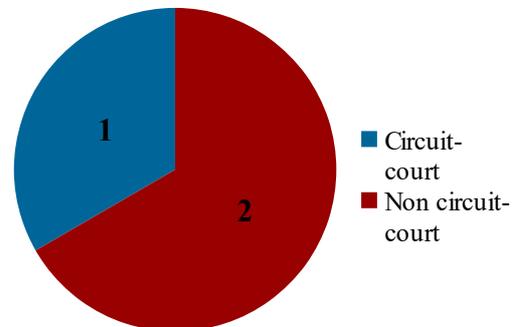
Localisation des crémeries-fromageries de la CUA



Source : Géoportail

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Enquêtes auprès des crémeries



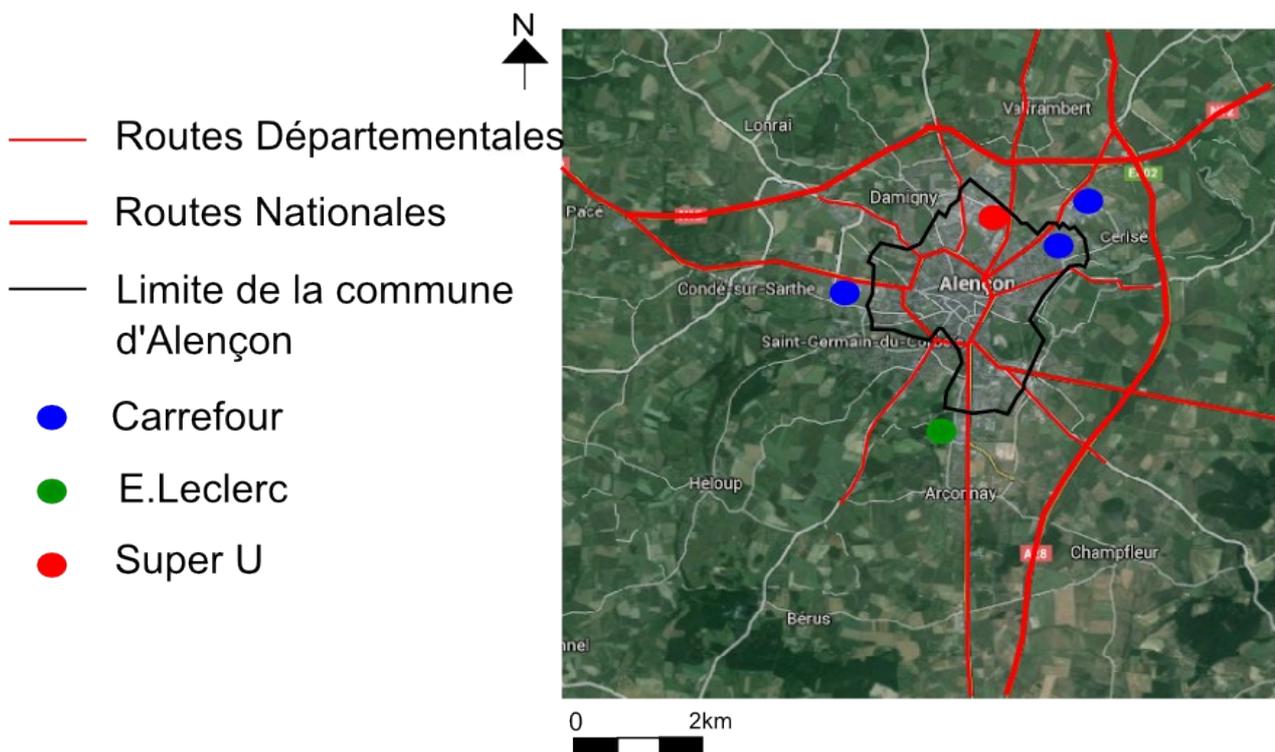
Source : Questionnaire 2016

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Pour comparaison, les grandes surfaces alimentaires, se situent à la périphérie d'Alençon, à Arçonnay et à Condé-sur-Sarthe. Elles ont une emprise au sol importante car les bâtiments sont grands et le parking représente également une grande surface. Les commerces de proximité prennent moins de place et sont donc situés en plein tissu urbain.

Carte 10

Localisation des grandes surfaces sur Alençon et sa périphérie



Source: Google maps

Réalisation: Doublet, Dujardin, Lesage

Pour enquêter les commerces, nous nous sommes fiés à un listing procuré auprès de la CUA qui a été constitué en 2013. Depuis, quelques commerces ont dû fermer et les adresses de certains sont devenues obsolètes. Nous n'avons pas trouvé tous les commerces recensés dans les campagnes à cause d'adresses approximatives, de la non-présence de panneaux indicatifs et du peu de personnes présentes sur les lieux qui auraient pu nous renseigner. Nous avons donc remis le listing à jour en ajoutant de nouvelles boutiques.

Les points de vente collectifs (cf. annexes) sont les AMAP (Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne) d'Hesloup et d'Alençon, la Ruche qui dit oui, le Drive fermier organisé par le lycée Maréchal Leclerc et le Collectif d'Urgence qui est une structure d'insertion sociale et professionnelle de demandeurs d'emploi rencontrant des difficultés d'accès à l'emploi.

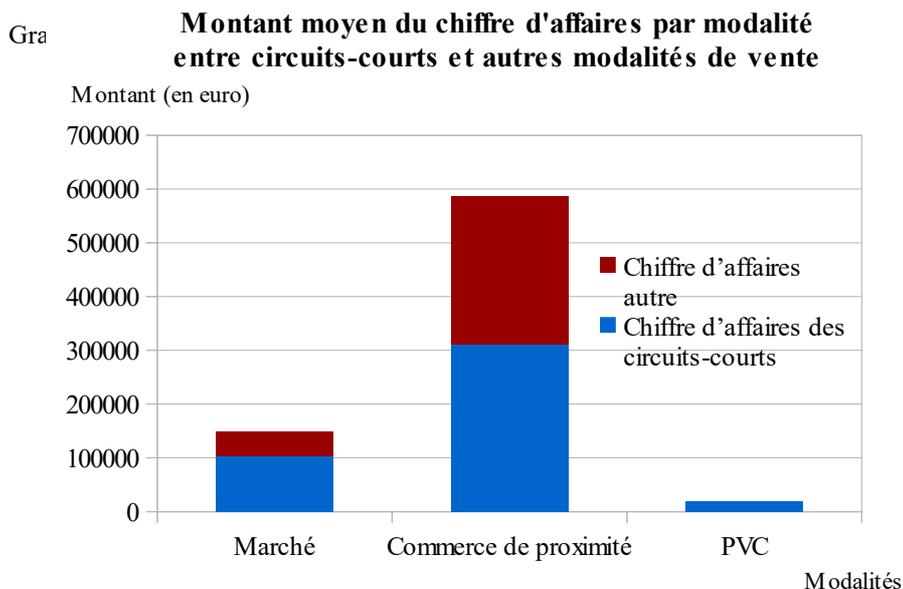
C- Premiers résultats

Pour chaque questionnaire effectué, nous avons rempli un tableur afin de collecter les données. Nous avons affecté un code à chaque dispositif, d'abord par modalité (1 pour le marché, 2 pour les commerces de proximité et 3 pour les points de vente collectifs), ensuite par sous-modalité afin que chaque dispositif enquêté ait un code propre qui lui soit attribué.

Modalité	Code modalité	Sous-modalité	Code sous-modalité
Marchés	1	Jeudi	11
		Samedi	12
		Dimanche	13
		Marché de producteur	14
Commerces de proximité	2	Boulangerie	21
		Boucherie	22
		Épicerie	23
		Crèmerie	24
		Poissonnerie	25
Point de vente collectifs	3	AMAP	31
		Autre PVC	32

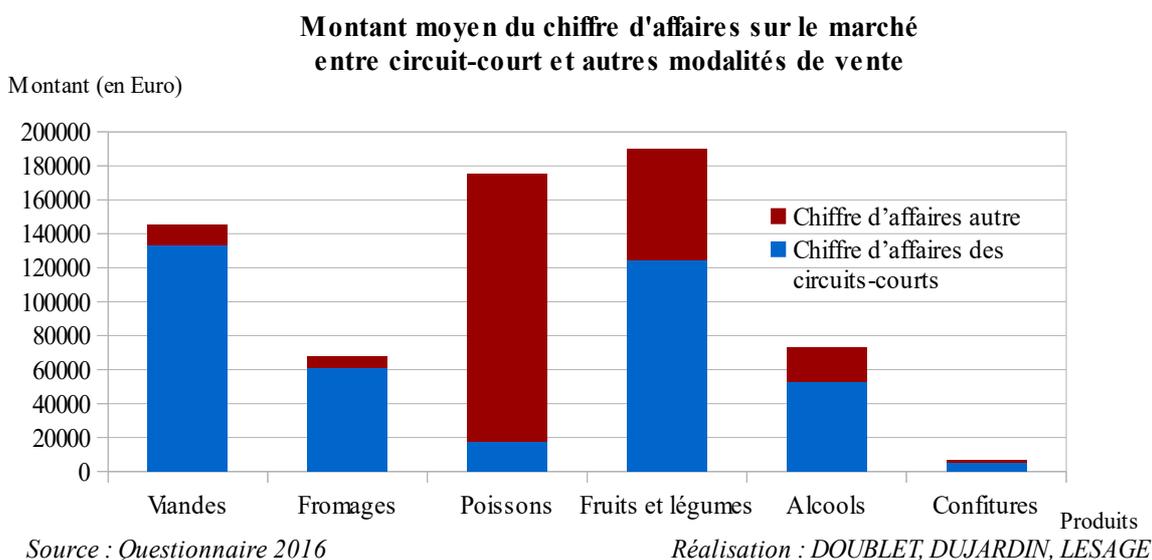
Tableau 10 : Codification des dispositifs par rapport aux modalités

Nous nous sommes rendus sur les quatre marchés d'Alençon, bien que le marché de quartier du mardi sur la place Descartes ne comporte aucun commerçants travaillant en circuits-courts. Nous avons été exhaustifs dans notre enquête sur les épiceries et les crèmeries, mais nous n'avons pas interrogé toutes les boulangeries, boucheries et poissonneries de la Communauté Urbaine d'Alençon. Pour les points de vente collectifs, nous nous sommes rendus dans tous ceux qui nous ont été portés à connaissance.



Source : questionnaire 2016 Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Pour les chiffres d'affaires obtenus directement par le commerçant ou le producteur, sans extrapolation, nous remarquons une différence notable de la part des circuits-courts dans le chiffre d'affaires général des enquêtés. En effet, les circuits-courts représentent la majorité de l'activité des acteurs du marché dans leur chiffre d'affaires, ce qui n'est pas le cas dans les commerces de proximité. Pour les points de vente collectifs, il est normal que le chiffre d'affaires soit totalement composé de produits en circuit-court, car c'est le principe même de cette modalité.

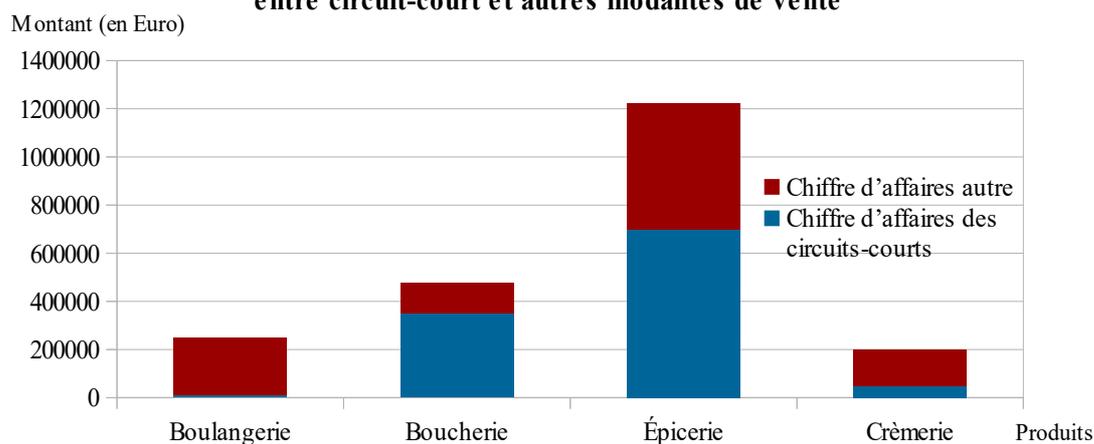


Source : Questionnaire 2016

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Nous avons calculé la moyenne du chiffre d'affaires total et en circuits-courts de chaque catégorie de produits vendu sur les marchés. Les chiffres d'affaires les plus importants sont ceux des fruits et légumes, suivi des produits de la mer puis des viandes. Les deux plus gros chiffres ne sont pas principalement composés de circuits-courts, contrairement aux produits comme le fromage, l'alcool et la confiture qui sont majoritairement vendus par le producteur lui-même. Nous avons interrogé ponctuellement les poissonneries et ce ne sont que quelques produits qui sont vendus en circuit-court, comme les escargots. Pour les fruits et légumes, certains étals sont gérés par les producteurs eux-mêmes, tandis que d'autres sont des revendeurs, donc certains produits sont en circuits-courts et d'autres viennent de marchés de gros pour diversifier le choix du consommateur.

Graphique 9 **Montant moyen du chiffre d'affaires dans les commerces de proximité entre circuit-court et autres modalités de vente**



Source : Questionnaire 2016

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Les épiceries ont un chiffre d'affaires proportionnellement plus élevé que les autres commerces de proximité. Les épiceries et les boucheries ont des produits en circuit-court qui représentent plus de la moitié du chiffre d'affaires. Pour les boulangeries, la farine vient essentiellement de moulins, donc ne peut pas être considéré en circuit-court. Elles se fournissent directement auprès des producteurs pour les fruits, utilisés pour les pâtisseries, les œufs et les produits issus de productions locales vendus dans la boutique comme le miel ou des biscuits. Les boucheries enquêtées ne vendent pas leur viande en circuit-court, car elle passe par l'abattoir, mais ont des produits complémentaires, comme les œufs, la crème ou le beurre qui proviennent de producteurs locaux. Les épiceries se fournissent en fruits et légumes, œufs, viande parfois ... auprès de producteurs, mais pour le reste elles se font livrer par des grossistes. Enfin, les crèmeries vendent majoritairement des produits issus de grossistes, bien qu'ils y ajoutent des produits amenés par les producteurs. Ces derniers vendent souvent directement sur les marchés, mais peuvent mettre une partie de leur production dans des magasins.

Notre étude s'est donc portée principalement sur les marchés de plein vent, les commerces de proximité (boulangerie, boucherie, épicerie et crèmerie) et les point de vente collectifs, mais nous n'avons pas pris en compte les grandes et moyennes surfaces, les restaurations, le e-commerce et les achats-reventes.

Les taux de réponses aux questions sont assez inégales, mais nous avons pu extrapoler certaines données afin de pouvoir les traiter. Les premiers résultats montrent que les circuits-courts ne sont pas uniformément utilisés selon les modalités.

III- Interprétation des résultats d'étude, intérêts, limites et remédiassions possible

Enfin, cette dernière partie permettra d'aborder nos résultats obtenus et les limites de cette étude ainsi que des remédiations possibles.

A- Interprétation des résultats

Le travail de terrain et les résultats obtenus nous permettent de quantifier et de qualifier par modalité d'étude. Nous avons réalisé des tableaux afin de lire et d'analyser plus simplement les données quantitatives. L'aspect qualitatif n'est pas calculable dans les données récoltées mais la pratique du terrain (questionnaires) et le temps passé avec les différents producteurs et commerçants nous permettent de faire un bilan.

Tableau 11 : Nombre de dispositifs créés en fonction de l'année, par modalité

Modalités	Avant 2000	Entre 2000 et 2010	Après 2010	Total des enquêtés
Marchés	19	11	11	41
Points de vente collectifs/AMAP	0	1	4	5
Fermes	3	3	6	12*
Commerces**	4	3	10	17
Total	26	18	31	75

* Manque d'informations pour 2 fermes (non-réponse ou refus), le total est de 14 fermes enquêtés.

** Non exhaustif

Pour la modalité marché ce tableau représente l'année de création du dispositif de la personne et non l'année où celui-ci a commencé à faire les marchés. Cette donnée n'est donc pas analysable ici.

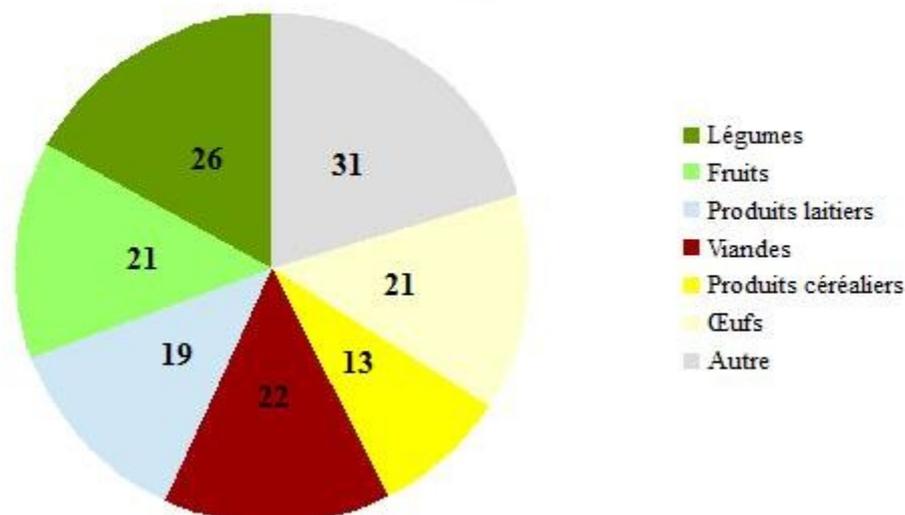
Concernant les points de vente collectifs et AMAP, cela représente toutes les créations de ce type. Sont compris dedans les concepts sur le même modèle que les AMAP (Ruche qui dit oui, Locavor, Collectif d'Urgence, drive fermier...). On remarque que ces dispositifs ont tous été mis en place récemment, seul le Collectif d'Urgence est mis en place avant 2010. Il a créé son atelier maraîchage en 2009. D'après les entretiens, il ressort que ces dispositifs fonctionnent très bien et qu'il y a une demande croissante, notamment par les personnes de plus de 50 ans et les jeunes. Les gérants de ces dispositifs préfèrent tout de même que ce fonctionnement reste convivial et donc ne grossisse pas trop. Mais ils sont pour la création d'autres structures de ce type si la demande est conséquente. On peut ici souligner le manque d'informations sur l'existence de ces dispositifs. Beaucoup de personnes interrogées lors des entretiens d'autres modalités ne connaissent pas ce fonctionnement.

Le tableau 11 montre que la modalité « ferme » se développe. Six fermes ont été créés depuis 2010. Ce sont néanmoins des petites structures qui sont tenues par des personnes assez jeunes ayant des convictions particulières (agriculture biologique, économie locale...).

Pour les commerces, l'enquête est non exhaustive, nous avons enquêté soixante commerces sur 112 au total dans la CUA, ce qui représente 54% d'enquêtés. On peut tout de même noter que dix commerces se sont créés après l'année 2010 et fonctionnent encore actuellement.

Au total, nous pouvons dire que 31 dispositifs se sont mis en place (avec les biais et doublons que l'étude connaît) après 2010.

Nombre de dispositifs vendant les différentes catégories de produits (sauf fermes)



Source : Questionnaire 2016

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Graphique 10

Ce graphique représente le nombre de dispositifs (toutes modalités confondues sauf les fermes) qui vendent chaque catégorie de produit. Nous pouvons remarquer que 31 dispositifs vendent autres choses que les catégories annoncées. Il s'agit ici de : miel, bière, cidre, safran, huile... Il serait intéressant pas la suite d'approfondir les produits « autres » pour savoir ce qu'ils représentent réellement en quantité.

Tableau 12 : SIQO (Signe d'Identification de la Qualité et de l'Origine) selon la modalité

Modalités	AB	Orne Terroirs	AOC AOP IGP	Bienvenue à la ferme	Gourmandie	Label Rouge	Aucun SIQO
Marchés	12	13	4	4	1	0	18
Points de vente collectifs/ AMAP	5	0	0	0	0	0	0
Fermes	8	5	1	1	0	0	1
Commerces**	5	1	2	0	0	2	9

Les dispositifs peuvent être compté plusieurs fois car ils peuvent écouler par plusieurs modalités ou avoir plusieurs SIQO. Sont comptés dans ce tableau tous les dispositifs ayant au moins un produit avec SIQO. Il faut également prendre en compte le fait que nous ayons enquêté et comptabilisé uniquement les dispositifs en circuits-courts. Ce qui explique le nombre élevé de SIQO.

Les dispositifs en Agriculture Biologique sont majoritairement des producteurs/vendeurs de légumes. Certains producteurs nous ont confié ne pas être certifiés AB car ils ne veulent pas payer pour avoir le droit à un SIQO. Pourtant ils sont bien en biologique. D'après eux, ce n'est pas normal de payer pour quelque chose qu'ils s'emploient à faire pour le bien commun. De nombreux consommateurs/revendeurs associent le biologique (AB) aux circuits-courts, or ce sont deux notions dissociables : les aliments biologiques peuvent parfois venir de loin avec de nombreux intermédiaires.

Le SIQO Orne Terroirs à été constaté principalement sur le marché de producteurs du 4 mars 2016, de même que Bienvenue à la ferme. Ce dernier correspond aux petits producteurs locaux qui accueillent au sein de leur ferme pour partager leur savoir et leur mode de vie. Seul les producteurs d'huile venant faire le marché de producteur, produisant à Passais-la-Conception ont le SIQO Gourmandie. Les commerces étant en Label Rouge correspondent à des boucheries.

Il aurait été intéressant de comparer la SAU (Surface Agricole Utile) aux SIQO. Cela aurait permis de démontrer ce que nous avons pu relever lors des enquêtes. Les fermes qui ont le plus de SIQO sont souvent les plus petites. Elles sont tenues par une personne ayant un profil assez particulier, en développement ces dernières années. Ce sont des jeunes, souvent diplômés et ayant des convictions bien particulières sur le biologique, l'économie locale et la société.

Modalité	CA total (en €)	CA en circuits- courts (en €)	ETP total	ETP généré par le circuits-courts
Marchés	4 272 300	3 015 150	145	102
Points de vente collectifs/ AMAP	160 000	160 000	35	35
Fermes	965 000	869 250	66	59
Commerces**	5 688 000	2 429 550	75	32

Tableau 13 : Chiffre d'affaires total, chiffre d'affaires en circuits-court et des ETP, selon la modalité

Attention, certains dispositifs sont comptés deux fois, dû à la complexité de la donnée pour les interroger, et au fait qu'ils écoulent leur production selon plusieurs modalités. Ils ne sont pas toujours capables de nous donner deux chiffres séparés. Il y a aussi certaines données qui ont été extrapolées selon la méthode SALT réalisée à Rennes pour pouvoir donner lieu à des calculs.

Ces chiffres sont donc, selon la méthode SALT, une indication mais ne permettent pas d'avoir des données précises. Il faut aussi tenir compte de la non-exhaustivité des commerces (60 sur 112) et du procédé d'enquête qui écarte les dispositifs n'étant pas en circuit-court. Seuls les dispositifs ayant au moins un produit en circuit-court sont comptés. Le chiffre d'affaires total ne représente donc pas la CUA dans sa totalité. Il faut noter que les PVC et AMAP ont un ETP élevé car le Collectif d'Urgence a 35 ETP à lui seul. La modalité PVC/AMAP est surtout un (nouveau) mode de vente pour les producteurs et non un créateur d'emploi. P. Gaignard, de la ferme « O grand Jardin », nous a dit avoir commencé à vendre ses produits en panier mais elle a arrêté car ce n'était pas rentable. Elle préfère le libre service qu'elle a aujourd'hui mis en place à la ferme (en plus des marchés). Les marchés et fermes génèrent un grand nombre d'emplois mais cela est à nuancer car se sont souvent les mêmes personnes dépendantes de ces emplois. Les commerces enquêtés sont à moins de 50% en circuit-court. D'après les personnes interrogées, elles seraient intéressées pour travailler de plus en plus en circuit-court. Elles ne le font pas car cela prendrait trop de temps de recherche et de démarche. De plus, certains nous ont dit vouloir mais ne pas pouvoir car l'approvisionnement n'est pas régulier toute l'année ce qui ne convient pas aux clients. Nous avons plusieurs fois remarqué le problème de confiance des commerçants envers la propreté et le contrôle sanitaire des exploitations.

Globalement, les commerçants ont peu recourt aux circuits-courts, ils cherchent surtout à ce que les produits soient livrés rapidement et ne soient pas trop coûteux. La qualité est aussi un critère mais pas souvent au point de changer leur fournisseur. La boulangerie de Saint Germain du Corbeis nous à dit aujourd’hui préférer acheter ses fraises aux producteurs locaux : « *Elles sont plus chères mais se perdent beaucoup moins, avant j’en jetais au moins trois kilos, là c’est de la qualité. Je fais ça aussi parce que le consommateur le remarque* ». Mais il nous avoue faire ce choix pour la bonne marche de la boulangerie plutôt que pour la démarche. Les épiceries sont les commerces qui fonctionnent le plus en circuit-court. Il a été remarqué que les gérants de ces structures sont en général ceux qui essaient de promouvoir la région avec les produits qui viennent directement de la ferme quand cela est possible. Ils travaillent aussi toujours avec des plates-formes pour remplir les rayons de leur supérette et fournir tout type de produits. Il faudrait peut-être essayer de développer des partenariats avec eux et les producteurs afin de mettre en place de plus en plus les circuits-courts via les supérettes.

Modalité	Moyenne CA (en €)	Moyenne CA en circuits-courts	Moyenne ETP	Moyenne ETP généré par le circuits-courts
Marchés	104 202	73 540	3.5	2.5
Points de vente collectifs/ AMAP	32 000	32 000	7	7
Fermes	80 416	74 437	5.5	5
Commerces**	334 588	142 914	4	1.5

Tableau 14 : Moyenne du chiffre d'affaires, du chiffre d'affaires en circuit-court et des ETP, selon la modalité

Ce tableau permet de rendre compte de ce qui est généré en chiffre d'affaires, en ETP et en moyenne pour un dispositif de chaque modalité. Il faut garder à l'idée que les chiffres d'affaires générés par les grosses entreprises et les petites influencent fortement les moyennes et lissent la donnée. Les modalités « marché », « fermes » et « commerces » génèrent entre 1,5 et 5 ETP dus aux circuits-courts. Pour les fermes, le chiffre n'est pas représentatif. Il y a beaucoup de petites fermes autour d'Alençon qui fonctionnent avec seulement 1 ETP, ce sont des temps pleins qui embauchent ponctuellement des saisonniers. Certains correspondent à un demi ETP. La moyenne des ETP pour les PVC/AMAP n'est pas caractéristique de cette modalité. Elle représente uniquement la moyenne qui est augmenté par le Collectif d'Urgence. Ce dernier regroupe 35 ETP (cf. tableau 14). Les PVC et AMAP ne créent aucun ETP, ce sont des structures à vocation solidaire et « militantes » pour l'agriculture biologique et une consommation différente. Elles sont tenues par des bénévoles et des producteurs qui ne touchent presque rien. Il est important de préciser que « La ruche qui dit oui ! » et la « Locavor » en création (classées dans les PVC/AMAP) sont des dispositifs qui fonctionnent sur le même modèle que les AMAP mais qui sont des concepts établis par une entreprise ayant son siège à Paris. Leur fonctionnement induit un dividende de plus de 15 % reversé à l'entreprise. Il est important de préciser que la démarche n'est donc pas la même que pour les AMAP. Certaines structures de ce type situées dans les grandes villes de France arrivent parfois à verser un salaire à la personne en charge de son fonctionnement. Le type d'emplois dans les différentes modalités n'est pas mesurable avec la méthode SALT.

Pour conclure, il faudrait compléter l'étude par des enquêtes avec le même type de questionnaires pour les hypermarchés (E. Leclerc...) et supermarchés (Carrefour). Nous avons remarqué que plusieurs producteurs avaient été démarchés par des grandes enseignes. Ils nous ont expliqué que pour pouvoir vendre leurs productions, ils étaient contraints de passer par des plateformes, ce qu'ils n'acceptent pas. Il serait intéressant de mener des projets avec ces enseignes afin de pouvoir intégrer les productions locales tout en ayant moins de contraintes pour les producteurs.

Le manque de production pour alimenter ces réseaux a été régulièrement évoqué. Les enseignes comme Biotope nous ont expliqué faire appel à de plus gros producteurs biologique pour certains aliments (comme la tomate) et parcourant parfois de plusieurs centaines de kilomètres. En effet, les tomates ne peuvent pas être produites toute l'année par les producteurs locaux mais sont pourtant très demandée par les clients. Certains producteurs comme Monsieur Coullard (fromage de brebis) pensent à créer un centre de regroupement de producteurs afin de pouvoir fournir le maximum de commerçants, les plus grandes enseignes et cela tout au long de l'année.

Nous soulevons aussi le manque d'informations, aussi bien pour les consommateurs que pour les vendeurs et les producteurs. Pendant notre étude de terrain, peu de personnes ont su nous expliquer ce qu'était un circuit-court : beaucoup confondent circuit-court et proximité kilométrique. Par exemple, le boucher de Radon, pensant défendre le circuit-court, nous explique : « Si je pouvais je ferais tuer ma bête à 4 km d'ici mais c'est pas possible ».

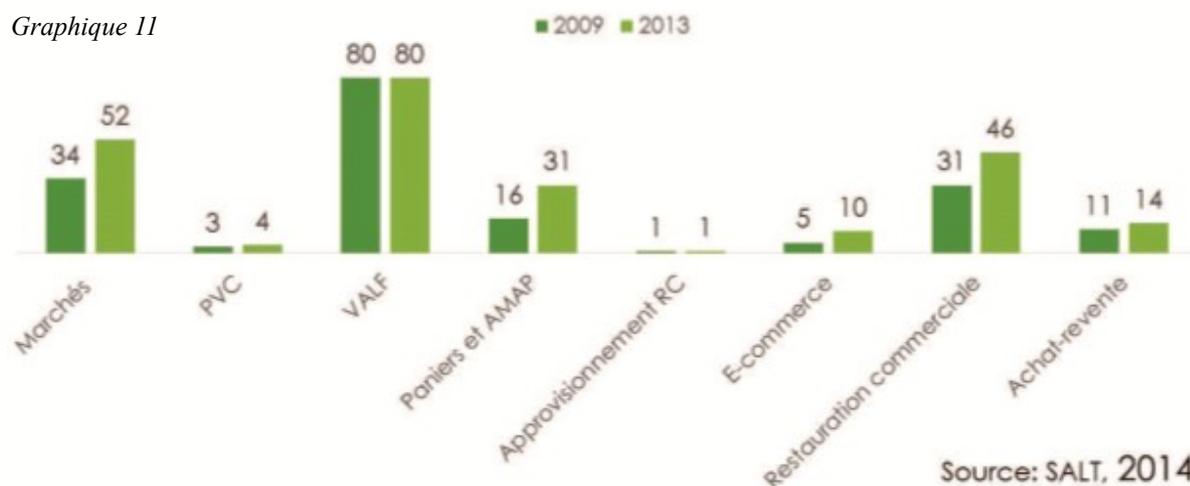
D'après cette étude, et avec les doublons qu'elle génère, nous pouvons tout de même dire que les circuits-courts représentent plus 5 000 000 d'euros dans la CUA. Pour les emplois les circuits-courts en génèrent environ 150. Il faut nuancer cela car certains producteurs/vendeurs travaillent avec plusieurs modalités de vente.

Les personnes mettant l'accent sur le circuit-court, le local et la proximité sont des personnes déjà convaincues et qui vont tenter de développer cela. Pour accroître, l'économie locale et la vente direct, il faut se tourner vers les exploitants qui choisissent la filière longue. Cela nécessite plusieurs intermédiaires qui se trouvent souvent dans d'autres départements. Les commerçants, notamment les boulangeries, ne font pas appel aux producteurs locaux (fruits, farine...) car elles trouvent cela trop compliqué à gérer entre les commandes et les livraisons.

B – Comparaison avec l'étude de Rennes Métropole

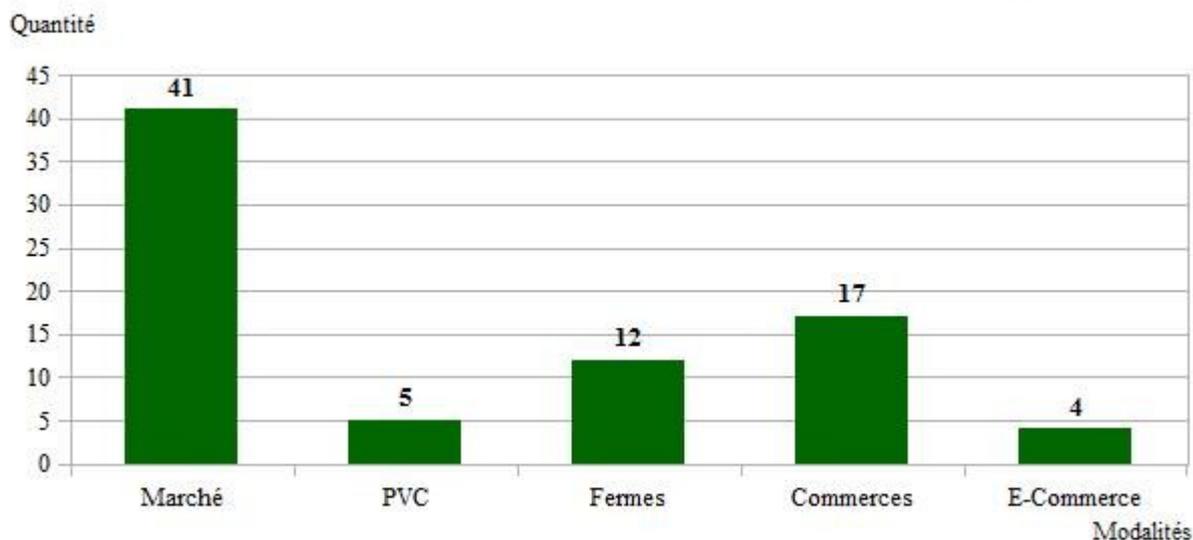
Recensement des modalités sur Rennes métropole (non exhaustif)

Graphique 11



Graphique 12

Recensement des modalités dans la Communauté Urbaine d'Alençon



Source : Questionnaire 2016

Réalisation : DOUBLET, DUJARDIN, LESAGE

Nous avons recensé les différentes modalités de vente de la CUA (non exhaustif) pour les comparer à celles de Rennes Métropole. Il faut préciser que nous n'avons pas établi exactement le même classement. Nous avons regroupé, comme précisé dans la partie II, les PVC et AMAP. Or, nous n'avons pas comptabilisé/enquêté les modalités « restauration collective » et « restauration commerciale ». De même, nous n'avons pas distingué les achats-reventes, car l'étude se focalise sur les circuits-courts (0 ou 1 intermédiaire), ils sont donc représentés dans les commerces. Certains dispositifs ont été comptabilisés deux fois car ils vendent par différentes modalités. C'est le cas des PVC/AMAP qui sont les mêmes que le e-commerce puisqu'ils fonctionnent par commande internet.

Les différentes modalités sont moins nombreuses dans la CUA, ce qui est normal au regard de la situation de la Communauté Urbaine d'Alençon face à Rennes Métropole. Rennes n'a pas les mêmes caractéristiques sociales, géographiques, et économiques qu'Alençon. Il est intéressant de rappeler que Rennes Métropole compte plus de 420 000 habitants et que la CUA n'en compte qu'environ 60 000. Nous pouvons donc souligner qu'il n'est pas pertinent de comparer ces deux collectivités. Néanmoins, proportionnellement, Alençon n'est pas lésé sur le nombre de dispositifs. Il n'est pas pertinent d'examiner cette donnée car cela dépend du nombre total de dispositifs enquêtés (ici non exhaustif pour les deux études).

Le tableau suivant peut donner une indication mais ne peut être pris pour comparaison

Tableau 15

Chiffre d'affaires et emplois générés par les circuits courts sur Rennes métropole

Modalités	Valeur des ventes (en millions d'€)		Part dans les ventes en circuits courts		Nombre d'emplois	
	2009	2013	2009	2013	2009	2013
Année	2009	2013	2009	2013	2009	2013
Marchés de plein vent	4,5 à 10	7,8 à 16,9	39% à 51%	45% à 52%	110 à 230	203 à 289
Points de vente collectifs	2,7	2,9	14 à 23%	9% à 19%	60	71,4
Vente à la ferme	1,2 à 1,5	1,4 à 4,1	8% à 10%	1% à 13%	15 à 30	53,6 à 151,8
Paniers et AMAP	0,5	1,1	Environ 3%	3% à 7%	8	68,9
Restauration collective	0,1	0,2	Environ 1%	1%	5	5,8
Restauration commerciale/Commerçants	2,9 à 5,0	3,6 à 6,8	25%	21%	65 à 110	51,7 à 96,7
E-commerce		0,2 à 0,3		1%		13,3
TOTAL	12 à 20	17,2 à 32,3	100%	100%	263 à 445	469 à 698

Source: SALT, 2014

Modalité	CA en circuits-courts	Part dans les ventes en circuit-court %	ETP total	ETP généré par le circuits-courts
Marchés	3 015 150	46,5 %	145	45
Points de vente collectifs/ AMAP	160 000	2,5 %	35	10,9
Fermes	869 250	13,4 %	66	20,5
Commerces**	2 429 550	37,5 %	75	23,4

Tableau 16 : Chiffre d'affaires et emplois générés par les circuits-court sur la CUA

Nous pouvons toutefois, par ces deux tableaux, constater la part dans les ventes en circuits-courts. Pour les marchés, le chiffre d'affaires en circuit-court de la CUA est de 46,5 % et celui de Rennes Métropole est entre 45 et 52%. Les PVC/AMAP sont à 2,5 %, ce qui est équivalent à ceux de Rennes.

Les études ont été menées différemment ce qui peut expliquer les différences dans les résultats, malgré cela nous constatons des similitudes dans les chiffres trouvés. Les modes de consommation et le recours aux circuits-courts sont à peu près équivalents pour la CUA et Rennes Métropole. Nous pouvons noter pourtant que la médiane du revenu de Rennes (19 845,1 € par unité par an) est supérieure à celle d'Alençon (16 708,7 € par unité par an). La comparaison avec la médiane a ses limites, car on ne sait pas combien et quelles sont les personnes qui ont recours aux circuits-courts (consommateurs).

C- Bilan et recommandations après le diagnostic selon la méthode SALT

1- *Bilan de la transmission de la méthode SALT pour la CUA*

Pour pouvoir étudier et mettre en pratique correctement l'étude sur un territoire il faut avoir accès à tous les documents au préalable. L'accès aux documents au fur et à mesure ne nous a pas permis d'anticiper les informations à acquérir et la façon de les traiter.

La durée de la mission et de l'enquête étant réduites nous avons dû être opérationnel au plus vite et faire face aux imprévus (commerces fermés, temps...) et aux acteurs qui ne nous connaissaient pas et qui n'ont pas toujours voulu nous transmettre certaines informations.

La mise en pratique de la méthode SALT nécessite des recherches technico-économiques sur le territoire d'étude et son département au préalable afin d'avoir des données de comparaison appropriée à l'espace étudié pour ne pas extrapoler. Nous n'avons que 57% des chiffres d'affaires demandés, ce qui nous a obligé à extrapoler et donc à être moins précis. Nous avons aussi rencontré des difficultés à séparer le chiffre d'affaires total et celui en circuits-court.

La non-exhaustivité de la méthode et de la commande ne permettent pas d'avoir des résultats précis et pertinents.

L'exhaustivité du recensement n'est toutefois rarement atteignable pour l'ensemble des modalités (Cf. encart sur la méthode SALT).

Extrait du dépliant méthode SALT Rennes Métropole

2- *Nos recommandations après l'étude pour la CUA*

Nous avons constaté un manque de savoir et de connaissance autour de la question des circuits-courts, particulièrement chez les commerçants. Il faudrait informer les différents commerçants et revendeurs du fonctionnement et des atouts des circuits-courts. D'après les vendeurs, leur fonctionnement paraît compliqué et demande plus de recherches. Une des solutions possible serait de créer un système de recensement des producteurs pouvant approvisionner les commerçants. Il faudrait également les informer sur la propreté sanitaire des fermes qui sème encore le doute.

Globalement, il manque, entre les acteurs, une personne faisant le lien et les aidant à mettre en place ce genre de système. L'idée d'un centre de regroupement, du même type que les AMAP mais pour l'approvisionnement en gros, nous est apparu plusieurs fois dans les discours. Il s'agit d'un système qui pourrait permettre d'approvisionner un plus grand nombre de dispositifs de revente.

Les petits maraîchers sont peu nombreux dans la région et surtout ne produisent pas en quantité. La demande des commerçants et des structures de vente est bien constatée. Il faudrait développer et aider l'installation de maraîchers autour d'Alençon, mais également sensibiliser les exploitants dans une démarche de transformation à la ferme (atelier de transformation pour le lait ou abattoir à la ferme pour la volaille). L'objectif est de développer les circuits-courts, tout en introduisant le maximum d'exploitations dans ce concept afin de pouvoir approvisionner plus de structures (commerces, points de vente collectifs) dans la CUA et pour convaincre le plus grand nombre de consommateurs. Pour mobiliser les différents acteurs, il est aussi nécessaire de leur communiquer les résultats et actions en cours (comme cette étude dont ils attendent la suite). La proximité avec les producteurs les incitera à s'associer aux différentes actions. Nous constatons des difficultés de communications et d'informations entre les producteurs, les administrations et les potentiels clients. Il serait utile d'interroger les consommateurs de la CUA pour connaître leurs attentes et demandes alimentaires.

Il faudrait mener une enquête dans les moulins et abattoirs afin de retracer l'origine des aliments et le nombre d'intermédiaires (viandes et farines). Si la CUA veut promouvoir les circuits courts, il faut remonter à l'origine de nombreuses matières premières qui participent à la fabrication et dont nous ignorons les multiples provenances.

Les circuits-courts représentent chaque année de plus en plus d'emplois, de chiffre d'affaires et d'adeptes (consommateurs et producteurs). La CUA doit continuer à travailler dans ce sens car cela permet de faire levier à une économie locale, à des sociabilités ainsi que de promouvoir ses producteurs locaux et une bonne alimentation.

Dans le but de continuer ce diagnostic et de pouvoir adapter l'offre de la CUA aux demandes de la société, un observatoire pourrait être mis en place. Cela permettrait de voir les changements, de faire adhérer les différents acteurs au projet et un maximum de clients tout en maintenant une agriculture « paysanne » et locale.

Conclusion

La Communauté Urbaine d'Alençon est située dans le sud de l'Orne et dans le nord de la Sarthe. Alençon est la préfecture de l'Orne et est située dans un territoire rural. L'agriculture est dominée par le polyélevage et la polyculture ainsi que par l'élevage équin. Nous avons remarqué une volonté de la part de certains consommateurs de bénéficier d'une production locale tout en demandant une certaine qualité.

Ce diagnostic économique et social sur l'impact des circuits-courts sur la Communauté Urbaine d'Alençon a été réalisé en se référant à la méthode SALT. Cette méthode a été appliquée sur Rennes Métropole en 2013 et a pu dégager certaines tendances. Nous avons enquêté par questionnaires les marchés de plein vent, les commerces de proximité, les points de vente collectifs et les exploitations agricoles de la CUA pour mettre en valeur les circuits-courts.

L'objectif de cette étude est de se rendre compte de l'économie générée par les circuits-courts. Nous n'avons pas négligé l'aspect qualitatif (social) dans ce diagnostic.

En revanche, cette méthode fait apparaître des limites. L'étude par modalités provoque des doublons dans les résultats car certains dispositifs sont comptés dans plusieurs modalités. L'étude ne prend en compte que les producteurs et les revendeurs, mais il serait intéressant d'interroger les consommateurs pour connaître leurs attentes et les transformateurs.

Nous avons donc proposé des recommandations pour valoriser les circuits-courts de l'alimentation dans la CUA, comme la création d'une plate-forme de redistribution. Afin de continuer l'étude, nous pensons qu'il serait intéressant de mettre en place un observatoire social et économique de l'alimentation des circuits-courts et d'organiser des rencontres entre les producteurs et les commerçants.

Sur une durée d'enquête plus longue, nous aurions pu approfondir les résultats et transposer les critères manquants sur des données propres à l'Orne.

Annexes

Points de distribution ponctuels de produits locaux au 19/11/2015

AMAP d'Alençon
Organismes Agricoles
Ven. 17h-18h30
amapalencon@yahoo.fr
<http://amapalencon.fr/>

Locavor
Parking magasin Gamm Vert
Jeu. 17h30-19h
alencon@locavor.fr
<https://locavor.fr/46-locavor-alencon>
99 avenue de Basingstoke 61000

Rûche qui dit Oui
Espace Wilson, 44 avenue Wilson
Mar. 18h-19h
ruchealencon@gmail.com
<https://laruchequiditoui.fr/383>
Collectif d'Urgence
14 rue Seurin
02 33 26 38 57
collectif.urgence@orange.fr

AMAP des Chênes
Salle Polyvalente d'Héloup
Jeu. 17h30-19h
amapdeschenes@gmail.com
<http://amapalencon.fr/>

Drive Fermier
Lycée Maréchal Leclerc
Ven. 15h30-19h
drive.fermier.alencon@gmail.com
<http://www.drive-fermier.fr/alencon/>

Statuts :

AMAP : association de consommateurs

Rûche et Locavor : intermédiaires économiques (société individuelle ou autoentrepreneur pour frais de gestion)

Drive : association de producteurs (frais de gestion et investissements matériel).



Questionnaire Marché/AMAP/PCV/Drive fermier/Ruche qui dis oui

Date du questionnaire :	Météo :
Adresse :	

– Comment vous approvisionnez-vous ? Combien d’intermédiaires y a-t-il entre le producteur et vous ?

– Vos produits ont-ils des Signes d’Identification de la Qualité et de l’Origine ?

– Si oui, lesquels ?

– Combien de marché faites-vous ? (PVC/autres lieux de ventes)

.....
.....

– Combien de jours vendez-vous les produits par semaine ?

.....

Si le commerce utilise des circuits courts

Pour quels types de produits ?

Produits	Adresse/Nom des producteurs

– Comment choisissez-vous les producteurs avec qui vous travaillez ? Et les produits que vous vendez

.....
.....

- Quelle est l'origine géographique des producteurs ?
-
-
-
- En quelle année vous êtes-vous installés ?
- Depuis combien de temps travaillez-vous en circuits-courts ?

Si 1 intermédiaire

- Qui est l'intermédiaire ?
- En quoi l'intermédiaire est-il utile ?
-

Produits et variante économique

- Quel est le panier moyen (en euros) ?
- Avez-vous développé votre gamme de produits en circuits-courts ces dernières années ?
-
- Pouvez vous nous donner une estimation du chiffre d'affaires réalisé par an ?
-
- Si vous avez plusieurs types d'approvisionnements, quelle est la part du chiffre d'affaires généré par les circuits-courts ?

Clientèle

- Combien de clients avez-vous par jour ?
- Comment a évolué le nombre de clients ces dernières années ?
-
- D'où viennent vos clients ? Quels profils ? (age, CSP, origine géographique)
-

Emplois

- Avez-vous des salariés ? Si oui, combien ?
- Sont-ils a temps plein ?
-
- Quelles tâches effectuent-ils ?
-

Autres remarques

Questionnaire : commerces de proximité

Date du questionnaire :	Type de commerce :
Commune étudiée :	

- Comment vous approvisionnez-vous ? Combien d'intermédiaires y a-t-il entre le producteur et vous ?
- Vos produits ont-ils des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine ?
- Si oui, lesquels ?

Si le commerce utilise des circuits courts

Quels types de production ? (gammes de produits)

Produits	Nom et adresse du producteur

- Comment choisissez-vous les producteurs avec qui vous travaillez ? (prix, distance...)
.....
.....
.....
- Depuis combien de temps êtes-vous installé ?
- Avez-vous toujours fonctionné en circuits courts ?

Clientèle

- D'où viennent vos clients ?
- Avez vous un profil de clientèle particulier ? (âge, CSP ou origine géographique) ?
- Quel est le panier moyen (en euros) ?
- Combien de clients fréquentent votre commerce en moyenne par jour ?
- Comment le nombre de clients a-t-il évolué durant les cinq dernières années ?
- Pouvez vous nous donner une estimation du chiffre d'affaires réalisé par an ?
- Si vous avez plusieurs types d'approvisionnements, quelle est la part du chiffre d'affaires généré par les circuits-courts ?

Emploi

Avez vous des employés ? Si oui, combien ? (ETP)

Autres remarques

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Questionnaire : fermes

Date du questionnaire :	Météo :
Nom de la ferme	Création :
Adresse :	

- Vos produits ont-ils des Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine ?
- Si oui, lesquels ?

Mode de production

- Que produisez-vous ?
- Si vous êtes éleveurs, combien d'animaux avez-vous ?

Si maraîcher

- Quelle est la quantité et le type de produits ?

Légumes	Adresse et nom

- Est-ce que tous vos produits sont transformés et/ou vendus à la ferme ?
- Si non : vers quelles structures sont-ils envoyés ?

- Faites vous venir des produits de l'extérieur pour participer à la fabrication ?

Système de commercialisation

- Quel est votre format de vente à la ferme (vente à la ferme, paniers, cueillette, marché, AMAP, PVC) ?
-

- Combien de paniers faites-vous par semaine, mois ? Pour quel prix moyen ?
-

- Quels sont les points de vente de vos produits ? (Si AMAP où ? Restauration où ?)
-
- Avec combien de revendeurs ?

- Combien de clients avaient vous par semaine ? Mois ? Années ?
-

Économie

- Combien a coûté la mise en place de ce système d'écoulement ?
-

- Combien représente chacun de ces modes de commercialisation dans votre chiffre d'affaires ?
 - **soit en euro, soit en pourcentage** :
 -

- Comment ont évolué les ventes depuis ces cinq dernières années ?
-

- Ce mode de commercialisation vous semble-t-il rentable ? Viable ?
-

- Combien de salariés travaillent avec vous ? Si oui, quels types de contrat ?
-
-

Autres remarques

.....

.....

.....

.....

Bibliographie

- Recensement agricole 2010, Agreste, *Les circuits-courts : un potentiel à exploiter*, n°57, 2012, 6 pages.
- RICHARD F., 2014, CHEVALLIER M., DELLIER J., LAGARDE V., « Circuits-courts agroalimentaires de proximité en Limousin : performance économique et processus de gentrification rurale », *Norois*, n° 230, 112 pages.
- RIPOLL F., 2009, « Le concept « AMAP » promotion et mise en pratique(s) d'une nouvelle norme d'échanges entre consommateurs et producteurs agricole », *Géographies et cultures*, n°72 Espaces et normes sociales, pages 99 à 116.

Table des matières

Introduction	page 3
I- Mise en contexte de notre zone d'étude	page 5
A- La Communauté Urbaine d'Alençon	page 5
B- Un territoire rural à dominante agricole	page 8
II- Méthodologie et résultats obtenus	page 13
A- Enjeux, objectifs et étapes de la méthode SALT	page 13
B- Méthodologie sur le terrain de la Communauté Urbain d'Alençon	page 13
1- Planning des enquêtes	page 13
2- Première modalité : le marché	page 16
3- Deuxième modalité : les commerces de proximité	page 17
C- Premiers résultats	page 20
III- Interprétation des résultats d'études et bilans	page 23
A- Interprétations des résultats	page 23
B- Comparaison avec l'étude de Rennes Métropole	page 28
C- Bilan et recommandations après le diagnostic selon de la méthode SALT ..	page 30
1- Bilan de la transition de la méthode SALT pour la CUA	page 30
2- Nos recommandations après l'étude pour la CUA	page 30
Conclusion	page 33
Annexes	page 35
Bibliographie	page 43
Table des matières	page 45
Tables des illustrations	page 47

Table des illustrations

Cartes

Carte 1 : Localisation de la Communauté Urbaine d'Alençon	page 5
Carte 2 : Répartition de la population dans l'Orne et la Sarthe en 2015	page 6
Carte 3 : Occupation du sol de la Communauté Urbaine d'Alençon en 2012	page 9
Carte 4 : Orientation technico-économique des exploitations agricoles de la CUA en 2012	page 9
Carte 5 : Localisation des marchés d'Alençon	page 16
Carte 6 : Localisation des épicerie de la CUA	page 17
Carte 7 : Localisation des boulangeries de la CUA	page 18
Carte 8 : Localisation des boucheries-charcuterie de la CUA	page 18
Carte 9 : Localisation des crèmeries-fromageries de la CUA	page 19
Carte 10 : Localisation des grandes surfaces sur Alençon et sa périphérie	page 19

Tableaux

Tableau 1 : Evolution de la population de la CUA entre 1968 et 2010	page 7
Tableau 2 : Emplois selon le secteur d'activité sur la Communauté Urbaine d'Alençon ...	page 7
Tableau 3 : Rang national du département de l'Orne, en fonction de sa production	page 8
Tableau 4 : Établissements actifs par secteur d'activité en 2013 sur la Communauté Urbaine d'Alençon	page 10
Tableau 5 : Postes salariés par secteurs d'activité en 2013 sur la Communauté Urbaine d'Alençon	page 10
Tableau 6 : Planning de la première semaine d'enquête	page 13
Tableau 7 : Planning de la deuxième semaine d'enquête	page 14
Tableau 8 : Récapitulatif de la collecte de résultats à partir des questionnaires	page 15
Tableau 9 : Relevé des prix sur les marchés d'Alençon du mardi et du jeudi	page 16
Tableau 10 : Codification des dispositifs par rapport aux modalités	page 20
Tableau 11 : Nombre de dispositif créé en fonction de l'année par modalité	page 23
Tableau 12 : SIQO selon la modalité	page 24
Tableau 13 : Chiffre d'affaires total, chiffre d'affaires en circuits-court et des ETP, selon modalité	page 25
Tableau 14 : Moyenne du chiffre d'affaires, du chiffre d'affaires en circuit-court et des ETP, selon la modalité	page 26
Tableau 15 : Chiffre d'affaires et emplois générés par les circuits-court sur Rennes Métropole	page 29
Tableau 16 : Chiffre d'affaires et emplois générés par les circuits-court sur la CUA	page 29

Graphiques

Graphique 1 : Population de 15 à 64 ans par type d'activité en 2012, sur la Communauté Urbaine d'Alençon	page 7
Graphique 2 : Evolution du nombre d'exploitations agricoles dans l'Orne entre 1988 et 2010 selon leur statut	page 11
Graphique 3 : Enquêtes auprès des épiceries	page 17
Graphique 4 : Enquêtes auprès des boulangeries	page 18
Graphique 5 : Enquêtes auprès des boucheries-charcuteries	page 18
Graphique 6 : Enquêtes auprès des crèmeries	page 19
Graphique 7 : Montant moyen du chiffre d'affaires par modalité entre circuits-courts et autres modalités de vente	page 21
Graphique 8 : Montant moyen du chiffre d'affaires sur le marché entre circuit-court et autres modalités de vente	page 21
Graphique 9 : Montant moyen du chiffre d'affaires dans les commerces de proximité entre circuit-court et autres modalités de vente	page 22
Graphique 10 : Nombre de dispositifs vendant les différentes catégories de produits	page 24
Graphique 11 : Recensement des modalités sur Rennes métropole	page 28
Graphique 12 : Recensement des modalités dans la Communauté Urbaine d'Alençon	page 28

Photographies

Photo 1 : Marché du jeudi sur la place du Plénitre – Alençon (14/01/2016)	page 16
Photo 2 : Entrée de l'Entrepôt – Présentoirs de produits locaux (02/2016).....	page 17
Photo 3 : Boucherie – Saint Germain du Corbéis (01/2016)	page 18