

Diagnostic de l'offre et de la demande en produits alimentaires bio-locaux sur la commune de Mouans-Sartoux



Réalisation de l'étude, rédaction et mise en page : Solenn Brioude
Juillet 2018

Sommaire

- ◇ Contexte, enjeux du diagnostic, objectifs et méthodologie
- ◇ Résultats côté « demande », côté « offre » et côté « intermédiaires »
- ◇ Pistes d'actions en faveur du développement des produits bio-locaux sur le territoire

Les produits biologiques locaux sont aujourd'hui recherchés et consommés par des nombreux habitants de la commune de Mouans-Sartoux. Cependant, la demande est actuellement supérieure à l'offre sur le territoire et les consommateurs ne savent pas toujours où ils peuvent trouver ces produits. C'est pourquoi, la commune de Mouans-Sartoux souhaite évaluer l'offre et la demande en produits alimentaires biologiques locaux sur sa commune, de manière à déterminer des leviers d'actions permettant d'améliorer l'accès des habitants à ces produits, tout en prenant en compte les intérêts et les contraintes des différents acteurs (producteurs, intermédiaires, consommateurs).

De nombreuses initiatives de ventes de produits bio-locaux sont présentes sur le territoire et impliquent une diversité d'acteurs. Cependant leurs fonctionnements et les caractéristiques structurantes de ces systèmes ainsi que les modes de rencontres entre l'offre et la demande sont aujourd'hui peu connus par la commune. C'est pourquoi, l'objectif général de l'étude est de faire le diagnostic du territoire de Mouans-Sartoux en matière d'offre et de demande alimentaires biologiques locales.

- **Quelle est la consommation actuelle** en produits biologiques et locaux sur le territoire ? Quelles sont les différentes typologies de consommateurs ? Quelles sont leurs attentes ?
- **Quelle est l'offre proposée par les agriculteurs certifiés bio** ? Comment se structure l'offre ? Quels sont les perspectives de développement, les freins et les attentes des producteurs ?
- **Comment s'approvisionnent les intermédiaires entre** producteurs et consommateurs (commerçants, restaurateurs...) ? Quels sont leurs intérêts pour les produits biologiques locaux ? Quels sont leurs freins et leurs attentes ?

1. Contexte de l'étude

Le projet alimentaire de la commune de Mouans-Sartoux



Mouans-Sartoux est une commune de 10 000 habitants, située sur la bande côtière du département des Alpes-Maritimes.

La commune se situe au centre du triangle Cannes-Grasse-Antibes, et supporte donc une population dense et une forte urbanisation, qui ne cesse de croître depuis les années 80. Et cela n'est pas sans conséquence sur le département qui a perdu 28% de ses terres agricoles en 15 ans.

La politique de la ville

Depuis les années 60, la ville de Mouans-Sartoux mène une politique en faveur de l'alimentation durable et lutte contre la transformation de ses terres agricoles en zones d'habitat pavillonnaire.

A l'heure actuelle, la commune de Mouans-Sartoux est connue pour son projet ambitieux et innovant, s'articulant autour de l'alimentation durable.

Effectivement, depuis 1999, la municipalité lutte pour la préservation de la santé de sa population et de l'environnement via l'alimentation. Depuis 2012, les trois cantines scolaires proposent aux enfants des repas 100% bio et avec des produits majoritairement locaux. La création d'une régie municipale agricole, en 2010, a permis d'approvisionner 85% des légumes servis dans les cantines. Aussi, un changement dans la gestion du service et un accompagnement pédagogique des enfants ont induit une réduction de 80% du gaspillage alimentaire dans les cantines.

Par ailleurs, depuis le début de l'année 2018, la commune est chef de file du projet européen URBACT BioCanteens et partage ainsi son expérience avec d'autres villes d'Europe souhaitant, elles aussi, rendre

La Maison d'Éducation à l'Alimentation durable

La municipalité souhaite étendre ses projets autour de l'alimentation durable à l'ensemble de sa population. C'est pourquoi, en 2016, la mairie de Mouans-Sartoux a créé une Maison d'Éducation à l'Alimentation Durable (MEAD) qui a pour mission de porter le projet alimentaire territorial (PAT) de Mouans-Sartoux.

L'un des objectifs de la MEAD est de sensibiliser les habitants à la nécessité d'une alimentation durable pour respecter leur santé et leur environnement et permettre à chacun, selon ses revenus d'avoir accès à une alimentation durable. De plus, la MEAD encourage la commercialisation et la consommation de produits locaux. Elle fait le pari que les choix d'approvisionnements de sa population influencent fortement le développement économique, social et environnemental du territoire.



Le diagnostic de l'offre et de la demande alimentaire bio

Dans ce cadre, la présente étude a pour premier objectif d'évaluer les caractéristiques de l'offre et de la demande en produits biologiques locaux sur le territoire de la commune. Dans un second temps, elle permet de déterminer des pistes d'actions facilitant l'accès des Mouansois aux produits alimentaires biologiques locaux, tout en prenant en compte les intérêts, les contraintes et les attentes des différents acteurs.

Le territoire de la commune de Mouans-Sartoux

Un territoire attractif, fortement touristique

Le département des Alpes-Maritimes est délimité au nord par les Alpes et au sud par la mer Méditerranée. Depuis les années 1960, le territoire fait face à une croissance démographique largement supérieure à la moyenne nationale et à un développement touristique favorisé par les pouvoirs publics. Effectivement, chaque année 11 millions de touristes français et étrangers séjournent sur la Côte d'Azur. L'économie des petites et moyennes communes côtières repose donc sur le tourisme et le secteur résidentiel.

Les stratégies d'attraction des populations par le tourisme ainsi que les activités résidentielles et industrielle ont conduit à une augmentation sans précédent des besoins fonciers et à une artificialisation massive des terres du département. De ce fait, depuis 40 ans, l'urbanisation exerce sur les agriculteurs locaux une forte pression foncière et aboutit au déclin des surfaces agricoles.

Source: Touriscope, 2016; Département 06, 2017

Une agriculture peu productiviste

L'agriculture dans le département des Alpes-Maritimes se caractérise par de faibles surfaces productives dans la superficie des communes (moins de 12%). Les exploitations sont majoritairement de petites tailles, c'est-à-dire avec moins de 25 000 euros de productions brutes standards par an (69% des exploitations totale du département).

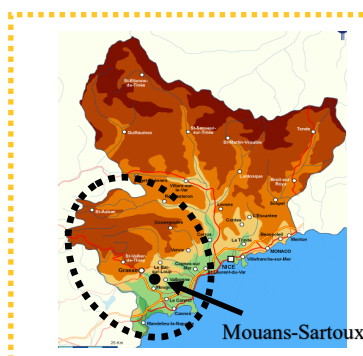
Les productions dominantes sur le territoire sont le maraîchage (35%), l'arboriculture (30%) et l'élevage (10%).

Au niveau de la commercialisation, 65% des exploitations du département vendent en circuit court. En effet, la taille des exploitations et la demande supérieure à l'offre favorisent ce mode de commercialisation.

Source : Département 06, 2017

Une agriculture disparate

Comme le montre la carte des Alpes-Maritimes ci contre, le relief du territoire est très hétérogène, avec au nord, plus de 3000m d'altitude dans les Alpes (marron foncé) à 0 sur la côte (vert claire). La géographie du département a donc induit une répartition hétérogène de l'activité agricole.



Le territoire à l'étude

Le territoire agricole à proximité de Mouans-Sartoux comprend: les Communauté d'Agglomération du Pays de Grasse (dont partie la commune), du Pays de Lérins, de Sophia-Antipolis (territoire encadré sur la carte)

Sur le territoire à l'étude, les activités agricoles varient selon la situation géographique. La bande côtière, très urbanisée, accueille les petites exploitations maraîchères ou horticoles. A l'inverse, les espaces montagneux du nord, concentrent les élevages de viandes ovines et bovines ou bien de petits élevages laitiers (caprins, ovins) réalisant la transformation à la ferme.

L'agriculture biologique

En ce qui concerne l'agriculture biologique, 218 fermes sont en bio (+9% entre 2016 et 2017). Cependant la SAU bio représente que 9,7% de la SAU totale du département. Actuellement, les exploitations bio sont généralement de petites tailles avec une agriculture diversifiée à dominante oléiculture et maraîchage.

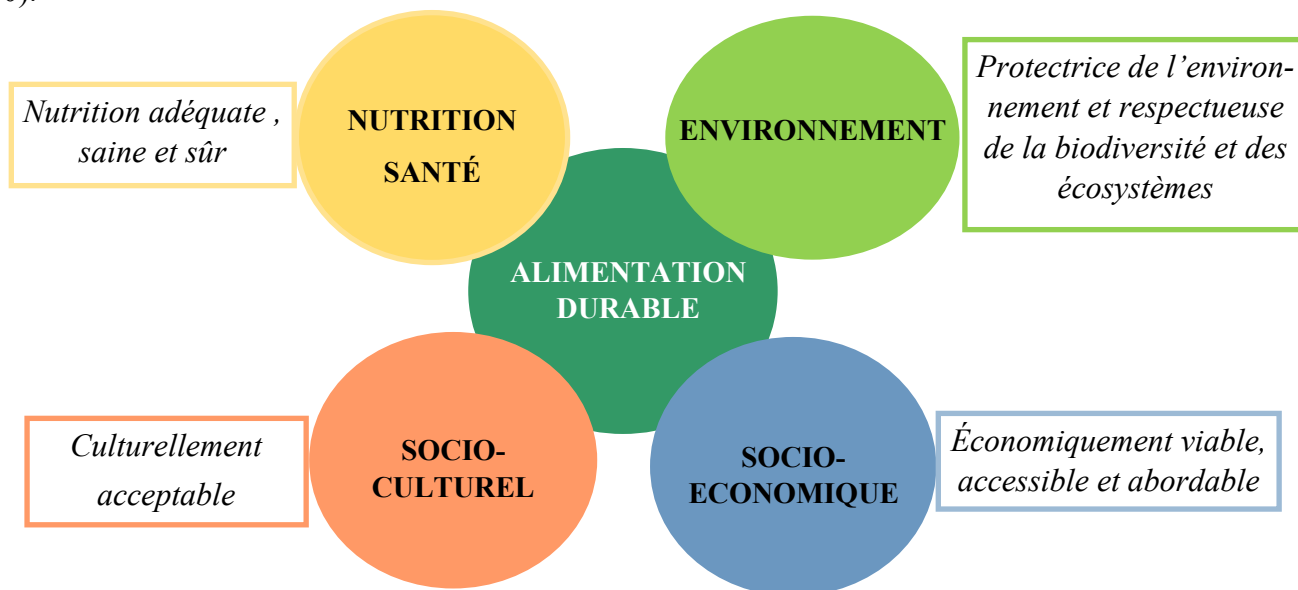
Source : Agribio, 2017

2. Enjeux du diagnostic

Alimentation...de multiples enjeux

Nos choix alimentaires ne sont pas insignifiants. En effet, lorsque nous achetons des produits alimentaires, nous soutenons un modèle, plus ou moins protecteur de l'environnement, de notre santé, favorable ou non au bien-être animal, soutenant ou pas l'économie de nos territoire et l'agriculture locale, etc... Nous encourageons des systèmes alimentaires plus ou moins durables.

Selon la FAO, les régimes durables « contribuent à protéger et à respecter la biodiversité et les écosystèmes, sont culturellement acceptables, économiquement équitables et accessibles, abordables, nutritionnellement sûrs et sains, et permettent d'optimiser les ressources naturelles et humaines » (FAO, 2010).



L'intérêt des produits bio-locaux

Faire le choix d'acheter des produits bio-locaux permet de soutenir une agriculture et une alimentation durable de différentes manières :

Socialement :

- Les produits issus de l'AB : ont une qualité nutritionnelle supérieure aux produits conventionnels (INRA, 2015)
> ils protègent la santé des consommateurs et des producteurs.
- Les achats locaux :
 - Renforcent les liens entre les différents acteurs du territoire.
 - Valorisent le métier d'agriculteur et les produits locaux.

Environnement :

- L'agriculture biologique protège l'environnement et les écosystèmes.
- Les achats locaux garantissent aux consommateurs une

Economiquement :

- Les achats locaux
 - Encouragent l'économie locale
 - Maintiennent voire accroissent les revenus des agriculteurs et des intermédiaires et créent des emplois.

C'est pourquoi la ville de Mouans-Sartoux, via sa Maison d'Éducation à l'Alimentation Durable souhaite étudier l'offre et la demande en produits bio-locaux sur sa commune et trouver des pistes d'actions adéquates pour qu'ils soient plus accessibles aux Mouansois.

3. Objectifs et Méthodologie

La finalité de l'étude

Identifier l'offre et la demande en produits biologiques locaux sur le territoire.

Evaluer les pratiques de vente des producteurs locaux et les pratiques d'achats des consommateurs ainsi que leurs points de vue.

Mesurer le rôle des intermédiaires et leurs ancrages dans les circuits de proximités.

Dégager les intérêts, les contraintes et les attentes des différents acteurs par rapport à la vente ou l'achat de produits biologiques par les circuits de proximité.

Cerner les dynamiques d'évolution.

Les trois enquêtes

CONSOMMATION

Questionnaire en ligne aux consommateurs.

Quinze questions sur :

- ◇ Leurs habitudes d'achats
- ◇ Leurs intérêts pour les produits biologiques et locaux
- ◇ Leurs attentes par rapport au développement des produits bio-locaux

Consommateurs interrogés :

- Les habitants Mouansois
- Les personnes travaillant à Mouans-Sartoux

INTERMÉDIAIRES

Rencontres et entretiens avec 13 intermédiaires sur :

- ◇ Leurs pratiques d'approvisionnement
- ◇ Leurs intérêts pour les produits bio-locaux
- ◇ Leurs attentes par rapport à l'approvisionnement auprès de producteurs locaux

Intermédiaires rencontrés :

- 1 artisan-commerçant
- 5 magasins spécialisés : 3 bio, 1 vrac, 1 commerce équitable
- 4 restaurateurs et 2 traiteurs
- 1 responsable d'une enseigne grossiste

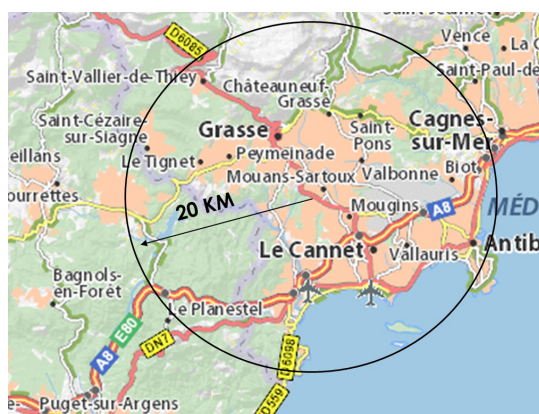
PRODUCTEURS

Rencontres et entretiens avec 16 exploitations certifiées Agriculture biologique (AB) sur :

- * Leurs modes de commercialisation
- * Leurs intérêts pour les circuits de proximité et l'agriculture biologique
- * Leurs attentes par rapport au développement de circuits de commercialisation locaux.

Producteurs rencontrés :

- 2 chevriers
- 8 maraîchers et horticulteurs
- 3 agrumiculteurs
- 1 éleveur de viandes ovines
- 1 oléiculteur
- 1 producteur de plantes à parfums



Exploitations bio situées dans un rayon de 20km de Mouans-Sartoux

4. La demande : enquête sur la consommation alimentaire des Mouansois

La diffusion du questionnaire :

- Communication par mailing, article dans le bulletin municipale, affiches et flyers dans la ville et sur les réseaux sociaux.
- Mise en ligne sur internet pendant 3 mois, de mars à juin 2018.
- Choix d'un questionnaire en ligne pour sa facilité d'administration et sa capacité à collecter de nombreuses réponses
- Possibilité de répondre sur papier ou par téléphone.

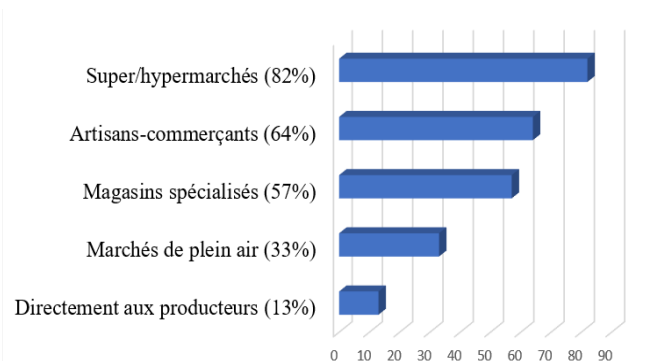
Les résultats aux questionnaire :

- Le nombre de répondant est de 514 personnes (âgées de plus de 18 ans) >> 88% Mouansois, 12% non Mouansois travaillant à Mouans-Sartoux.
- Parmi les répondants, il y a une surreprésentation des femmes (80%), des 30-44 ans (52%) et des cadres et professions intellectuelles (43%).
- Des mesures de redressements ont été prises pour palier à la sous-représentation des retraités, d'ouvriers ou personnes inactives en faisant passer le questionnaire sur les marchés ou à la maison des projets.

La consommation alimentaire à Mouans-Sartoux

Les habitudes d'achat

Les répondants font leurs achats alimentaires à Mouans-Sartoux (90%) et/ou dans les communes environnantes, principalement à Grasse ou à Mougins. Les lieux d'achats les plus privilégiés sont les super/hypermarchés, chez les artisans-commerçants ainsi que les magasins spécialisés, notamment les magasins bio.



Quels sont les critères les plus importants pour choisir vos lieux d'achats ?

1. Vente de produits locaux (63%)
 2. Distance par rapport au domicile (58%)
 3. Prix de vente (52%)
- Vente de produits biologiques (52%)

Les produits BIO

La majorité des consommateurs achètent des produits certifiés bio **depuis plus de 2 ans**.

Produits les plus consommés en bio :

- Œufs
- Fruits et légumes

86%

des répondants déclarent consommer des produits bio.

Les motivations à l'achat de produits bio :

1. Consommer des produits meilleurs pour ma santé (87%)
2. Préserver l'environnement (70%)
3. Le goût et la qualité des produits (63%)

4. La demande : enquête sur la consommation alimentaire des Mouansois

La consommation alimentaire à Mouans-Sartoux

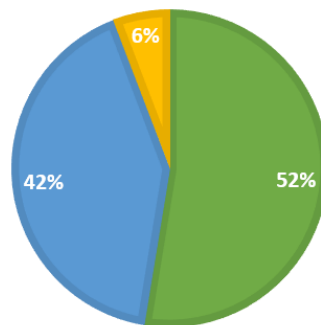
Les produits locaux

>>> **94%** des répondants déclarent faire attention à l'origine des produits alimentaires qu'ils achètent, toujours ou uniquement pour certains produits.

Produits dont l'origine est la plus regardée :

- Fruits et légumes
- Viandes/poissons
- Œufs

■ Toujours ■ Uniquement pour certains produits ■ Non, jamais



Les motivations à l'achat de produits locaux :

1. Le soutien à l'économie locale (74%)
2. Le goût et la qualité des produits (70%)
3. La préservation de l'environnement (50%)

>>> **58%** répondants déclarent préférer acheter des produits locaux à des produits biologiques venant d'autres pays (24% n'ont pas d'avis et 18% préfèrent les produits biologiques).

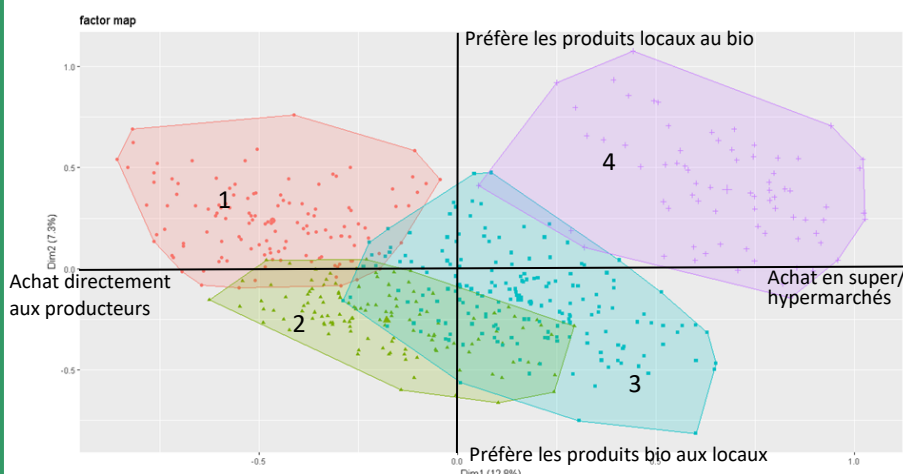
>>> **72%** des répondants affirment qu'ils iraient plus souvent chez les **artisans-commerçants** de Mouans-Sartoux s'ils proposaient des **produits biologiques locaux**.

Les attentes des consommateurs

Les répondants affirment qu'ils achèteraient plus souvent des produits bio-locaux si

1. Les **prix étaient moins élevés** (70%)
2. Ils en **trouvaient dans leurs lieux d'achats habituels** (60%)
3. Ils pouvaient **rencontrer le producteur** (32%)
4. Ils pouvaient en **commander sur internet** (20%)

Les catégories de consommateurs à Mouans-Sartoux



L'enquête a relevé **4 catégories de consommateurs distinctes** en fonction de :

- Leurs pratiques d'achats alimentaires
- Leurs intérêts pour les produits biologiques et locaux. .

4. La demande : enquête sur la consommation alimentaire des Mouansois

Les catégories de consommateurs à Mouans-Sartoux

1. Les adeptes des circuits courts	4. Les 'conventionnels'
<p>Consommation de produits biologiques, élevée et diversifiée, depuis plus de 5 ans.</p> <p>Accordent une grande importance à l'origine des produits. Préfèrent acheter des produits locaux à des produits biologiques non locaux.</p> <p>Font leurs courses directement chez les producteurs, via les AMAPs, sur les marchés ou chez les artisans-commerçants.</p> <p>Le prix et la diversité des produits ne sont pas importants, ils recherchent surtout la connaissance avec le vendeur/producteur.</p> <p>Ils souhaitent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trouver plus de produits bio et locaux dans leurs lieux d'achat. - Avoir plus de proximité avec les producteurs. 	<p>Ne consomment pas de produits biologiques et ne font pas souvent attention à l'origine des produits qu'ils achètent.</p> <p>Ces consommateurs font majoritairement voir exclusivement leurs courses aux super/hypermarchés.</p> <p>Le prix des produits est leur principal critère de choix. Ils se tournent donc vers les magasins proposant les prix les plus avantageux.</p> <p>Pour finir, ils affirment que leur mode de consommation leur convient et qu'ils ne souhaitent pas modifier leurs pratiques pour consommer plus de produits biologiques-locaux.</p>
2. Les bio à tout prix	3. Les diversifiés
<p>Ils consomment exclusivement des produits bio depuis plus de 5 ans.</p> <p>N'accordent pas beaucoup d'importance à l'origine des produits. Ils ne cherchent pas non plus la proximité et la rencontre avec le producteur ou le vendeur.</p> <p>Font leurs achats en magasins spécialisés bio voir en super/hypermarchés.</p> <p>Ils vont dans les magasins qui proposent des produits bio et qui se situent à proximité de leur travail ou de leur domicile.</p> <p>Ils souhaitent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Trouver plus de produits bio-locaux dans leurs lieux d'achat. - Pouvoir en acheter sur internet. 	<p>Consomment rarement à souvent des produits bio, depuis 6 mois à 5 ans. Ils achètent majoritairement les fruits/légumes et œufs en bio.</p> <p>Ils font attention à l'origine de certains produits surtout les fruits/légumes et la viande.</p> <p>Vont faire leurs courses en super/hypermarchés mais vont également sur les marchés ou bien chez les artisans-commerçants.</p> <p>Ils font attention aux prix des produits et veulent avoir une grande diversité de choix dans leurs lieux d'achat.</p> <p>Ils souhaitent :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des prix moins élevés pour les produits bio-locaux. <p>Ils disent être prêt à se rendre plus souvent dans des lieux d'achat moins habituels pour en trouver.</p>

Des attentes communes de la part des consommateurs

- **Trouver plus de produits bio-locaux dans leurs lieux d'achats** (magasins spécialisés, marchés, artisans-commerçants) >> Développer les partenariats entre producteurs bio et artisans-commerçants et entre producteurs bio et magasins spécialisés.
- **Des prix moins élevés** >> Travailler sur la perception des prix par les consommateurs.
- **Pouvoir acheter sur internet** >> Mettre en place une plateforme de vente en ligne.

5. L'offre : enquête sur la production biologique du territoire

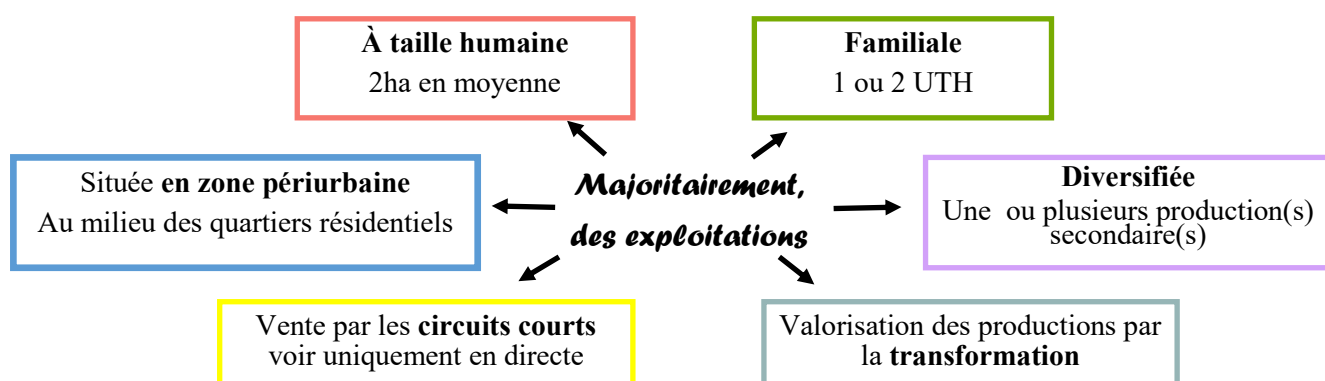
Méthode d'enquête :

- Recherches bibliographiques pour préparer le guide d'entretien et comprendre le contexte agricole du département.
- Recensement de 43 exploitations biologiques sur le territoire grâce à l'annuaire 2017 d'Agribio06
- Prise de rendez-vous par téléphone avec les chefs d'exploitation.

L'échantillon de producteurs :

- 16 entretiens semi-directifs menés en face à face dans 16 exploitations bio (37% de la population) dont : 7 maraîchères, 2 caprines avec transformation fromagère, 3 agrumeraies, 1 oliveraie, 1 élevage ovins viande, 1 production fruitière, 1 production de plantes à parfums.
- Traitement statistiques analyse des dires des acteurs.

Un échantillon représentatif de l'agriculture biologique du territoire



Les circuits de commercialisation

Mode de commercialisation		
	Nb	
Vente sur l'exploitation	9	56,3%
AMAP	7	43,8%
Magasin spécialisé	7	43,8%
Marché plein vent	6	37,5%
Marché paysan	4	25,0%
Grossiste	3	18,8%
Foire et salon	3	18,8%
Coopérative	3	18,8%
Agrotourisme	2	12,5%
Collectivité	2	12,5%
Internet	2	12,5%
Bord de route	2	12,5%
Restaurant	1	6,3%
Distribution de paniers	1	6,3%
La Ruche qui dit Oui	1	6,3%
Points de vente collectif	0	0,0%
Total	16	

Les circuits courts constituent un débouché important pour les exploitations enquêtées. Pour la majorité, il s'agit du seul mode de commercialisation. Les plus petites exploitations sont les plus dépendantes des circuits courts voire même de la vente directe.

Les modes de commercialisation les plus utilisés par les exploitations de l'échantillon

- Vente directe sur l'exploitation (56%),
- AMAP (44%)
- Magasins spécialisés (44%)

Le nombre de modes de vente est variable selon les exploitations. Certaines exploitations n'ont qu'un mode de commercialisation, d'autres peuvent cumuler jusqu'à 8 systèmes différents. Cela est souvent corrélé à la taille de l'exploitation et les volumes de production.

5. L'offre : enquête sur la production biologique du territoire

Les catégories de producteurs

L'enquête a révélée 3 catégories de producteurs :

Les 'petites' exploitations (12 sur les 16 rencontrées)

Exploitations :

- Surfaces de 2 à 3 hectares avec 1 ou 2 UTH.
- Production diversifiée, faibles rendements
- Installation dans un cadre familial ou hors cadre mais souvent après reconversion professionnelle.

Pratiques agricoles :

- Pratique de l'agriculture biologique par conviction. Prône une agriculture paysanne, protectrice de la nature et de la santé.
- Sont labélisés AB pour augmenter leurs débouchés de commercialisation.

(UTH = Unité Travail Humain)

Commercialisation :

Majoritairement en **vente directe**

Deux types de commercialisation différentes :

- **Diversifié** : AMAP, à la ferme, à de petites épiceries spécialisés (Boomerang, la MCE) + vente à Biocoop ou aux cantines des collèges en cas de surproduction
- **Unique** : 1 mode de commercialisation (80% CA) : marchés, magasins bio ou à la ferme.

Attentes:

- ⇒ Accroître au maximum leurs marges
- ⇒ Passer le moins de temps possible pour la commercialisation
- ⇒ Vendre le plus près possible de la ferme.

Les 'grandes' exploitations (4 sur les 16 rencontrées)

Exploitations :

- Surfaces de 10 à 20 ha avec 4 à 20 UTH
- Forte production plus spécialisée
- Installation dans un cadre familial
- Famille agricole connue sur le territoire et influente.

Pratiques agricoles :

- Conversion à l'agriculture bio à partir des années 2000, surtout pour des raisons économiques et de différenciation commerciale.

Commercialisation:

Modes de commercialisations très diversifiés:

- **Circuits longs** : Grossistes
- **Circuits courts** : Collectivités, magasins bio, magasins de producteurs
- **Vente directe** : Magasin sur l'exploitation, AMAPs, marchés.

Attentes:

- ⇒ Trouver des terres agricoles pour s'agrandir malgré la pression du foncier et de l'urbanisation sur les terres agricoles cultivables.

Les exploitations de montagnes (aucune n'a été rencontrée)

Exploitations : située au nord du département

- Surfaces très variables, entre 2,5 et 100 ha
- Production diversifiée.
- Installation dans un cadre familial ou hors cadre.

Pratiques agricoles :

- Pratique de l'agriculture biologique par conviction. Prône une agriculture paysanne, protectrice de la nature et de la santé.
- Agriculture de montagne (gèle/neige entre novembre et avril).

Commercialisation :

Majoritairement en **vente directe**

Dans les villages à proximité et descente sur la côte plusieurs fois par semaine pour les marchés, AMAPs.

Attentes:

- ⇒ Réduire les temps de transport des montagnes jusqu'à la ville > mutualisation des livraisons
- ⇒ Avoir des commandes en quantité suffisantes pour rentabiliser les coûts et temps de transport

5. L'offre : enquête sur la production biologique du territoire

Bilan de l'offre en produits locaux

Les producteurs bio du territoire n'ont **aucune difficulté à vendre leurs produits** car le nombre d'exploitations bio et leurs volumes de production sont bien inférieurs à la demande. De ce fait, toutes les exploitations vendent une partie voire la totalité de leur production en **vente directe** via la vente à la ferme, les AMAPs, sur les marchés, etc...La vente directe leur permet de mieux valoriser leur production. Grâce à une **demande locale largement supérieure à l'offre**, les produits sont vendus sur le département voire parfois uniquement dans un rayon de 10 km autour de l'exploitation. Néanmoins, les circuits courts utilisés par les producteurs locaux ne permettent pas de répondre aux attentes de tous les consommateurs.

6. Correspondance entre offre et demande

Quel circuit pour quel producteur et quel consommateur ?

LA VENTE DIRECTE

PRODUCTEURS

+ Avantages de la vente directe

- Une distribution proche de l'exploitation = réduction des coûts monétaires et temporels.
- Une marge maximale lors de la vente = pas d'intermédiaires.

• Inconvénient de la vente directe

- Un temps pour la commercialisation important

CONSOMMATEURS

+ Avantage de la vente directe

- Des produits frais et mûrs = qualité supérieure.
- Les rencontres avec les producteurs, les échanges, une relation de confiance.

• Inconvénients de la vente directe

- Des prix généralement considérés comme supérieurs à ceux des grandes surfaces.

AMAP



Actuellement, il existe 13 AMAPs dans un rayon de 20 km autour de Mouans-Sartoux.

PRODUCTEURS



- L'engagement des consommateurs à acheter les produits pendant 6 mois et à prendre compte des fluctuations et des aléas de l'activité agricole.
- Le temps de distribution est relativement court.
- La distribution de produits ne correspondant pas aux standards commerciaux (abimés, petits calibres).



- La nécessité de produire en quantité suffisante toute l'année pour approvisionner l'AMAP.
- L'AMAP touche uniquement une clientèle 'sensibilisée'.

Pratiqué par tous type de producteurs.

CONSOMMATEURS



- L'engagement des producteurs à fournir en quantité suffisante toute l'année.
- La rencontre avec les producteurs et les autres AMAPiens.
- Le soutien à l'agriculture paysanne.



- L'impossibilité de choisir ce qu'il y a dans les paniers de légumes.
- L'obligation d'être présent chaque semaine pour récupérer le panier à une heure fixe.
- L'engagement à acheter sur plusieurs mois.

Utilisé par les consommateurs du groupe 1 « les adeptes des circuits courts ».

6. Correspondance entre offre et demande

Quel circuit pour quel producteur et quel consommateur ?

Commande à la ferme

Certains producteurs vendent leurs produits directement sur l'exploitation après commande ou proposent des paniers à venir récupérer.



PRODUCTEURS



- La possibilité d'accepter ou de refuser la commande.
- La vente de produits à maturité, réduction des pertes.
- Le gain temporel et monétaire car il n'y a pas livraison à faire, les clients viennent sur l'exploitation.
-
- L'obligation d'être présent sur l'exploitation ou bien faire confiance et laisser la commande dans un coin.
- La clientèle est peu nombreuse, constituée de personnes 'sensibilisées'

Pratiqué par les petites exploitations

CONSOMMATEURS



- La commande par email ou téléphone.
- La rencontre avec le producteur.
- La possibilité de voir l'exploitation.



- La nécessité de prendre le temps de se rendre sur l'exploitation pour récupérer la commande.
- La difficulté à connaître les producteurs utilisant ce mode de commercialisation.

Utilisé par les consommateurs du groupe 1, les 'adeptes des circuits courts'

Agrotourisme



L'agrotourisme (visite à la ferme, chambre d'hôte, etc) est peu pratiqué sur le territoire malgré le poids économique du tourisme sur le département. Néanmoins, quelques fermes organisent régulièrement des visites et d'autres participent à l'événement de Ferme en Ferme organisé annuellement par Agribio06.

PRODUCTEURS



- La différenciation de l'offre
- Une source de revenu complémentaire
- Faire connaître l'exploitation
- Attirer une clientèle touristique et locale.



- La double activité demande du temps.
- La nécessité de travailler la communication pour attirer les visiteurs

Pratiqué par tous types d'exploitation et consommateurs

CONSOMMATEURS



- La découverte en famille ou entre amis des exploitations agricoles et échanger avec les agriculteurs.
- La possibilité de goûter et acheter des produits à la ferme.



- Une activité occasionnelle, ce n'est pas un vrai mode de consommation.

6. Correspondance entre offre et demande

Quel circuit pour quel producteur et quel consommateur ?

La Ruche qui dit oui !

« La Ruche qui dit Oui ! » est une plateforme internet qui met en relation des producteurs locaux avec des habitants d'une même ville. Les consommateurs peuvent commander sur internet puis, comme en AMAP, ils peuvent venir chercher leurs produits un jour dans la semaine à une heure et dans un lieu prédéfini.



PRODUCTEURS

- +**
- Le temps de distribution est relativement court.
- Le système permet de toucher une large clientèle, plus citadine, moins engagée.
- La possibilité de proposer la quantité que l'on veut. Ne nécessite pas une grosse production ou une régularité sur l'année.

-
- La plateforme prend une commission de 15% sur le prix payé.

Pratiqué par les petites exploitations

CONSOMMATEURS

- +**
- Les commandes et le règlement se font en ligne > facilité
- Les clients ne s'engagent pas à acheter sur plusieurs mois

-
- La plateforme prend une commission de 15% sur le prix payé.
- La nécessité de se rendre au lieu de distribution à une heure et un jour précis.

Utilisé par les groupes 1 et 3 :

'Adeptes des circuits courts' et 'Diversifiés'

Marché de plein vent



De nombreux marchés sont présents hebdomadairement sur le territoire. En effet, 69 marchés ont lieu chaque semaine dans un rayon de 20 km autour de Mouans-Sartoux. Par ailleurs, tous les mardis et jeudis des producteurs locaux viennent vendre sur les marchés de Mouans-Sartoux.

PRODUCTEURS

- +**
- Les marchés touchent un large public localement > une clientèle différente selon les jours de la semaine.
- Le relationnel est important avec les clients réguliers.
- L'offre s'adapte à la demande.

-
- La nécessité d'avoir une gamme diversifiée de produits et en quantité pour faire face à la concurrence des revendeurs.
- Le temps consacré à la vente est important.
- Les risques de pertes sont conséquents.
- Consommateurs souhaitant de 'beaux' produits.

Pratiqué par tous type de producteurs

CONSOMMATEURS

- +**
- Des marchés plusieurs fois par semaine à proximité de Mouans-Sartoux.
- Une diversité de produits dans un même lieu.
- Un moment de rencontre et de sociabilité.

-
- La difficulté à différencier les producteurs locaux des revendeurs.
- Le manque de communication sur les jours/ horaires des marchés.
- Le faible nombre de marchés bio ou de producteurs bio sur les marchés .

Fréquenté par les consommateurs du groupe 1, 2 et 3

'Adeptes des circuits courts', 'Fervents défenseurs du bio' et les 'diversifiés'

6. Correspondance entre offre et demande

Quel circuit pour quel producteur et quel consommateur ?



Magasin de producteur

Sur le territoire, cinq magasins de producteurs bio ont été recensés, certains producteurs vendent uniquement leurs produits dans leurs magasins et d'autres vendent en plus des produits d'autres producteurs (locaux ou non locaux) pour diversifier et accroître l'offre en magasin.

PRODUCTEURS



- Une large clientèle touchée.
- Des produits diversifiés dans un même point de vente >> attire les consommateurs.



- Le magasin demande beaucoup de temps pour la commercialisation
- Les frais de logistiques et structurels sont importants
- La nécessité de proposer une gamme diversifiée de produits ainsi que des produits attrayants.

Pratiqué par les 'grandes' exploitations

CONSOMMATEURS



- Les magasins sont généralement situés sur les axes routiers ou dans les villes >> praticité d'accès.
- Une gamme de produits très diversifiée >> produits de différents producteurs locaux.



- Des prix perçus comme élevés.
- Un faible nombre de magasins de producteurs sur le territoire.
- Des magasins parfois ouverts qu'un jour ou deux par semaine.

Fréquenté par les groupes 1 et 3 voir 2

'Adeptes des circuits courts' et 'Diversifiés' voir les 'Fervents défenseurs du bio'

Bilan de la vente directe sur le territoire :

- La majorité des producteurs vendent localement par la vente directe.
- Un fort développement des circuits courts et une bonne valorisation des produits bio.
- Une entraide et de bonnes relations entre les producteurs >> permet aux producteurs ayant un magasin de vendre les produits d'autres producteurs à un juste prix, grâce à une confiance mutuelle.
- De nombreux canaux de distribution actuellement présents autour de Mouans-Sartoux (rayon de 20 km)
 - 13 Amaps, 18 points de vente à la ferme, 6 boutiques de producteurs, 69 marchés par semaine.

POINTS FAIBLES :

- Une offre difficilement accessible à tous.
 - Une majorité de systèmes obligeant le consommateur à s'organiser pour venir récupérer leur commande à un horaire précis (Amap, commandes, 'ruche qui dit oui!').

Ce mode de distribution n'est pas compatible avec les emplois du temps de tous et beaucoup d'habitants ne sont pas prêts à faire cette démarche.

- Un nombre de magasins de producteurs limités sur le territoire et des horaires d'ouvertures pas toujours connus. Réticence de certains consommateurs à aller dans des points de ventes moins habituels.
- Des prix perçus comme trop élevés par de nombreux consommateurs
- Des producteurs locaux pas assez différenciables sur les marchés et peu de marchés bio sur le territoire.

7. Complément offre et demande : les intermédiaires

Méthode d'enquête :

- Recherches bibliographiques pour préparer le guide d'entretien.
- Recensement des restaurants et commerces alimentaires à Mouans-Sartoux
- Prise de rendez-vous par téléphone avec les commerçants, rencontres lors de l'assemblée générale du commerce de la ville en mars.

L'échantillon d'intermédiaire :

- 13 entretiens semi-directifs menés en face-à-face avec une boulangerie, 5 magasins spécialisés, 4 restaurateurs, 2 traiteurs et un responsable d'une enseigne grossiste pour professionnels.
- Traitement statistique, analyse des dires des acteurs.

Des approvisionnements bio-locaux difficiles

Parmi l'ensemble des commerces rencontrés, seulement certains intermédiaires arrivent à s'approvisionner auprès de producteurs locaux (surtout les magasins spécialisés). Les autres enseignes semblent montrer des difficultés ou peu d'intérêt pour les approvisionnement bio-locaux.

Quels sont leurs freins aux approvisionnements locaux en produits bio ?

Les produits Bio :

- Des **prix généralement supérieurs à ceux des produits conventionnelles**.
Mais la clientèle ne semble pas prêt à payer plus cher pour du bio.
- **Une certification a un coût important** (500€ en moyenne) et un cahier des charges imposant beaucoup de contraintes.
- **Des difficultés à travailler tout en bio** (faire des plats 100% bio) >> temps de travail, prix, trouver tous les condiments en bio....
- **Un risque de catégorisation du restaurant** >> amalgame des consommateurs entre bio, végétarienne, végan, sans gluten...

Les approvisionnements locaux

- Une offre supérieure à la demande et des **producteurs préférant vendre directement aux consommateurs** pour accroître leurs marges.
- Des **prix supérieurs pour les produits locaux** aux produits achetés en gros.
- **Des consommateurs pas prêts à payer plus cher.**
« C'est que le consommateur il est prêt à payer direct au producteur une côte d'agneau plus cher, mais il est pas prêt à nous payer nous, un produit transformé, plus cher, sous prétexte que la viande vient d'un petit producteur. Tout le monde le dit, les produits locaux, les produits... mais en réalité, la réalité du marché, c'est que personne ne veut les payer plus » (sic).

Bilan des intermédiaires

Les intermédiaires, notamment les artisans-commerçants et les restaurateurs, ont fait remonter leurs **difficultés à travailler avec des produits bio-locaux**. Selon eux, la demande des consommateurs pour ces produits augmente, cependant, ces derniers ne semblent pas prêts à payer plus cher pour ces produits de qualité.

7. Complément offre et demande : les intermédiaires

Quel circuit pour quel producteur, quel intermédiaire, quel consommateur ?

LES CIRCUITS COURTS avec un intermédiaire

PRODUCTEURS

- + **Avantage pour le producteur**
 - Consacrer peu de temps à la commercialisation
 - Profiter de la réputation de l'enseigne.
- **Inconvénients de l'intermédiaire**
 - Supporter une marge commerciale inférieure à la vente directe
 - Nécessiter de produire en quantité suffisante.

CONSOMMATEURS

- + **Avantage pour le consommateur**
 - Acheter des produits frais et mûrs = qualité supérieure.
 - Obtenir une diversité de produits, plus de choix.
 - Des lieux d'achats dans les centres villes, ouvert toute la journée.
- **Inconvénient de l'intermédiaire**
 - Pas de proximité, de rencontre avec le producteur.

INTERMÉDIAIRES

- + **Avantage pour l'intermédiaire**
 - Proposer des produits frais et mûrs = qualité supérieure
 - Se différencier grâce à des produits locaux et issus de l'agriculture biologique
- **Inconvénients pour l'intermédiaire**
 - Une multiplication du nombre de fournisseurs
 - Des approvisionnements parfois irréguliers (fréquences, volumes)
 - Des difficultés à s'approvisionner auprès de producteurs locaux : demande > offre.

Magasin spécialisé

Les magasins spécialisés sont des points de vente distribuant une seule catégorie de produits tels que les magasins bio, les épiceries Vrac ou bien les Maisons du Commerce Equitable. Cependant, les magasins spécialisés du territoire ne vendent pas tous des produits bio-locaux.

Lors de l'étude, trois commerces proposant un grand nombre de produits bio-locaux ont été recensés : Biocoop Méditerranée, Epicerie Boomerang, la Maison du Commerce Equitable de Mouans-Sartoux.

Les producteurs vendent de deux manières différentes aux magasins :

- ⇒ Approvisionnements réguliers par contrat ou sans contrat.
- ⇒ Ventes occasionnelles lors de surproduction pour écouler les produits n'ayant pas été vendus.

De plus en plus de magasins bio du territoire essaient de développer les approvisionnements locaux. **MAIS** la majorité des producteurs privilégient la vente directe.

Lorsque les agriculteurs ont une production suffisante pour vendre à des intermédiaires, ils choisissent les magasins:

- Situés à proximité de leurs exploitations => gain de temps de livraison.
- Ceux qu'ils connaissent, à qui ils font confiance => ceux qui comprennent leurs difficultés (imprévus, baisse de la production, produits légèrement abimés ou ayant un calibre « hors norme »).
- Ceux qui achètent au juste prix leurs produits.

Les commerçants sont de véritables intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs :

- Ils **connaissent les agriculteurs**, leurs produits >> expliquent aux clients la manière dont sont cultivés les produits, la localisation, l'histoire des producteurs...
- Ils **connaissent les attentes de leurs clients** >> les font remonter aux producteurs pour qu'ils adaptent leur offre à la demande locale.

Pratiqué par tous type de producteurs

Fréquentés par les consommateurs du groupe 1, 2 et 3

7. Complément offre et demande : les intermédiaires

Quel circuit pour quel producteur et quel consommateur ?

Artisans-commerçants et restaurateurs/traiteurs

La ville de Mouans-Sartoux compte une quarantaine de restaurants sur sa commune ainsi qu'une boucherie, une poissonnerie, 5 boulangeries, 2 chocolatiers et une biscuiterie. Parmi ces commerces, une boulangerie propose un pain bio, un restaurant-snacking est certifié bio et quelques commerces/restaurants s'approvisionnent localement pour certains produits.

De multiples difficultés pour les restaurateurs et commerçants à s'approvisionner localement :

1) Complications logistiques :

- Ils n'ont pas le temps pour rechercher des fournisseurs locaux
- Il ne veulent pas multiplier les fournisseurs, les livraisons
- Ils préfèrent choisir leurs produits => ils cherchent de beaux produits car le visuel est primordial.
- La clientèle souhaite consommer certains plats connus toute l'année, quelque soit la saison (tarte aux fraises, ratatouille, salade de tomates, etc...)
- Ils ne souhaitent pas tous mettre en avant leurs approvisionnements bio quand ils en ont car ils ont peur que les consommateurs face un amalgame entre bio, végétarien, végan, sans gluten...

2) Augmentation des prix sur la carte

- Des prix généralement plus élevés pour les produits bio-locaux = **concurrence sur les prix** entre les restaurants et entre commerces >> le prix semble être le premier critère de choix du consommateur.

« Vous allez pas regarder d'où il vient son foie gras, s'il est surgelé, son origine...vous allez pas regarder ça ! Vrai ou faux ? Vrai ! 90% de la clientèle elle est comme ça...Vous allez regarder le prix du menu en premier ! » (sic).

A cause de ces complications, la majorité des restaurants/commerçants de la commune ne travaillent pas ou très peu avec des producteurs locaux. Ils font généralement leurs achats chez des grossistes et dans de grandes surfaces alimentaires.

Un mode de vente peu avantageux pour les producteurs:

- Des **livraisons** fréquentes et en petites quantités = pas pratique pour les producteurs
- Des **commandes du jour au lendemain**
- Des **prix d'achats inférieurs** à ceux de la vente directe

Les producteurs bio-locaux du territoire n'ont aucun problème de commercialisation, ils ont beaucoup de demandes de la part des particuliers auxquels ils peuvent vendre à un bon prix leur production. De ce fait, au niveau économique mais aussi pratique, la vente à des commerçants ou restaurateurs n'est pas un circuit de commercialisation avantageux pour eux.

Comment font certains commerçants/ restaurateurs pour travailler avec des producteurs locaux ?

- **Le relationnel** >> lorsqu'un producteur et un commerçant se connaissent personnellement, il y a une confiance mutuelle et en général, ils travaillent ensemble car ils s'apprécient. Ce circuit commercial est souvent plus compliqué logistiquement et économiquement mais le relationnel passe au dessus.
- **Approvisionnement local régulier** >> certains commerçants/restaurateurs s'approvisionnent sur le marché de Mouans-Sartoux pour leurs fruits et légumes. Cela leur permet d'avoir des produits frais et locaux.
- **Adapter leurs assiettes** >> quelques restaurateurs modifient leurs assiettes en fonction des produits de saisons et paient certains produits locaux un peu plus chers et en mettent moins dans l'assiette pour que leurs prix n'augmentent pas.



7. Complément offre et demande : les intermédiaires

Bilan de la vente en circuits courts par un intermédiaire

- La majorité des magasins spécialisés bio souhaitent augmenter leurs approvisionnements locaux.
- Une relation de confiance et d'entraide entre certains magasins spécialisés et producteurs locaux est favorable à des échanges marchands durables.
- Quelques restaurateurs à Mouans-Sartoux essayent de s'approvisionner localement malgré leurs difficultés.

POINTS FAIBLES :

- **Difficulté des intermédiaires à s'approvisionner localement** >> les producteurs locaux favorisant la vente directe car le passage par un intermédiaire réduit leurs marges.
- Manque de diversité de l'offre, difficultés à s'approvisionner dans les quantités voulues, contrainte de la multiplication des fournisseurs.
- **Difficulté des commerçants à vendre des produits locaux** >> pour un même produit, les consommateurs sont prêts à payer plus cher en vente directe mais pas dans un commerce.
- **Une concurrence essentiellement sur les prix entre restaurateurs et entre commerçants** (les consommateurs habitués à avoir des prix bas).
- Besoin pour les intermédiaires à **travailler sur la communications** >> valoriser leurs démarches d'approvisionnements locaux et de développement des produits bio.

8. Pistes de réflexion

Ces trois enquêtes permettent de mettre en avant des pistes de réflexion pour mener des projets favorables au développement de l'offre et de la consommation de produits bio-locaux sur le territoire : les attentes des consommateurs, les besoins des producteurs et des intermédiaires, les difficultés rencontrées, etc....

>>> Ce travail de diagnostic a permis de déterminer **six leviers potentiels** qui pourraient être activés pour développer la commercialisation et la vente de produits alimentaires bio-locaux à Mouans-Sartoux.

Les pistes d'actions proposées sont concrètes et adaptées au contexte local et prennent compte des attentes et des intérêts de chaque acteur.

>>> L'étude a également permis de **répertorier les lieux où les Mouansois peuvent actuellement trouver des produits bio et locaux** sur leurs territoires. (cf page 19)

Où trouve-t-on des produits locaux sur le territoire ?

La carte ci-dessous montre la prédominance des marchés dans les communes de la bande côtière. Cela s'explique par une densité de population plus importante dans ces zones et une activité touristique très développée.

En remontant dans les terres, nous pouvons constater l'importance des marchés et des AMAPs dans les communes. Par ailleurs, cette carte montre la faiblesse de l'offre en magasins de producteurs et en marchés bio.

Pour finir, on peut constater que l'offre en vente directe est diversifiée sur la commune de Mouans-Sartoux. Par ailleurs, il est important de rappeler qu'à Mouans-Sartoux, trois magasins s'approvisionnent localement : la Biocoop Méditerranée, l'Epicerie Boomerang et la Maison du Commerce Equitable.

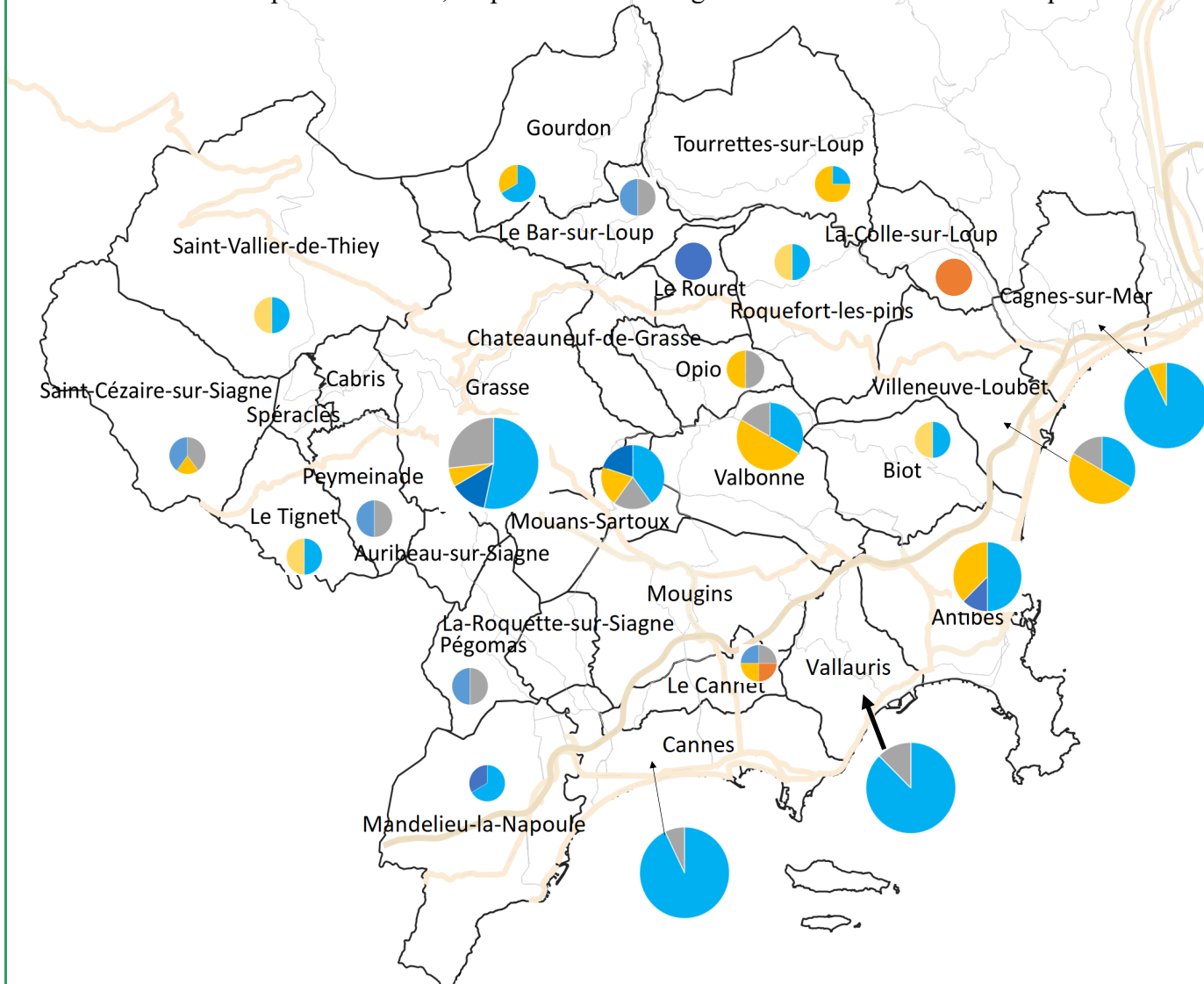


Figure 1 : Répartition des points de vente en produits bio-locaux sur le territoire

Nombre de points de ventes en directes sur la commune :



- Marché de plein vent
- Marché bio
- AMAP
- Magasin de producteurs
- Vente sur l'exploitation

1. Faciliter l'accès aux produits bio-locaux

Pourquoi ?

- Les consommateurs souhaitent avoir plus de proximité avec les producteurs sans pour autant devoir se déplacer jusqu'à la ferme ou s'engager dans des AMAPs.
- De nombreux habitants souhaitent des prix moins élevés.
- Une partie des consommateurs aimerait pouvoir commander par internet.

Or, les producteurs vendent surtout à la ferme, via les AMAPs ou sur les marchés. Ils ne souhaitent pas passer de temps pour la commercialisation.

>>> Le regroupement d'une offre permet un gain de temps pour les producteurs et une gamme plus diversifiée de produits pour les consommateurs.

Comment ? Mise en place d'un site internet de vente de produits bio et locaux.

La création d'une plateforme de regroupement de l'offre des producteurs du département et des commerçants de la ville permet aux consommateurs de commander et acheter en ligne directement aux producteurs.

Fonctionnement potentiel :






- **Les producteurs bio** peuvent mettre en ligne les produits qu'ils souhaitent vendre, la quantité à vendre et le prix en ligne. Ils peuvent également définir une quantité minimale à vendre pour rentabiliser leur déplacement. De même pour les commerçants qui peuvent également proposer leurs produits, ce système leur permet aussi de rencontrer et se rapprocher des producteurs locaux et de les encourager à vendre des produits bio-locaux.
- **Les consommateurs** peuvent se connecter sur leur espace d'achats. Ils peuvent regarder les produits en vente pour chaque catégorie d'aliments puis sélectionner et acheter en ligne les produits qu'ils souhaitent, en quantité voulue et sans engagement sur plusieurs mois. Ils peuvent également consulter les pages des producteurs et obtenir des informations sur leurs exploitations, leurs pratiques de productions et leurs autres modes de commercialisation...

Distribution : Pour récupérer les produits, chaque semaine, les producteurs et les consommateurs se retrouvent un jour et à un horaire précis (de préférence en début de soirée) pour faire la distribution des commandes. Un point de vente situé au centre de Mouans-Sartoux permettrait également aux consommateurs d'aller ensuite chercher les produits commandés chez les commerçants de la ville.

Relationnel : Des forums de discussion sont présents pour que les consommateurs puissent s'arranger pour récupérer les produits en cas d'empêchement. De même pour les producteurs, le forum discussion peut les aider à mutualiser les trajets.

PRODUITS EN VENTE :
Recherche :
 FORUMS
 Martin

FRUITS
LEGUMES
VIANDES
EPICERIE
VINS
SUCRÉ
DIVERS

	<p><u>Haricot vert</u> Prix : 4,20€ / lot de 400g</p> <p style="text-align: center;"> Certifié agriculture biologique</p>	<input type="checkbox"/> Commander Quantité : <input style="width: 100px;" type="text"/>	<p>La Ferme du Sud Louis Petit Mouans-Sartoux</p> <p style="text-align: center;"> Cliquer pour plus d'infos</p>
	<p><u>Carotte fane botte</u> Prix : 3€ / botte de 500g</p> <p style="text-align: center;"> Certifié agriculture biologique</p>	<input type="checkbox"/> Commander Quantité : <input style="width: 100px;" type="text"/>	<p>La Ferme lère Marie Thomas Opio</p> <p style="text-align: center;"> Cliquer pour plus d'infos</p>

2. Développer l'offre sur les marchés

Pourquoi ? Les marchés sont extrêmement importants pour la vie d'une ville. Ils maintiennent une économie locale, permettent de renforcer le lien social entre les habitants et reconnecte les urbains avec le monde agricole.

Or, les prix sur les marchés sont perçus comme trop chers par les consommateurs, qui ne font pas toujours la différence entre les revendeurs et les producteurs locaux.

Aussi, les horaires ne sont pas forcément adaptés aux personnes qui travaillent et peu de produits bio sont vendus sur les marchés du territoire.



Comment ?

1. Aider les producteurs locaux à se mettre en avant sur les marchés

Mettre en place des affiches « producteurs locaux » sur les étales des marchés pour les différencier des revendeurs >> les clients consentent à payer plus cher lorsqu'ils achètent directement aux producteurs.

2. Création d'un marché bio le samedi matin ou un soir de semaine à Mouans-Sartoux

- Permet aux habitants qui travaillent la semaine de venir acheter des produits bio-locaux proche de chez eux.
- Dynamise le centre ville et les commerces du village.
- Renforce l'offre alimentaire bio.

NB: possibilité d'envisager seulement des marchés estivaux.

3. Renforcer les démarches collectives

Pourquoi ? Quelques magasins de producteurs sont présents sur le territoire et commercialisent également les produits d'autres agriculteurs locaux.

Or, ces magasins regroupent des producteurs bien ancrés dans le territoire, qui se connaissent et travaillent ensemble depuis des années. De ce fait, certains producteurs, généralement nouveaux sur le territoire, ne font pas partie de ces circuits de commercialisation alors que la demande en produits bio-locaux est forte et que les consommateurs cherchent des points de vente qui proposent une gamme de produits diversifiées.

Comment ?

Création d'un point de vente collectif à proximité de Mouans-Sartoux

- Le regroupement de l'offre permet un gain de temps pour les producteurs et d'inclure les nouveaux agriculteurs ne faisant pas partie des autres réseaux.
- Lieu de vente offrant une diversité de produits et ayant des horaires d'ouvertures les soirs de semaine et les week-ends.
- S'adresser également aux touristes par des produits locaux à conserver, à emmener, à offrir, etc...



4. Renforcer la communication

Pourquoi ? La vente par les circuits courts est fortement développée sur le territoire de la commune de Mouans-Sartoux et les habitants peuvent acheter des produits bio-locaux dans de nombreux points de vente.

Or, ces lieux d'achats ainsi que leurs jours/horaires d'ouverture ne sont pas toujours connus par les consommateurs qui se rabattent alors vers les super/hypermarchés.

Par ailleurs, les prix des produits bio-locaux sont perçus comme onéreux par une grande partie de la population.

Comment ?

1. Réalisation d'un répertoire des lieux de vente de produits bio-locaux

- Créer une liste des marchés (lieux, jours, horaires), des boutiques de producteurs (adresses, jours, horaires d'ouvertures) ainsi que des AMAPs, des producteurs vendant sur l'exploitation et des commerçants de la ville proposant des produits bio-locaux.
- Diffuser la liste sur le journal de la ville ou la mettre en ligne sur le site de la MEAD ou bien faire des livrets de communication.

2. Concevoir une vidéo présentant les points de vente de produits bio-locaux à Mouans-Sartoux

- Informer les habitants sur les lieux/commerces où ils peuvent trouver des produits bio-locaux.
- Sensibiliser les consommateurs aux justes prix des produits locaux.
- Mettre en avant les acteurs de la ville, communiquer sur le projet alimentaire de Mouans-Sartoux.

5. Encourager les intermédiaires à mettre en place des approvisionnements bio-locaux

Pourquoi ? Les artisans-commerçants, restaurateurs/traiteurs et les magasins spécialisés ont des difficultés à s'approvisionner localement. Comme le montre l'étude, c'est généralement le relationnel et la confiance mutuelle qui permet aux acteurs de travailler ensemble. Aussi, la concurrence sur les prix de vente est importante entre restaurateurs et aussi bien entre les artisans-commerçants.

Or, les consommateurs de l'étude affirment qu'ils iraient plus souvent chez les artisans-commerçants s'ils proposaient plus de produits bio-locaux.

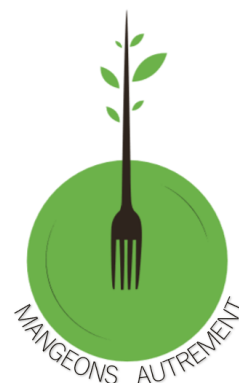
Comment ?

Mettre en place un label mettant en avant les intermédiaires s'approvisionnant localement et travaillant des produits bio.

- Permettre aux consommateurs de repérer les restaurants/commerces qui s'impliquent dans des démarches durables.
- Mettre en avant les bonnes initiatives et créer un effet 'boule de neige'.

Le label pourrait être évolutif : chaque feuille représenterait un approvisionnement bio et/ou local. Lorsqu'un commerce met en place un nouvel approvisionnement bio-local alors il peut rajouter une feuille à son label.

Ainsi la « petite pousse » du label pourrait se transformer en arbre au fur et à mesure du nombre de partenariat local/bio ajouté. Les consommateurs pourraient ainsi distinguer quels sont les commerces qui proposent le plus de produits bio-locaux et leurs évolutions dans le temps.



6. Accroître la production sur le territoire

Pourquoi ? La déprise agricole sur le territoire entraîne une faiblesse de l'offre, notamment en fruits, en œufs et en viandes.

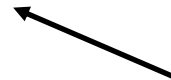
Les produits les plus demandés en bio et en local sont les fruits, les légumes et les œufs..

Ce sont également les produits les plus recherchés en point de vente collectif (Terre d'En-vies, 2005) . Aussi, ce sont des productions compatibles avec le climat et la géographie du territoire.



Comment ?

- **Favoriser l'installation d'agriculteurs bio sur la commune** en permettant l'accès au foncier aux exploitations souhaitant s'agrandir et aux porteurs de projet qui ont des difficultés à s'installer.



Un travail déjà en cours par la mairie via la MEAD

Quelles suites pour l'étude ?

Piste d'action et perspectives pour Mouans-Sartoux

Les trois études ont permis d'identifier des pistes d'actions concrètes et adaptés au contexte du territoire :

- **Faciliter l'accès aux produits bio-locaux** grâce à la mise en place de moyens renforçant les liens entre les acteurs tels qu'une plateforme d'achat internet, un point de vente collectif ou bien un répertoire des lieux de vente directe sur le territoire
- **Renforcer la communication** pour faire connaître aux Mouansois les lieux où ils peuvent trouver des produits bio-locaux sur leur commune, tout en les sensibilisant à l'alimentation durable et en travaillant sur leurs perceptions des prix.
- Mettre en avant **les bonnes initiatives** en permettant aux commerçants et restaurateurs qui intègrent des produits bio-locaux de se différencier par un label.
- **Accompagner l'offre** dans le développement de productions (fruits, légumes, œufs).

L'élan donné par l'étude doit se poursuivre par la mise en place d'actions concrètes répondant aux attentes des différents acteurs. La réussite de ces actions nécessite la prise en compte des intérêts de tous. Pour mener à bien les projets et assurer leur durabilité, des groupes de travail intégrant différents acteurs (consommateurs, intermédiaires, consommateurs) sont indispensables pour approfondir les pistes de réflexions et co-crée le projet avec eux. En effet, la mise en œuvre d'un projet durable ne peut se faire sans l'implication des parties prenantes.

Recommandations méthodologiques pour d'autres études/ d'autres territoires

- **La réalisation de trois études** (offre, intermédiaire et demande) semble pertinente car cela permet de prendre de compte les intérêts et les contraintes des différents acteurs sur les questions alimentaires. Ce diagnostic en trois temps permet également de percevoir les relations qui existent entre les acteurs du système alimentaire.
- **Une étude en amont du travail d'enquête** sur le contexte agricole et politique du territoire est indispensable pour mieux cerner les enjeux et préparer les guides d'entretiens.
- **Des entretiens semi-directifs en face-à-face** permettent d'augmenter l'intérêt des enquêtés pour le projet. Ils permettent aussi d'obtenir des informations que l'on ne pourrait avoir avec un questionnaire fermé car l'interviewé est libre de s'exprimer sur le sujet.
- **Le questionnaire en ligne pour les consommateurs** permet de récupérer rapidement de nombreuses réponses. Cependant il serait souhaitable de le coupler à une administration en face-à-face pour approfondir les réponses des différentes catégories de consommateurs. Aussi, il pourrait être intéressant de renouveler le questionnaire tous les 4-5 ans pour suivre l'évolution de la consommation.
- Peu d'intermédiaires (restaurants, commerçants) ont accepté de répondre à l'étude. **Une présentation officielle de l'étude** par le maire permettrait de les informer en amont de la finalité du projet et de plus les impliquer.

LA MAISON D'ÉDUCATION À L'ALIMENTATION DURABLE

Cette étude permet à la MEAD d'avancer sur ses réflexions et ses actions autour des politiques alimentaires sur l'ensemble du territoire.

Une meilleure compréhension du contexte agricole et des intérêts/ points de vue des différents acteurs est essentielle à la structuration de l'autosuffisance alimentaire sur le territoire. Les pistes d'actions proposées doivent aider les habitants à se nourrir sainement et prendre soin de l'environnement, tout en prenant en compte leurs contraintes et attentes ainsi que celles des autres acteurs du système alimentaire.

Pour plus d'informations sur la Maison d'Éducation à l'Alimentation Durable (MEAD) de Mouans-Sartoux et ses projets, rendez vous sur le site :

www.mead-mouans-sartoux.fr

Contact : Ville de Mouans-Sartoux BP 25/ 06371
Mouans-Sartoux cedex

Mail : enfance@mouans-sartoux.net



facebook.com/meadmouans



Twitter.com/MEAD_Mouans