Projet Alimentaire territorial

Diagnostic alimentaire pour le territoire du Pays d'Ancenis

Année 2021

Table des matières

Liste des figures 3
Liste des abréviations 4
Introduction 5
Méthodologie 6
Chapitre 1 : Les consommateurs du territoire : vers de nouvelles habitudes alimentaires ? .. 7
1. La typologie de la population du Pays d'Ancenis 7
2. Les répondants de l'enquête et leurs habitudes alimentaires 10
3. Les répondants & les produits locaux 13
Chapitre 2 : La distribution alimentaire : entre GMS et vente directe : une pluralité de lieux. 15
4. Les différents circuits de distribution 15
5. Les GMS sur le territoire 16
6. Les magasins spécialisés 19
7. Les commerces de proximité 21
8. Les circuits courts sur le territoire 23
9. Les critères de choix du lieu de distribution 27
Chapitre 3 : La restauration scolaire primaire : une pluralité de profils sur le territoire 31
10. Entre gestion concédée et régie directe 31
11. Les cantines et les convives 34
12. La nouvelle réglementation : la loi Egalim 35
Chapitre 4 : L'agriculture : une identité forte sur le territoire 42
13. Les productions agricoles : qu'est ce qui est produit sur les terres du territoire ? 42
14. Les actifs agricoles 50
15. Réponses aux problématiques : les conventions entre la COMPA et la chambre d'agriculture ..... Erreur ! Signet non défini.
16. La transformation ..... Erreur ! Signet non défini.
Conclusion 57
Annexes 58
Sources 84

Liste des figures

Figure 1 - Lier les actions ponctuelles autour d'un PAT 5
Figure 2 - Acteurs des Projets Alimentaires Territoriaux 6
Figure 3 - La population totale du Pays d'Ancenis (donnees 2017) 8
Figure 4 - Les categories socio-professionnelles - Pays d'Ancenis - Insee 2017 (en pourcentage) 9
Figure 5 - CSP des repondants a l'enquete (2021) et donnees de l'Insee (2017) en pourcentage 10
Figure 6 - Repartition geographique des repondants a l'enquete menee par la COMPA (2021) 11
Figure 7 - Criteres de choix des produits alimentaires (enquete en ligne, COMPA, 2021) 12
Figure 8 - Les GMS du territoire du Pays d'Ancenis 16
Figure 9 - Frequentation des grandes et moyennes surfaces chez les repondants (COMPA, 2021) 18
Figure 10 - Les magasins specialises implantes sur le Pays d'Ancenis et la frequentation selon les repondants a l'enquete (COMPA, 2021) 20
Figure 11 - Frequentation des commerces de proximite chez les repondants (COMPA, 2021) 21
Figure 12 - Les commerces de proximite sur le Pays d'Ancenis 22
Figure 13 - Carte des lieux de vente en circuits courts sur le Pays d'Ancenis 26
Figure 14 - Criteres de choix du lieu d'approvisionnement (COMPA, 2021) 27
Figure 15 - Les lieux de distribution de produits locaux les plus cites (COMPA, 2021) 28
Figure 16 - AFOM consommation et distribution 30
Figure 17 - Restauration scolaire primaire sur le Pays d'Ancenis (COMPA, 2021) 33
Figure 18 - Besoins alimentaires des cantines (par semaine) 35
Figure 19 - Resultats des pesees dans les restaurants scolaires du Pays d'Ancenis 37
Figure 20 - Le modele logistique du Kiosque Paysan 40
Figure 21 - AFOM restauration scolaire 41
Figure 22 - Les productions agricoles sur le Pays d'Ancenis 43
Figure 23 - Evolution des surfaces agricoles entre 2015 et 2017 43
Figure 24 - Repartition de la surface agricole exploitee sur le Pays d'Ancenis 44
Figure 25 - Carte viticulture sur le Pays d'Ancenis 45
Figure 26 - Évolution de la SAU du Pays d'Ancenis 46
Figure 27 - Part de la SAU en affermage dans les exploitations du Pays d'Ancenis 47
Figure 28 - Le non dualisme agricole 48
Figure 29 - Capacite nourriciere du Pays d'Ancenis 49
Figure 30 - Resilience alimentaire du territoire selon CRaTer 49
Figure 31 - Repartition cantonale des exploitations agricoles du Pays d'Ancenis entre 2000 et 2010 51
Figure 32 - AFOM production agricole 56
Figure 33 - Abattoirs en Pays de la Loire ..... Erreur ! Signet non defini.

Liste des abréviations

AFOM : Atouts-Faiblesses-Opportunités-Menaces

AMAP : Association pour le maintien d'une agriculture paysanne

ANCRE : Association Nortaise Chômeurs Recherche Emploi

AOC : Appellation d'origine contrôlée

AOP : Appellation d'origine protégée

AURAN : Agence d'Urbanisme de la Région Nantaise

CAP 44 : Construire une agriculture paysanne performante et plurielle

CC : Circuits courts

CIAP : Coopérative d'installation en agriculture paysanne

COMPA : Communauté de communes du Pays d'Ancenis

Crater : Calculateur de résilience alimentaire des territoires

CSP : Catégories socio-professionnelles

DRAAF : Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt

EARL : Exploitation agricole à responsabilité limitée

Egalim : Loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous

ESS : Economie Sociale et Solidaire

GAB : Groupement des agriculteurs biologiques

GAEC : Groupement agricole d'exploitation en commun

GMS : Grandes et moyennes surfaces

IGP : Indication géographique protégée

Insee : Institut national de la statistique et des études économiques

LAAF : Loi d'Avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt

Micro-BA : Micro-bénéfice agricole

PAT : Projet alimentaire territorial

PNAN : Programme national de l'alimentation et de la nutrition

RGA : Recensement général de l'agriculture

SAU : Surface agricole utilisée

SCEA : Société civile immobilière

SCoT : Schéma de cohérence territorial

Introduction

La Communauté de communes du Pays d'Ancenis (COMPA) regroupe 20 communes et 68 371 habitants. Le pays d'Ancenis, territoire rural, s'attache depuis quelques années, à préserver son agriculture. De multiples actions en faveur de l'agriculture ont émergé sur le territoire, notamment à travers la mise en place de conventions opérationnelles entre la COMPA et la chambre d'agriculture.

Depuis la nouvelle mandature 2020, les élus de la Communauté de communes du Pays d'Ancenis ont érigé l'alimentation comme un enjeu fort pour le territoire et ses habitants. Cette volonté politique a abouti à la mise en place d'une réflexion partagée pour l'élaboration d'un projet alimentaire territorial (PAT) sur le Pays d'Ancenis. Le PAT vise, selon l'Article 1.III du code rural et de la pêche maritime, à *« rapprocher les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, les collectivités territoriales et les consommateurs et à développer l'agriculture sur les territoires et la qualité de l'alimentation »*.

Les PAT ont été introduits par la Loi d'Avenir pour l'Agriculture, l'Alimentation et la Forêt (LAAF) de 2014. Ils visent à rapprocher les producteurs et les consommateurs locaux. Ils doivent permettre de fédérer les acteurs de la chaîne alimentaire autour d'un projet commun.

L'article L.111-2-2 du Code rural et de la pêche maritime dispose que les projets alimentaires territoriaux *« s'appuient sur un diagnostic partagé de l'agriculture et de l'alimentation sur le territoire et la définition d'actions opérationnelles visant la réalisation du projet »*.

La COMPA a donc décidé de réaliser un diagnostic co-construit avec les acteurs locaux afin de parvenir, par la suite, à définir les enjeux, objectifs et pistes d'actions pour le Pays d'Ancenis. Le ministère de l'agriculture, l'alimentation et la forêt expose que les PAT doivent être élaborés de *« manière collective à l'initiative des acteurs d'un territoire » (MAAF, 2014)*.

Sur le territoire, de nombreuses initiatives existent autour de l'alimentation. Le PAT doit être là pour lier ces initiatives à une politique territoriale (fig.1)

Figure 1 - Lier les actions ponctuelles autour d'un PAT

Méthodologie

Les PAT sont des projets voulant mettre au cœur du développement territorial l'agriculture et l'alimentation. Pour réaliser ce diagnostic, la COMPA a utilisé essentiellement trois outils.

La COMPA s'est appuyée sur de la documentation existante :

- Le diagnostic agricole réalisé par la chambre d'agriculture des Pays de la Loire en 2018.
- L'étude sur les circuits courts et de proximité menée par le Conseil de développement du Pays d'Ancenis en 2015,
- Le schéma de cohérence territorial (Scot) du Pays d'Ancenis et les données de l'Insee.

Ces documents ont permis de recueillir des données quantitatives concernant le territoire du Pays d'Ancenis.

Par ailleurs, un PAT se veut co-construit avec les acteurs locaux de la chaîne alimentaire. Par conséquent, la COMPA a décidé de mener des entretiens individuels avec les acteurs du territoire afin d'obtenir des données plus qualitatives, de connaître les initiatives locales ainsi que les difficultés et les attentes de chacun. De mars à mai 2021, la COMPA a réalisé 60 entretiens avec une multitude d'acteurs : des producteurs, des distributeurs, des transformateurs, des structures agricoles, les chambres consulaires, les acteurs de l'ESS, institutionnels, etc.
De plus, la COMPA a également réalisé des entretiens auprès des communes du territoire afin d'effectuer un état des lieux de la restauration scolaire primaire sur le Pays d'Ancenis.

Enfin, pour recueillir les habitudes et les attentes alimentaires des habitants du territoire, la COMPA a mené une enquête en ligne. Cette dernière s'est déroulée du 9 avril au 2 mai 2021. Elle a été relayée sur le site de la COMPA, sur les réseaux sociaux de la COMPA, dans la presse locale : « l'écho d'Ancenis », « Ouest France », ainsi qu'auprès des personnes interrogées lors des entretiens individuels. Cette enquête a permis de recueillir l'avis de 970 personnes.

Ainsi l'ensemble des acteurs composant la chaine alimentaire ont contribué au diagnostic mené par la collectivit

Figure 2 - Acteurs des Projets Alimentaires Territoriaux

Chapitre 1 : Les consommateurs du territoire : vers de nouvelles habitudes alimentaires ?

1. La typologie de la population du Pays d'Ancenis

Une croissance démographique…
Le Pays d'Ancenis compte 20 communes, ce qui représente 68 371 habitants (Insee, 2017), avec Ancenis-Saint-Géréon comme ville centre comptabilisant 11 184 habitants (Insee, 2017).
Le territoire du Pays d'Ancenis est un territoire avec une croissance démographique annuelle importante s'élevant à 0,8 %, entre 2013 et 2018 (Insee). Par an, en moyenne, le Pays d'Ancenis compte 340 habitants supplémentaires liés au solde naturel et 208 liés au solde migratoire (voir encadré). Ce solde migratoire positif montre que le territoire est économiquement attractif.

… motivée par un dynamisme économique
En effet, le Pays d'Ancenis est un territoire également dynamique sur le volet économique. Avec 12 000 emplois pour 11 000 habitants, la ville d'Ancenis-Saint-Géréon comptabilise plus d'emplois que d'habitants. Sur l'ensemble du territoire, on comptabilise 25 373 emplois (AURAN, 2021). L'ensemble des emplois est réparti comme ci-dessous :

On recense 80 emplois pour 100 actifs. Le pays d'Ancenis a l'un des taux de chômage les plus faibles de la région Pays de la Loire, avec un taux de 5% au 1er trimestre 2021 (2ème plus faible de la région). 400 entreprises sont créées par an.
La croissance économique du territoire explique son attractivité et sa croissance démographique.

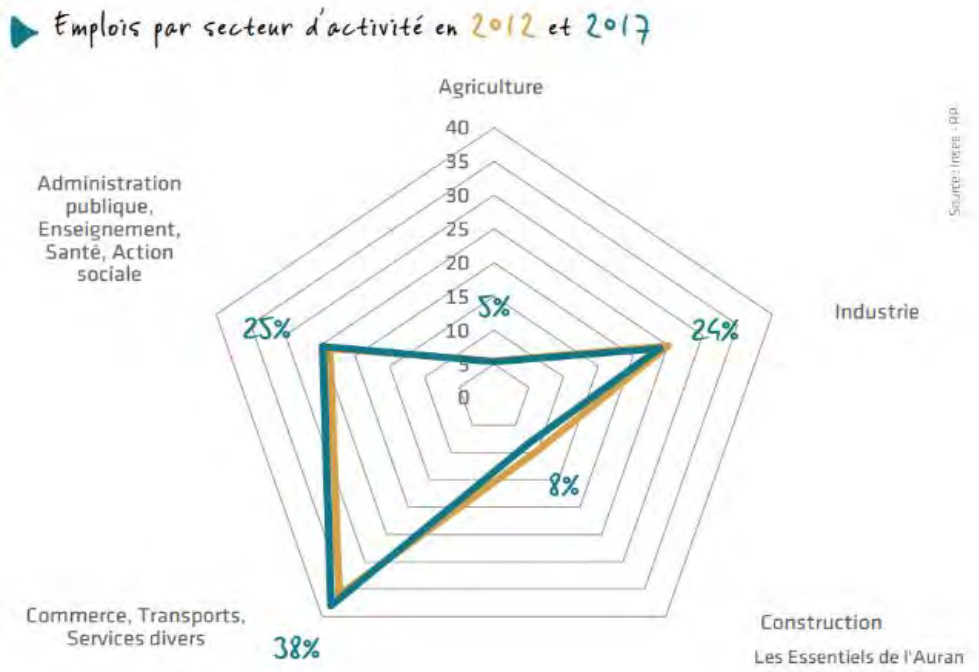
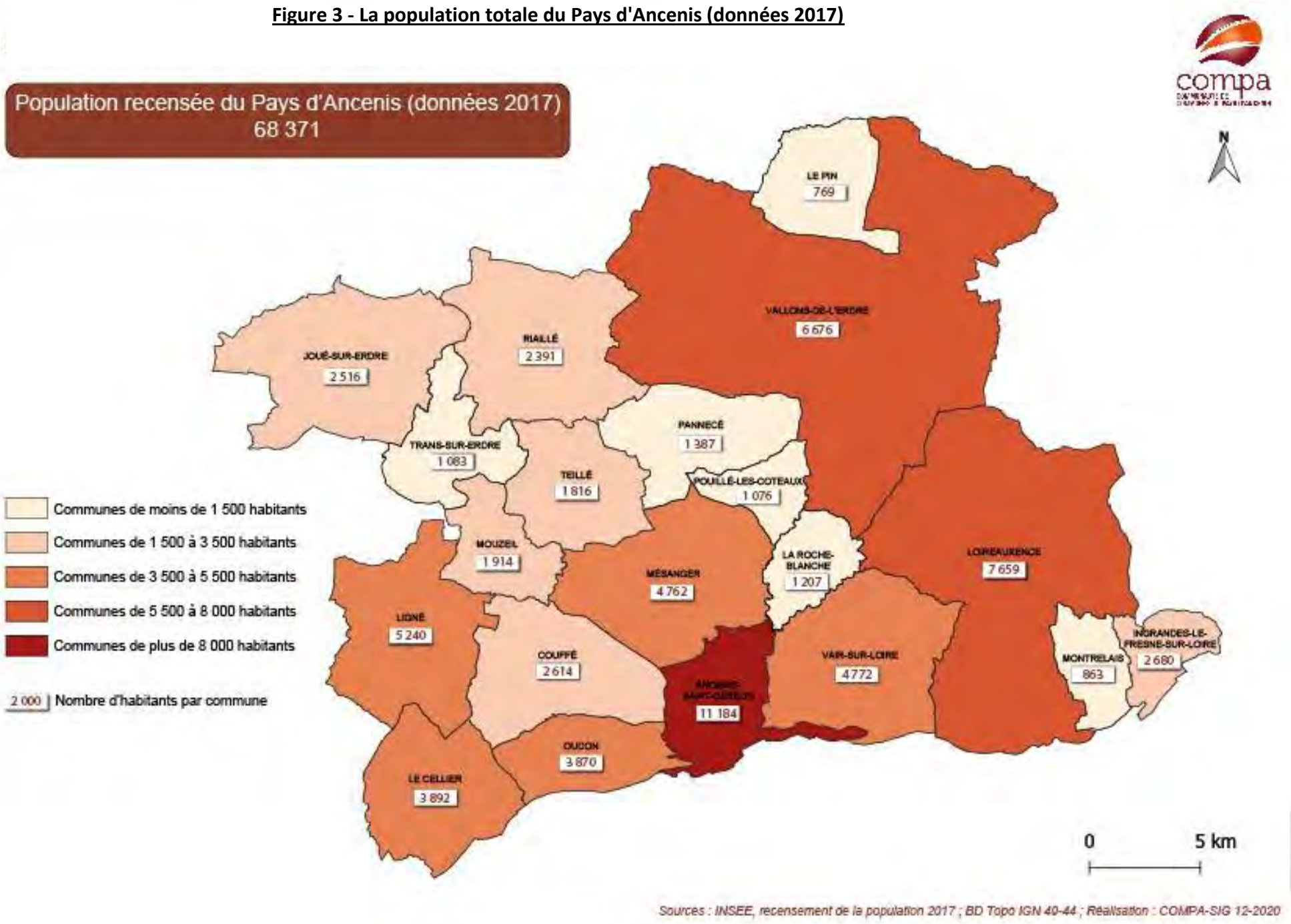


Figure 3 - La population totale du Pays d'Ancenis (données 2017)



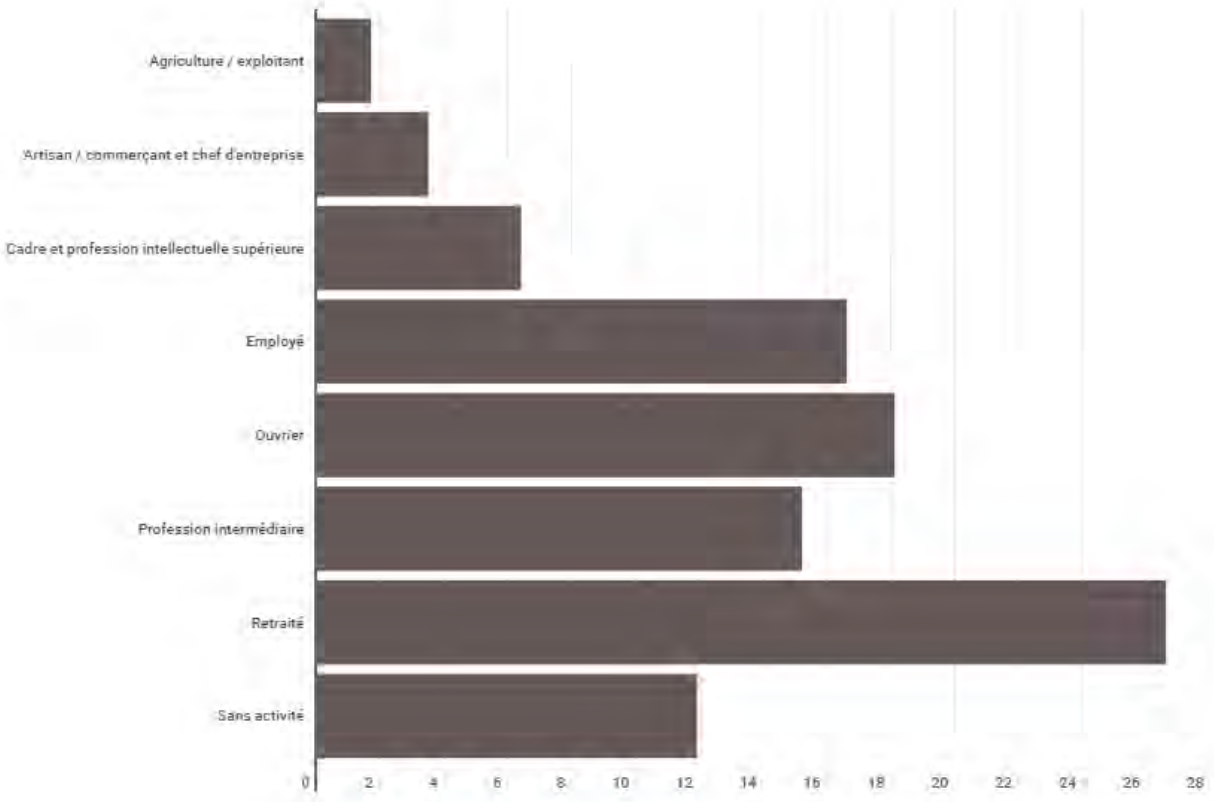
La répartition de la population du territoire

Sur les 68 371 habitants, on dénombre 27 122 ménages. La taille moyenne des ménages du territoire est de 2,5 personnes. Cela signifie que la majorité des ménages sont des couples avec enfant(s).

En effet, sur le territoire, on retrouve beaucoup de familles : 35 % des ménages sont des couples avec enfant(s) (AURAN). De plus, 40 % des habitants ont entre 30 et 59 ans. Il s'agit d'un territoire essentiellement composé de familles et d'actifs.

La répartition de la population peut aussi être approchée sous l'angle des CSP (catégories socio-professionnelles). La structuration sociale du territoire montre une proportion importante d'ouvriers (18 %) et d'employés (17 %). Le territoire compte également une part significative de retraités (27 %), d'après les données de l'Insee (voir figure ci-dessous).

Figure 4 - Les catégories socio-professionnelles - Pays d'Ancenis - Insee 2017 (en pourcentage)



Note de lecture : En 2017, 17 % des habitants du territoire du Pays d'Ancenis étaient employés, d'après l'Insee.

Source : COMPA, 2021

2. Les répondants de l'enquête et leurs habitudes alimentaires

Qui a répondu à l'enquête ?

La COMPA a réalisé une enquête en ligne du 9 avril au 2 mai 2021 dans le but de recueillir les habitudes, les besoins et les attentes alimentaires des habitants du territoire. Cette enquête a permis de collecter 970 réponses.

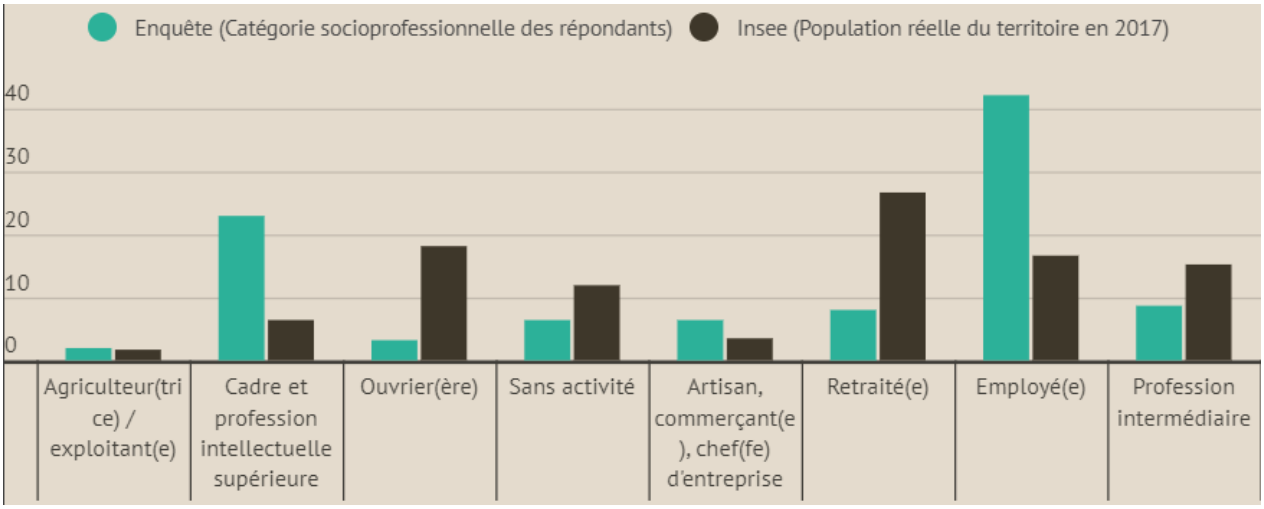
Parmi les 970 répondants, 913 répondants résident dans une des communes du Pays d'Ancenis. Autrement dit, 94 % des répondants résident sur le territoire. La majorité des répondants hors territoire résident à proximité, leurs réponses ont été conservées. L'ensemble des communes ont été représentées dans cette enquête, c'est-à-dire qu'il y a des répondants pour chacune des communes du pays d'Ancenis (voir figure ci-dessous).

78 % des répondants sont des femmes. 51 % des répondants ont entre 35 et 49 ans.

Ce sont essentiellement des familles qui ont répondu à notre enquête (35 % des répondants sont des ménages de 4 personnes, 19 % des ménages de 5 personnes et 16 % des ménages de trois personnes).

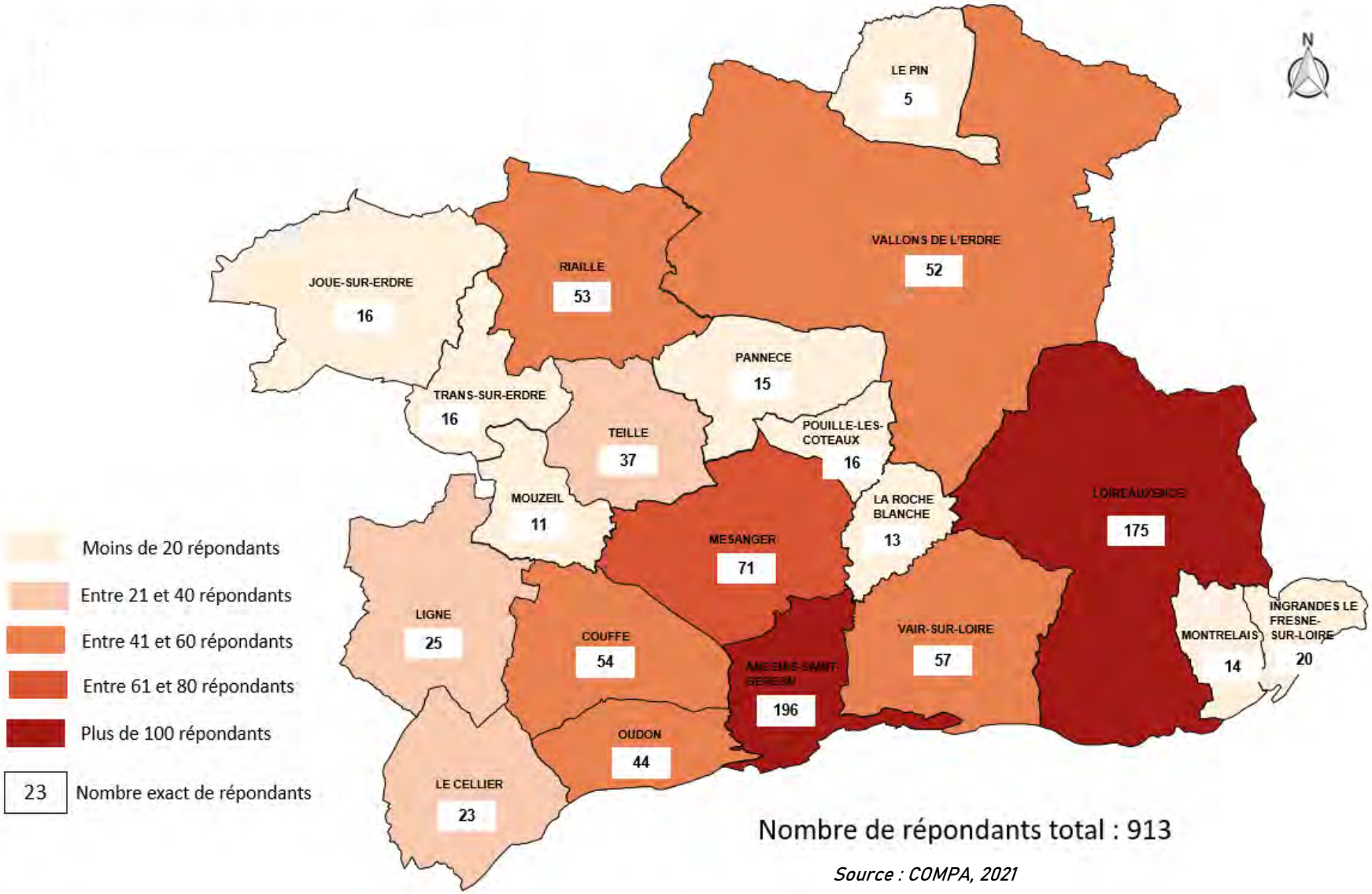
Si l'on regarde les CSP, il est possible de constater une surreprésentation des cadres et des employés par rapport à la population réelle du territoire (voir figure ci-contre). A noter également une sous-représentation des retraités et des ouvriers par rapport à la population réelle du territoire.

Figure 5 - CSP des répondants à l'enquête (2021) et données de l'Insee (2017) en pourcentage



Note de lecture : 42 % des répondants de l'enquête sont des employés alors qu'ils ne représentent 16.6 % des habitants du Pays d'Ancenis d'après l'Insee

Figure 6 - Répartition géographique des répondants à l'enquête menée par la COMPA (2021)



Source : COMPA, 2021

Limites d'une enquête en ligne

Une enquête en ligne comporte inévitablement quelques biais qu'ils importent de mettre en lumière.
Il est possible, dans un premier temps, de relever un biais relatif à l'échantillonnage. En effet, une enquête en ligne se veut limitée en ce qu'elle ne permet pas de toucher toute la population, l'ensemble de celle-ci ne disposant pas du matériel informatique nécessaire.
En outre, répondre à une enquête en ligne suppose également d'être familiarisé avec l'outil informatique.
Un autre biais est la franchise. En effet, lorsqu'une personne répond à un questionnaire en ligne, il existe une tendance naturelle à vouloir sublimer ses réponses. Il ne faut donc pas oublier que les réponses collectées dans un questionnaire ne sont que de l'ordre du déclaratif. Les répondants sont enclins à dire vouloir consommer plus de produits locaux ou bio car ils estiment que cette réponse sera mieux perçue. Cependant rien ne garantit qu'ils consomment plus de produits locaux ou bio si les freins sont levés.
Enfin, il est légitime de penser que les personnes qui répondent sont des individus déjà sensibles à la question. Pour vouloir participer à une enquête, il faut trouver un intérêt à y répondre. Généralement, les personnes qui répondent à une enquête sur les circuits courts par exemple, sont des personnes déjà sensibilisées.
Néanmoins, ce type d'enquête permet de recueillir des données qualitatives, nécessaires pour la mise en place d'un projet alimentaire.

Comment les répondants choisissent-ils leurs produits alimentaires ?

Lorsque nous achetons un produit alimentaire, nous sommes attentifs à plusieurs variables : le prix, la provenance géographique, la présence de labels, le goût etc. Nous avons demandé aux participants à l'enquête de nous informer de leurs critères importants/secondaires et non importants lors de leurs achats alimentaires. Pour les répondants, les trois critères les plus importants lorsqu'ils achètent un produit alimentaire sont le goût (à 95 %), la provenance géographique (à 76 %) et le prix (pour 52 % il s'agit d'un critère très important et pour 45 %, il s'agit d'un critère secondaire de choix)
A noter que le visuel et la marque ne sont pas des critères de choix. 47 % de répondants ne prêtent pas attention à la marque lors de leurs achats alimentaires (voir figure ci-dessous)

Figure 7 - Critères de choix des produits alimentaires (enquête en ligne, COMPA, 2021)

Critères de choix des produits alimentaires	GOUT	PRIX	VISUEL	PROVENANCE GEOGRAPHIQUE	FAIBLE EMBALLAGE	LABEL DE QUALITE	AB	LA MARQUE
Critère très important	**95%**	52%	15%	**76%**	52%	43%	45%	8%
Critère secondaire	4%	45%	51%	21%	36%	46%	36%	45%
Pas un critère de choix	0%	4%	**34%**	3%	11%	11%	19%	**47%**

Source : COMPA, enquête consommateurs, 2021

3. Les répondants & les produits locaux

Les produits locaux oui, mais qu'est-ce que le local ?

La définition du vocable « local » ne fait pas l'unanimité. Pour certains un produit est local s'il provient de France alors que d'autres considèrent qu'un produit est local s'il provient de leur commune. Dans le cadre de son enquête en ligne, la COMPA a demandé aux répondants, quelle était leur échelle du local. Pour un répondant sur deux (54 %), un produit local est un produit qui provient du Pays d'Ancenis, c'est-à-dire un produit qui provient d'une zone de 20 km autour de la ville d'Ancenis-Saint-Géréon. Pour 18 % d'entre eux, un produit local provient du département de Loire Atlantique, et pour 17 % de la région Pays de la Loire. Néanmoins, il est important de souligner que l'échelle du local peut varier en fonction du produit. Pour le poisson par exemple, l'échelle du local sera plus large que le Pays d'Ancenis.

Pourquoi consommer des produits locaux ?

La question a été posée dans le cadre de l'enquête en ligne de la COMPA. Plusieurs motivations ont été énoncées par les répondants de l'enquête :

- Soutenir l'économie locale

Pour 79 % des répondants, consommer et donc acheter des produits locaux est un moyen de soutenir l'économie locale. Nous sommes dans une logique de « consommateurs », c'est-à-dire des consommateurs qui veulent être acteurs dans leurs choix de consommation.

- Provenance des produits

Pour 64 % des répondants, consommer des produits locaux est un moyen de connaitre la provenance des produits. En effet, les consommateurs sont de plus en plus attentifs à la provenance géographique des produits, notamment à la suite des crises sanitaires alimentaires.

- Protection de l'environnement

Pour 48 % des répondants, consommer des produits locaux permet de protéger l'environnement, d'être dans une logique écologique. En effet, on associe généralement les produits locaux à la proximité géographique. Consommer locale serait gage de diminution des transports. Cette logique environnementale revenait déjà en 2014 avec l'enquête IPSOS : pour 89 % des répondants, un produit local est un produit plus respectueux de l'environnement.

- Qualité

Enfin, pour 41 % des répondants, consommer des produits locaux serait gage de meilleure qualité. Un produit local serait un produit de meilleure qualité qu'un produit « non local ». Selon l'enquête IPSOS de 2014 sur « les français et le consommer local », 94 % des français considèrent qu'un produit local est un produit de meilleure qualité.

Pourquoi ne pas consommer de produits locaux ?

C'est une réalité, l'ensemble des consommateurs ne consomme pas l'ensemble des produits locaux. Une partie de la population ne consomme pas de produits locaux et ce, pour plusieurs raisons. D'après les réponses à l'enquête en ligne menée par la COMPA, les freins sont les suivants :

- Le prix

Pour 36 % des répondants, les produits locaux sont plus chers. Ce frein est une réalité ancienne. L'enquête IPSOS de 2014 sur « les français et le consommer local » montrait que 62 % des personnes ne consommaient pas de produits locaux car les prix n'étaient pas accessibles.

- Le temps

Pour 35 % des répondants, acheter des produits locaux demande davantage de temps. En effet, selon eux, acheter local est synonyme de démultiplication des points de distribution : il faut se rendre dans différents lieux pour pouvoir constituer son panier alimentaire. Cela demande donc plus de temps pour faire ses courses.

- Information / visibilité

Pour 33 % des répondants, il est difficile d'acheter des produits locaux car ils ne savent pas où les trouver. Cela relève d'un manque d'informations pour les consommateurs. Ce frein est un élément qui revient régulièrement. En effet, l'enquête IPSOS de 2014 sur « les français et le consommer local » montrait que 30 % des français estiment manquer d'informations au sujet des produits locaux et qu'ils seraient prêts à consommer plus de produits locaux s'ils avaient une meilleure visibilité des produits locaux.

Comment faire pour lever les freins ? Comment inciter à consommer plus localement ?

Nous avons demandé aux répondants quelles solutions mettre en place pour lever les freins à la consommation de produits locaux. Pour les répondants, la solution principale est d'avoir un même point de vente pour une grande pluralité de produits. Cette solution permettrait d'éviter la démultiplication des points de vente. La seconde solution est de proposer des prix attractifs afin que tout le monde puisse avoir accès aux produits locaux. Enfin, les répondants proposent d'avoir des lieux à proximité des bassins de vie et d'être informés d'où se trouvent les produits locaux.

A l'avenir que veulent les répondants ?

Les répondants souhaiteraient pouvoir consommer plus de produits locaux : 90 % des répondants aimeraient consommer davantage de produits locaux à l'avenir. En comparaison, dans le cadre de l'enquête menée par le Conseil de développement sur les circuits courts (2015), seulement 43 % des répondants émettaient le souhait de consommer plus de produits locaux en 2015.

Ils veulent également pouvoir consommer plus de produits bio : 50 % d'entre eux aimeraient consommer davantage de produits bio à l'avenir.

De plus, sur le territoire, il faut à l'avenir, agir sur les cantines scolaires, rapprocher le producteur et le consommateur et lutter contre le gaspillage alimentaire.

Chapitre 2 : La distribution alimentaire : entre GMS et vente directe : une pluralité de lieux

1. Les différents circuits de distribution

Il est important de refaire le point sur les différents circuits de distribution qui existent. Généralement, on distingue les circuits longs des circuits courts. Cependant, qu'appelle-t-on circuit long ? Qu'appelle-t-on circuit court ?

Circuit long

Un circuit long est un système de vente intégrant un nombre d'intermédiaires supérieur à 1. Lorsqu'il y a deux intermédiaires entre le producteur et le consommateur, on parle alors d'un circuit long de distribution. Généralement, sont associés aux circuits longs : les grandes et moyennes surfaces (GMS), l'industrie agro-industrielle, les centrales d'achats, etc.

Circuit court

Au contraire, un circuit court est un système de vente limitant le nombre d'intermédiaires. Parmi les circuits courts, on distingue généralement la vente directe de la vente indirecte. La première vise un système de vente avec une absence d'intermédiaire : la vente se fait du producteur au consommateur directement et sans intermédiaire. Sont considérés comme vente directe, les AMAP, les ventes à la ferme, les ventes sur les marchés, les magasins de producteurs, les drives fermiers,etc.

Quant à la vente indirecte, il s'agit d'un système de vente avec un seul intermédiaire. Sont considérés comme de la vente indirecte les boucheries, les épiceries, les initiatives comme « La ruche qui dit oui » ou « Locavor ».

Circuit court et de proximité

Néanmoins, la notion de circuit court ne prend pas en compte la proximité géographique entre le producteur et le consommateur. En effet, il peut exister des circuits courts avec un éloignement géographique entre le producteur et le consommateur. C'est pourquoi, depuis quelques années, une nouvelle notion a vu le jour : les circuits courts et de proximité. Un circuit court et de proximité est un système de vente limitant le nombre d'intermédiaire (0 ou 1 maximum) et prenant en compte la distance géographique entre le producteur et le consommateur (souvent, on retient le critère des 80 km autour de l'exploitation).

Dans le cadre du notre diagnostic réalisé, nous nous sommes intéressés aux différents lieux de distribution alimentaire. Sur le territoire, il existe une pluralité de lieux de distribution allant de la GMS à la vente directe en passant par les commerces de proximité.

- Les GMS sur le territoire

Figure 8 - Les GMS du territoire du Pays d'Ancenis

Source : COMPA, 2021

Les GMS en France

En France, en 2015, 2/3 des français faisaient leurs achats alimentaires dans des hyper ou supermarchés. En France, on compte plus de 2 000 hypermarchés et plus de 10 000 supermarchés. Les deux poids lourds du secteur sont Carrefour et E. Leclerc : 40 % des ventes en grande surface se réalisent dans des enseignes Carrefour ou Leclerc (France Info, 2016)

La grande distribution s'est adaptée au fil du temps, les enseignes ont développé des magasins de proximité dans les centres villes. Par exemple, Carrefour a lancé Carrefour Express ou encore Carrefour Contact.

Les GMS ne cessent de se réinventer pour répondre aux exigences des consommateurs et attirer toujours plus de clients.

Les GMS dans le Pays d'Ancenis

Les Grandes et Moyennes surfaces (GMS) sont en grand nombre sur le territoire. On retrouve une offre alimentaire significative en GMS sur le territoire.

Le Conseil de développement du Pays d'Ancenis a mené en 2015, une étude sur "les circuits courts alimentaires de proximité en Pays d'Ancenis". En 2015, les GMS étaient déjà très présentes sur le territoire. On comptabilisait 9 GMS totalisant 23 000 m² de surface de vente.
Aujourd'hui, on comptabilise 12 GMS totalisant 24 134 m² de surface de vente (voir carte ci-dessus). Les GMS continuent donc de fleurir sur le territoire. Cependant, cette offre alimentaire répond à une demande. En effet, les consommateurs ont pris pour habitude de s'approvisionner auprès des GMS pour leurs achats alimentaires. D'après notre enquête en ligne, sur 970 répondants, 735 d'entre eux disent se rendre régulièrement dans une grande ou moyenne surface pour faire leurs achats alimentaires. De plus, aucun répondant dit ne jamais se rendre dans une grande ou moyenne surface.
Les GMS répondent donc à une demande. Depuis 2015, 3 nouvelles GMS se sont installées sur le territoire : un Intermarché à Ingrandes-Le-Fresne-sur-Loire ; un Netto (hard discounter) à Ancenis-Saint-Géréon et un Carrefour Express à Oudon.

Sur le Pays d'Ancenis, 8 communes disposent d'au moins une GMS. Ces 8 communes représentent 65 % de la population du Pays d'Ancenis.

Les GMS et les produits locaux

Dans l'idée générale, une GMS est forcément synonyme de circuit long. Bien que la plupart des approvisionnements alimentaires des GMS se fassent en circuit long, de plus en plus de produits proviennent d'un circuit court et de proximité.

- *E. Leclerc d'Ancenis-Saint-Géréon et l'association "produit d'ici"*

Le E. Leclerc d'Ancenis Saint-Géréon, avec ses 4 000 clients par jour en moyenne et ses 6 560 m² de surface de vente, est la GMS la plus importante du Pays d'Ancenis. Pourtant, depuis 2006, il a été décidé de structurer davantage une offre de produits issus des « circuits courts et de proximité ». C'est alors qu'est née l'association "produit d'ici". Cette association résulte d'une volonté de vouloir mettre en avant les producteurs locaux et de répondre aux attentes des consommateurs souhaitant acheter plus local. Cette association vise à faire connaitre et à donner de la visibilité aux producteurs locaux dans les rayons du magasin. De plus, des interventions régulières avec les producteurs locaux sont organisées au sein du magasin pour permettre d'établir un lien entre les producteurs et les consommateurs.

« Produit d'ici » est une association qui regroupe aujourd'hui plus de 70 producteurs se trouvant dans un rayon de 30 km autour du magasin Leclerc. Sur les 70 producteurs, au moins 16 proviennent du Pays d'Ancenis. On retrouve une pluralité de produits : viande bovine, volaille, produits laitiers, fruits, légumes, vins, etc. Aujourd'hui, l'association cherche de nouveaux produits à intégrer.
Cette association permet de toucher une clientèle plus large et de proposer des produits de proximité aux clients des GMS.

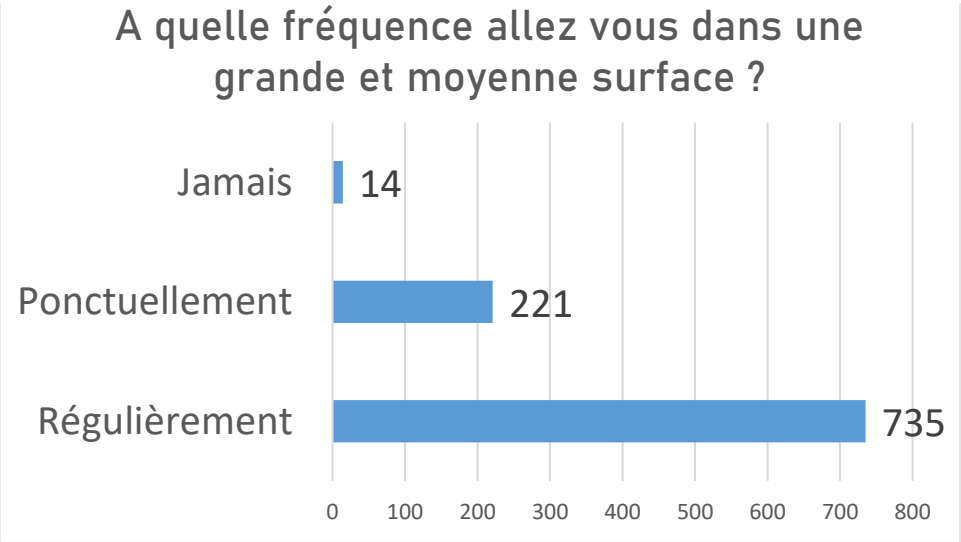
- *Super U et la marque « bêêl agneau »*

Les Super U du territoire s'organisent également pour proposer des produits locaux dans leurs rayons et pour leurs donner de la visibilité. « Bêêl agneau » est une marque de viande d'agneau locale qui permet de favoriser les liens entre producteurs locaux et distributeurs locaux. Cette marque offre la possibilité aux producteurs locaux de se distinguer dans les rayons des GMS. Elle est présente dans plusieurs Super U du département (à Carquefou, à Thouaré, à St Mars du Desert, à Nort-sur-Erdre, à la Chapelle-sur-Erdre) mais aussi dans des Super U du Pays d'Ancenis, à savoir Ligné et Mesanger.

Synthèse GMS du Pays d'Ancenis

Pour cette partie, nous pouvons reprendre les conclusions du Conseil de développement du Pays d'Ancenis (étude sur les circuits courts et de proximité, 2015), qui restent encore d'actualité en 2021. Les GMS ont la possibilité d'installer durablement les produits locaux et de toucher une clientèle plus large, en comparaison avec la vente à la ferme par exemple. Les GMS ont un intérêt à introduire des produits locaux dans leurs rayons et de leurs donner de la visibilité : les produits locaux sont porteurs d'image, d'ancrage territorial et de différenciation pour les GMS.

Figure 9 - Fréquentation des grandes et moyennes surfaces chez les répondants (COMPA, 2021)



Note de lecture : Sur 970 répondants, 735 se rendent régulièrement dans une grande et moyenne surface pour leurs achats alimentaires

- ## Les magasins spécialisés

Les magasins spécialisés sont des points de vente ne distribuant qu'une seule catégorie de produits et caractérisé par l'étendue de leur assortiment.

Sur le Pays d'Ancenis, les magasins spécialisés sont concentrés sur la commune d'Ancenis-Saint-Géréon (voir carte ci-dessus). On retrouve notamment « Au Poids Plume » dans le centre-ville qui propose des produits en vrac exclusivement. « La Biocoop » à l'Espace 23, qui propose quant à elle des produits bio.

D'après notre enquête, sur 970 répondants, 261 indiquent ne jamais se rendre dans un magasin spécialisé pour les achats alimentaires. Néanmoins, 392 répondants s'y rendent ponctuellement pour leurs achats alimentaires.

Les magasins spécialisés et les produits locaux

Les magasins spécialisés sont dans une logique de consommation durable et cherche également à développer le local. C'est le cas du magasin « au poids plume ». Dans cette enseigne, on trouve des produits bio en vrac mais aussi de proximité. Le magasin cherche à s'approvisionner au plus près. Par exemple, les légumes proviennent de la commune du Cellier ; les œufs, le miel, le pain proviennent de Loireauxence (Varades) ; la farine et l'huile proviennent de Pannecé.

La Biocoop cherche également à favoriser le local : elle passe des contrats avec des producteurs locaux se trouvant dans un rayon de 50 km autour du magasin. Néanmoins, au vu de la taille du magasin (457 m² et 400 clients par jour en moyenne), la Biocoop ne peut pas travailler avec tous les producteurs locaux. En outre, certains producteurs ne sont pas en capacité de pouvoir répondre à la demande du magasin.

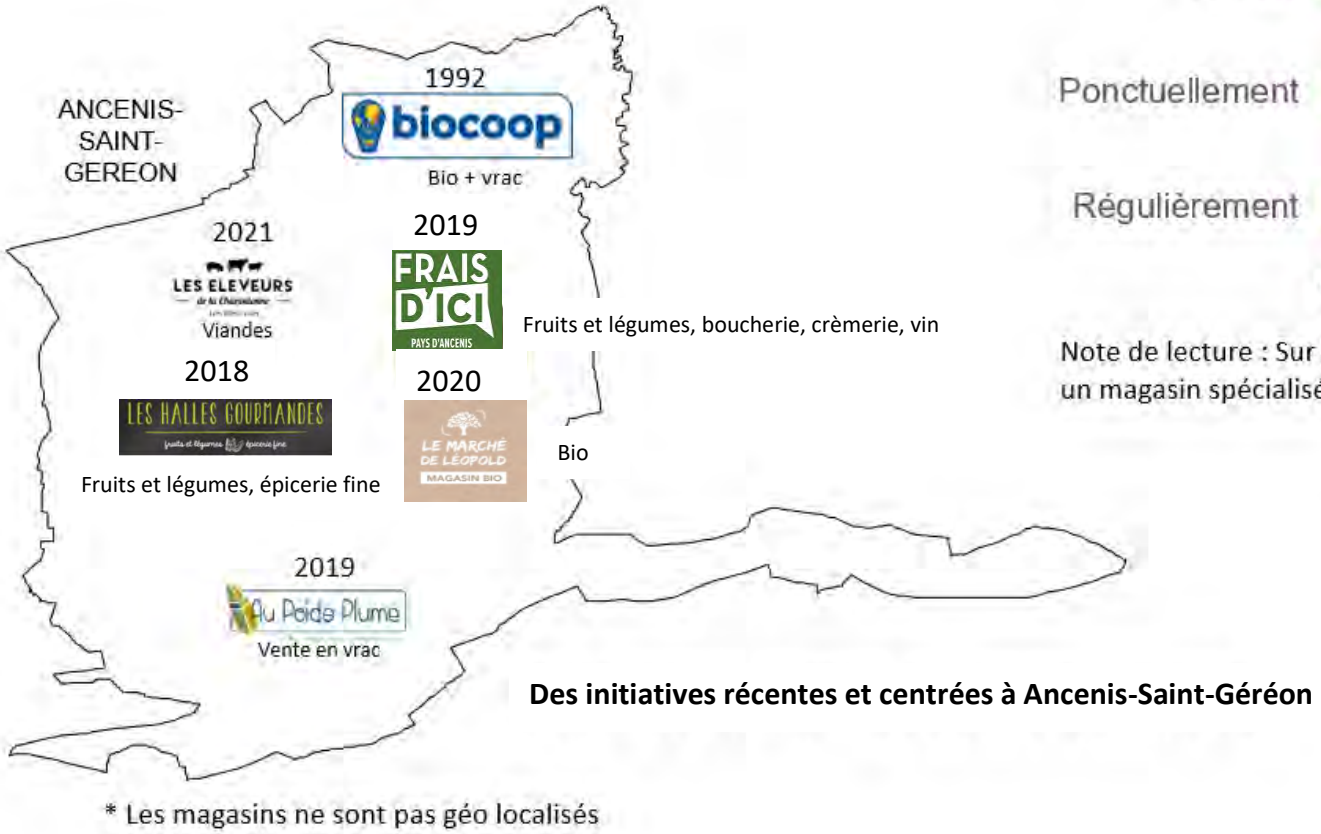
Synthèse magasins spécialisés

Les magasins spécialisés répondent à une nouvelle demande des consommateurs. Ces dernières années, les français souhaitent consommer plus local, plus durable. Selon l'agence bio (2020), la consommation de produits bio a doublé en cinq ans (entre 2015 et 2020), en France. Le bio représente 6.5 % de la dépense alimentaire des ménages français. De plus, d'après notre enquête (COMPA, 2021), 50 % des répondants aimeraient consommer davantage de produits bio à l'avenir.

Parallèlement, dans une logique de « consommer durable », la vente des produits vendus en vrac se développe. C'est un critère qui prend de l'importance. Selon notre enquête (COMPA, 2021), les répondants sont sensibles à la question de la faible quantité d'emballage pour acheter leurs produits alimentaires : pour 52 % des répondants, il s'agit d'un critère très important dans le choix du produit.

Généralement, les magasins spécialisés sont également dans une logique de « proximité ». Ils cherchent à proposer des produits présents à proximité du magasin.

Figure 10 - Les magasins spécialisés implantés sur le Pays d'Ancenis et la fréquentation selon les répondants à l'enquête (COMPA, 2021)



Des initiatives récentes et centrées à Ancenis-Saint-Géréon

* Les magasins ne sont pas géo localisés

Note de lecture : Sur 970 répondants, 317 se rendent régulièrement dans un magasin spécialisé

- ## Les commerces de proximité

Qu'est-ce qu'un commerce de proximité ?

Le commerce de proximité désigne les commerces pratiquant la vente en détail dans lesquels le consommateur se rend fréquemment, voire quotidiennement. Il inclut généralement des commerces implantés dans les centres villes ou les quartiers commerçants des villes. Pour notre étude, nous nous sommes intéressés uniquement aux commerces alimentaires de proximité à savoir les boulangeries, les boucheries-charcuteries, les poissonneries, les épiceries et les marchés municipaux.

Les commerces alimentaires de proximité sur le Pays d'Ancenis

Sur le territoire, on retrouve un grand nombre de commerces de proximité, même si leur nombre diminue dans le temps, sous la concurrence de la grande distribution. Sur le territoire, 17 communes (sur les 20 communes que compte la COMPA) ont au moins un commerce de proximité. Les communes d'Ancenis-Saint-Géréon, Loireauxence et Vallons de l'Erdre sont les communes dans lesquelles on compte le plus de commerces de proximité (voir carte ci-dessous).

On retrouve sur le territoire :

- 24 boulangeries
- 11 boucheries/charcuteries
- 11 épiceries
- Une poissonnerie située à Ancenis-Saint-Géréon
- 8 marchés municipaux

Les habitants et les commerces de proximité

Sur le territoire, on retrouve un grand nombre de boulangeries. 14 communes disposent d'au moins une boulangerie. De plus, les habitants sont attachés aux commerces de proximité. D'après notre enquête (COMPA, 2021), sur 970 répondants, 628 disent se rendre régulièrement dans un commerce de proximité pour leurs achats alimentaires (voir ci-dessous). De plus, les répondants ont souvent cité comme lieu proposant des produits locaux, les marchés municipaux.

Figure 11 - Fréquentation des commerces de proximité chez les répondants (COMPA, 2021)

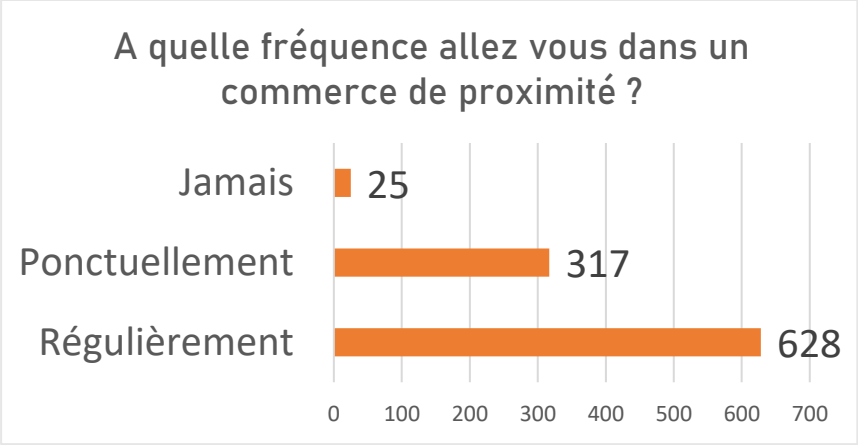
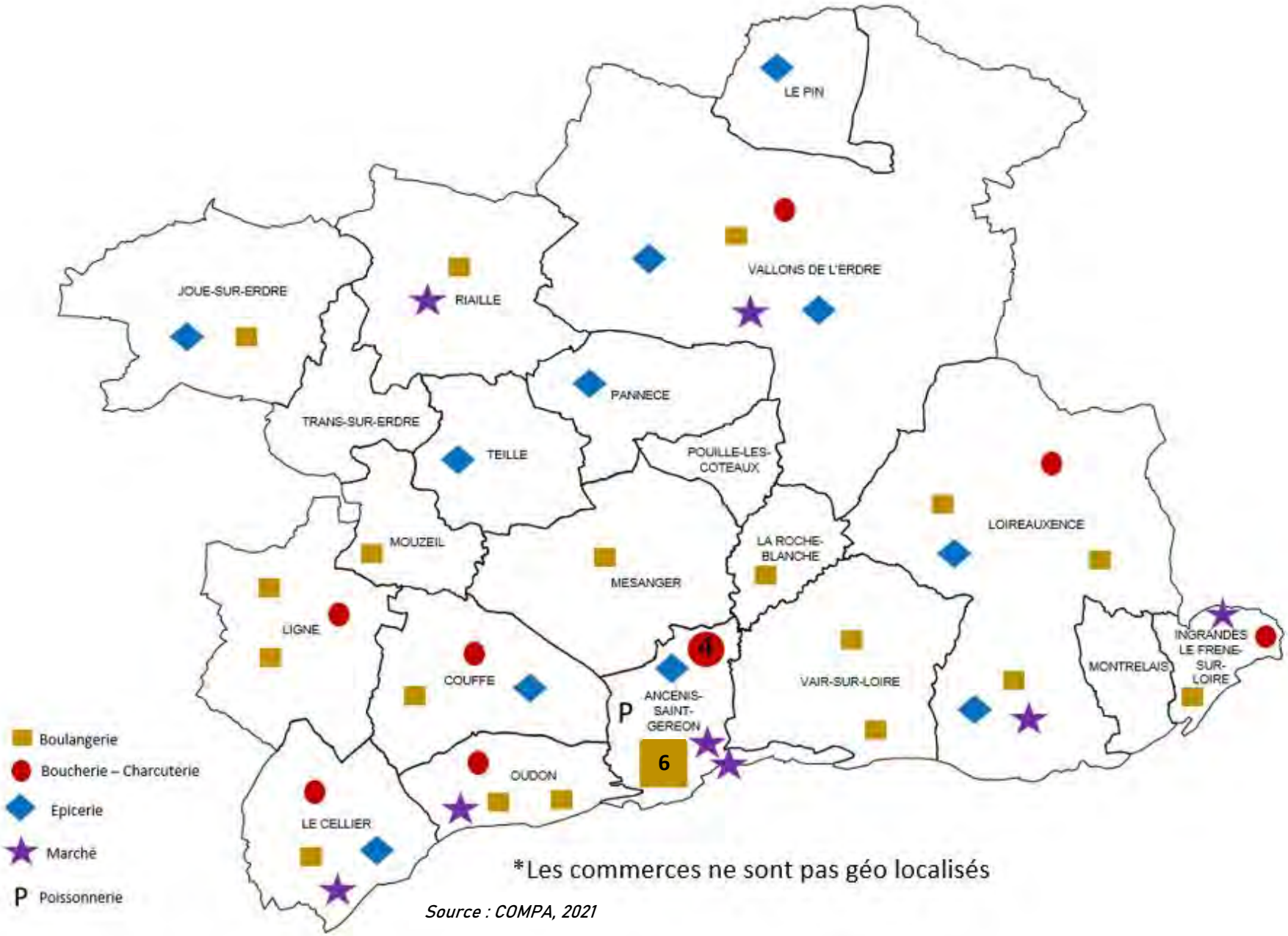


Figure 12 - Les commerces de proximité sur le Pays d'Ancenis



Source : COMPA, 2021

- ## Les circuits courts sur le territoire

De plus en plus de producteurs se lancent dans la vente directe. Plusieurs solutions s'offrent aux producteurs pour vendre directement aux consommateurs leurs marchandises : vente à la ferme, drive fermier, AMAP, magasin de producteurs … Chaque producteur est libre de choisir la solution qui paraît la plus opportune. De plus, les producteurs combinent généralement plusieurs modes de vente en direct.

Les AMAP sur le Pays d'Ancenis

Une AMAP est un « regroupement de consommateurs qui contractualisent avec un ou plusieurs producteurs » (Conseil de développement, 2015). Les consommateurs s'engagent à un approvisionnement régulier sous forme d'une distribution de paniers. L'engagement contractuel permet aux producteurs d'avoir des certitudes de débouchés pour leurs marchandises. L'AMAP est un mode de vente directe : il n'y a pas d'intermédiaire entre le consommateur et le producteur.

Sur le territoire, on dénombre quatre AMAP. L'AMAP « hommes de terre » à Oudon a été créée en 2005. L'AMAP d'Ancenis-Saint-Géréon a été créée en 2008. L'AMAP « fraise bouc » à Joué-sur-Erdre et l'AMAP du Cellier ont été créées en 2011. Dans le cadre des entretiens, nous avons pu échanger avec l'AMAP du Cellier.

- *L'AMAP du Cellier*

Cette AMAP a été créée en 2011 dans le but de concevoir des débouchés pour le maraîcher fraîchement installé sur la commune et pour les autres producteurs locaux. Aujourd'hui, l'AMAP comprend plusieurs producteurs situés sur la commune du Cellier ou sur les communes limitrophes. Les consommateurs retrouvent une grande pluralité de produits : viande, fromages, pain, légumes, fruits… L'AMAP comprend une cinquantaine de ménages ayant des contrats de 6 mois ou 1 an. Il y a des contrats pour chaque type de produits. Il revient aux consommateurs de choisir les contrats qu'ils souhaitent. La distribution des paniers a lieu chaque mercredi, de 18h à 19h, chez le producteur de légumes du Cellier.

Les magasins de producteurs sur le Pays d'Ancenis

Un magasin de producteurs est un lieu tenu et géré par les producteurs qui vendent directement, sans intermédiaire, les produits de leurs exploitations aux consommateurs. Chaque producteur livre ses produits au magasin et chaque producteur, à tour de rôle, vient tenir le magasin. Sur le territoire du Pays d'Ancenis, on ne retrouve qu'un magasin de producteurs : le Wagon à Pannecé

- *Le Wagon à Pannecé*

Le wagon est une association de loi 1901 créée en 1995 par 5 producteurs. Aujourd'hui, le magasin regroupe une vingtaine de producteurs qui commercialisent leurs produits auprès d'une cinquantaine de clients (Conseil de développement, 2015). L'offre est 100% bio et est constituée d'une pluralité de produits : fruits, légumes, porc, volaille, mouton, fromage, vin, miel …

Les permanences de vente au magasin sont le vendredi et le samedi, de 16h à 20h.

D'après l'étude du Conseil de développement de 2015, les producteurs du Wagon n'assurent qu'une partie de la commercialisation de leurs produits. Les autres canaux utilisés sont les marchés, les AMAP et la vente à la ferme.

La vente à la ferme sur le Pays d'Ancenis

Des producteurs font le choix de vendre directement à la ferme. C'est la méthode de vente directe la plus répandue. Sur le territoire, 97 exploitants commercialisent en circuits courts. Les producteurs vendant directement à la ferme font connaitre leur activité à travers les réseaux sociaux, notamment Facebook. Les producteurs rencontrés font le choix de la vente directe afin d'avoir une diversification de leurs revenus. Généralement, ils combinent circuits longs/circuits courts dans leur mode de commercialisation. Les producteurs développent la vente directe car elle est plus rémunératrice et en phase avec les attentes des consommateurs (avoir du relationnel avec le producteur). La COMPA a réalisé durant le confinement une cartographie (disponible sur le site de la COMPA) des producteurs commercialisant en circuits courts sur le territoire (voir carte ci-dessous). Cette carte ne recense pas l'intégralité des producteurs car tous n'ont pas souhaité y figurer.

Néanmoins, les producteurs ne sont pas nécessairement outillés et n'ont pas les compétences pour communiquer sur leur lieu de vente. De plus, vendre à la ferme demande du temps supplémentaire pour les producteurs. Certains producteurs, dans le cadre de nos entretiens, nous ont fait remarquer que la vente/commercialisation n'est pas le cœur de leur métier de base. C'est pour cette raison que des initiatives existent et sont présentes sur le territoire pour externaliser la fonction vente tout en garantissant aux consommateurs d'acheter des produits locaux.

La Ruche qui dit oui, Locavor : des solutions pour externaliser la fonction vente pour les producteurs

Les producteurs ne sont pas des vendeurs. C'est pourquoi il existe des initiatives pour externaliser cette fonction. L'initiative la plus ancienne sur le territoire est « la Ruche qui dit oui » ouverte en 2016, à Montrelais. Locavor est une initiative plus récente qui a ouvert en 2021, à Maumusson (Vallons de l'Erdre). La Ruche et Locavor sont des plateformes en ligne permettant de commander des produits locaux : le consommateur passe commande sur internet puis, récupère ses produits lors du jour de distribution. On retrouve sur le site internet les produits des producteurs locaux engagés auprès de la Ruche ou de Locavor. Les producteurs viennent ensuite livrer les marchandises en fonction du nombre de commandes passées sur le site internet directement sur les lieux de distribution, dans les locaux de la Ruche ou de Locavor.

Aujourd'hui, la Ruche compte 23 clients et 40 producteurs se trouvant dans un rayon de 60 km autour de la Ruche. Locavor compte 30 clients (se trouvant dans un rayon de 10 km) et 40 producteurs dans un rayon de 30 km autour de Locavor.

Ces initiatives constituent un moyen pour les producteurs d'externaliser la fonction vente. Néanmoins, l'un des freins est la logistique : certains producteurs ne veulent pas se déplacer/livrer pour des quantités trop faibles.

Les initiatives locales pour promouvoir les produits locaux

Des initiatives ont vu le jour sur le territoire pour donner plus de visibilité aux professionnels et aux produits locaux. Parmi l'ensemble des initiatives on retrouve l'association « Saveurs du Pays d'Ancenis » et le réseau « bienvenue à la ferme.

- *L'association « Saveurs du Pays d'Ancenis »*

Sous l'impulsion de la COMPA et de la chambre d'agriculture, cette association a été créée en 2016 afin de fédérer les agriculteurs du territoire vendant en circuits courts de proximité et de créer du lien avec les consommateurs du Pays d'Ancenis. Cette association regroupant 11 producteurs du Pays d'Ancenis avait pour ambition d'être un projet collectif représentatif du territoire et de valorisation des produits locaux à travers des évènements, les marchés, les magasins de proximité etc.

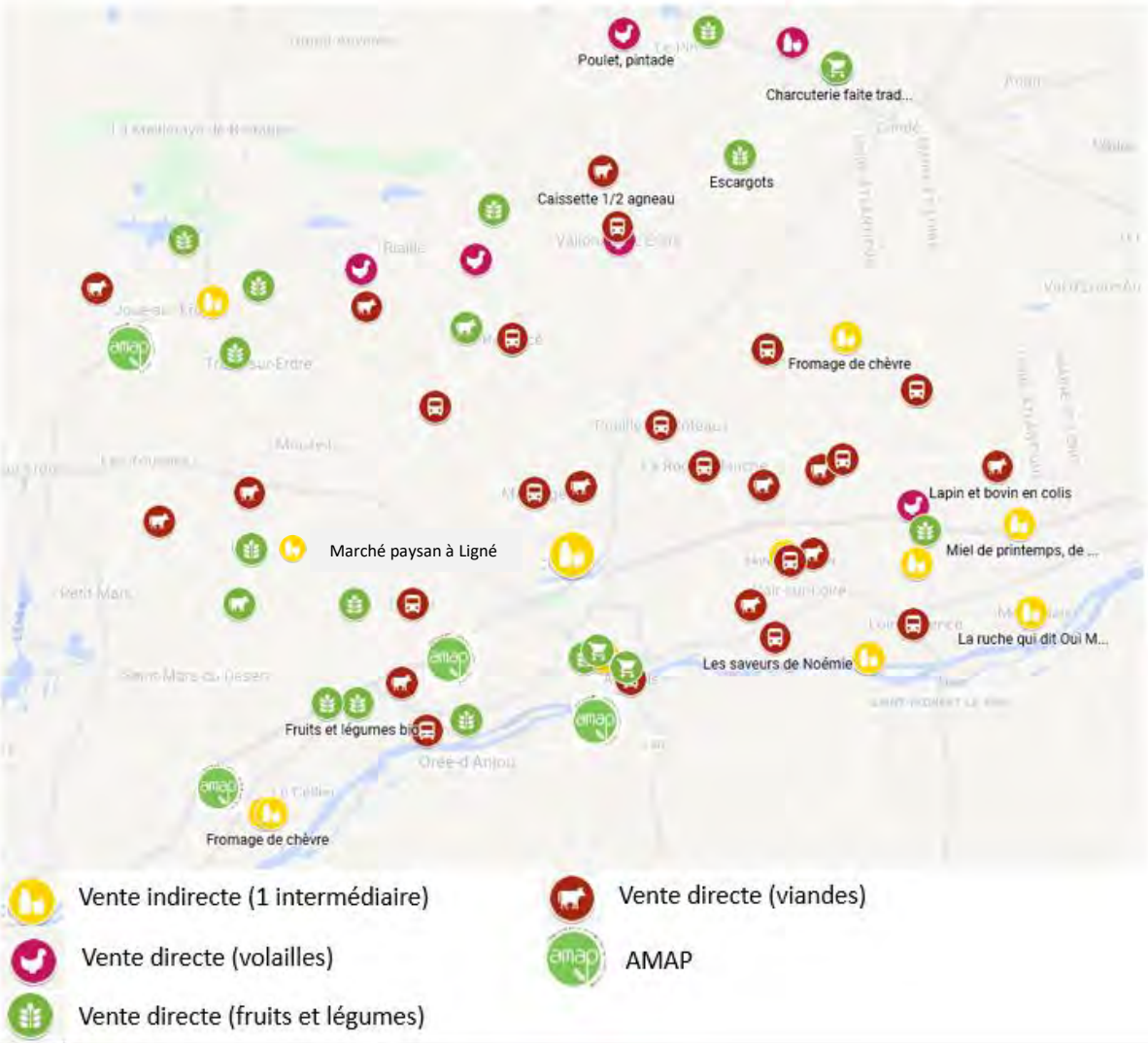
Le collectif s'est quelque peu essoufflé avec le temps pour plusieurs raisons. Tout d'abord, la vente directe est énergivore en temps pour les producteurs, laissant peu de temps pour l'animation. Selon les personnes membres interrogées, pour redynamiser l'association, il conviendrait d'étoffer le collectif tout en redéfinissant le projet de l'association (actions de communication, site de vente en ligne partagé, …), en s'assurant qu'il soit partagé par les uns et les autres.

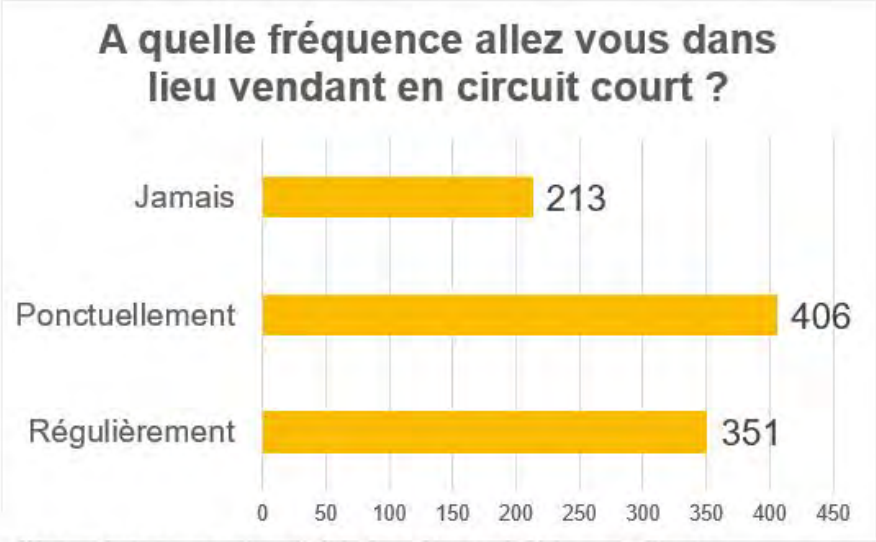
- *La marque « bienvenue à la ferme »*

Cette marque est un dispositif national créée par la chambre d'agriculture. « Bienvenue à la ferme » propose aux producteurs de se référencer sur le site internet qui leur est dédié afin que les consommateurs puissent savoir où se trouvent les produits locaux. Le réseau répertorie les lieux de vente à la ferme, en drive fermier, en magasin de producteurs, et dans les marchés. Sur le Pays d'Ancenis, 16 producteurs sont référencés sur le site de « bienvenue à la ferme ».

Figure 13 - Carte des lieux de vente en circuits courts sur le Pays d'Ancenis

Source : COMPA, 2021





Note de lecture : Sur 970 répondants, 351 se rendent régulièrement dans un lieu vendant en circuit court

97 EXPLOITATIONS
commercialisent en circuits courts

Exemples d'initiatives où le consommateur prend part à la distribution :

• Les critères de choix du lieu de distribution

Les choix de lieux de distribution ne manquent pas pour les consommateurs. Le consommateur à une pluralité de choix pour faire ses achats alimentaires : grandes surfaces, épiceries, commerces de proximité, locavor, vente à la ferme … Nous avons, dans le cadre de notre enquête en ligne, demandé aux répondants leurs critères de choix du lieu de distribution et la façon dont ils faisaient leurs courses (en physique, en drive ou en livraison).

La qualité des produits et la proximité comme critères de choix

Pour 94 % des répondants, la qualité des produits proposés est un critère très important dans leur choix du lieu d'approvisionnement. La proximité vient en deuxième choix : pour 87 % des répondants la proximité du lieu est un critère de choix très important. Les répondants souhaitent pouvoir faire leurs achats à proximité de leur lieu de vie. En effet, 54 % des répondants disent être prêts à faire au maximum entre 10 et 20 km pour faire leurs courses. 39 % des répondants souhaitent faire moins de 10 km pour réaliser leurs achats alimentaires.

Le prix des produits proposés demeure un critère important dans le choix du lieu d'approvisionnement. Pour 51 % des répondants, c'est un critère de choix très important et pour 43 % c'est un critère secondaire. Seuls 6 % des répondants considèrent que le prix n'est pas un critère dans leur choix du lieu d'approvisionnement.

Néanmoins, la notoriété du lieu d'approvisionnement ne constitue pas un critère. Pour 48 % des répondants, la notoriété n'est pas un critère de choix.

Figure 14 - Critères de choix du lieu d'approvisionnement (COMPA, 2021)

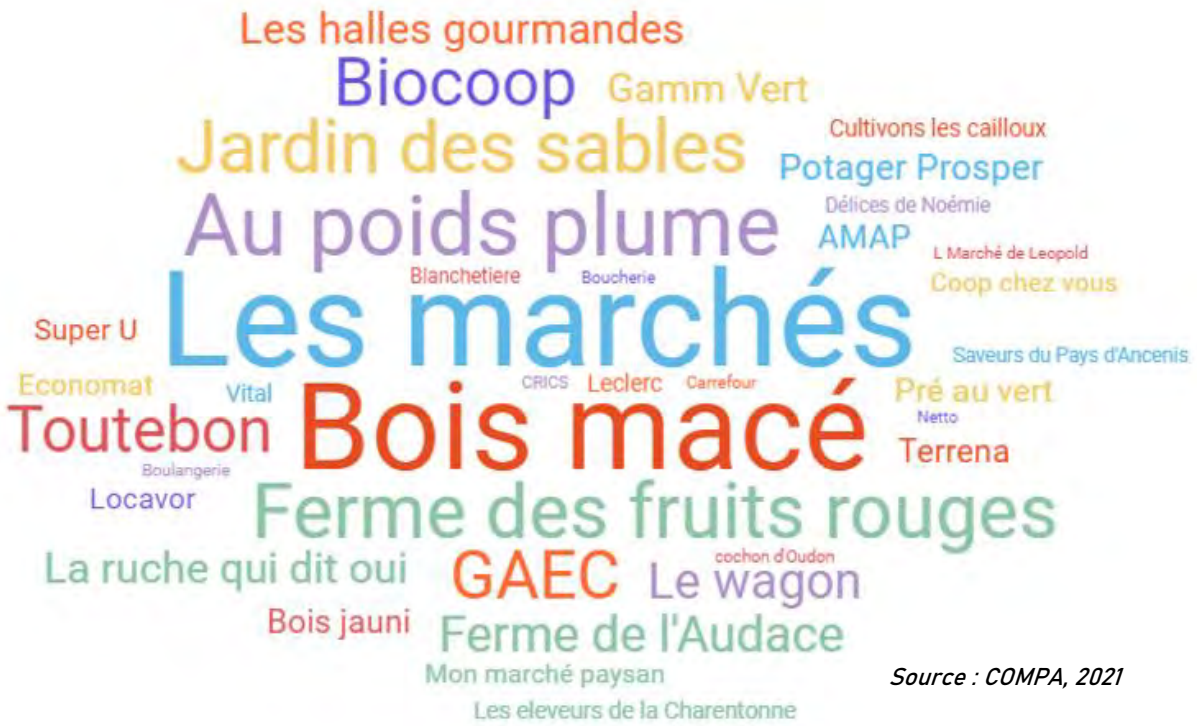
Critères de choix du lieu d'approvisionnement	NOTORIETE	PROXIMITE	PRIX DES PRODUITS	SERVICES PROPOSES	QUALITE DES PRODUITS	AVOIR UN MAXIMUM DE PRODUITS DANS UN MEME LIEU
Critère très important	12 %	**87 %**	**51 %**	34 %	**94 %**	47 %
Critère secondaire	40 %	12 %	**43 %**	45 %	6 %	40 %
Pas un critère de choix	**48 %**	1 %	6 %	21 %	0 %	13 %

Source : COMPA, 2021

Les répondants et les lieux de distribution de produits locaux

Nous avons demandé, dans le cadre de l'enquête en ligne, aux habitants de nous énoncer des lieux de distribution proposant des produits locaux. 75 % des répondants à l'enquête ont affirmé connaitre au moins un point de vente de produits locaux. Parmi les lieux les plus cités, on retrouve :

Figure 15 - Les lieux de distribution de produits locaux les plus cités (COMPA, 2021)



Source : COMPA, 2021

Conclusion : Les distributeurs et les produits locaux

En synthèse, l'ensemble des distributeurs sont engagés dans la démarche d'introduction de produits locaux dans leurs rayons. La GMS E. Leclerc est engagée avec l'association « produit d'ici », les magasins spécialisés sont dans une logique de proximité pour la plupart et les ventes à la ferme se développent sur le territoire. Néanmoins, il n'est pas toujours aisé pour les distributeurs d'introduire des produits locaux. En effet, pour pouvoir en introduire, il est nécessaire de connaitre les producteurs locaux qui sont en capacité de répondre aux besoins du distributeur. De plus, l'un des freins soulevé par l'ensemble des distributeurs rencontrés dans le cadre des entretiens est l'organisation de la logistique. Cette dernière reste une problématique majeure pour les distributeurs. En effet, la logistique est à la charge du producteur. Or, pour le producteur, il n'est pas rentable d'effectuer la livraison, elle a un coût financier et prend du temps aux producteurs. Lorsque les quantités demandées ne sont pas suffisantes, le producteur préfère ne pas livrer.

La consommation et la distribution

Le Pays d'Ancenis est un territoire avec un bassin de consommation important, avec des habitants qui s'intéressent à leur alimentation. Le territoire est marqué par une grande diversité de lieux de distribution offrant un large choix aux consommateurs (GMS, marchés, AMAP, épiceries…). Néanmoins, il y a un manque de visibilité concernant certaines initiatives,

notamment de vente directe, car les producteurs ne sont souvent ni outillés, ni formés pour communiquer sur leurs initiatives

Figure 16 - AFOM consommation et distribution

Atouts	Faiblesses
• Bassin de consommation important • Des habitants qui s'intéressent à leur alimentation • Une envie de soutenir l'économie locale • Grande diversité de circuits courts & une pluralité de choix (AMAP, marchés, paniers, GMS…) • Une production agricole locale diversifiée • Des initiatives locales pour garantir l'accès des produits locaux aux plus précaires	• Un manque de visibilité pour certaines initiatives (vente directe) • Des lieux de vente qui ne regroupent pas tous les produits • Des lieux de vente dispersés • Pas de circuits logistique pour les producteurs (collecte ou livraison) • Producteurs ni outillés, ni formés pour communiquer et manque de temps pour le développement des circuits courts de proximité • Le revenu est source d'inégalité dans l'accès aux produits locaux
Opportunités	**Menaces**
• Incitations gouvernementales (Plan Barnier, PNAN, Favoriser l'ancrage territorial de l'alimentation) • Apparition d'une multitude de solutions (e-commerce, livraison, casiers…)	• Le « produit local » devient un élément marketing et des enseignes communiquent sur la commercialisation de produits locaux qui ont une échelle du local large • Apparition d'une multitude de solutions (e-commerce, livraison, casiers…)

Source : COMPA, 2021

Chapitre 3 : La restauration scolaire primaire : une pluralité de profils sur le territoire

La restauration scolaire est au cœur de notre projet alimentaire. Pour mieux comprendre les enjeux et les besoins de la restauration scolaire, nous avons réalisé un état des lieux via des entretiens auprès des communes.

NB : L'état des lieux s'est focalisé sur la restauration scolaire primaire, c'est-à-dire les cantines des écoles maternelles et élémentaires.

1. Entre gestion concédée et régie directe

Qui gère la cantine ?

La restauration collective dans les écoles primaires (maternelles et élémentaires) relève de la responsabilité de la commune. Néanmoins, la commune a le choix dans le mode de gestion de sa cantine. En effet, elle peut décider de gérer la gestion des repas elle-même ou de la déléguer à un prestataire extérieur

Une cantine peut donc soit être gérée par la municipalité (on parlera alors de régie directe), soit être gérée par un prestataire ou une association (on parlera alors de gestion concédée).

Si la commune fait le choix de déléguer la gestion de la cantine à un prestataire, elle doit conclure un marché public avec un opérateur économique (un prestataire). Un marché public est un contrat, conclu à titre onéreux, entre un acheteur public (ici la commune) et un opérateur économique public ou privé (ici un prestataire).

La commune doit donc faire un appel d'offres afin de répondre à la réglementation des marchés publics (voir encadré). Dans cet appel d'offre, la commune va élaborer des critères qui auront pour but de sélectionner l'offre économiquement la plus avantageuse. Généralement, les marchés publics ont une durée de vie de 3 ans. Tous les trois ans, la commune doit renouveler son marché et refaire un appel d'offres.

En cas de régie directe, le recours aux marchés publics n'est pas nécessaire, tout est géré en interne: c'est la commune qui recrute ses cuisiniers, ses opérateurs de services, etc. Seule la commune est chargée de tout le fonctionnement de la cantine.

<u>Gestion concédée :</u> Commune > *contrat* > Prestataire > *contrat* > Producteur

<u>Régie directe :</u> Commune > *contrat* > Producteur

<u>Règles des marchés publics</u>

Il y a trois grands principes à respecter au niveau de l'achat public :

- La liberté d'accès à la commande publique : toute société peut se porter candidate
- Egalité de traitement des candidats : interdiction de toutes discriminations ou de favoritisme
- Transparence des procédures : les règles du jeu doivent être fixées dès le départ.

La gestion de la cantine sur le Pays d'Ancenis

Sur le territoire du Pays d'Ancenis, on retrouve des cantines en gestion concédée et des cantines en régie directe.

Sur le territoire, les cantines en gestion concédée sont les plus nombreuses: on dénombre 15 communes en gestion concédée, ce qui représente 25 cantines. Néanmoins, 3 cantines sont autonomes (Le Cellier, Ligné et Mouzeil), c'est-à-dire qu'elles se font simplement livrer les denrées par un prestataire. La préparation est réalisée sur place par un chef cuisinier.

Pour les autres, ce sont des cuisines satellites en liaison froide, c'est-à-dire que les plats sont élaborés dans une cuisine centrale puis livrés, par la suite, dans les cuisines satellites. Il n'y a donc pas de cuisiniers dans les cuisines satellites.

Ensuite, on dénombre quatre cantines gérées en régie directe sur le territoire. Dans ces cantines, on retrouve des cuisines autonomes.

Enfin, on recense deux cantines gérées par des associations (Belligné et Freigné). Dans ces cantines, on retrouve également des cuisines autonomes.

Cuisine centrale, cuisine satellite, cuisine autonome, de quoi parle-t-on ?

- Cuisine centrale : lieu de préparation des plats. Les plats sont ensuite livrés dans les cuisines satellites. Seuls les plats sont préparés ; il n'y a pas de service sur place.
- Cuisine satellite : lieu où l'on remet en température (avant le service) les plats préparés par la cuisine centrale.
- Cuisine autonome : cuisine dans laquelle sont préparés et consommés les plats.

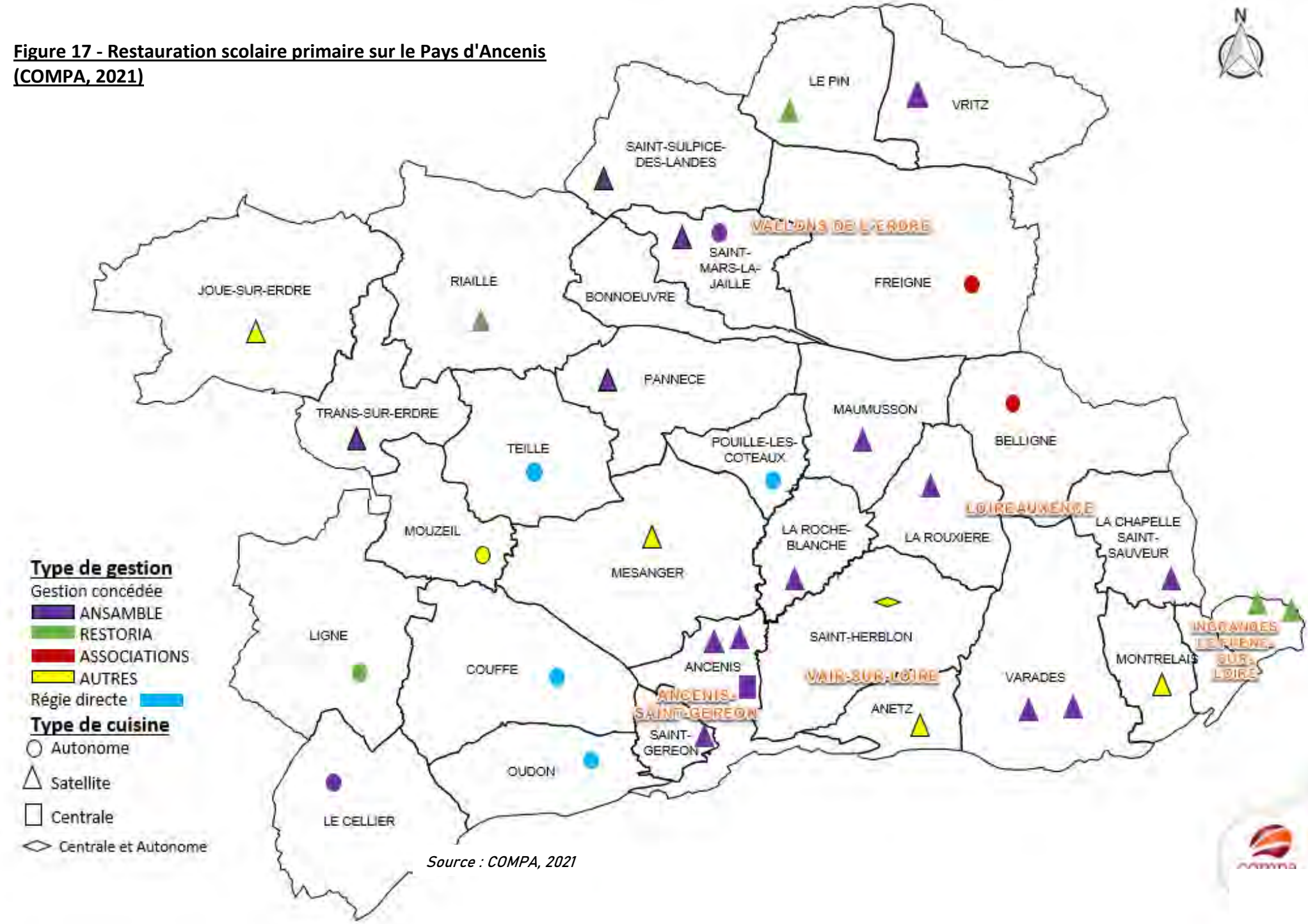
Comment fonctionne une cuisine centrale : le cas de la cuisine de Sévigné
(Ancenis-Saint-Géréon)

Lorsque la cantine est gérée par un prestataire, il y a généralement une cuisine centrale qui prépare les plats pour plusieurs cuisines satellites. Mais comment fonctionne une cuisine centrale ?

Tout d'abord, la cuisine centrale est le lieu où sont préparés les plats. Elle réceptionne les produits/les matières premières. Elle va ensuite les cuisiner/préparer. Dans la cuisine centrale, les plats vont subir une baisse de température afin de pouvoir les conserver avant le service. La cuisine centrale va stocker les plats préparés, puis, elle va les distribuer à l'ensemble des cuisines satellites qui lui sont rattachées. La cuisine centrale livre donc les cuisines satellites. Ensuite, les cuisines satellites vont remettre en température les plats et les servir aux convives. La cuisine centrale est donc uniquement un lieu où l'on prépare les plats : il n'y a pas de service dans la cuisine centrale.

Sur le territoire de la COMPA, on retrouve une cuisine centrale, la cuisine centrale de Sévigné à Ancenis-Saint-Géréon, occupée par le prestataire Ansamble. La cuisine centrale appartient à la commune d'Ancenis-Saint-Géréon qui loue les locaux au prestataire Ansamble. Ce dernier réceptionne les produits, prépare les plats et réalise le stockage dans les locaux de la cuisine de Sévigné. Puis Ansamble livre les cuisines satellites du territoire. La Cuisine centrale de Sévigné livre les communes de Loireauxence (4 cantines), Ancenis-Saint-Géréon (3 cantines), Vallons de l'Erdre (3 cantines), Pannecé (1 cantine), Trans-sur-Erdre (1 cantine) et La Roche Blanche (1 cantine).

Figure 17 - Restauration scolaire primaire sur le Pays d'Ancenis (COMPA, 2021)



Source : COMPA, 2021

2. Les cantines et les convives

Nombre de repas sur le Pays d'Ancenis

Sur le territoire, on dénombre 31 cantines scolaires primaires. Ces 31 cantines représentent, en moyenne, 5 830 repas servis quotidiennement. Sur le territoire on retrouve 4 prestataires : Ansamble qui prépare 55 % des repas du territoire ; Restoria qui prépare 17 % des repas ; Océane de Restauration et Armonys restauration préparent 8 % des repas. Les cantines gérées par des associations représentent 4 % des repas servis. Enfin, les cantines en régie directe (gérées directement par la commune) représentent 16 % des repas servis sur le territoire.

Le territoire est caractérisé par une forte présence de prestataires dans la gestion des cantines, avec un prestataire majoritaire qui est Ansamble.

Les besoins alimentaires des cantines du Pays d'Ancenis

Les denrées alimentaires représentent une part du budget des cantines. Néanmoins, ce n'est pas la seule source de dépenses pour les cantines. En effet, sur le Pays d'Ancenis, en moyenne, le coût des denrées alimentaires représente 29 % du coût global d'un repas (le coût global d'un repas comprend les salaires, les denrées alimentaires, le fonctionnement et l'investissement). Sur le Pays d'Ancenis, en moyenne, les denrées alimentaires représentent 1.79 € du coût global d'un repas qui s'élève en moyenne à 6.25 € sur le territoire.

D'après une étude de la DRAAF Occitanie, les salaires sont la principale source de dépense pour les cantines. En effet, les salaires représentent 50 % du coût global d'un repas. Le coût des denrées alimentaires dans la cantine représente 25 % du coût global d'un repas.

Les besoins alimentaires des cantines varient en fonction de la taille des cantines. Sur le territoire, on retrouve des cantines qui servent 550 convives par jour et d'autres qui en servent 45 par jour. Les besoins notamment en terme de quantité seront différents. Si l'on prend la cuisine centrale de Sévigné, les quantités demandées sont importantes car elle confectionne, par jour, les repas de 1 950 enfants. Elle a donc besoin par semaine, de 4 000 pièces de fruits, de 200 kg de légumes, de 100 kg de fromage, de 2 000 pièces de produits laitiers, de 210 kg de viande, de 210 kg de volaille et de 210 kg de poisson.

Sur la base des cantines qui ont répondu à notre question des besoins alimentaires par semaine, voici un tableau de synthèse des besoins alimentaires sur le Pays d'Ancenis (la somme de l'ensemble des besoins) :

Figure 18 - Besoins alimentaires des cantines (par semaine)

*Pour le prestataire Ansamble, les cantines de Freigné, d'Oudon, de Riaillé, de Teillé et de Montrelais, soit 1/5 des repas servis sur le Pays d'Ancenis.

	Pour le prestataire Ansamble En kg	*Pour le prestataire Ansamble* En nombre de pièces	*Extrapolation Pays d'Ancenis* En kg	*Extrapolation Pays d'Ancenis* En nombre de pièces
Fruits	95 kg	4 550 pièces	609 kg	29 170 pièces
Légumes	425 kg		2724 kg	
Fromages	129 kg		827 kg	
Produits laitiers	60 kg	3 040 pièces	384 kg	2 461 pièces
Viande	274 kg	180 pièces	1 756 kg	1 154 pièces
Volaille	247 kg	100 pièces	1 583 kg	641 pièces
Poisson	255 kg	180 pièces	1 634 kg	1 154 pièces
Pain		469 pièces		3 006 pièces

Note de lecture : sur le territoire, pour le prestataire Ansamble, les cantines de Freigné, Oudon, Riaillé, Teillé et Montrelais, les besoins en fruits sont de 95 kg et de 4 550 pièces pour une semaine.

L'extrapolation effectuée considère l'ensemble des repas servis pour une semaine sur le Pays d'Ancenis, soit près de 5 770 repas.

3. La nouvelle réglementation : la loi Egalim

Qu'est-ce que la Loi Egalim

La loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous (Egalim) est une loi issue des Etats Généraux de l'alimentation. Cette loi a été votée le 2 octobre 2018, puis promulguée le 1er novembre 2018. C'est une loi qui comporte plusieurs volets dont un consacré à la restauration collective.

- *50 % des produits de qualité et durables*

L'un des objectifs phares de la loi Egalim pour la restauration collective est que les cantines doivent, d'ici le 1er janvier 2022, proposer dans les menus, 50 % des produits de qualité et durables, dont 20 % en bio (en valeurs).

Sont considérés comme des produits de qualité et durables :

- ✓ Les produits issus de l'agriculture biologique (label bio)
- ✓ Les produits sous signes officielles d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) : label rouge, AOP/AOC, indication géographique (IGP), spécialité traditionnelle garantie (SIG), « issu d'une exploitation à Haute Valeur Environnementale » (HVE), mention « fermier » ou « produit de la ferme » ou « produit à la ferme »
- ✓ Les produits sous écolabel pêche durable
- ✓ Les produits bénéficiant du logo « région ultrapériphérique »

- *Le plat végétarien*

La Loi Egalim exige également que les cantines proposent au moins un repas végétarien par semaine. Le plat végétarien doit contenir des protéines végétales pouvant comporter des légumineuses, des céréales, des œufs et/ou des produits laitiers (Ministère de l'agriculture, 2020).

- *La lutte contre le gaspillage alimentaire*

Depuis le 21 octobre 2019, les cantines ont l'obligation de mettre en place une démarche de lutte contre le gaspillage alimentaire.

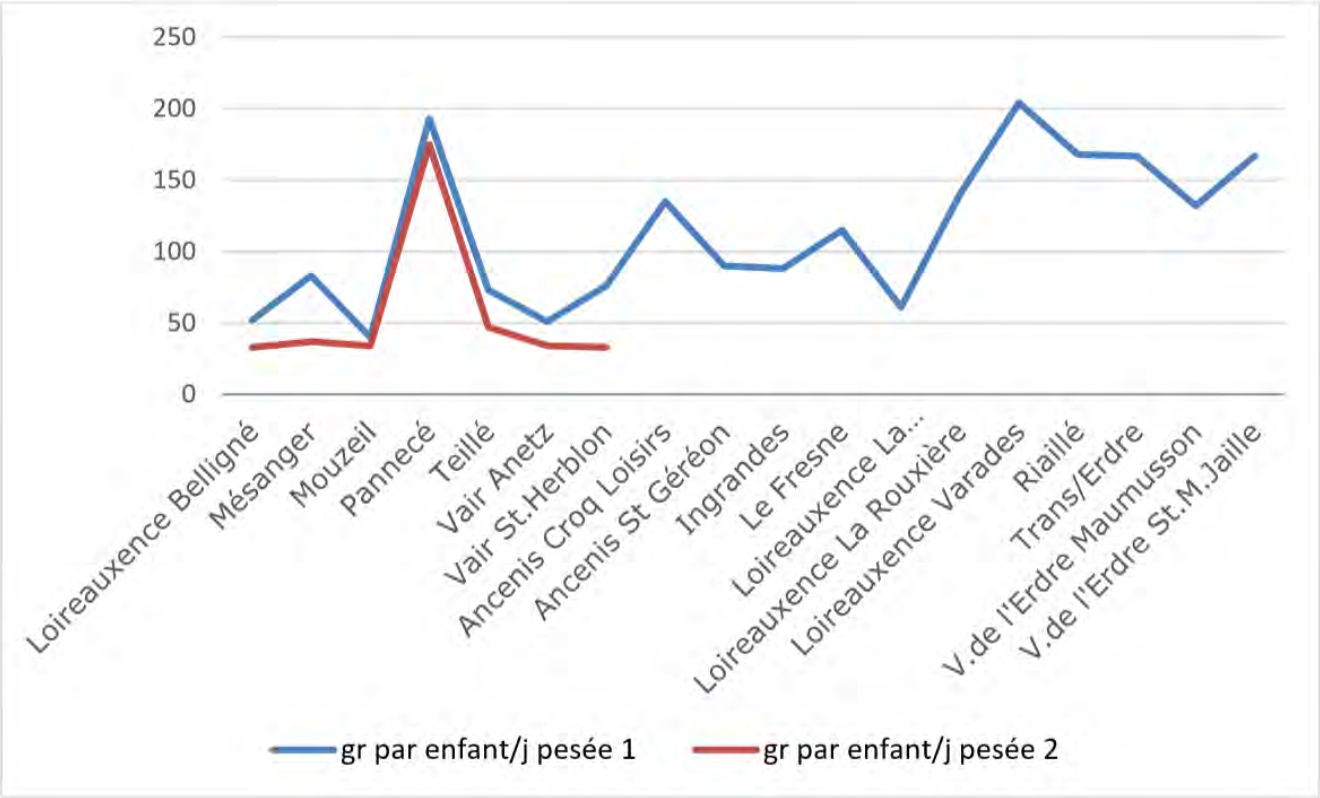
La Loi Egalim et les cantines du Pays d'Ancenis

Suite à nos entretiens, les gestionnaires des cantines du territoire nous ont fait part de leur souhait de respecter et d'atteindre les objectifs de la loi Egalim. Sur l'ensemble des communes interrogées, toutes ont mis en place le plat végétarien dans leurs menus. Concernant les 50 % des produits de qualité et durables, pour les personnes interrogées, il est difficile de quantifier la quantité de produits de qualité et durables. Concernant la part de produits bio, les communes sont dans des situations différentes. Certaines ont introduit plus de 20 % de produits bio alors que d'autres sont à 10-11 % de produits bio. De plus, certaines cantines ne souhaitent que du bio local. Or, le bio local est en nombre limité et ne concerne pas tous les produits, ce qui explique leur part plus faible de produits bio dans les menus.

Concernant la lutte contre le gaspillage alimentaire, la COMPA et la chambre d'agriculture des Pays de la Loire ont réalisé un diagnostic en juin 2017, préalable à la mise en place d'un programme d'actions. 21 établissements scolaires sont engagés dans le programme. Dans le cadre de ce diagnostic, chaque établissement a mené une pesée des déchets sur une semaine. Les déchets pesés ont été séparés en 6 types d'aliments : entrée/viande-poisson/accompagnement/fromage/dessert/pain. De plus, il a été décidé de prendre en compte le gaspillage du reste à l'assiette (ce qu'il reste dans les assiettes

à la fin du repas) et le gaspillage de ce qui n'a pas été servi. Ceci a permis de recueillir des données quantitatives. Une pesée a eu lieu avant la mise en place d'actions et une autre a eu lieu après la mise en place d'actions. On remarque, sur le graphique ci-dessous, que toutes les cantines ont connu une baisse du gaspillage alimentaire.

Figure 19 - Résultats des pesées dans les restaurants scolaires du Pays d'Ancenis



Source : Chambre d'agriculture – COMPA

Tous les établissements suivis jusqu'au bout du processus (pesée de contrôle + seconde pesée) affichent une baisse de leur gaspillage alimentaire. Les établissements qui n'ont pu réaliser la pesée finale (seconde pesée) pour cause d'arrêt prématuré de leur activité (covid) seront contactés à la rentrée scolaire (2021-2022) pour relancer la dynamique de lutte contre le gaspillage alimentaire.

Aujourd'hui, les actions mises en place par les cantines pour réduire le gaspillage alimentaire sont :

- De servir l'enfant en fonction de sa faim (petite/grande faim)
- De faire du service à table et pas en self
- De proposer des tranches de pain
- De mettre en place un compost ou de redistribuer les restes à des éleveurs pour leurs animaux

Les cantines et les produits locaux

Lors de nos entretiens, nous avons demandé aux cantines la part de produits locaux dans leurs menus. La question des produits locaux est une question complexe pour plusieurs raisons. Tout d'abord, il est difficile de caractériser ce qu'est un produit local car nous n'avons pas tous la même échelle du local. Pour certaines cantines, le local va être la commune, pour d'autres le Pays d'Ancenis et pour d'autres le département, voire la région. De plus, en fonction du produit, l'échelle du local sera différente selon certaines personnes interrogées. En effet, un poulet local va être un poulet du Pays d'Ancenis mais un poisson local va avoir une échelle du local plus large (départementale, voire régionale).

Les normes sanitaires dans les cantines sont très strictes. Pour pouvoir travailler avec un producteur local, il faut que ce dernier respecte un cahier des charges important, notamment pour ce qui concerne la viande.

De plus, l'intégration de produits locaux dans les menus n'est pas simple en raison de quelques difficultés. Tout d'abord, les cantines n'ont pas forcément la connaissance des producteurs en capacité de répondre aux besoins alimentaires des cantines. Lorsque les cantines parviennent à trouver des producteurs en capacité de répondre aux besoins, l'autre difficulté est la contrainte logistique. Les producteurs ne sont pas prêts à réaliser la livraison si les quantités sont trop faibles ou si la cantine se trouve trop loin de l'exploitation. Comment lever la contrainte logistique ?

Les solutions existantes pour lever la contrainte logistique

Les acteurs privés comme publics tentent de lever la contrainte logistique pour faire en sorte que les cantines puissent s'approvisionner localement.

- *Le réseau « manger local 44 »*

Le réseau « manger local 44 » a été créé en 2017 par le conseil départemental de Loire Atlantique avec la chambre d'agriculture, de la chambre des métiers et de l'artisanat, et de l'association des maires de France 44. Ce réseau a pour objectif de promouvoir l'approvisionnement local en restauration collective auprès de l'ensemble des acteurs concernés par l'alimentation. Le réseau veut pouvoir réunir les producteurs, les artisans-transformateurs, les restaurants collectifs et les collectivités locales.

Ce réseau est davantage une mise en relation qu'une aide logistique. En effet, le réseau « manger local 44 » regroupe plus de 300 producteurs, transformateurs et distributeurs rassemblés au sein d'un annuaire. Cet annuaire permet aux restaurants collectifs de savoir où sont les producteurs locaux désireux de travailler avec eux pour un approvisionnement plus local. L'annuaire regroupe les producteurs en fonction de leurs productions et de leurs labels.

Le département va, par la suite, piloter un groupement de commandes pour faciliter davantage l'approvisionnement en produits locaux.

- *Coclicaux*

Coclicaux est une initiative privée récente. Coclicaux a été créé en avril 2020 à Saint-Brieuc (22000). Coclicaux est une plateforme web destinée aux professionnels sur laquelle les producteurs ou restaurants collectifs peuvent se faire connaitre via la carte. Les producteurs vont renseigner leurs marchandises disponibles et les restaurants collectifs vont pouvoir sélectionner leurs besoins. Néanmoins, la particularité de Coclicaux est de tenter de lever la contrainte logistique. En effet, l'une des contraintes principales pour les producteurs est la logistique. La logistique n'est pas rentable pour le producteur. Or, Coclicaux propose des co-livraisons et co-stockages pour lever cette contrainte. Concrètement, un producteur A souhaitant faire le trajet « Ancenis-Nantes » renseignera sur le site son trajet. Si un producteur B réalise le même trajet, celui-ci pourra demander au producteur A d'effectuer une co-livraison (un seul véhicule pour deux livraisons) moyennant un dédommagement financier. Ce « co-voiturage » de produits locaux permet de rendre rentable la livraison et de limiter le nombre de véhicules sur les routes. Cette initiative permet donc aux restaurants de connaitre les producteurs qui se trouvent à proximité et permet, aux producteurs d'optimiser la livraison en ayant recours aux co-livraisons.

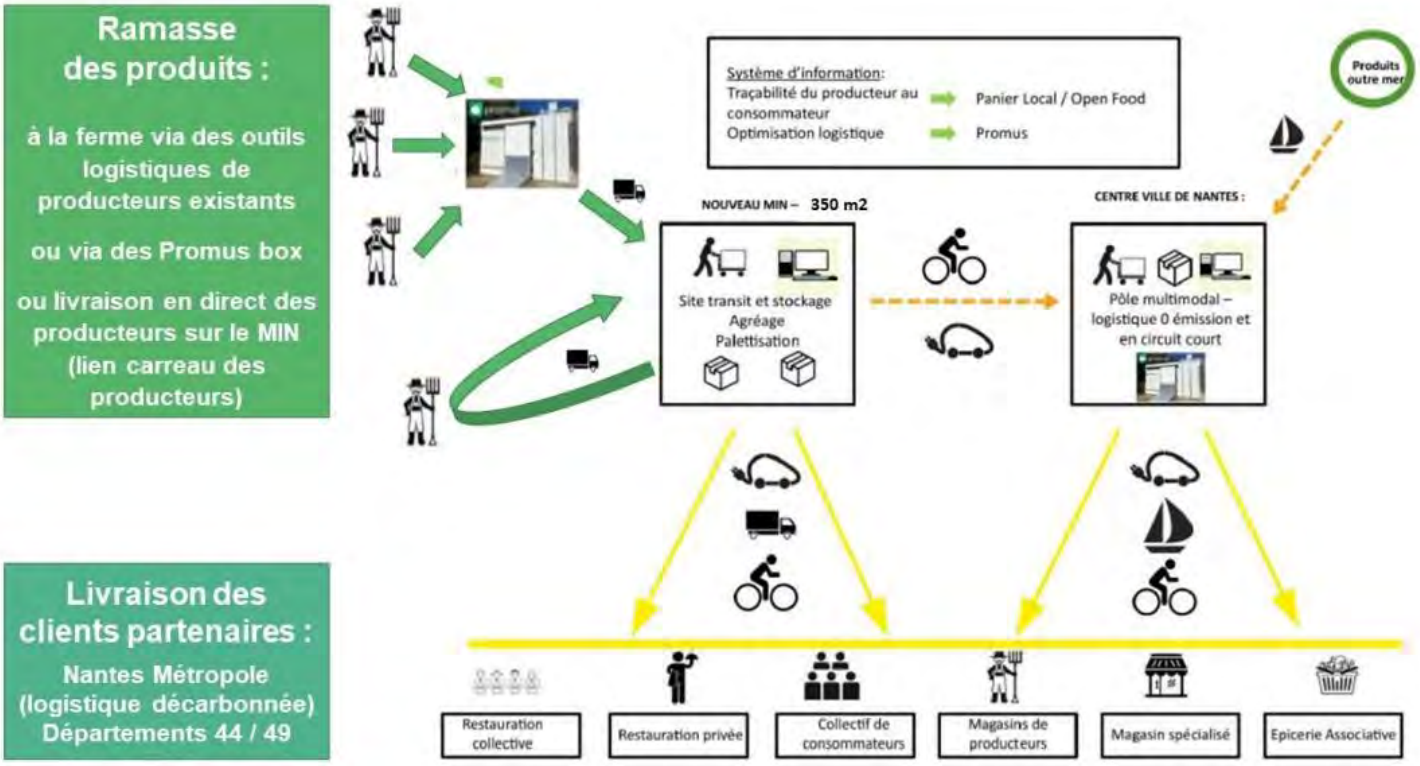
- *Kiosque Paysan*

Le Kiosque Paysan se veut être la « première solution collective de mutualisation logistique au service des circuits courts, locaux et bio en Loire Atlantique » (site internet kiosque paysan).

Concrètement, le Kiosque Paysan est un collectif de producteurs, acheteurs professionnels et logisticiens qui se sont regroupés pour monter le projet. Ce projet est né de la difficulté d'approvisionnements de produits locaux, notamment liée à la difficulté logistique. Le Kiosque Paysan a pour enjeu de faciliter l'accès aux produits locaux en approvisionnant une grande diversité de lieux de distribution. Le kiosque doit permettre de livrer un grand nombre de lieux (magasins spécialisés, magasins de producteurs, la restauration collective…) en mutualisant les coûts logistiques. Le kiosque est là pour réduire le poids de la gestion logistique aux acteurs de la chaine d'approvisionnement en proposant des solutions logistiques optimisées et mutualisées via les partenaires logisticiens du Kiosque.

Sur 5 ans, le Kiosque Paysan souhaite développer son modèle logistique comme ci-dessous. Cette plateforme coopérative permettra de mutualiser le transport, le stockage, et la préparation de commandes.

Figure 20 - Le modèle logistique du Kiosque Paysan



Source : Kiosque Paysan

Conclusion : restauration scolaire

Le territoire dispose de moyens pour agir et introduire plus de produits locaux dans les cantines. Sur le territoire, on retrouve des cantines autonomes qui ont la capacité de cuisiner et de préparer sur place, ce qui n'est pas le cas des cuisines satellites. La production agricole diversifiée permet d'avoir un large choix de produits en local.

Néanmoins, l'engagement de certaines cantines dans les marchés publics limite l'introduction de produits locaux. Les cantines n'ont pas forcément la connaissance des producteurs locaux en capacité de répondre à la demande et certains producteurs ne sont pas en capacité de répondre à la demande (volume non régulier ou insuffisant). Il y a donc une difficulté de concilier offre et demande.

Figure 21 - AFOM restauration scolaire

Atouts	Faiblesses
• Des cantines autonomes avec cuisines complètes • Des cantines en régie directe qui ont plus de leviers d'actions immédiats • Des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire qui permettent d'introduire des produits locaux • Une production agricole diversifiée sur le territoire qui pourrait permettre de répondre à la demande	• L'engagement dans des marchés publics peut limiter les nouvelles initiatives • 22 cuisines satellites : pas de possibilité de cuisiner sur place • Manque de visibilité des producteurs • Certains producteurs ne sont pas en capacité de répondre à la demande (volume non régulier ou insuffisant) : difficulté de concilier offre et demande car pas d'organisation de producteurs • Contrainte logistique pour approvisionner les cantines • Prix élevés pour certains produits (viande, produits laitiers locaux) • La production locale en bio insuffisante pour répondre à la demande (Loi Egalim)
Opportunités	**Menaces**
• Le respect de la saisonnalité permet une maitrise des coûts • Des communes engagées en réponse à la Loi Egalim • Attente des parents d'élèves pour des repas de meilleure qualité • Une initiative du « LIT Ouesterel » pour adapter l'offre de volailles aux attentes de la restauration collective • Incitative du département pour plus de produits locaux dans les collèges	• Prix de certaines denrées industrielles défie toute concurrence: politique des prix bas / opacité des prix • Normes sanitaires fortes

Source : COMPA, 2021

Chapitre 4 : L'agriculture : une identité forte sur le territoire

« Le Pays d'Ancenis est un secteur agricole important du département de Loire Atlantique […] On y retrouve des exploitations diversifiées ayant su mettre en valeur la totalité des surfaces caractéristiques des paysages ligériens : la vallée de la Loire, les marais, les plateaux bocagers, la vallée de l'Erdre … » (Scot du Pays d'Ancenis)

1. Les productions agricoles : qu'est ce qui est produit sur les terres du territoire ?

Les différentes productions

L'agriculture contribue à l'identité paysagère du Pays d'Ancenis. En effet, 75 % de la surface totale du territoire est agricole. En comparaison, à l'échelle du département de Loire Atlantique, l'agriculture représente 64 % de la surface totale. Ceci fait du Pays d'Ancenis un territoire agricole et rural. L'agriculture a une place forte sur le territoire.

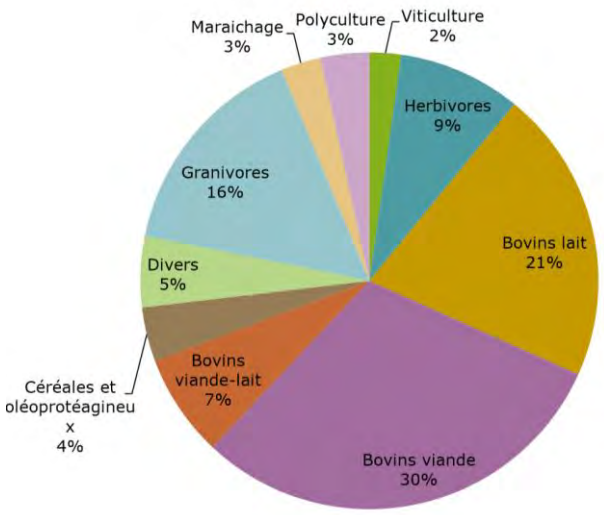
Le Pays d'Ancenis est un territoire avec une pluralité de productions agricoles (élevage, maraichage, viticulture, arboricultures). Néanmoins, des productions sont plus fortement ancrées sur le territoire. En effet, 80 % des productions sont en élevage, notamment en élevage bovin (voir graphique ci-dessous). Le territoire comptabilise 23 686 vaches. Ceci n'est pas une spécificité du territoire. Le département de Loire Atlantique est l'un des premiers départements français pour l'élevage bovin (Auran, 2021). Quant à la région, l'élevage représente 62 % de la production totale. La région détient la troisième place nationale pour l'élevage de gros bovins.

Pour le Pays d'Ancenis, les productions sont réparties comme suit :

- 30 % bovins viande
- 21 % bovins lait
- 7 % bovins viande – lait
- 16 % granivores
- 3 % pour le maraichage
- 3 % polyculture
- 2 % viticulture

80 % des productions en élevage

Figure 22 - Les productions agricoles sur le Pays d'Ancenis



Concernant l'élevage bovin sur le territoire, ce dernier est surtout situé majoritairement au centre/nord du territoire (voir carte-ci-dessous). Néanmoins le territoire manque légèrement de maraichage et d'arboriculture.

Source : Diagnostic agricole, chambre d'agriculture, 2018

Ci-dessous, un tableau réalisé par la DRAAF, de l'évolution des surfaces (ha) entre 2015 et 2017 sur le Pays d'Ancenis.

Figure 23 - Evolution des surfaces agricoles entre 2015 et 2017

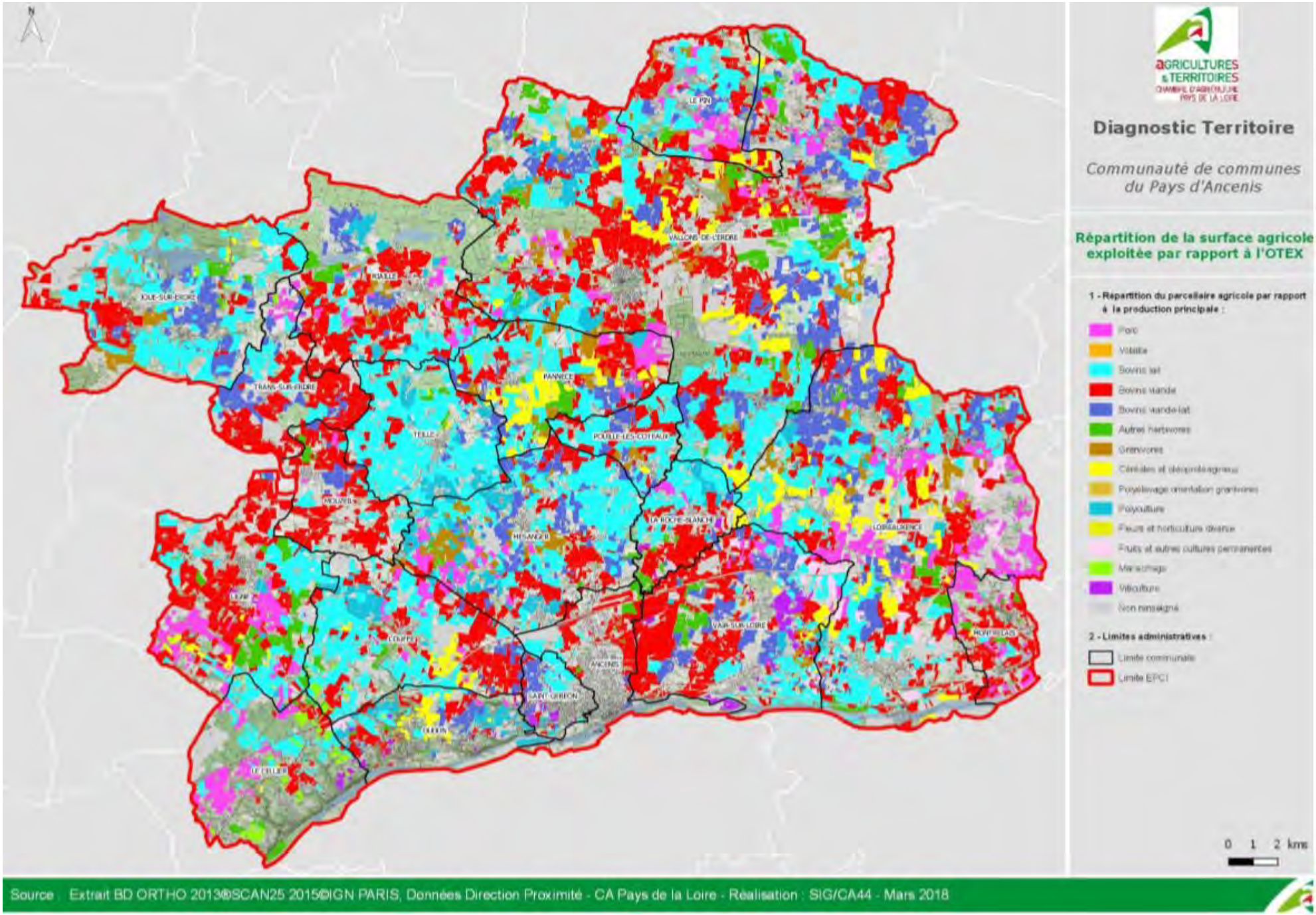
Surfaces des principales cultures declarees a la PAC sur le territoire

	CC du Pays d'Ancenis		Loire-Atlantique	
surface (ha)*	2017	2015	2017	2015
terres arables, dont :	**45 633**	**45 343**	**295 694**	**295 802**
prairies temporaires et fourrages (hors maïs ensilage)	14 899	14 444	124 999	120 229
blé tendre	12 292	12 684	57 027	58 389
maïs grain et ensilage	7 988	8 614	62 648	66 944
orge	3 417	3 027	12 715	11 636
colza	3 375	2 933	11 149	8 765
cultures permanentes (hors vignes), dont :	**385**	**373**	**1 135**	**1 092**
vergers	301	304	760	750
autres cultures industrielles	54	59	74	72
prairies ou pâturages permanents	**12 360**	**12 685**	**97 405**	**97 636**
SAU hors vigne	**58 378**	**58 401**	**394 233**	**394 531**

Source : ASP – PAC d'après SSP
* Surfaces déclarées à la commune de la parcelle. Ces surfaces ne sont pas exhaustives (certaines exploitations non déclarantes, d'autres ne déclarant pas la totalité de leurs surfaces), notamment pour le maraîchage et certaines cultures fruitières.
champ : parcelles
s : secret statistique
– : pas de données

Source : DRAAF

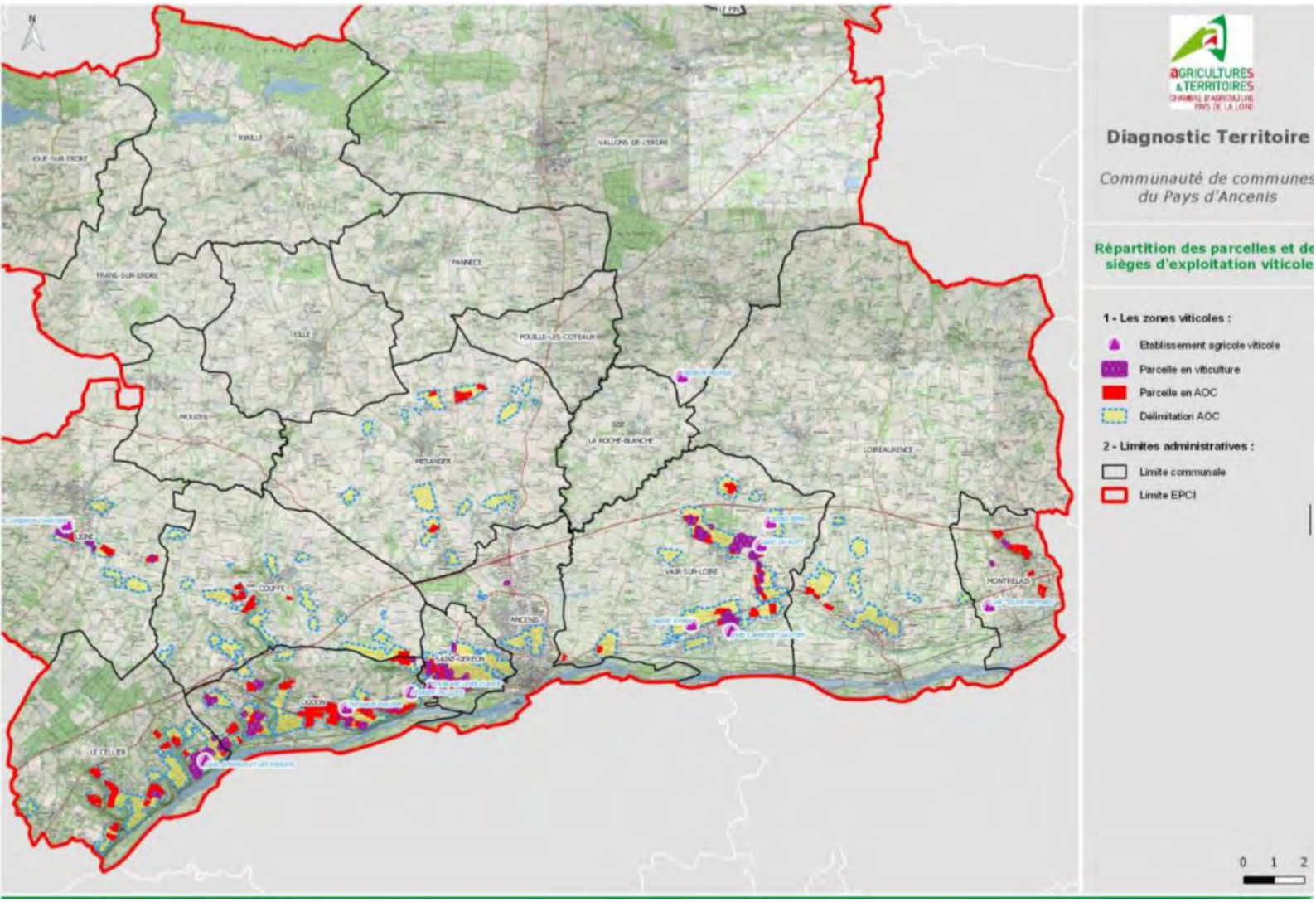
Figure 24 - Répartition de la surface agricole exploitée sur le Pays d'Ancenis



La viticulture

Le Pays d'Ancenis a également des vignobles sur son territoire. La viticulture représente 291 ha de vignes qui sont essentiellement localisées en bord de Loire (voir carte ci-dessous). Ceci représente 19 viticulteurs pour 13 structures. Même si la viticulture ne représente que 2 % des productions du territoire, elle a un ancrage et une identité territoriale forte. En effet, les appellations locales mettent en lumière les productions viticoles locales : AOP Coteaux d'Ancenis blanc Malvoisie, Muscadet Coteaux de la Loire & IGP Val de Loire, Coteaux d'Ancenis rouge et rosé, cru communal Champtoceaux.

Figure 25 - Carte viticulture sur le Pays d'Ancenis



Source : Diagnostic agricole, chambre d'agriculture, 2017

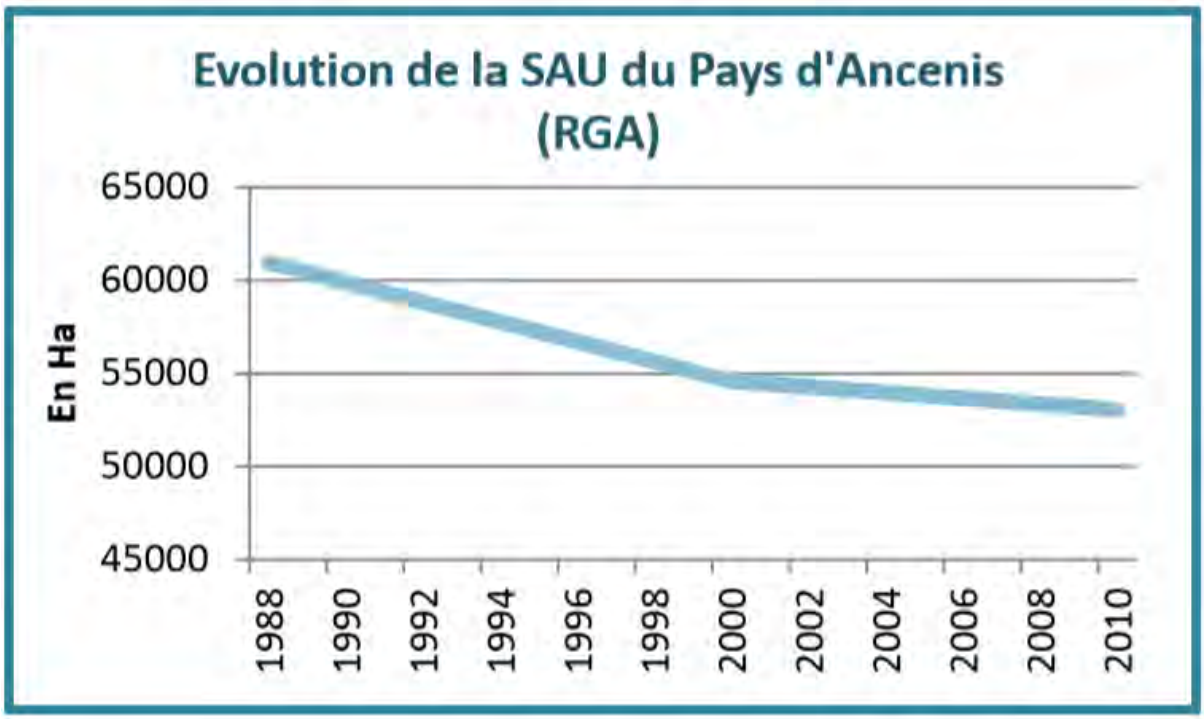
Le foncier agricole

Sur le territoire, l'occupation du sol évolue rapidement. En 1999, 84 % de la surface du territoire était agricole. En 2009, elle n'était plus que de 75 % (SCOT). Aujourd'hui, la surface pour l'agriculture est de 75 %. Cependant, depuis 2009, la COMPA s'est agrandie avec l'intégration de nouvelles communes (et donc de nouveaux espaces) : Freigné et Ingrandes.

Le prix du foncier agricole connait également une hausse d'une année à l'autre. Le prix moyen du foncier agricole sur le territoire du Pays d'Ancenis était de 2 680€/ha en 2020, soit une hausse de 6% par rapport à 2019 (DRAAF). A l'échelle du département, le prix moyen du foncier agricole était de 2 470€/ha en 2020, soit une hausse de 3% par rapport à 2019 (DRAAF).

La SAU (Surface agricole Utilisée), qui quantifie les espaces où il se pratique une activité agricole, est en baisse. Les SAU sont en baisse au profit de l'urbanisation. Entre 2000 et 2010, 1 542 ha ont disparu d'après le recensement général de l'agriculture (RGA).

Figure 26 - Évolution de la SAU du Pays d'Ancenis



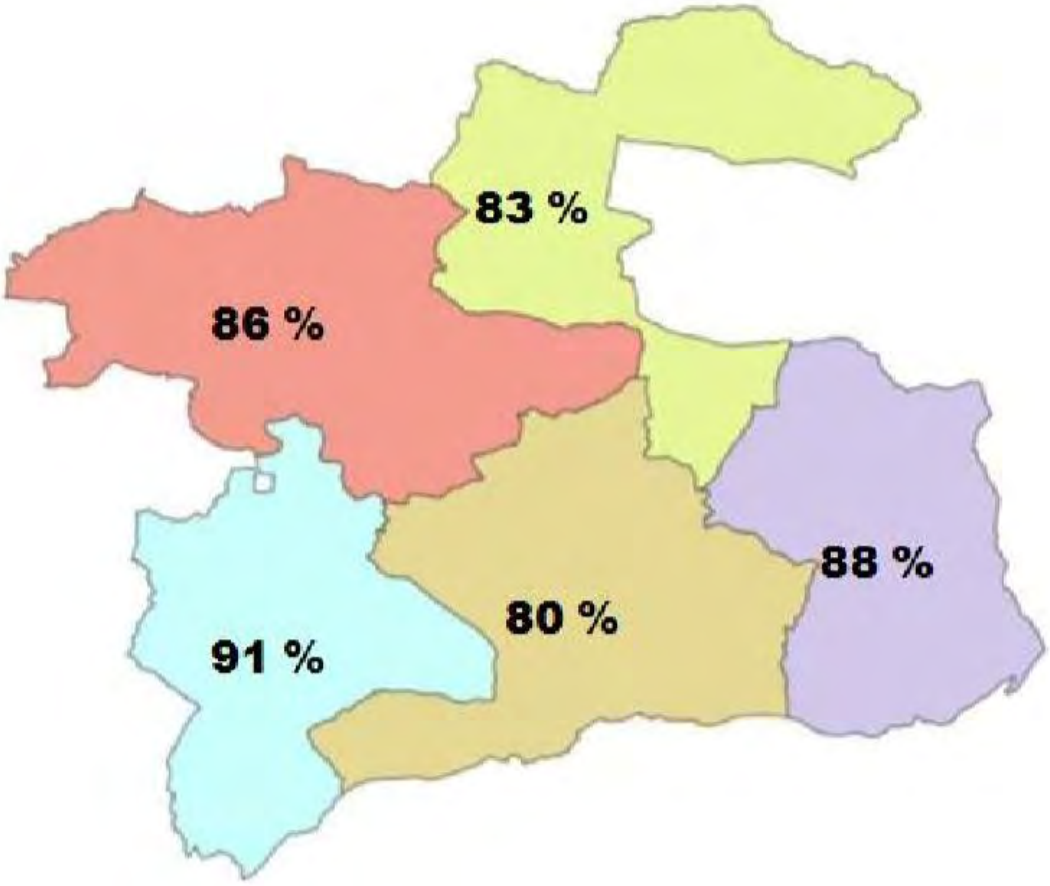
Source : SCOT du Pays d'Ancenis

De plus, une grande partie, voire la majorité des exploitants ne sont pas propriétaires de leurs terres (voir figure

ci-dessous). Une grande partie des exploitants sont en affermage, c'est-à-dire un type de contrat dans lequel le propriétaire (bailleur) d'un bien en confie l'exploitation à un fermier, généralement les terres agricoles. Le fermier va donc payer un loyer (un fermage) au propriétaire.

Cette particularité départementale comporte des problématiques, notamment pour l'installation de jeunes agriculteurs ou pour la transmission d'exploitations.

Figure 27 - Part de la SAU en affermage dans les exploitations du Pays d'Ancenis



Source : RGA, 2010

La durabilité en agriculture

Pour mesurer la durabilité en agriculture, beaucoup mettent en avant l'agriculture biologique. L'agriculture biologique est un mode de production qui exclut l'usage des produits chimiques de synthèse, des OGM et qui limite l'emploi d'intrants (Ministère de l'agriculture, 2020). L'agriculture biologique doit répondre à un cahier des charges précis.

Sur les 503 exploitants que compte le territoire, 54 sont en agriculture biologique. Ce qui représente 11 % des exploitations du territoire (contre 9 % à l'échelle du département). Les exploitations en bio sont localisées à l'Ouest du territoire (voir carte ci-dessous).

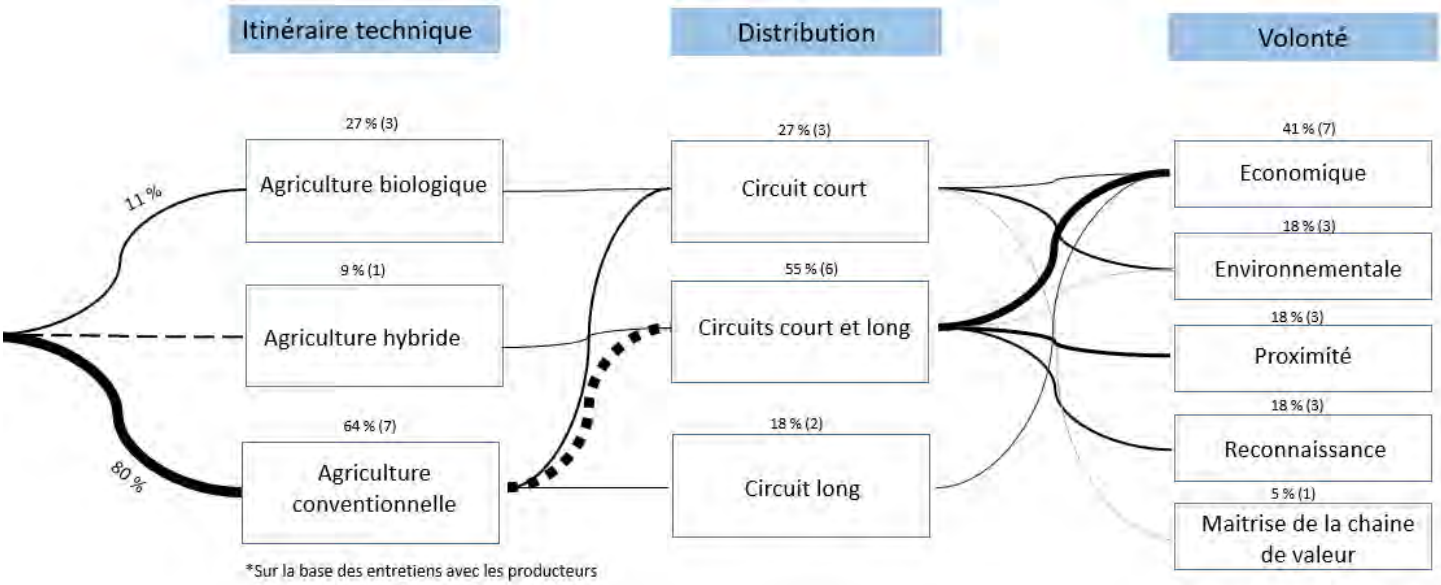
Parmi les 54 exploitations en agriculture biologique, 50 % sont des productions bovines (lait ou viande), 20 % du maraichage et 9 % des productions viticoles.

Les exploitations en agriculture biologique sont 60 % à vendre en circuits courts. Contre 20 % à l'échelle de l'ensemble des exploitations du Pays d'Ancenis.

Par ailleurs, il n'y a pas de dualisme agricole avec d'un côté les agriculteurs conventionnels vendant en circuits longs et de l'autre les agriculteurs bio vendant en circuits courts. La réalité est plus complexe comme nous pouvons l'observer sur le gr

Figure 28 - Le non dualisme agricole

Source : COMPA, 2021



A travers ce schéma, on constate qu'il existe une pluralité de profils et de situations sur le territoire.

En outre, on peut constater que des producteurs en agriculture conventionnelle font également preuve de durabilité en limitant leurs intrants, en limitant leurs transports, en valorisant leurs déchets, en valorisant le développement de la biodiversité… Pour autant, pour certains ils ne veulent pas passer en bio car cela représente un coût non négligeable (le label est payant, la transition peut être longue).

La capacité nourricière

Dans le cadre du PAT, nous pouvons nous demander si l'agriculture du territoire est assez diversifiée et abondante pour nourrir les habitants du Pays d'Ancenis ? Le territoire a une offre de 60 000 ha de surfaces agricoles utiles et une demande de 68 500 habitants.

Selon le diagnostic agricole de 2018, le Pays d'Ancenis est en capacité de nourrir bien plus que sa population en lait et en viande. Le Pays d'Ancenis pourrait nourrir une agglomération de 200 000 habitants en lait et viande (voir tableau ci-dessous)

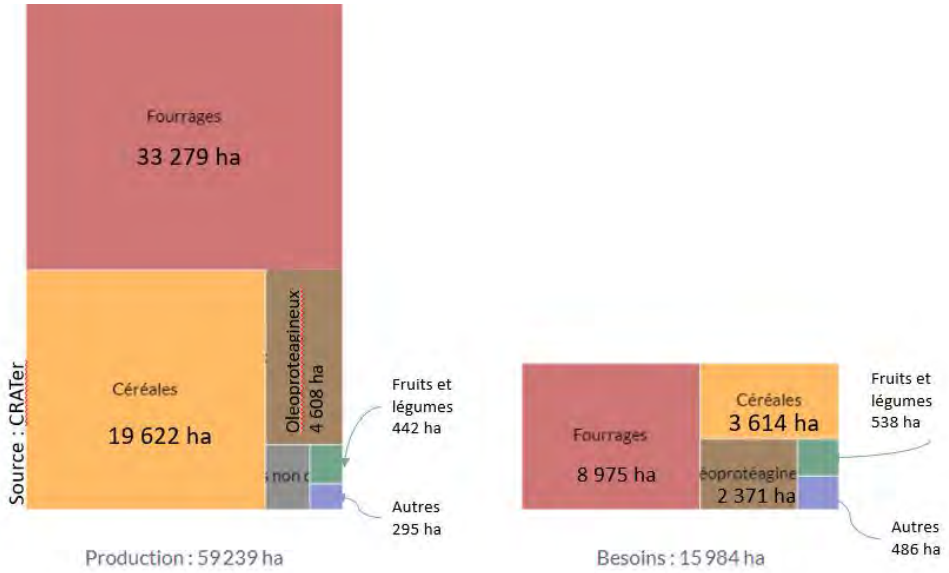
Figure 29 - Capacité nourricière du Pays d'Ancenis

	Lait	Viande bovine
Consommation individuelle/an	385 L	24 kg (Eq carcasse)
Production/an « Pays d'Ancenis »	78 000 000 L	5 300 000 kg
Consommation estimée/hab/an	**1 155 L**	**78 kg**
Nb d'habitants pouvant être nourrit	**202 597**	**220 833**

Source : diagnostic agricole de la chambre d'agriculture, 2018

D'après CraTER (Calculateur de Résilience Alimentaire des TERritoires), le Pays d'Ancenis a un taux de couverture global de 371 %. Un taux de couverture de 100% signifie que la production est égale à la demande alimentaire. Le Pays d'Ancenis a donc une offre supérieure à la demande. La production sur le Pays d'Ancenis est de 59 239 ha pour des besoins de 15 984 ha. Sur le territoire, on a une surproduction de fourrages et de céréales ; et un manque de fruits et légumes (voir figure ci-dessous)

Figure 30 - Résilience alimentaire du territoire selon CRaTer



2. Les actifs agricoles

Les exploitants

Pour maintenir une agriculture dynamique et diversifiée sur le territoire, il faut des productions diversifiées, mais aussi et surtout des femmes et des hommes pour faire vivre cette agriculture.

Sur le territoire, on comptabilise 946 exploitants dont 27 % sont des femmes. S'ajoutent aux exploitants, 157 salariés permanents.

L'agriculture emploie également des saisonniers. Sur le territoire, 181 emplois saisonniers sont répartis entre viticulture et maraîchage/fruits pour 93 % d'entre eux. Respectivement, la viticulture emploie 65 % des saisonniers du territoire et le maraîchage/fruits 28 %. Une part infime des emplois saisonniers sont en bovins lait (5 %).

L'emploi agricole dans le Pays d'Ancenis représente 5.4 % de l'emploi total. A l'échelle du département, l'emploi agricole représente 2.3% de l'emploi total.

Concernant les emplois indirects liés à l'agriculture, on estime qu'ils représentent 4 800 emplois sur le territoire (distributeurs, fournisseurs, coopératives…). L'activité agricole est génératrice de beaucoup d'emplois induits. Cette dernière va être à l'origine d'emplois en amont et en aval. En amont, on retrouve les services aux exploitants, les sociétés d'agroéquipements, et les fournisseurs. Sur le territoire du Pays d'Ancenis, on retrouve, par exemple, Manitou (matériels de manutention), Claas Ancenis (fournisseur), Espace Terrena (coopérative), le Crédit Agricole (banque), les Coopératives d'Utilisation de Matériels en Commun (CUMA), Bricaud-Agri Varades (matériels agricoles) …

En aval, on retrouve les entreprises de négoce et de collecte des productions agricoles, et les entreprises agroalimentaires qui transforment. Sur le Pays d'Ancenis, on retrouve, par exemple, Laita (laiterie), Gastronome, Terrena (coopérative agricole), Aubret SA…

Les exploitations

Le statut juridique des exploitations agricoles sur le Pays d'Ancenis est, pour 50 % d'entre elles, des exploitations en société. La tendance sociétaire augmente au fil du temps. De plus en plus d'exploitants sont en statut sociétaire. Aujourd'hui, sur le Pays d'Ancenis, 39 % des exploitations sont des exploitations individuelles (voir ci-dessous). Cette tendance sociétaire n'est pas une tendance propre au Pays d'Ancenis, mais une tendance globale. En effet, à l'échelle régionale, plus de 40 % des exploitations sont sous statut sociétaire.

Le regroupement des exploitations sous forme sociétaire, mais aussi l'agrandissement des structures ont pour conséquence une baisse du nombre d'exploitations sur le territoire. Cette baisse du nombre d'exploitations agricoles est une tendance que l'on observe sur le Pays d'Ancenis, mais également à l'échelle régionale et nationale.

Pour le Pays d'Ancenis, on comptabilisait 1 170 exploitations en 2000 ; 747 exploitations en 2010 et 503 exploitations en 2017.

Figure 31 - Répartition cantonale des exploitations agricoles du Pays d'Ancenis entre 2000 et 2010

Source : RGA 2000 et 2010

Renouvellement des générations

Les exploitants en place ont une moyenne d'âge de 48 ans et 50 % d'entre eux ont plus de 50 ans. La question du renouvellement des générations est donc au cœur de l'enjeu agricole sur le territoire (voir carte ci-dessous). Une exploitation sur deux entrera dans une phase de transmission dans les 10 prochaines années. De plus, 60 % des exploitations sont sous forme sociétaire et de nombreuses exploitations agricoles sont actuellement à la recherche d'associés, ou y seront confrontées dans les prochaines années (avec les départs à la retraite). Sur les exploitations du territoire organisées en GAEC, 32 % ont au moins un associé de plus de 55 ans.

Concernant le renouvellement des générations, on recense 91 installations depuis 2010 dont 23 pour l'année 2016. L'âge moyen des repreneurs est de 28 ans et 60 % d'entre eux ne sont pas issus du milieu agricole. Ce ne sont donc pas des reprises familiales. Les communes qui comptabilisent le plus d'installations sont Vallons de l'Erdre, Loireauxence et Joué-sur-Erdre.

3. Réponses aux problématiques : un conventionnement entre la COMPA et la chambre d'agriculture

Face aux constats mis en avant par le diagnostic agricole de 2018, la COMPA et la chambre d'agriculture de la région des Pays de la Loire ont mis en place depuis 2015, des conventions-cadres à 3 ans, qui fixent des enjeux et des objectifs partagés. Des conventions opérationnelles annuelles viennent ensuite préciser la déclinaison des objectifs en actions. Ces conventions sont des feuilles de route pour l'agriculture du territoire.

Suite au diagnostic agricole mené en 2018, la convention cadre 2018-2020 était structurée autour de trois axes :

- Axe 1 : promouvoir et valoriser les métiers de l'agriculture pour pérenniser l'activité agricole sur le Pays d'Ancenis. Cela passe par :
    - Valoriser, promouvoir et communiquer autour des métiers de l'agriculture
    - Soutenir à installation, au maintien et à la transmission des exploitations agricoles
- Axe 2 : créer les conditions d'un développement économique du territoire soucieux de la préservation du foncier agricole. Cela passe par :
    - Gérer et optimiser le foncier
    - Intégrer des mesures compensatoires agricoles
- Axe 3 : favoriser le développement de filières pour une agriculture porteuse d'avenir. Cela passe par :
    - Promouvoir et soutenir les projets et produits alimentaires sur le Pays d'Ancenis
    - Valoriser des produits, professionnels, et les filières dans une dynamique « Pays d'Ancenis »

4. La transformation

Viandes bovines, ovines et porcines

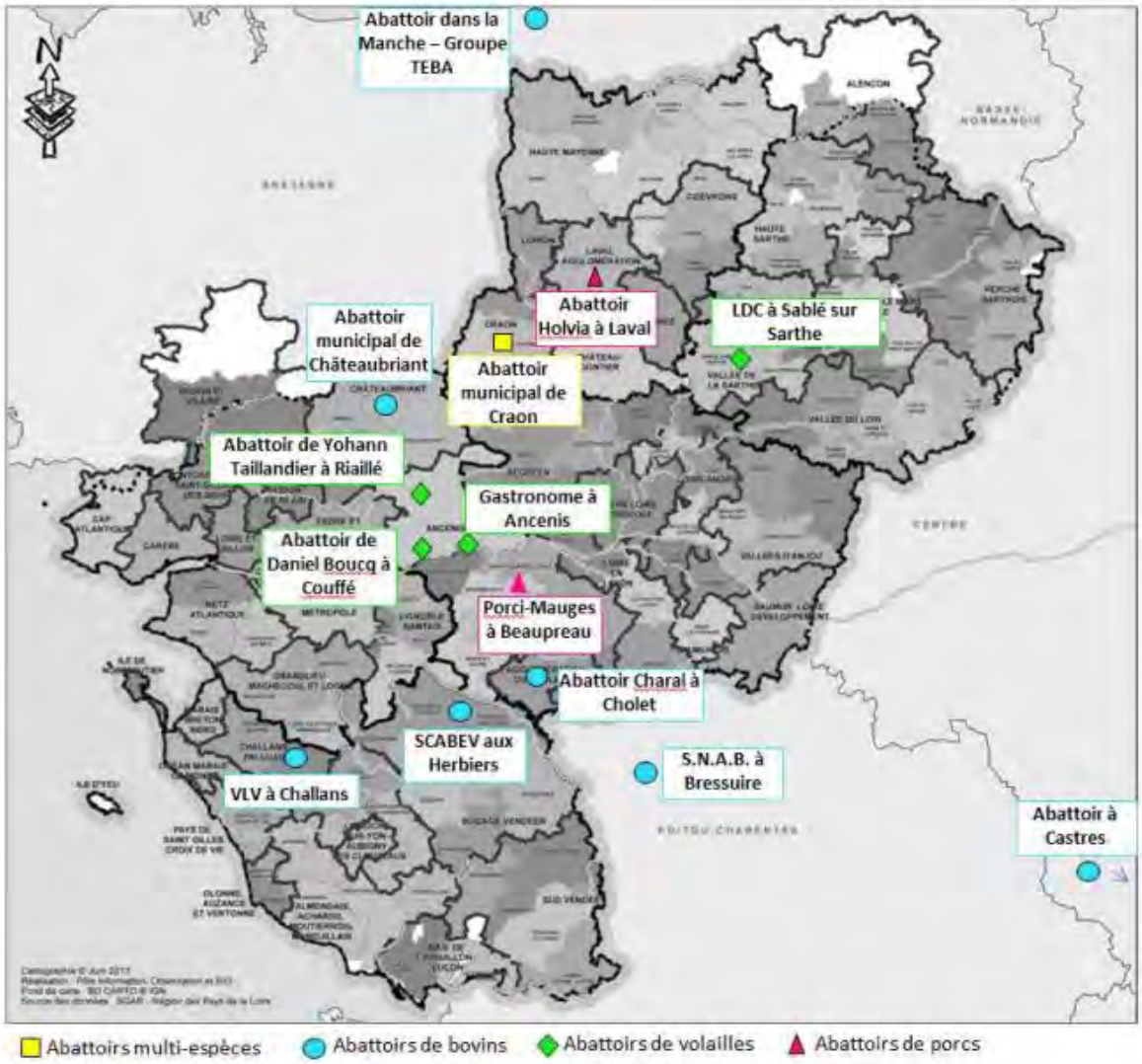
Tous les établissements qui préparent, transforment, manipulent ou entreposent des produits d'origine animale doivent, pour exercer leur activité, obtenir un agrément sanitaire délivré par le préfet du département.

Cet agrément est obligatoire, sauf pour les activités considérées comme « marginales, localisés et restreintes » qui peuvent faire l'objet de dérogations. L'agrément permet de pouvoir vendre partout en France et en Europe. Les lieux de transformation sont donc concernés par cet agrément. L'abattage des bovins, ovins et porcins doit obligatoirement être réalisé dans un établissement agréé pour le réaliser.

Sur le Pays d'Ancenis, il n'existe aucun abattoir permettant d'abattre des bovins, ovins ou porcins. Les producteurs sont donc contraints de faire abattre leurs bêtes dans des établissements éloignés. L'abattoir le plus utilisé par les producteurs du Pays d'Ancenis est l'abattoir de Craon (qui se trouve à 70 km d'Ancenis). L'abattoir de Craon est le seul abattoir multi-espèces du département de Loire Atlantique.

Sur les Pays de la Loire, on recense 11 abattoirs (voir carte ci-dessous)

Figure 32 - Abattoirs en Pays de la Loire



Source : enquête sur l'offre en circuit court en Pays d'Ancenis – Chambre d'agriculture de Loire-Atlantique/ Conseil de développement du Pays d'Ancenis- 2014

Concernant les opérations de découpe-transformation, généralement, les producteurs font appel à un prestataire extérieur. Ces prestataires gèrent la découpe-transformation mais aussi le transport du départ de l'animal de la ferme jusqu'au retour des produits semi-élaborés à la ferme. Dans ce cas de figure, le choix de l'abattoir dépend du prestataire qui travaille avec un ou plusieurs abattoirs. Concernant la découpe-transformation, on retrouve un prestataire sur le territoire du Pays d'Ancenis : Terroir d'Ancenis (à Saint Mars la Jaille). Cependant, d'autres prestataires sont sollicités par les producteurs locaux. D'après le Conseil de développement (2015), les prestataires les plus plébiscités par les producteurs locaux sont :

- Duvacher à Erbray
- Terroir d'Ancenis à Saint Mars la Jaille

- Viande découpe Bretagne (VDB) à Guémené-Penfao
- TVR à Doué la Fontaine

Volailles

Concernant la volaille, deux statuts réglementaires sont possibles. Soit un statut d'établissement agréé où il n'y a aucune limitation de circuit ni de distance de commercialisation. Soit un statut de tuerie (moins exigeant) qui n'est possible que pour les animaux élevés sur l'exploitation, cédés directement au consommateur ou à des commerces de détail locaux à moins de 80 km de l'exploitation.

Sur le Pays d'Ancenis, trois entreprises proposent des prestations d'abattage et de transformation des volailles :

- Gastronome, filiale de Terrena, à Ancenis-Saint-Géréon
- La ferme du Haut Rocher à Riaillé disposant de l'agrément CE
- L'entreprise Daniel Boucq à Couffé

Fruits et légumes

Fin 2011, plusieurs acteurs du Pays d'Ancenis (maraichers, élus, charcutiers-traiteurs, AMAP, associations d'insertion …) se sont regroupés pour engager une réflexion sur la mise en place d'une légumerie-conserverie sur le territoire.

La légumerie devait être une structure répondant à trois fonctions : stockage, production préliminaire, et distribution. Les légumes et fruits bio devaient arriver « bruts » à la légumerie. Puis, ils étaient triés, calibrés, lavés, épluchés, éboutés, transformés le cas échant et emballés.

Plusieurs clients potentiels étaient intéressés par ce projet de légumerie sur le territoire (restauration scolaire, restauration d'entreprise, artisans, restaurants traditionnels…) car ils ne disposaient pas tous d'une légumerie où préparer les produits bruts.

De plus, avec une légumerie, les producteurs locaux avaient la possibilité de pouvoir proposer des produits de 4ème gamme, c'est-à-dire des produits prêts à l'emploi ou à consommer (sous vide, en conserve, en bocaux, surgelés …).

Néanmoins, le projet de légumerie sur le Pays d'Ancenis n'a pas abouti. Aujourd'hui la légumerie la plus proche du Pays d'Ancenis est la légumerie la Fée au Duc se trouvant à Saint-Herblain (à proximité de Nantes).

L'industrie agroalimentaire

La présence de grands noms de l'agroalimentaire sur le territoire du Pays d'Ancenis n'est pas le fruit du hasard. L'organisation des circuits de commercialisation s'appuie sur des filières de production localement spécialisées.

Sur le Pays d'Ancenis, on retrouve donc la laiterie laita qui est l'une des plus importantes du département. On retrouve également la coopérative agricole Terrena.

« Les industries agroalimentaires structurantes captent une majeure partie des productions agricoles. Le fait d'orienter les productions agricoles vers une consommation plus locale dépend donc fortement de la capacité des exploitants agricoles à pouvoir transformer localement leurs productions » (Auran, 2021).

Conclusion : production agricole

Le Pays d'Ancenis est un territoire rural, avec 75 % de sa surface dédiée à l'agriculture. On y retrouve des productions diversifiées, avec un fort ancrage de l'élevage. Néanmoins, il y a peu d'exploitants sur certaines cultures, notamment maraichères et en arboriculture. Les exploitants en place ont, pour la moitié d'entre eux, plus de 50 ans. La question du renouvellement des générations est donc majeure sur le territoire. De plus, la pression foncière et la concentration des terres agricoles n'aident pas à l'installation de nouveaux exploitants. La COMPA et la chambre d'agriculture travaillent, depuis quelques années, conjointement pour répondre aux enjeux territoriaux de l'agriculture.

Figure 33 - AFOM production agricole

Atouts	Faiblesses
• Surface agricole utile importante (75% du territoire - contre 50% en moyenne en France) • Diversité des productions existantes sur le territoire • Un atout emblématique avec les vignobles et les appellations locales	• Peu d'exploitants sur certains types de culture (arboriculture, maraîchage) • Diminution sensible des cheptels (bovins, porcs) au profit des cultures céréalières • Les productions bio ne représentent que des 10-15% des exploitations, insuffisant pour répondre à la demande
Opportunités	**Menaces**
• Importance dans les installations de personnes non issues du milieu agricole • Partenariat COMPA/Chambre d'agriculture des Pays de la Loire	• Renouvellement des générations à assurer au sein des exploitations (50% des exploitants ont + 50 ans) • Diminution du nombre de sièges d'exploitations sur le territoire depuis une 15aine d'années (de plus grosses structures) • Pression foncière sur les terres agricoles • Dérives de la méthanisation

Source : COMPA, 2021

Conclusion Générale

Ce diagnostic a permis de mettre en évidence les forces et les faiblesses du territoire.

A la suite de ce diagnostic, des enjeux ont été mis en évidence.

Quatre thématiques sont ressorties comme prioritaires dans le cadre du PAT :

- La sensibilisation à l'alimentation de qualité : Pour pouvoir manger local, il faut avant tout sensibiliser les populations aux enjeux liés à l'alimentation.

- L'accès des habitants aux produits locaux : Les participants à l'enquête ont exprimé la difficulté d'accès aux produits locaux. Il semble donc naturel de mettre en avant cette thématique dans le cadre du PAT. Il faut que les produits locaux soient visibles, identifiés et accessibles à tous.

- La restauration scolaire : La restauration scolaire est un sujet qui est ressorti lors des entretiens et dans les résultats de l'enquête. Sur cette thématique, il convient de voir comment approvisionner localement les cantines scolaires et accompagner les changements de pratiques des cantines.

- La production agricole : il n'y a pas d'alimentation sans production. La production agricole est donc une thématique principale dans le cadre d'un PAT. Il convient de maintenir une agriculture attractive et diversifiée pour le territoire.

Annexes

Annexe 1 : Ensemble des structures et personnes rencontrées dans le cadre de la réalisation du diagnostic PAT

	Date du rdv	Organisme	Type de structure
1	15/03/21	COMPA - pôle environnement (déchets)	Institution
2	17/03/21	(Terrena) LIT OUESTEREL Laboratoire d'Innovation Territorial	Transformation
3	24/03/21	DRAAF	Institution
4	25/03/21	Chambre d'agriculture – Antenne Ancenis	Agricole
5	07/04/21	Le Vritzien - Vritz	Distribution
6	07/04/21	Locavor - Maumusson	Distribution
7	08/04/21	La ruche qui dit oui - Montrelais	Distribution
8	12/04/21	Commune de Mouzeil	Restauration collective
9	13/04/21	Commune de Vallons de l'Erdre	Restauration collective
10	14/04/21	Commune de Ligné	Restauration collective
11	14/04/21	Commune d'Ancenis	Restauration collective
12	19/04/21	Commune de Loireauxence	Restauration collective
13	19/04/21	Commune d'Oudon	Restauration collective
14	19/04/21	La Ferme GAUTIER – Elevage Bovins - Vair-sur-Loire	Producteur
15	19/04/21	Saveurs du pays d'Ancenis	Agricole
16	20/04/21	Commune de Pannecé	Restauration collective
17	20/04/21	DESHAIS Fruits - Trans-sur-Erdre	Producteur
18	20/04/21	Association « produits d'ici »	Agricole
19	20/04/21	Commune du Pin	Restauration collective
20	21/04/21	Commune de la Roche blanche	Restauration collective

21	21/04/21	Conseil de développement du Pays d'Ancenis	Institution
22	22/04/21	VITAL - Bonnoeuvre	Social
23	22/04/21	Epicerie sociale « le p'tit chariot de galerne » - Varades	Social
24	26/04/21	Natur' Elevage – Elevage vaches laitières- Ancenis	Producteur
25	26/04/21	GAEC du Roty – Viticulture - Vair-sur-Loire	Producteur
26	26/04/21	EARL des Grandes Prairies – Elevage Bovins - Ligné	Producteur
27	26/04/21	Gab 44	Agricole
28	26/04/21	Terre de Liens	Agricole
29	26/04/21	GAEC Sainte Pauline – Elevage Bovins - Joué sur Erdre	Producteur
30	27/04/21	AGRES Belligné (Loireauxence)	Restauration collective
31	27/04/21	GAEC HEAS – Elevage Ovins - Ligné	Producteur
32	28/04/21	La ferme du haut roche – Volailles - Riaillé	Producteur
33	28/04/21	CMAR Pays de la Loire	Institution
34	29/04/21	Au poids plume - Ancenis	Distribution
35	29/04/21	ANCRE – Ligné	Social
36	03/05/21	SCEA La maison blanche – Maraichage - Le Cellier	Producteur
37	03/05/21	Le cochon d'Oudon	Producteur
38	03/05/21	Les Jeunes Agriculteurs	Agricole
39	03/05/21	Les haies fruitières - Loireauxence	Producteur
40	03/05/21	Département de Loire Atlantique	Institution
41	04/05/21	Au jardin prosper – Maraichage bio - Belligné	Producteur
42	04/05/21	L'escargot des Vallons - Vallons	Producteur
43	05/05/21	Biocoop - Ancenis	Distribution
44	05/05/21	Association famille Rurale de Freigné (Vallons)	Restauration collective

45	05/05/21	Commune de Montrelais	Restauration collective
46	06/05/21	Commune de Teillé	Restauration collective
47	07/05/21	Pain partagé - Le Cellier	Social
48	12/05/21	Terroirs 44	Agricole
49	19/05/21	Leclerc – Ancenis	Distribution
50	19/05/21	CIAP/CAP 44	Agricole
51	25/05/21	Commune de Vair-sur-Loire	Restauration collective
52	02/06/21	Cuisine centrale d'Ancenis	Restauration collective
53	03/06/21	Commune de Riaillé	Restauration collective
54	08/06/21	Boucherie – Ancenis	Transformation
55	09/06/21	Hôpital d'Ancenis	Restauration collective
56	09/06/21	Boucherie – Le Cellier	Transformation
57	14/06/21	Boucherie – Varades	Transformation
58	15/06/21	Super U – Mésanger	Distribution
59	16/06/21	AMAP – Le Cellier	Distribution
60	21/06/21	Ferme de l'Audace – Varades	Producteur
61	08/07/21	Coclicaux	Restauration collective

Annexe 2 : Synthèses des entretiens

- Production agricole et structures d'accompagnement :

Forme juridique : Individuelle

Début d'activité : 2003

Implantation : Vair-sur-Loire

SAU : 108 ha

Production : Viande bovine

Labels : AOP Maine Anjou

Vente : Circuits Cours (CC) & Circuits Longs (CL)

La ferme GAUTIER

1. **Présentation de la structure**

La production est en agriculture conventionnelle. Néanmoins la ferme tend vers plus de durabilité en allant vers l'agriculture raisonnée. L'exploitant met en place des pâturages tournants, et diminue le nombre d'intrants

Concernant la commercialisation, il propose de la vente directe à la ferme mais travaille également en circuit long. Pour renseigner les consommateurs de ce qu'il vend à la ferme, il utilise le bouche à oreille ainsi que les réseaux sociaux.

2. **Les attentes vis-à-vis du PAT**

- ✓ Agir sur les cantines : Il faut proposer plus de produits locaux et cuisiner davantage dans les cantines (remettre des cuisiniers)
- ✓ Donner plus de visibilité aux circuits courts et de proximité sur le territoire

Forme juridique : EARL

Début d'activité : 1994

Implantation : Trans-sur-Erdre

SAU : 24 ha

Production : Fruitière

Labels : /

Vente : CC & CL

DESHAIS Fruits

1. **Présentation de la structure**

La production est en agriculture conventionnelle. Cependant, l'exploitation tend vers plus de durabilité. Cette dernière est engagée dans le groupement GDF qui est un groupement d'arboriculteurs qui partage expériences et techniques pour « produire mieux » ; dans le groupement 30 000 éco-phyto ; et dans le programme « zéro résidu pesticide ». L'exploitation produit des pommes et des poires brutes ou transformées.

Concernant la commercialisation, 95 % des marchandises sont vendues en circuits courts. 30 % des marchandises sont vendues directement au magasin à la ferme et dans le drive fermier. 50 % sont vendues aux restaurateurs et aux GMS via l'association « produit d'ici ».

DESHAIS Fruits travaille ponctuellement avec la restauration scolaire.

2. **Les attentes vis-à-vis du PAT**

- ✓ Encourager la vente directe : il y a une forte attente des consommateurs
- ✓ Proposer plus de produits sains et de proximité
- ✓ Développer l'arboriculture sur le territoire

Forme juridique : GAEC

Début d'activité : 1991

Implantation : Vair-sur-Loire

SAU : 271 ha

Production : Viticulture et élevage

Labels : AOP / AOC

Vente : CC & CL

GAEC du Roty

La production est en agriculture conventionnelle. Cependant, l'exploitation souhaite tendre vers davantage de durabilité en allant vers la certification HVE (Haute Valeur Environnementale). L'exploitation dispose de vignes (32 ha), de céréales (40 ha) et de prairies (57 ha). La production est composée de vins et de bovins. En termes de surfaces, l'élevage bovin est la production principale. Mais la viticulture est la ressource financière la plus importante.

Concernant la commercialisation, pour l'élevage, de la vente directe à la ferme est proposée. Pour le vin, 70 à 80 % des ventes se font directement à la cave.

2. <u>Les attentes vis-à-vis du PAT</u>

- ✓ Travailler sur la restauration collective : proposer davantage de produits locaux
- ✓ Méfiance envers les GMS car elles proposent des produits toujours moins chers
- ✓ La communication : il faut faire connaitre le projet alimentaire

Forme juridique : EARL

Début d'activité : 2002

Implantation : Riaillé

SAU : 180 ha

Production : Volaille

Labels : /

Vente : CC & CL

La ferme du haut rocher

1. <u>Présentation de la structure</u>

La ferme du haut rocher est une exploitation agricole produisant de la volaille. On y retrouve des poulets, pintades, canards ou encore lapins.

Le mode de production est conventionnel, mais la ferme fonctionne sous forme « circulaire ». En effet, on retrouve sur l'exploitation la production céréalière pour nourrir les animaux, l'élevage, l'abattage et la transformation. L'exploitation dispose de son propre abattoir et de son propre lieu de transformation, ce qui limite le nombre de déplacements.

Concernant la commercialisation, l'exploitation dispose de camions réfrigérés lui permettant de se rendre et de vendre dans 13 marchés différents par semaine (situés dans un rayon de 50 km autour de l'exploitation). La majeure partie de la production est vendue en direct via les marchés.

2. <u>Les attentes vis-à-vis du PAT</u>

- ✓ Travailler sur la restauration collective, notamment avec les cantines en proposant des produits de meilleure qualité

Le cochon D'où Don

Forme juridique : Individuelle

Début d'activité : 2018

Implantation : Oudon

SAU : 90 ha

Production : Porc

Labels : Bio

Vente : CC & CL

1. Présentation de la structure

Le cochon d'où don est une exploitation agricole ayant pour production principale l'élevage porcin. L'exploitation est en agriculture biologique depuis 2018. Elle dispose de 80 ha dont 20 ha de prairies, 55 ha de cultures diverses et 15 ha de tournesols. Les cultures servent essentiellement pour nourrir les animaux.

Concernant la commercialisation, 90 % des marchandises sont vendues en circuits longs via terrena bio ou unébio. 10 % sont vendues en circuits courts avec de la vente à la ferme, de la vente en magasins, de la vente à la restauration collective scolaire et de la vente aux restaurateurs.

Le producteur travaille avec certaines cantines du territoire (Oudon, Couffé et Teillé).

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Avoir une volonté politique pour avoir plus de local sur le territoire
- ✓ Avoir des cuisines complètes et en régies pour les cantines
- ✓ Rendre accessible les produits locaux à tous

SCEA la maison blanche

Forme juridique : SCEA

Début d'activité : 2020

Implantation : Le Cellier

SAU : 7 ha

Production : Maraichage

Labels : Bio (en conversion)

Vente : CC

1. Présentation de la structure

L'exploitation a été reprise en 2020 suite à une reconversion professionnelle. Elle compte 5 employés + l'exploitant.

Depuis la reprise, l'exploitant a la volonté de passer en bio. Pour opérer cette transition, l'exploitant a été accompagné par le Comité Départemental de Développement Maraîcher (CDDM). L'exploitation dispose de 7 ha dont 2 ha de surfaces couvertes. La production se compose d'une dizaine de variétés de légumes (salades, radis, courgettes, aubergines, concombres …)

Concernant la commercialisation, toutes ses marchandises sont vendues à un intermédiaire, la SAS Bernardeau. C'est la SAS qui se charge ensuite de distribuer les denrées.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Développer le maraichage sur le territoire
- ✓ Avoir un intermédiaire entre les producteurs et les cantines pour pouvoir mettre en place des relations durables

escargot des Vallons
és, élevés, cuisinés à la Ferme
06 30 34 18 70

Forme juridique : Micro-BA

Début d'activité : 2019

Implantation : Vallons de l'Erdre (Freigné)

SAU : 400 m²

Production : Escargot

Vente : CC

L'escargot des Vallons

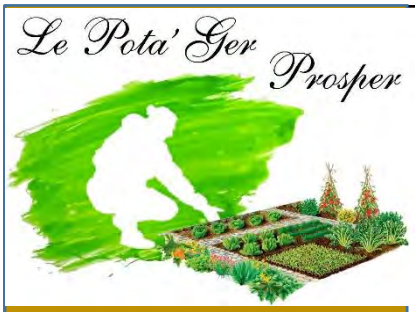
1. Présentation de la structure

La production est en agriculture conventionnelle mais raisonnée. La production principale est l'escargot. Tout est réalisé sur place : l'élevage, la reproduction, la transformation et la vente. L'exploitant achète des aliments bio pour les escargots.

La commercialisation s'effectue à 80 % en vente directe, notamment sur les marchés. Il est présent sur 4 marchés dont le marché d'Ancenis-Saint-Géréon (samedi) et celui d'Oudon. Il est également membre du réseau « bienvenue à la ferme ». Il a fait le choix de vendre majoritairement en vente directe afin d'avoir une maitrise de l'intégralité de la chaîne de valeur.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Avoir un marché des producteurs locaux pour donner plus de visibilité aux producteurs du Pays d'Ancenis
- ✓ Proposer des dégustations à thème
- ✓ Rapprocher les producteurs et les consommateurs en développant la vente directe



Forme juridique : Individuelle

Début d'activité : 2019

Implantation : Loireauxence (Belligné)

SAU : 4 ha

Production : Maraichage

Labels : Bio

Le Pota'ger Prosper

1. Présentation de la structure

Depuis sa création, l'exploitation est en agriculture biologique.

L'exploitation est de 4 ha dont 3 ha sous tunnels. La production est diversifiée, il propose entre 45 et 50 variétés différentes sur toute l'année.

La commercialisation est essentiellement en circuits courts de proximité. Il vend au marché de Belligné (le vendredi sur son exploitation), à l'épicerie de Belligné, aux restaurateurs et travaille également avec les cantines (la cantine de Belligné et le collège de St Florent). Il propose ensuite des paniers uniques via des contrats paniers.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Encourager l'installation de maraichers sur le territoire
- ✓ Préserver les terres agricoles en allant vers plus de durabilité en agriculture
- ✓ Faire une carte ou un site internet pour valoriser les produits locaux
- ✓ Agir sur les cantines en mettant en relation producteurs et cantines : faire connaitre les producteurs locaux auprès des cantines

Natur'Elevage de Saint Géréon

VENTE DIRECTE À LA FERME

Produits fermiers, viande bovine, viande d'agneau

Forme juridique : EARL

Début d'activité : 2014

Implantation : Ancenis-Saint-Géréon

SAU : 150 ha

Production : Bovine

Labels : Bio

Natur'elevage

1. Présentation de la structure

Depuis 2019, l'exploitation est passée en agriculture biologique. Pour opérer cette transition vers l'agriculture bio, l'exploitant a été accompagné par le CIVAM.

L'exploitation est de 150 ha dont 131 ha de prairies, 12 ha de céréales (pour nourrir les animaux) et 7 ha de maïs (ensilage). La production principale est le lait. La production secondaire est la viande de bœuf et ovine.

La commercialisation, 80 % se fait en circuits longs et 20 % est réalisée en circuits courts, notamment en vente directe à la ferme.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Travailler avec la restauration collective : pouvoir proposer des produits locaux dans les cantines
- ✓ Aider les agriculteurs à développer la vente directe et la transformation pour permettre de vendre au juste prix
- ✓ Avoir un engagement des collectivités pour garantir les ventes pour les producteurs (planification).

ELEVAGE DE SAINTE PAULINE

Forme juridique : GAEC

Début d'activité : 2005

Implantation : Joué-sur-Erdre

SAU : 210 ha

Production : Bovine

Labels : Label rouge

Vente : CC & CL

GAEC Sainte Pauline

1. Présentation de la structure

La production est en agriculture conventionnelle. L'exploitation dispose de 220 ha dont 60 ha de cultures (pour nourrir les animaux). Ceci représente 339 bovins. La production principale est l'élevage bovin (blonde d'aquitaine). Mais depuis 2010, ils développent les canards. L'exploitation propose aussi des produits transformés : terrines, rillettes, bœuf bourguignon …

La commercialisation, est en grande partie en circuits courts. Les marchandises sont vendues en vente directe avec la vente de colis à venir récupérer à la ferme. Et des marchandises sont vendues en indirect aux GMS.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Donner de la visibilité à la vente directe
- ✓ Sensibiliser les consommateurs à ce nouveau mode de distribution
- ✓ Faire connaitre les produits locaux aux touristes via l'agro-tourisme
- ✓ Avoir un marché des producteurs locaux

Forme juridique : SCI

Début d'activité : 2019

Implantation : Loireauxence (Varades)

SAU : 100 ha

Production : Elevage, céréales, pâtes fraiches, pains

Ferme de l'Audace

1. Présentation de la structure

La ferme de l'Audace est une exploitation agricole sur laquelle plusieurs exploitants sont réunis. Chaque exploitant a sa production propre. On retrouve donc un boulanger, une éleveuse de vaches laitières, un céréalier et une personne faisant des pâtes fraiches… La ferme de l'Audace regroupe 6 exploitants.

Concernant la commercialisation, la ferme de l'audace organise tous les vendredis, de 16h à 19h, un marché de producteurs sur l'exploitation. Ce marché réunit 22 producteurs pour avoir une grande diversité de produits proposés (fruits, légumes, lait, fromages, viande, champignons, œufs …). Ce marché attire 200 clients. Pour les autres modes de commercialisation, c'est le choix de chacun.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Travailler avec la restauration scolaire

Forme juridique : GAEC

Début d'activité : 1993

Implantation : Ligné

SAU : 302 ha

Production : Elevage

Vente : CC & CL

GAEC Heas

1. Présentation de la structure

Le mode de production est en production conventionnelle. Néanmoins, l'exploitant souhaite tendre vers l'agriculture de conservation. L'exploitation dispose de 302 ha dont 50 ha de céréales (pour nourrir les animaux) et 70 ha pour les moutons. La production se compose de porcs, de bovins et de moutons.

Concernant la commercialisation, une partie est vendue en circuits courts. Les porcs sont vendus à un groupement. Les bovins sont vendus à des négociants privés. Les moutons sont vendus sous la marque « Bêêl agneau » dans 7 Super U et un Hyper U.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Développer les productions manquantes sur le territoire
- ✓ Tendre vers une diminution de l'impact carbone des exploitations
- ✓ Avoir des magasins qui externalisent la fonction vente pour les producteurs et avoir un lieu unique avec une pluralité de produits
- ✓ Il n'y a pas d'abattoir multi-espèces à proximité

CHAMBRE D'AGRICULTURE DES PAYS DE LA LOIRE

Nature : Etablissement public

Vocation : Représentation du monde agricole et forestier

Intervention : Région des Pays de la Loire

1. Présentation de la structure

Les Chambres d'agriculture sont investies de 3 grandes missions publiques, définies dans le Code rural et amendées par la Loi d'avenir de l'agriculture du 13 octobre 2014. Elles doivent :

- contribuer à l'amélioration de la performance économique, sociale et environnementale des exploitations agricoles et de leurs filières
- accompagner, dans les territoires, la démarche entrepreneuriale et responsable des agriculteurs ainsi que la création d'entreprise et le développement de l'emploi
- assurer une fonction de représentation auprès des Pouvoirs publics et des collectivités territoriales.

D'autres missions de services publics lui sont confiées par l'Etat, à savoir notamment :Gestion de l'identification animale, gestion des dossiers de création ou de cessation d'activités agricoles.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

✓ Poursuivre le travail effectué dans la réponse aux enjeux partagés des conventions opérationnelles annuelles, et être partie prenante des nouveaux enjeux qui pourraient voir le jour avec le PAT.

CAP 44 / CIAP

Nature : Association

Vocation : Accompagner à l'installation agricole

Création : 2010

Intervention : départementale (Loire Atlantique)

Nombre de salariés : 7

3. Présentation de la structure

CAP 44 accompagne à l'installation agricole. Elle souhaite répondre à l'enjeu de renouvellement des générations en aidant à l'installation des porteurs de projet non issus du milieu agricole. Elle accompagne, 250 porteurs de projet par an. La CAP accompagne également à la transmission des exploitations.

La CIAP est une coopérative qui dispose de trois outils : des stages « agriculteur paysan » sur 1 an, des espaces test en maraichage (ils se testent pendant un an avant une installation), et le portage (portage pour aider financièrement au démarrage)

4. Les attentes vis-à-vis du PAT

✓ Pour garantir la production locale, il faut garantir l'installation agricole, maintenir les sièges, sensibiliser les cédants, accompagner les porteurs de projet, et rentre attractif le métier d'agriculteur.

✓ Il y a un besoin de diversification des productions.

Gab 44

Nature : Association

Vocation : Développer l'agriculture biologique

Intervention : départementale (Loire Atlantique)

Nombre de salariés : 15

1. Présentation de la structure

Le Gab (Groupement des Agriculteurs biologiques) est une association nationale avec des déclinaisons départementales. Le Gab œuvre pour le développement « d'une agriculture performante au niveau technique et environnemental qui répond aux enjeux du développement durable »

2. Les actions du Gab 44

- ✓ Techniques avec un appui à la conversion en agriculture biologique, avec un suivi et un accompagnement des exploitants dans leur conversion
- ✓ Organisation d'une offre collective de producteurs pour la restauration collective
- ✓ Accompagnement des demandeurs de produits bio locaux : les collectivités, les cuisiniers, les parents d'élèves …
- ✓ Sensibilisation
- ✓ …

Terre de liens

Nature : Association

Vocation : Défendre les terres agricoles

Création : 2003

Intervention : départementale (Loire Atlantique)

Nombre de salariés : 2

1. Présentation de la structure

C'est un mouvement national (avec des antennes locales) qui vise à rendre les terres agricoles accessibles. L'association regroupe paysans, citoyens, associations et collectivités pour préserver les terres agricoles et permettre l'installation paysanne.

2. Les actions de Terre de Liens

- ✓ Accompagner et conseiller les porteurs de projets paysans et bio dans leurs recherches de ferme et de terres
- ✓ Créer du dynamisme local via l'achat de fermes en collectif
- ✓ Sensibiliser le public et les collectivités territoriales
- ✓ Mobilisation d'épargne citoyenne et de dons pour acheter des fermes

3. Les outils de Terre de Liens

L'association mobilise trois leviers d'achats collectifs de terres agricoles : la foncière terre de liens, la coopérative Passeurs de terres et l'accompagnement à la création de SCI/GFA. Les trois formes d'achat mobilisent l'épargne citoyenne.

Terroirs 44

Nature : Association

Vocation : Développer l'agriculture paysanne locale en vente directe et circuits courts

Création : 1988

Intervention : départementale (44)

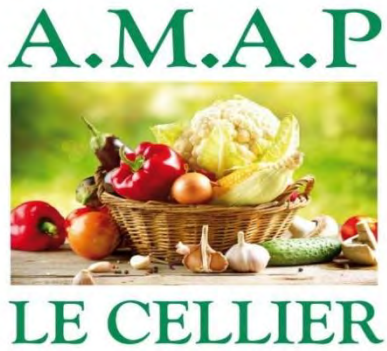
1. Présentation de la structure

L'association regroupe aujourd'hui 80 fermes qui produisent, transforment et commercialisent directement leurs produits sur leurs fermes, sur les marchés, dans les magasins de producteurs, et via les outils organisés collectivement de vente en ligne. L'association cherche à développer les circuits courts et de répondre à la problématique logistique (kiosque paysan).

2. Les actions de terroirs 44

- ✓ Aider les adhérents : en les formant, les accompagnant dans leur transition vers la vente directe
- ✓ Sensibiliser les consommateurs : en organisant des visites à la ferme, des moments d'échange etc.
- ✓ Favoriser le lien entre producteurs et consommateurs
- ✓ …

- Distributeurs



Nature : Association

Date d'ouverture : 1993

Implantation : Le Cellier

Type de distribution : Vente directe

Nombre de clients/jour : 53 familles

AMAP du Cellier

1. **Présentation de la structure**

L'AMAP a pour but de rapprocher les producteurs et les consommateurs, et de créer des débouchés pour les producteurs. En effet, les consommateurs souhaitant s'approvisionner auprès d'une AMAP doivent passer un contrat d'une durée de 6 mois à 1 an. Les consommateurs payent à l'avance l'intégralité des mois. Ces contrats permettent aux producteurs d'avoir des débouchés certains. A l'AMAP du Cellier on trouve des légumes, du fromage de chèvre, des fruits, du pain, de la viande, d'autres fromages… La plupart des producteurs proviennent de la commune ou des communes limitrophes, et les produits sont bio.

La distribution des paniers se fait le mercredi de 18h à 19h au GAEC des rangs d'Oignons (Le Cellier).

2. **Les attentes vis-à-vis du PAT**

- ✓ Aider les jeunes maraichers à s'installer sur le territoire
- ✓ Développer l'agriculture biologique
- ✓ Penser à la transmission des exploitations
- ✓ Aller vers des fermes autonomes qui ont une pluralité de productions (moins de fermes spécialisées)

Nature : Epicerie

Date d'ouverture : 2019

Implantation : Ancenis-Saint-Géréon

Type de distribution : Vrac

Nombre de clients/jour : 55-60

Au poids plume

1. **Présentation de la structure**

Situé au cœur des Halles d'Ancenis, au poids plume propose des produits bio en vrac. Dans une logique écologique, l'épicerie souhaite favoriser au maximum les produits locaux. Beaucoup des produits proposés sont des produits qui proviennent du Pays d'Ancenis. On retrouve par exemple des pâtes, des œufs, du pain de Loireauxence (Varades), des légumes du Cellier, de la farine de Pannecé ou encore du miel de Montrelais. Aujourd'hui, l'épicerie travaille avec 82 producteurs.

L'épicerie ne propose pas de viande.

2. **Les attentes vis-à-vis du PAT**

- ✓ Avoir des temps forts qui réunissent un maximum de personnes autour de l'alimentation
- ✓ Avoir plus d'accompagnements de la part des institutions
- ✓ Avoir plus de visibilité : manque de communication autour des initiatives locales. Faire connaitre les initiatives locales pour que les habitants puissent savoir où se trouve le « mieux manger »

Biocoop

Nature : Supermarché bio

Date d'ouverture : 1992

Implantation : Ancenis-Saint-Géréon

Type de distribution : Bio

Nombre de clients/jour : 350 - 400

Emploi : 15

1. Présentation de la structure

La biocoop est située à l'espace 23 à Ancenis-Saint-Géréon. C'est un magasin proposant exclusivement des produits bio dont une partie en vrac. Elle cherche à travailler avec des producteurs locaux. 20 % des produits sont locaux (à moins de 50 km du magasin). La difficulté pour introduire des produits locaux est la taille du magasin : tous les producteurs ne sont pas en capacité de répondre aux besoins du magasin. De plus, l'offre n'est pas assez importante. Il y a peu de producteurs locaux en agriculture biologique.

80 % des produits proviennent de la coopérative biocoop basée à Rennes.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Favoriser l'implantation de nouveaux magasins de proximité
- ✓ Faire attention au foncier immobilier

La ruche qui dit oui !

Nature : Association

Date d'ouverture : 2016

Implantation : Montrelais

Type de distribution : CC

Nombre de clients/jour : 23

Emploi : 4 bénévoles

1. Présentation de la structure

La ruche est une plateforme en ligne permettant de commander des produits locaux. Les achats se font en ligne et les consommateurs viennent récupérer leurs paniers le jeudi de 17h à 18h à la salle les Roussoles (Montrelais).

La Ruche de Montrelais compte 40 producteurs se trouvant dans un rayon de 60 km autour de la ruche. Cette diversité de producteurs permet à la ruche d'avoir une grande variété de produits : légumes, pain, viennoiseries, œufs, crémerie, viandes, pâtes, pizzas …

Le principal frein de la ruche pour introduire plus de produits locaux est la logistique. Les producteurs plus éloignés ne souhaitent pas se déplacer pour une quantité de commandes limitée.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Augmenter le nombre de points de vente de ce type
- ✓ Développer davantage le maraîchage sur le territoire
- ✓ Informer davantage sur le « consommer local »

Nature : Hypermarché

Date d'ouverture : 1993

Implantation : Ancenis-Saint-Géréon

Type de distribution : Grande distribution

Nombre de clients/jour : 4000

E. Leclerc

1. Présentation de la structure

E. Leclerc est le magasin le plus important du territoire, avec 6 500 m² d'espace de vente et 4000 clients par jour en moyenne. Les demandes alimentaires du magasin sont donc très importantes. Il s'approvisionne en grande partie via la centrale d'achats SCAOuest. Néanmoins, 20 % de l'approvisionnement est réalisé en direct via, notamment, l'association « produit d'ici » (voir fiche suivante). Cet approvisionnement en direct permet aux consommateurs d'avoir accès aux produits locaux dans la grande distribution.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Il y a une méconnaissance du territoire et de ce qui se fait sur le territoire
- ✓ Il faudrait une cartographie montrant les différents types de productions sur le territoire et les lieux de vente. Ensuite c'est aux consommateurs de faire leurs choix.
- ✓ Bien consommer c'est consommer local
- ✓ Le prix reste un frein à la consommation de produits locaux

La marque « produit d'ici » est issue de l'association entre le centre LECLERC Ancenis-Saint-Géréon, des transformateurs et des producteurs de la région Ancenis

70 producteurs sont engagés dans la démarche

Association « produit d'ici »

1. Présentation de l'association

Une collaboration, en 2006, a vu le jour entre le centre Leclerc d'Ancenis-Saint-Géréon et des producteurs locaux. Cette collaboration a donné naissance à l'association « produit d'ici »

L'association a pour volonté de mettre en valeur les productions locales. Cette dernière permet de structurer une offre de produits en « circuits courts et de proximité ». En étant présente dans un hypermarché, elle permet de toucher une clientèle plus large.

Aujourd'hui, l'association regroupe 70 producteurs se trouvant dans un rayon de 60 km autour du magasin. Elle regroupe des producteurs du Pays d'Ancenis mais également des producteurs du sud Loire. L'association met en avant davantage la notion de proximité.

Dans les rayons de l'hypermarché, une signalétique particulière est donnée aux producteurs de l'association « produit d'ici » afin de leur donner plus de visibilité.

Nature : Epicerie

Date d'ouverture : 2017

Implantation : Vallons de l'Erdre (Vritz)

Type de distribution : Circuit court

Nombre de clients/jour : 40

Emploi : 1

Le Vritzien

1. Présentation de la structure

Le Vritzien est une épicerie se trouvant dans la commune de Vritz. L'approvisionnement est essentiellement local. Le gérant du magasin est un éleveur qui propose ses produits sous le signe AOP Maine Anjou. Il propose également des fruits et légumes de Candé, du miel (à 6 km du magasin), des pâtes (à 15 km), du cidre (à 20 km) etc.

Depuis cette année, pour toucher une plus grande clientèle, le Vritzien fait de la vente ambulante afin d'être présent sur les marchés du territoire.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Développer un réseau informatique pour pouvoir mieux gérer les commandes et la logistique
- ✓ Avoir des moyens de communication pour se faire connaitre
- ✓ Créer un réseau d'acteurs (gouvernance territoriale)
- ✓ Faire un projet par cantons et non un projet « COMPA »
- ✓ Pouvoir travailler avec la restauration scolaire

Nature : Association

Date d'ouverture : 2021

Implantation : Vallons de l'Erdre (Maumusson)

Type de distribution : Circuit court

Nombre de clients/jour : 30

Locavor

1. Présentation de la structure

La structure répond à un besoin de regrouper en un même lieu une pluralité de produits locaux. Locavor est une plateforme en ligne permettant de commander des produits alimentaires. Les consommateurs viennent ensuite récupérer leurs paniers le mercredi de 16h à 19h.

Locavor est en collaboration avec 40 producteurs ce qui permet d'avoir une grande variété de produits : viande de bœuf, de porc, des légumes de saison, des légumineuses, des produits laitiers, du thé, miel etc.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Augmenter le nombre de points de vente de ce type
- ✓ Limiter au maximum voire ne pas avoir d'intermédiaire entre les producteurs et les consommateurs
- ✓ Créer un site local style LOCAVOR mais qui serait à l'échelle du Pays d'Ancenis : avoir une plateforme intercommunale de vente en ligne de produits locaux, agrégeant les différentes initiatives locales

Super U

Nature : Supermarché

Date d'ouverture : 1998

Implantation : Mésanger

Type de distribution : Traditionnel

Nombre de clients/jour : 850

Emploi : 30

1. Présentation de la structure

Super U à Mésanger est un supermarché proposant essentiellement des denrées alimentaires. Avec 850 clients par jour en moyenne, le supermarché doit s'approvisionner auprès de la plateforme Système U de Carquefou. Néanmoins, le magasin travaille également avec des fournisseurs en direct. Il propose des pâtes fraiches de Mésanger, du fromage de chèvre de Belligné, du vin d'Ancenis-Saint-Géréon ou encore du miel de Liré. Pour l'agneau, le magasin propose des agneaux sous la marque « bêêl agneau » qui est une marque locale.

Le magasin travaille avec la restauration scolaire, notamment la cantine de Teillé et de Pouillé-les-coteaux.

2. Les attentes vis-à-vis du PAT

- ✓ Travailler avec la restauration scolaire
- ✓ Développer les partenariats avec les résidences de séniors

- Economie Sociale et Solidaire (ESS)

Nature : Association

Date de création : 1986

Implantation : Ligné

Activités : Production maraichère

Nombre de personnes en insertion : 9

ANCRE

1. **Présentation de la structure**

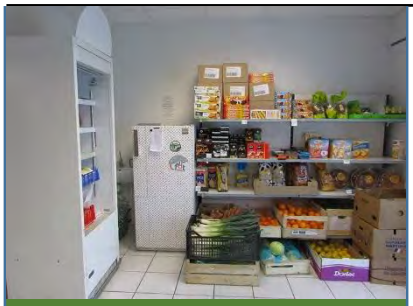
ANCRE (Association Nortaise Chômeurs Recherche Emploi) est une association dont le but est d'aider les personnes en recherche d'emploi en leur proposant des mises en situation de travail salarié chez les particuliers, les collectivités ou encore les entreprises. L'association dispose de jardins pour faire du maraîchage. 9 demandeurs d'emploi travaillent dans les jardins. Dans les jardins, une cinquantaine de variétés de légumes sont cultivées.

Toutes les semaines, l'association propose aux particuliers des paniers de légumes. Les paniers sont disponibles à Ligné et à Saint-Mars-du-desert.

Occasionnellement, l'association fournit la cantine de Ligné.

2. **Les attentes vis-à-vis du PAT**

- ✓ L'association voudrait cultiver plus grand pour travailler davantage avec la restauration scolaire
- ✓ Mettre des critères dans les marchés publics pour plus de produits locaux
- ✓ Avoir le soutien/l'aide des collectivités locales



Nature : Association

Date de création : 2011

Implantation : Loireauxence (Varades)

Activités : Distribution alimentaire

Nombre de bénévoles : 30

Le P'tit Chariot de Galerne

1. **Présentation de la structure**

Le P'tit Chariot de Galerne est une épicerie sociale proposant aux plus démunis des denrées alimentaires. L'épicerie est ouverte deux vendredis par mois de 9h à 18h à la maison des solidarités de Loireauxence (Varades).

L'épicerie propose à 10 % de leur valeur, en colis de dépannage ou pour trois mois renouvelables, des denrées alimentaires conservées à température ambiante et des produits frais et congelés. Pour y avoir accès il faut habiter dans la commune de Loireauxence ou dans une commune limitrophe et d'avoir un reste à vivre ne permettant pas de se nourrir convenablement.

L'approvisionnement se fait essentiellement auprès de la banque alimentaire de Nantes. D'autres denrées proviennent de GMS ou de producteurs.

2. **Les attentes vis-à-vis du PAT**

- ✓ Faire de l'éducation alimentaire (santé, bien être …)
- ✓ Développer des réseaux logistiques
- ✓ Connaitre les surplus des producteurs
- ✓ Faire des ateliers cuisine
- ✓ Travailler sur la mise en place de jardins de proximité

Nature : Association

Date de création : 1995

Implantation : Vallons de l'Erdre (Bonnoeuvre)

Activités : Production maraichère

Nombre de personnes en

VITAL

1. **Présentation de la structure**

Vital est une association aidant à l'insertion professionnelle par le maraichage. Les personnes en insertion sont des personnes au RSA ou de la mission locale. Ils ont un contrat de deux ans maximum auprès de Vital. Le but étant qu'ils retrouvent un rythme de travail et qu'ils trouvent leur projet professionnel.

L'association produit une cinquantaine de légumes. Elle livre toute l'année. Elle propose des paniers de légumes aux particuliers. Elle livre les paniers dans 10 dépôts. Elle livre également des magasins spécialisés (biocoop, marché de Léopold…), la restauration collective, les restaurants, et réalise son propre marché le jeudi après-midi.

2. **Les attentes vis-à-vis du PAT**

- ✓ Avoir une cuisine autonome sur la commune de Vallons de l'Erdre
- ✓ Faire des ateliers cuisine (éducation alimentaire)
- ✓ Travailler plus en local

Nature : Association

Date de création : 1991

Implantation : Le Cellier

Activités : Distribution alimentaire

Nombre de bénévoles : 100

Pain partagé

1. **Présentation de la structure**

L'association a pour but d'apporter un soutien alimentaire. L'association va récupérer les denrées alimentaires, grâce à ses camions frigorifiques, auprès des GMS partenaires. Elle va ensuite les redistribuer auprès des familles dans le besoin sous forme de colis de 1 à 5 personnes. L'accès aux colis se fait sous condition de ressources. Sur le Cellier, 20 familles viennent récupérer des colis.

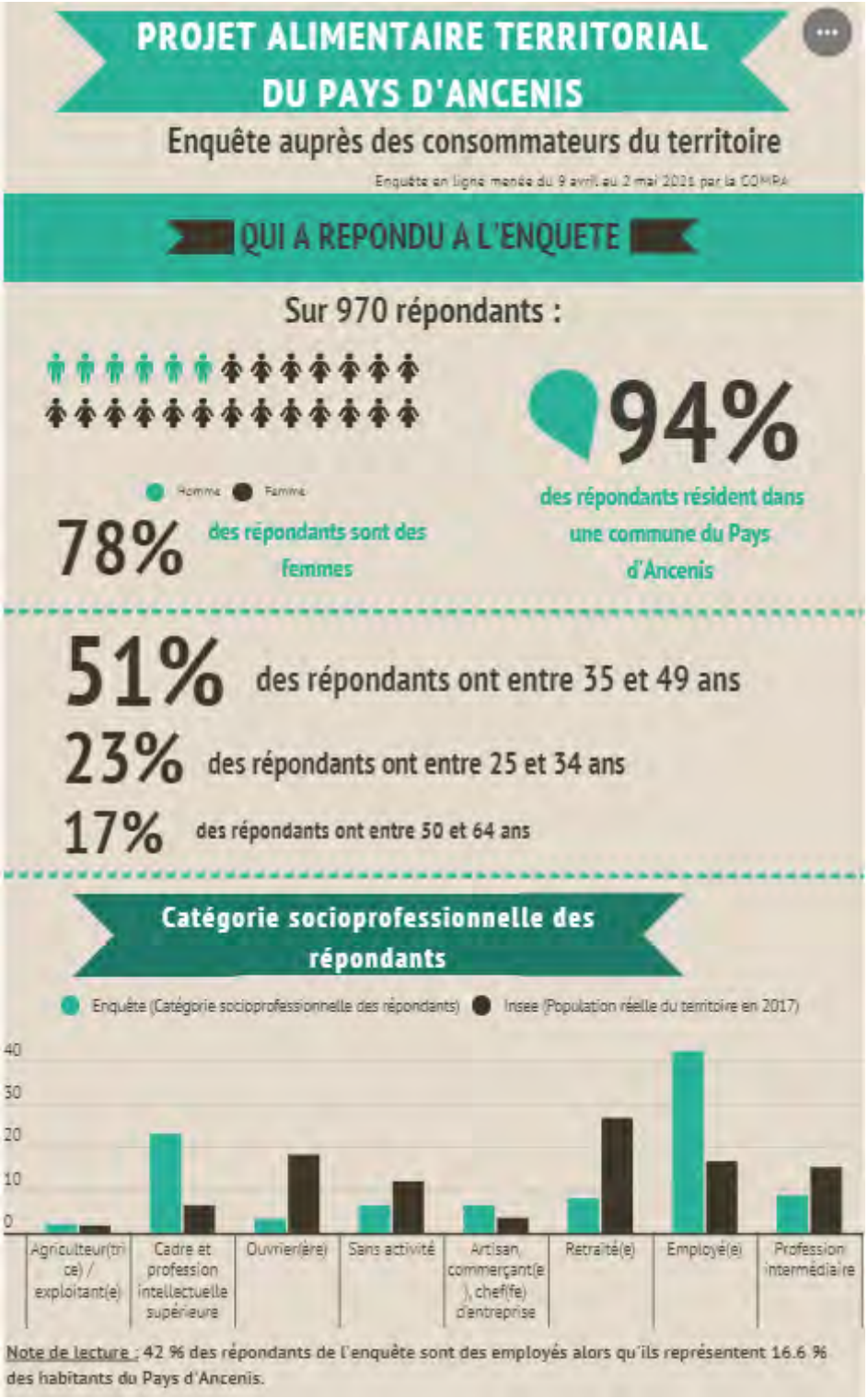
La distribution a lieu les mardis et mercredis après-midi. L'association est présente sur le Cellier mais aussi à Champtoceaux et à Drain.

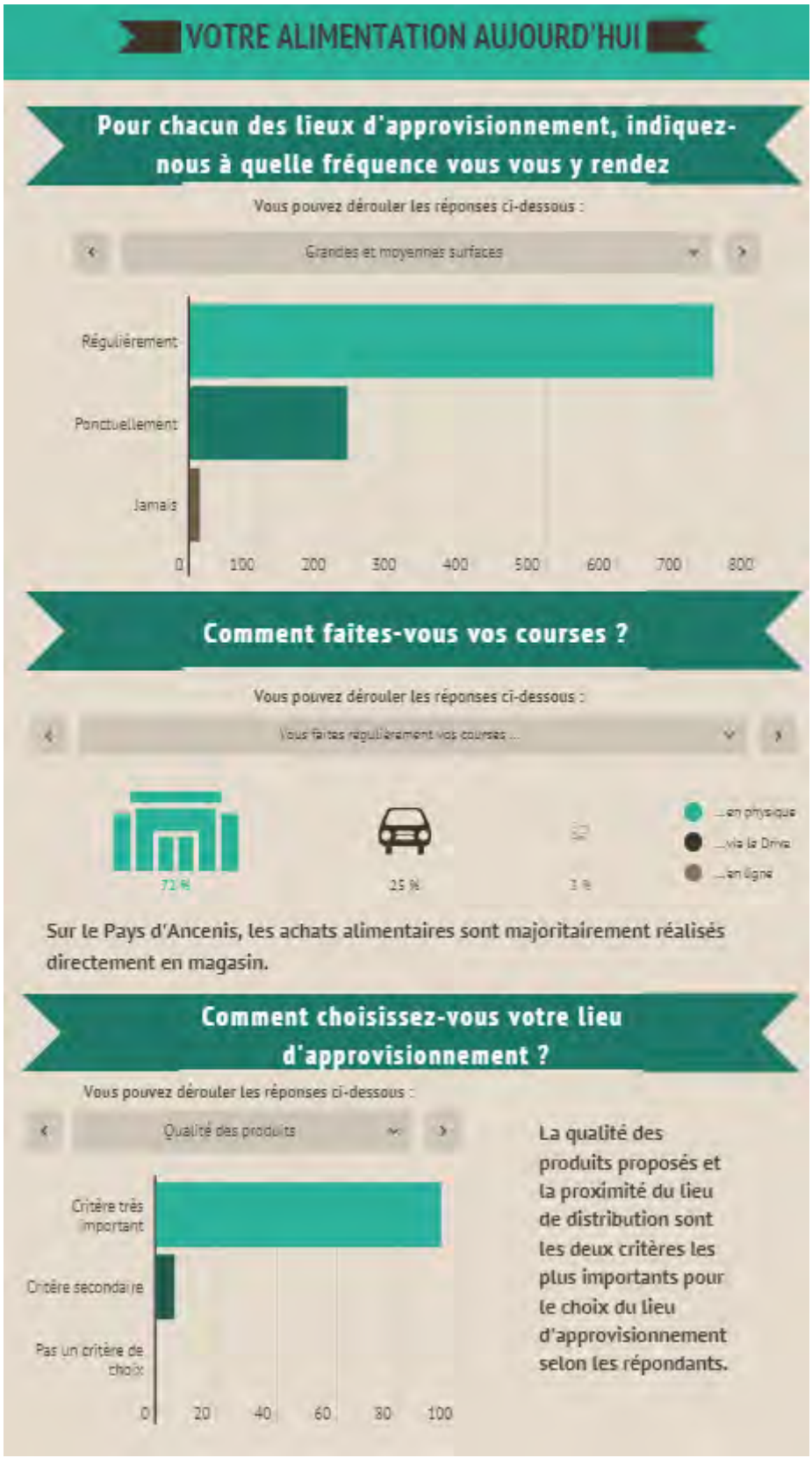
2. **Les attentes vis-à-vis du PAT**

- ✓ Faire des actions de lutte contre le gaspillage alimentaire
- ✓ Développer le local

Annexe 3 : Synthèses des résultats de l'enquête en ligne

Résultats consultables en ligne : https://infogram.com/resultats-enquete-consommateurs-pat-1hxr4zx3mj7wq6y?live

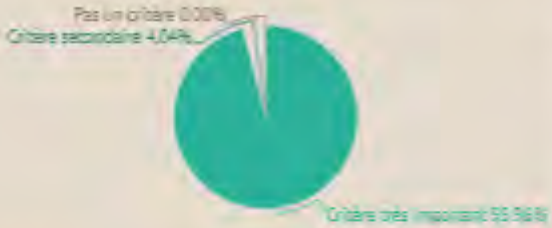



VOTRE ALIMENTATION AUJOURD'HUI
Pour chacun des lieux d'approvisionnement, indiquez-nous à quelle fréquence vous vous y rendez
Vous pouvez dérouler les réponses ci-dessous :
Grandes et moyennes surfaces
Régulièrement
Ponctuellement
Jamais
0
100
200
300
400
500
600
700
800
Comment faites-vous vos courses ?
Vous pouvez dérouler les réponses ci-dessous :
Vous faites régulièrement vos courses ...
72 %
25 %
3 %
...en physique
...via le Drive
...en ligne
Sur le Pays d'Ancenis, les achats alimentaires sont majoritairement réalisés directement en magasin.
Comment choisissez-vous votre lieu d'approvisionnement ?
Vous pouvez dérouler les réponses ci-dessous :
Qualité des produits
Critère très important
Critère secondaire
Pas un critère de choix
0
20
40
60
80
100
La qualité des produits proposés et la proximité du lieu de distribution sont les deux critères les plus importants pour le choix du lieu d'approvisionnement selon les répondants.

A quoi êtes vous attentifs pour choisir vos produits ?

Vous pouvez dérouler les réponses ci-dessous :

Goût



Le goût, la provenance géographique et le prix sont les 3 critères les plus importants pour choisir son produit alimentaire selon les répondants.

Lorsque vous produisez des restes alimentaires, qu'en faites vous ?

60 % les conservent pour le lendemain

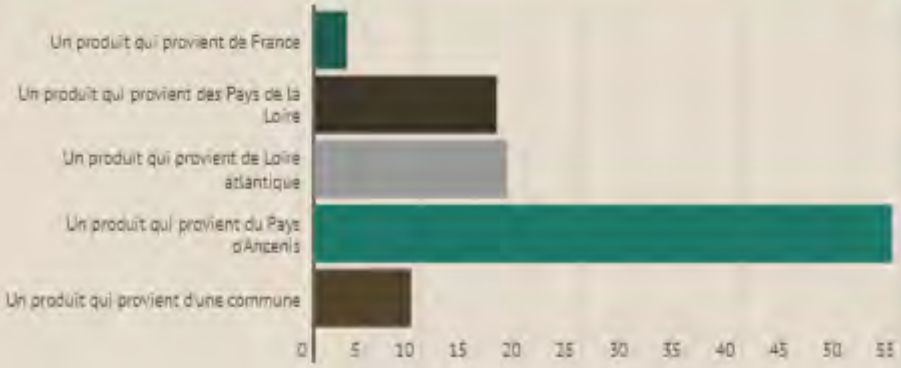
7 % les donnent aux animaux

30 % en font du compost

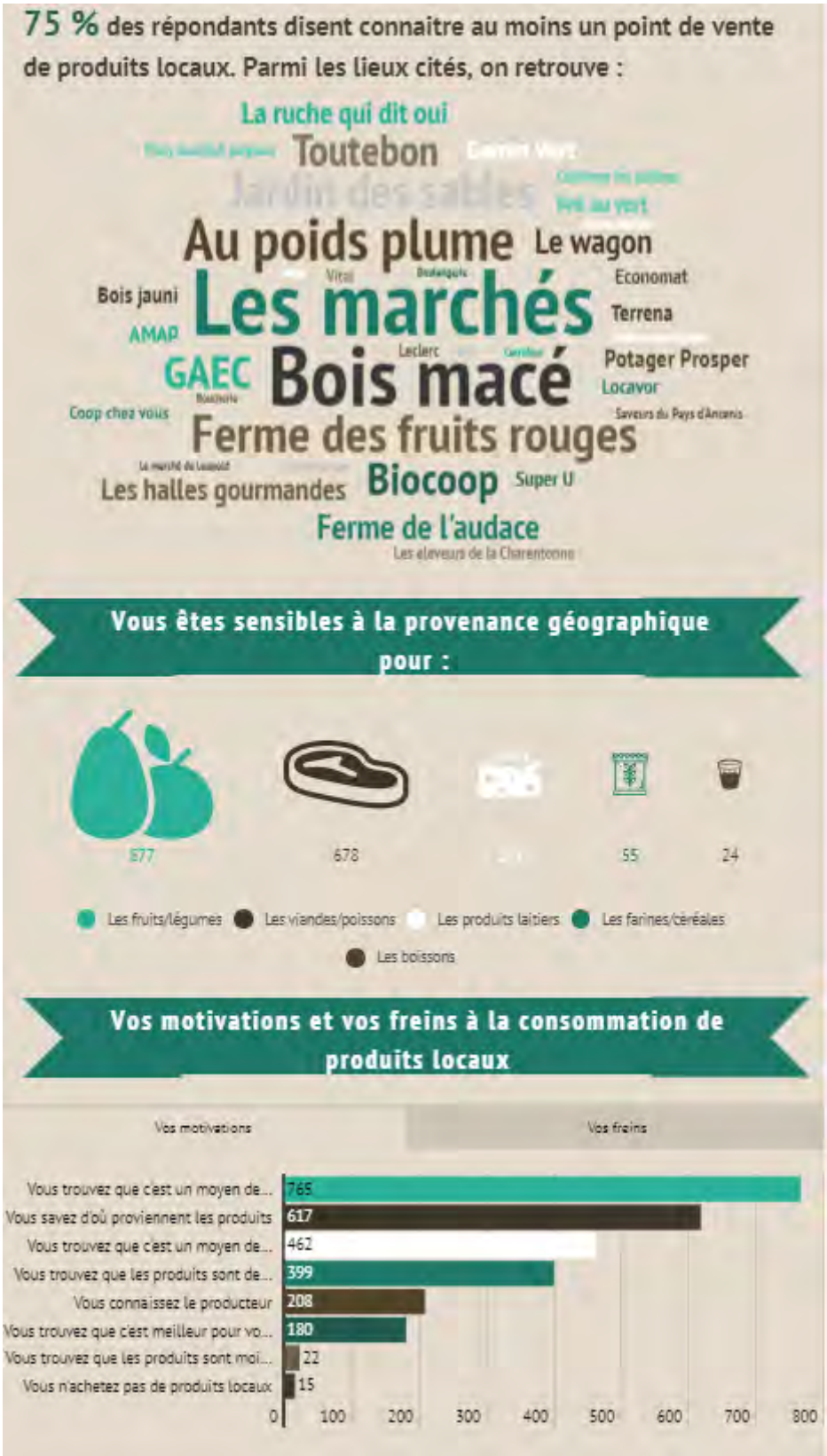
3 % les jettent directement à la poubelle

98 % des répondants considèrent être sensibles à la lutte contre le gaspillage alimentaire

Pour vous, un produit local c'est :

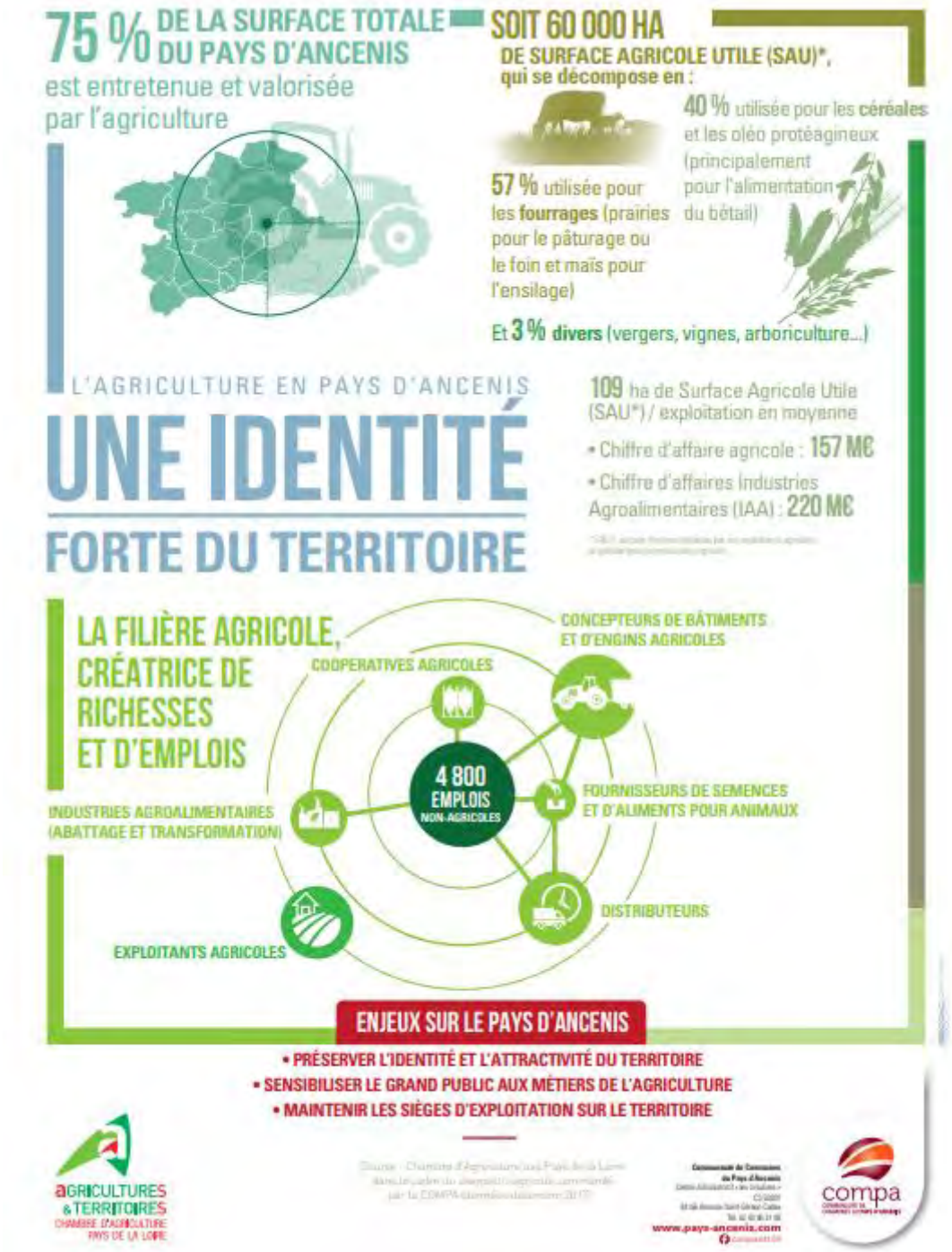


Pour un répondant sur deux, un produit local est un produit provenant du Pays d'Ancenis

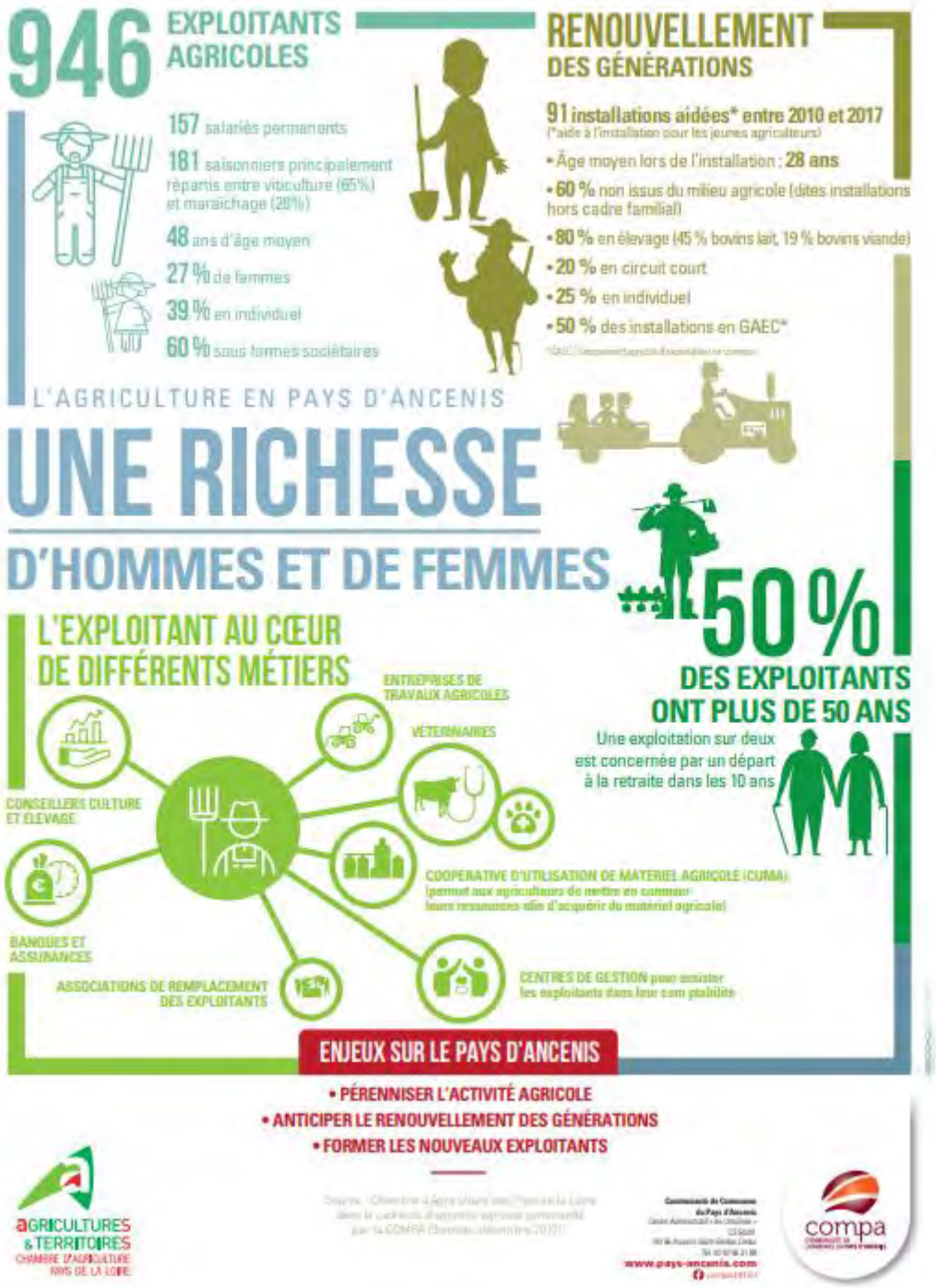

75 % des répondants disent connaitre au moins un point de vente de produits locaux. Parmi les lieux cités, on retrouve :
La ruche qui dit oui
Toutebon
Au poids plume
Le wagon
Economat
Bois jauni
Les marchés
Terrena
AMAP
GAEC
Bois macé
Potager Prosper
Locavor
Coop chez vous
Ferme des fruits rouges
Les halles gourmandes
Biocoop
Super U
Ferme de l'audace
Vous êtes sensibles à la provenance géographique pour :
677
678
55
24
Les fruits/légumes
Les viandes/poissons
Les produits laitiers
Les farines/céréales
Les boissons
Vos motivations et vos freins à la consommation de produits locaux
Vos motivations
Vos freins
Vous trouvez que c'est un moyen de...
765
Vous savez d'où proviennent les produits
617
Vous trouvez que c'est un moyen de...
462
Vous trouvez que les produits sont de...
399
Vous connaissez le producteur
208
Vous trouvez que c'est meilleur pour vo...
180
Vous trouvez que les produits sont moi...
22
Vous n'achetez pas de produits locaux
15
0
100
200
300
400
500
600
700
800

VOTRE ALIMENTATION DE DEMAIN
90 % des répondants aimeraient consommer davantage de produits locaux à l'avenir
50 % aimeraient consommer plus de produits bio à l'avenir
Quelles initiatives faut-il encourager à l'avenir ?
Produits locaux
Lutter contre le gaspillage alimentaire
Agir sur les cantines
Avoir un label de proximité
Rapprocher producteurs et consommateurs
Diminuer l'impact sur l'environnement
Sensibiliser sur les enjeux alimentaires de demain

<u>Annexe 4 :</u> Infographies tirées du diagnostic agricole réalisé par la chambre d'agriculture en 2018 pour la COMPA



DIFFÉRENTES PRODUCTIONS EXISTANTES : 503 EXPLOITATIONS AGRICOLES PROFESSIONNELLES
ÉLEVAGE : 83 % des productions
30 % en bovin viande
21 % en bovin lait,
7 % en bovin mixte
16 % en volailles et porcs (granivores)
9 % en ovin, caprin (herbivores)
CULTURES : 17 %
4 % maraîchage
3 % céréales et oléo-protéagineux
3 % polyculture
2 % viticulture
5 % divers (élevage de chiens et de chevaux, pépiniéristes, arboriculteurs...)
« La production de lait et de viande du Pays d'Ancenis pourrait nourrir une agglomération de 200 000 habitants »
L'AGRICULTURE EN PAYS D'ANCENIS
DES PRODUCTIONS DIVERSIFIÉES
L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE
54 exploitations en agriculture biologique (soit près de 10% du total), 60% en circuit court
55 % en bovins (lait et viande confondus)
20 % en maraîchage
LA VITICULTURE
19 viticulteurs
13 structures
291 ha de vignes
AOP (Coteaux d'Ancenis blanc Malvoisie, Muscadet Coteaux de la Loire, IGP Val de Loire, Coteaux d'Ancenis rouge et rosé, Cru communal Champtoceaux).
LES CIRCUITS COURTS
97 EXPLOITATIONS
commercialisent en circuits courts *, soit près de 20 % du total.
ENJEUX SUR LE PAYS D'ANCENIS
• FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DE FILIÈRES POUR UNE AGRICULTURE PORTEUSE D'AVENIR
• ACCOMPAGNER LES STRUCTURES EN PHASE DE DIVERSIFICATION
• GARANTIR LE MAINTIEN ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ AGRICOLE ET VITICOLE PAR LA PRÉSERVATION DES OUTILS DE PRODUCTION (TERRES AGRICOLES, CHAIS...).
AGRICULTURES & TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE PAYS DE LA LOIRE
www.pays-ancenis.com
compa


946 EXPLOITANTS AGRICOLES
157 salariés permanents
181 saisonniers principalement répartis entre viticulture (65%) et maraichage (28%)
48 ans d'âge moyen
27 % de femmes
39 % en individuel
60 % sous formes sociétaires
RENOUVELLEMENT DES GÉNÉRATIONS
91 installations aidées* entre 2010 et 2017
(*aide à l'installation pour les jeunes agriculteurs)
• Âge moyen lors de l'installation : 28 ans
• 60 % non issus du milieu agricole (dites installations hors cadre familial)
• 80 % en élevage (45 % bovins lait, 19 % bovins viande)
• 20 % en circuit court
• 25 % en individuel
• 50 % des installations en GAEC*
L'AGRICULTURE EN PAYS D'ANCENIS
UNE RICHESSE
D'HOMMES ET DE FEMMES
50 %
DES EXPLOITANTS ONT PLUS DE 50 ANS
Une exploitation sur deux est concernée par un départ à la retraite dans les 10 ans
L'EXPLOITANT AU CŒUR DE DIFFÉRENTS MÉTIERS
ENTREPRISES DE TRAVAUX AGRICOLES
VÉTERINAIRES
CONSEILLERS CULTURE ET ELEVAGE
COOPERATIVE D'UTILISATION DE MATERIEL AGRICOLE (CUMA)
BANQUES ET ASSURANCES
ASSOCIATIONS DE REMPLACEMENT DES EXPLOITANTS
CENTRES DE GESTION pour assister les exploitants dans leur comptabilité
ENJEUX SUR LE PAYS D'ANCENIS
• PÉRENNISER L'ACTIVITÉ AGRICOLE
• ANTICIPER LE RENOUVELLEMENT DES GÉNÉRATIONS
• FORMER LES NOUVEAUX EXPLOITANTS
AGRICULTURES & TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE PAYS DE LA LOIRE
www.pays-ancenis.com
compa

<u>Annexe 5 :</u> Flyer de l'association « Saveurs Pays d'Ancenis »

SAVEURS du pays d'ANCENIS

Vos producteurs locaux

Natur'Elevage de Saint Géréon

EARL NATUR'ELEVAGE DE SAINT GEREON // DEÏSS Claude
LA PIERRE DURAND 44150 SAINT GEREON
Vente en caissette : viande de bœuf et veau de lait (Race Simmental), viande d'agneau, saucisses et merguez de brebis (race Ile de France).
A la ferme sur réservation par mail ou téléphone
06 04 04 36 32 - naturelevage@gmail.com - naturelevage

GAEC DES SIX CHEMINS // LUAIS Tony
LES SIX CHEMINS 44540 MAUMUSSON
vente en caissette : viande de bœuf et veau de lait (croisé Normande / Bleu Blanc Belge)
BIO
A la ferme sur réservation par mail ou téléphone
07 60 07 94 74 - gaecsixchemins@free.fr

Toutébon

TOUTÉBON (SCEA du Hardouin) // POIRIER Charles et Céline
LES BAS COUREAUX 44522 MESANGER
Vente de viande de porc et charcuterie fermière, poulets fermiers (+ autres produits locaux)
BLEU-BLANC-CŒUR
Magasin à la ferme ouvert le jeudi (16h-19h) - Colis sur réservation
02 40 96 17 22 - 06 47 57 85 24 - commande@toutebon.com - toutébon - www.toutebon.com

Vente de Volailles Fermières
A L'Avenue TEILLÉ

LES VOLAILLES DE L'AVENUE // BOURSIER Vincent
(GAEC des ébaupinays)
L'Avenue 44440 TEILLE
Vente de volailles fermières élevées en plein air : poulets, pintades, canes, canards, chapons (fêtes de fin d'année) volailles entières ou découpées: cuisses, filets, émincés,brochettes...
Magasin à la ferme ouvert le mercredi de 14H à 19H30 . Sur commande
06 83 17 60 14 - vincentannelaure@orange.fr - gaec.Ebaupinays

GAEC DE SAINTE PAULINE // SALLIOT Isabelle
SAINTE PAULINE 44440 JOUE SUR ERDRE
Vente en caissette : viande de bœuf, veau (race Blonde d'aquitaine)
A la ferme sur réservation par mail ou téléphone
06 87 57 67 18 - isabelle.derouin@free.fr - GAEC-de-Sainte-Pauline

Rouge des Prés
Vente à la ferme

GAUTIER Régis
BEAUVAIS 44150 VAIR-SUR-LOIRE (Saint Herblon)
Vente en caissette : viande de bœuf et veau sous la mère (race Rouge des prés)
AOP Maine Anjou
A la ferme sur réservation par mail ou téléphone
02 40 98 48 39 - fermegautier@gmail.com

GAEC LE BOIS GUILLAUME // Isabelle TRICHET
50, La Guillauminerie 44850 LIGNÉ
Vente de viande de bœuf et veau (race Charolaise)
A la ferme sur réservation par mail ou téléphone
06 65 48 43 33 - leboisguillaume@wanadoo.fr - fermeduboisguillaume

EARL BONN'VOLAILLES // HUARD Yann
LES HAUTES PROVOSTIERES 44540 VALLONS DE L'ERDRE (Bonnoeuvre)
Vente de poulets et pintades élevées en plein air. Volailles prêtes à cuire ou démarrées.
Vente à la ferme sur réservation par mail ou téléphone.
06 50 37 47 15 - bonnvolailles@gmail.com

FERME DE LA BLANCHETIERE // Antoine THOMAS
La Blanchetière 44370 LOIRAUXENCE (Belligné)
Fromages de chèvres au lait cru, yaourts, du fromage blanc, faisselles, tomme au lait cru.
Vente à la ferme : 9h - 11h du Mardi au Samedi
02 40 96 83 16 - chevres.blanchetiere@orange.fr - www.lablanchetiere.fr - GaecDeLaBlanchetiere

DOMAINE LANDRON CHARTIER // Françoise LANDRON
260 LE BAS PONCEAU 44850 LIGNÉ
Vins de terroir : Muscadet Coteaux de la loire sur lie, Muscadet Coteaux de la Loire Champtoceaux, Coteaux d'Ancenis Gamay, Coteaux d'Ancenis Malvoisie, Vin de Pays du Val de Loire Cabernet, jus de raisin rouge.
BIO
Au domaine : du lundi au jeudi 16h-19h, vendredi 10h-12h30/15h-19h et samedi 10h-12h/15h-17h
02 51 12 22 90 - f.landron@landronchartier.fr - www.landronchartier.fr - landron-chartier-vigneron

FERME DES VERTES PRAIRIES // Jérémy LAUNAY
La Hervelinière 44440 PANNECÉ
vente de viande de bœuf et veau (race Parthenaise)
BIO
A la ferme sur réservation par mail ou téléphone
06 26 23 58 08 - lafermedesvertesprairies@gmail.com - www.lafermedesvertesprairies.fr - LaFermeDesVertesPrairies

Sources

Pour réaliser ce diagnostic, nous nous sommes appuyés sur plusieurs ressources :

Réalisation d'une soixantaine d'entretiens avec les acteurs locaux (voir annexe 1 ci-dessus)

Réalisation d'une enquête en ligne pour connaitre les habitudes et attentes alimentaires des consommateurs du territoire. Les résultats sont accessibles sur : https://infogram.com/resultats-enquete-consommateurs-pat-1hxr4zx3mj7wq6y?live

Conseil de développement, étude sur « les circuits courts alimentaires de proximité en Pays d'Ancenis », janvier 2015

Insee, Comparateur de territoire – Chiffres détaillés ; dossier complet : CC du Pays d'Ancenis

Chambre d'agriculture des Pays de la Loire, diagnostic agricole du Pays d'Ancenis, 2018

COMPA, Scot du Pays d'Ancenis, « diagnostic et enjeux agricoles », 2013

COMPA & Chambre d'agriculture des Pays de la Loire, diagnostic sur la lutte contre le gaspillage alimentaire, 2017

DRAAF, fiche territoriale : CC du Pays d'Ancenis, 2020. Disponible sur : https://draaf.pays-de-la-loire.agriculture.gouv.fr/IMG/html/fiche_territoriale_cc_du_pays_d_ancenis_cle89f228.html

SAFER, le prix des terres agricoles, 2020. Disponible sur : https://www.le-prix-des-terres.fr/carte/terre/Pays%20de%20la%20Loire/Loire-Atlantique/

Agence bio, baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France, 2020.