

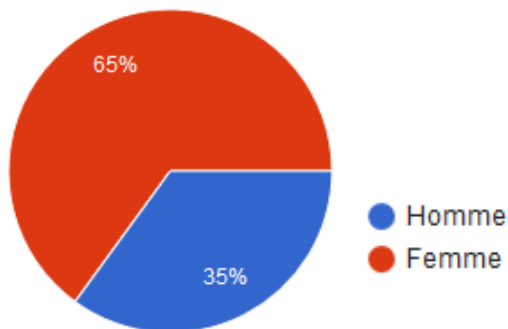
## Résultats de la grande concertation du Projet Alimentaire Territorial de Chartres métropole

Concertation sur la période du 15 juin au 31 juillet 2021 via un questionnaire en ligne.

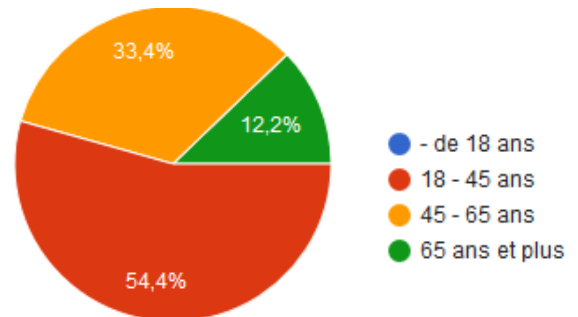
377 répondants : 346 consommateurs 31 professionnels de l'alimentation.

### Profils des répondants

Vous êtes :



Classes d'âge



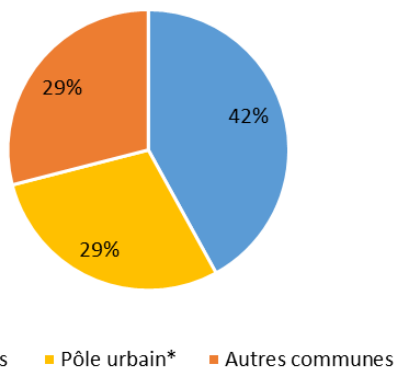
Profil des répondants	Nb	%
Consommateurs	346	91,8
Professionnels	31	8,2

### Synthèse :

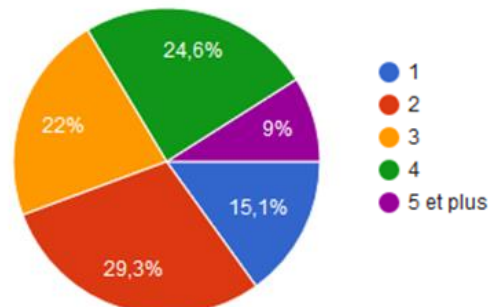
- 2/3 des répondants sont des femmes.
- Plus de 85 % des répondants ont entre 18 et 65 ans avec une absence des moins de 18 ans.
- La majorité des répondants ont rempli ce questionnaire en tant que consommateurs.

### Partie Consommateurs (346 répondants)

Commune de résidence



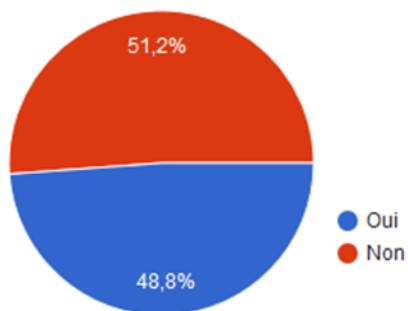
Nombre de personnes dans votre foyer



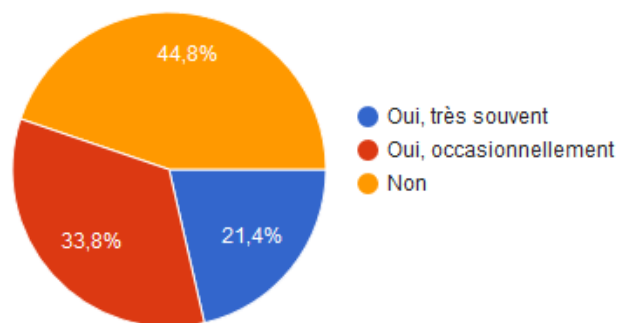
■ Chartres ■ Pôle urbain\* ■ Autres communes

Pôle urbain : Champhol, Lèves, Lucé, Luisant, Mainvilliers, Barjouville, Le Coudray, Morancez (hors Chartres)

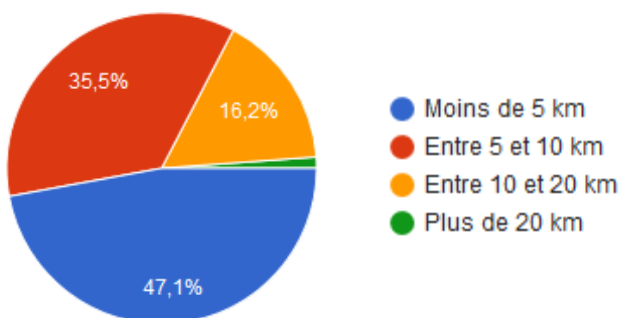
Faites-vous votre potager (jardin, balcon, jardin partagé)?



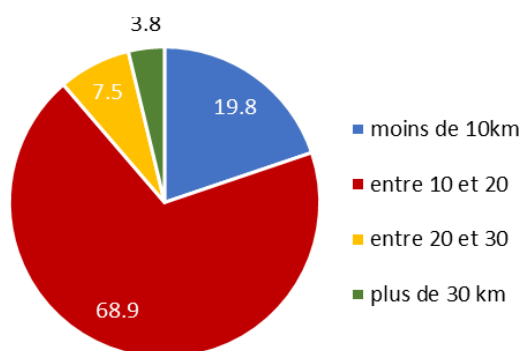
Utilisez-vous internet pour faire vos achats alimentaires ?



Combien de kilomètres parcourez-vous pour effectuer vos courses alimentaires ?



Distance supplémentaire prête à être parcourue pour acheter des produits locaux\*

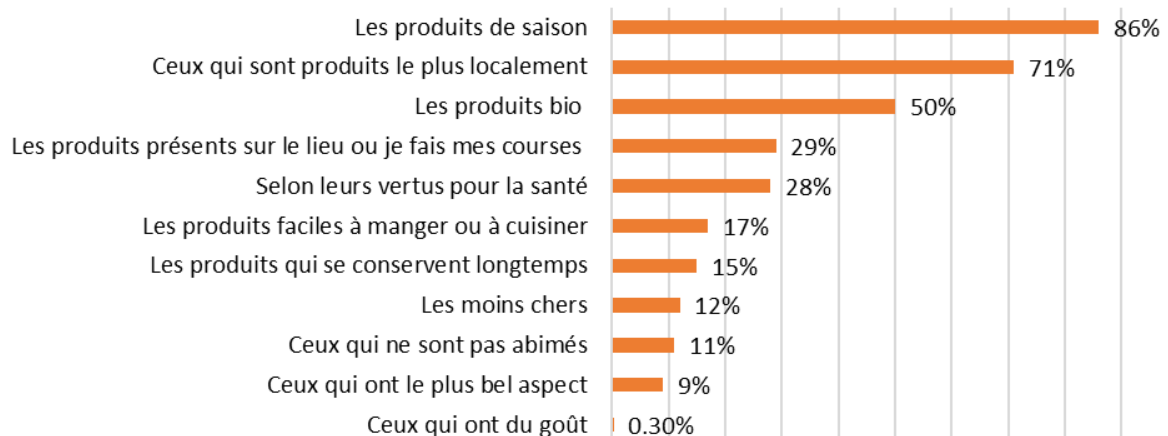


\*62% sont prêts à parcourir plus de kilomètres pour manger local

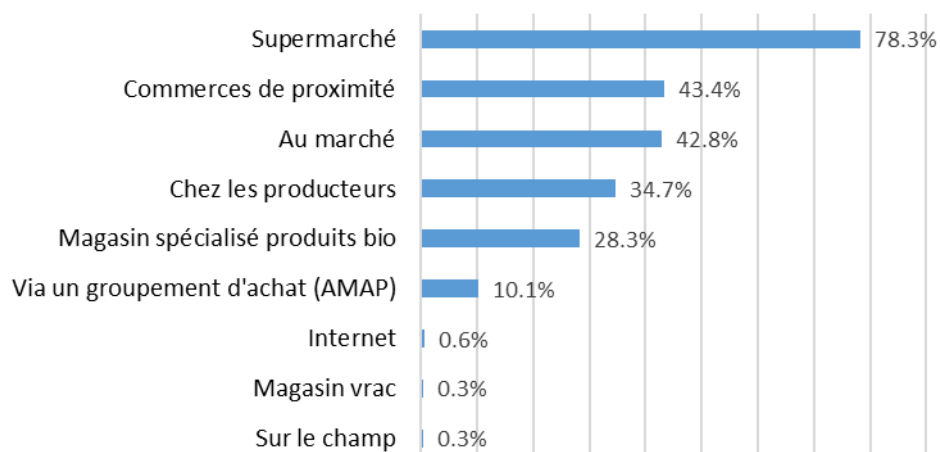
### Synthèse :

- 55,2 % des consommateurs utilisent Internet pour faire leurs achats ou du moins une partie de leurs achats alimentaires. 48 % des personnes ayant répondu au questionnaire ont un potager ou cultivent dans des jardins partagés ou sur des balcons, etc.
- Plus de 80 % des personnes ayant répondu au questionnaire parcourent moins de 10 kilomètres pour faire leurs courses (tenir compte qu'une majorité de répondants habite dans le pôle urbain).
- 62 % se disent prêts à parcourir plus de kilomètres pour acheter des produits locaux (jusqu'à 20 km en plus pour 80% d'entre eux).
- Lors de l'achat, 86 % des consommateurs choisissent des fruits et légumes de saison, 71% font attention à la localité des fruits et légumes et la moitié des consommateurs les prennent bio.

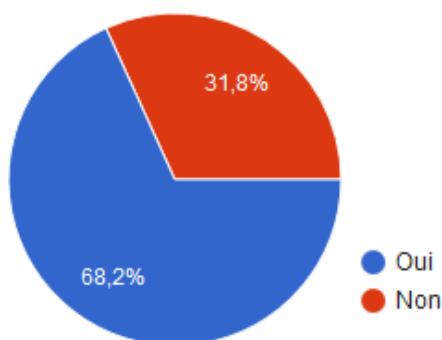
### Critères d'achat pour les fruits et légumes



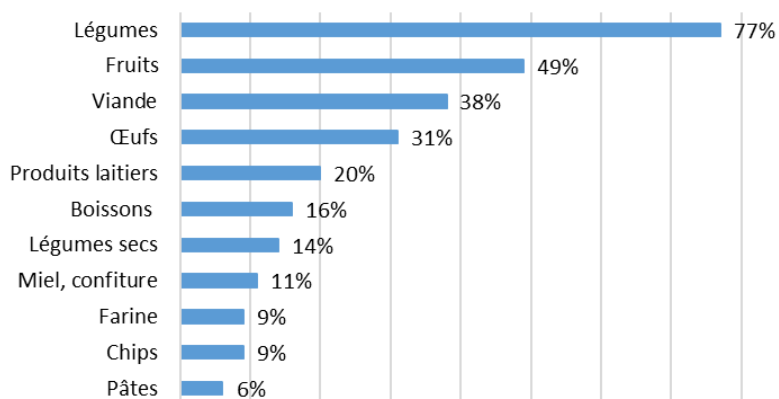
### Lieu d'achat des produits alimentaires



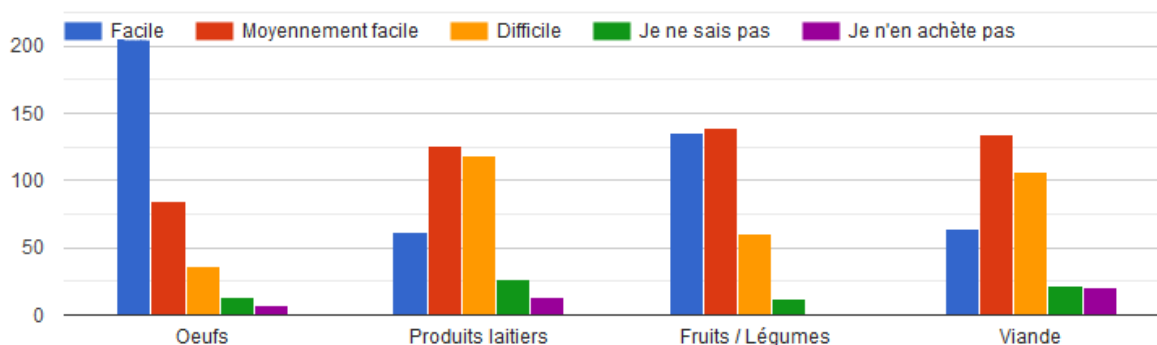
Consommez-vous régulièrement des aliments provenant de producteurs locaux ?



### Part d'aliments locaux consommés



Comment jugez-vous les possibilités en approvisionnement pour les produits locaux ?

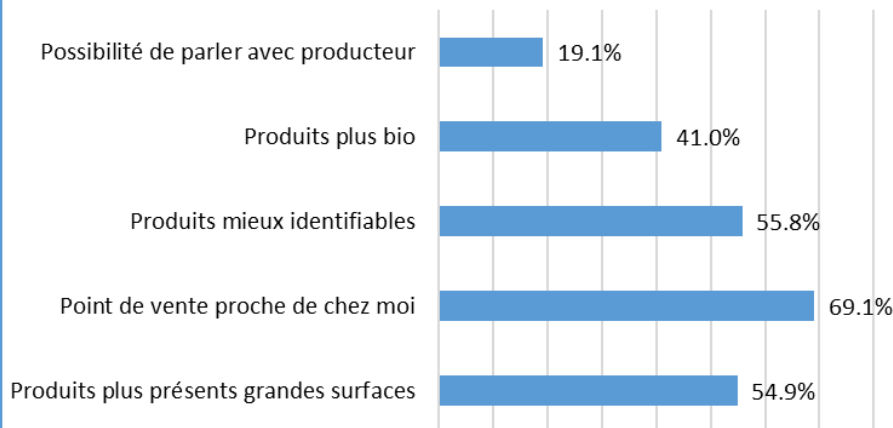


### Synthèse :

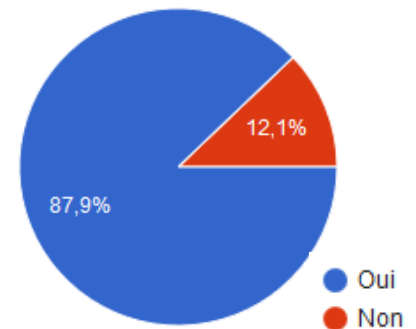
- Les consommateurs font majoritairement leurs courses dans un supermarché, mais on constate des chiffres importants pour des achats dans les commerces de proximité, sur le marché, chez les producteurs avec le développement de la vente directe et l'installation de distributeurs de produits fermiers. Près de 100 personnes font leurs achats dans des magasins spécialisés en produits biologiques et 35 personnes font le choix de passer par un groupement d'achat.

- 68% disent consommer régulièrement des aliments de producteurs locaux avec principalement des légumes mais également des fruits, des produits carnés et des œufs.
- Ils jugent facile l'achat d'œufs locaux et de légumes, moins évident de trouver des fruits sur le territoire. L'approvisionnement en viande est considéré comme moyennement facile à difficile et plutôt difficile en ce qui concerne les produits laitiers.

Quels critères pourraient vous inciter à consommer plus de produits alimentaires locaux ?



Seriez-vous prêt à payer un peu plus cher pour consommer local et de qualité ?



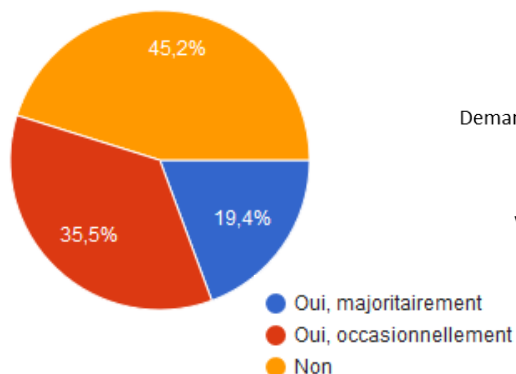
Afin de consommer plus souvent des produits locaux, les habitants de Chartres métropole souhaiteraient avoir des points de vente proches de chez eux avec des produits mieux identifiables (difficile de savoir si le produit est local avec la multitude de labels et signes de qualités) et plus présents en grandes surfaces.

Globalement ils sont une grande majorité (87,9%) à se dire prêts à payer plus cher pour acheter des produits locaux.

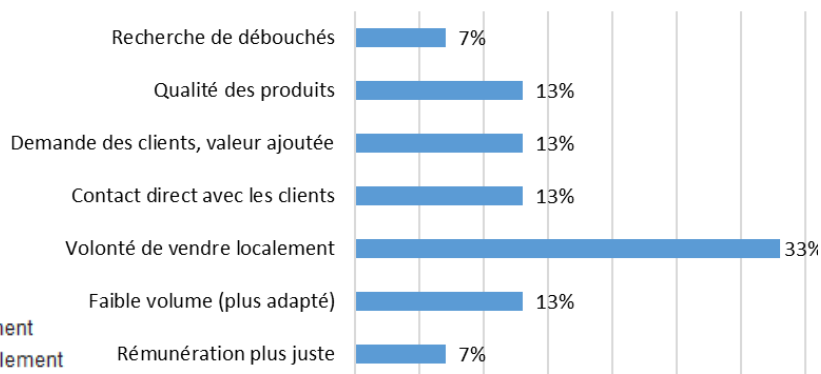
## Partie Professionnels de l'alimentation

Parmi les 31 réponses des professionnels, 23 sont agriculteurs, un apiculteur, un négoce agricole, un responsable de restaurants d'entreprise, un directeur d'établissement agricole, un confiturier, un gérant, un responsable AMAP et un responsable technique.

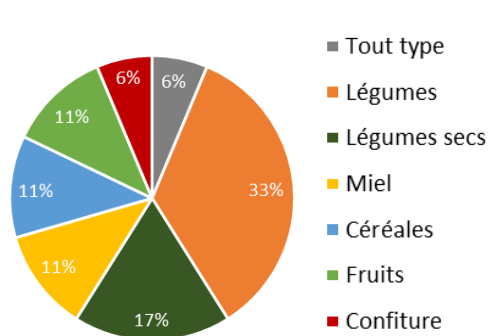
### Travaillez-vous en circuit court ?



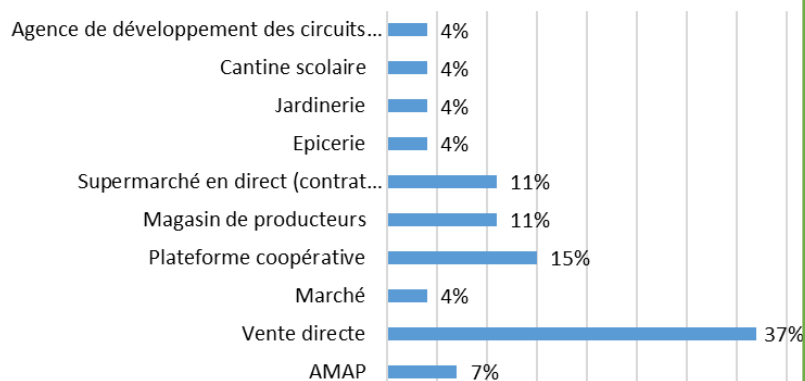
### Les raisons d'une démarche en circuit court



### Produits commercialisés en circuit court



### Les formes de circuit court utilisées



### Obstacles rencontrés

Transformation

Démarche diversification soit rémunératrice pour le producteur et que le consommateur accepte de payer plus cher les produits locaux

Manque de retour de la part des collectivités

Procédure complexe et longue pour fournir les cantines

Appartenance à un gros groupe avec Centrale d'achat nationale

Trouver des clients, communication

Manque de moyens matériels et de stockage

Manque de visibilité sur les volumes et prix de vente

Démarches administratives décourageantes

Manque débouchés, besoin de mettre en place des réseaux

Irrégularité des commandes

Production non adapté

Besoin de main œuvre

Peu disponibilité

### Synthèse :

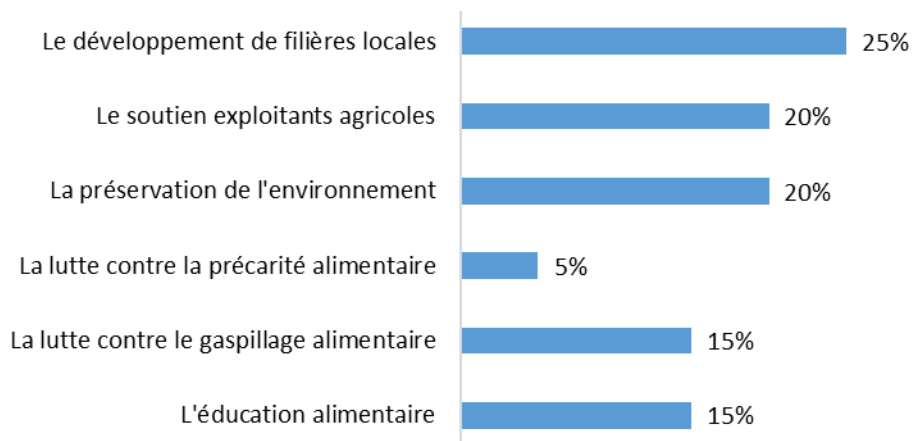
- Sur les 31 professionnels, la moitié travaille en circuit-court dont 19,4% d'entre eux sont majoritairement en circuit court.
- La principale raison qui les motivent à travailler en circuit court est d'abord une volonté personnelle de quitter le réseau classique de la chaîne alimentaire pour vendre la production localement en évitant les intermédiaires.
- Cette démarche concerne essentiellement les légumes pour 6 d'entre eux mais également des légumes secs, du miel, des fruits et des céréales.
- Les circuits courts prennent des formes diverses : ici, la vente directe est privilégiée mais une grande partie des producteurs passent par des plateformes coopératives, des magasins de producteurs ou dans un supermarché en direct. Viennent ensuite l'approvisionnement des AMAP.
- Les obstacles que les producteurs ont rencontrés pour travailler à l'échelle locale sont les suivants :
  - o Le coût de transformation lorsqu'il s'agit de matière première nécessitant d'être transformé,
  - o Le manque de matériels et de moyens humains,
  - o Le manque de visibilité sur les volumes et prix de ventes,
  - o Le manque de débouchés,
  - o Les démarches administratives longues,
  - o Le manque de disponibilité,
  - o La procédure complexe pour fournir les cantines.

Remarques des producteurs : Besoin d'un accompagnement de mise en place de filières et de débouchés, mutualisation des investissements (matériel, récolte, conditionnement), intégrer les professionnels et les consommateurs dans la démarche, les producteurs doivent rester libres dans leurs décisions.

### **Le Projet Alimentaire Territorial de Chartres Métropole**

Nous avons interrogé les consommateurs et les professionnels de l'alimentation pour qu'ils se positionnent sur les enjeux qu'ils considèrent comme prioritaires. Ils sont tous deux d'accord sur l'importance de développer les filières locales, de soutenir les exploitants agricoles et de préserver l'environnement.

#### Enjeux prioritaires pour les consommateurs et les professionnels de l'alimentation



Ces acteurs ont pu également indiquer des actions qui leur semblent prioritaires à mettre en place dans le cadre du Projet Alimentaire Territorial.

Actions proposées et souhaitées par les acteurs et habitants du territoire

Développement économique	<p>Développer de nouvelles filières et pratiques plus respectueuses (bio, agroécologie, vente directe, circuit court)</p> <p>Développer les jardins partagés, potagers urbains</p> <p>Développer le vrac</p> <p>Proposer des prix rémunérateurs</p> <p>Achat des produits locaux Terres d'Eure et Loir par la restauration scolaire</p>
Education	<p>Lien avec école : gaspillage alimentaire,</p> <p>Ecole – exploitations agricoles : visites, ateliers, éducation aux produits de saison</p> <p>Grandes surfaces : revalorisation des fruits et légumes invendus (conserves, confitures)</p> <p>Mettre en place des ateliers ludiques</p> <p>Animation sur les bonnes pratiques dans les jardins familiaux</p>
Accompagnement	<p>Installation jeunes agriculteurs, installation agriculteurs bio</p> <p>Aide à la diversification</p> <p>Aide à la conversion en bio</p> <p>Accompagnement dans les demandes de subventions</p> <p>Etablir un cahier des charges qui garantit la transparence à tous les maillons de la chaîne alimentaire</p> <p>Accompagnement dans la transformation, la logistique et la recherche de débouchés</p> <p>Développer les possibilités de vendre le blé en circuit court</p> <p>Reconnaissance des productions biologiques, exploitations de taille humaine et une protection vis-à-vis des productions traditionnelles intensives</p>
Création	<p>Outils de transformation : abattoirs,</p> <p>Créer un lieu d'échange (physique ou numérique) entre producteurs et consommateurs, donner le pouvoir aux producteurs et consommateurs et non aux distributeurs. Outil de vente Click and Collect.</p> <p>Créer une dynamique en utilisant les halles comme point central et y faire des animations en lien avec les saisons et les producteurs</p> <p>Créer un magasin de producteurs locaux</p>
Communication	<p>Organisation d'évènements : foires, fêtes</p> <p>Soutenir les initiatives des entreprises locales (commerces de proximité indépendants)</p> <p>Communiquer auprès des habitants sur les produits de saison, où les trouver, comment les conserver et les cuisiner = diffuser possibilités de consommation locale</p> <p>Regrouper producteurs locaux sur une appli chartraine pour relation rapide avec les consommateurs (prise en charge par le département, gratuite pour les producteurs et consommateurs)</p> <p>Créer un guide de la consommation locale, annuaire des producteurs</p> <p>Ne pas multiplier marques et labels</p>
Circuit court	<p>Produits locaux plus présents dans la restauration collective (partenariat long terme), hôpitaux, EHPAD, cliniques, etc.</p> <p>Développer AMAP</p> <p>Développer les marchés sur les petites communes, développer les petites épiceries, ou livraison à domicile dans les villages ou distributeurs de produits</p> <p>Optimiser les transports de chacun et des marchandises</p> <p>Installer distributeurs automatiques</p>

	<p>Centralisation des produits locaux (site internet passer commande auprès de tous et drive ou à la ferme)  Mise à disposition de paniers locaux dans les restaurants, petites épiceries, magasins vrac  Principe de la Compagnie des Marchés  Démarche d'économie circulaire  Favoriser l'achat local plutôt que l'achat de produits biologiques étrangers</p>
Environnement	<p>Limiter arrosage en journée, interdire élevage intensif  Arrêter les barquettes en plastique pour réchauffer les aliments des enfants à la cantine  Mettre à disposition des terrains communaux  Utiliser les espaces verts pour créer des parcs publics potagers, jardins forêt  Politiques foncières favorable au maintien des exploitations agricoles vertueuses et diversifiées  Planter des arbres fruitiers  Diminuer impact environnemental du transport de marchandise  Faciliter le tri des déchets pour les habitants en appartements (compost)  Mettre en place navettes ou covoiturage pour se rendre au marché</p>
Social	<p>Proposer bons alimentaires à des foyers à faible revenu (seulement pour achats produits locaux). Aide à la consommation  Simplifier l'accès pour les personnes qui ne peuvent se déplacer  Lutter contre la précarité alimentaire  Assurer les canaux de distribution qui rémunèrent de façon juste les agriculteurs  Rapprocher les producteurs des consommateurs en favorisant le mieux vivre ensemble et respecter tous les modes de production, éviter le sectarisme, ne pas opposer l'agriculture bio et celle qui ne l'est pas  Exemple du Living Lab</p>

Ces exemples d'actions sont à conserver, à étudier et pourront être intégrés lors d'ateliers thématiques.