



## *Stage dans le cadre de la convention d'initiatives partagées*

-

### *Licence Pro VAMTR*

**(Valorisation Animation Médiation des Territoires Ruraux)**

#### *Projet Alimentaire Territorial :*

*état des lieux des dynamiques à l'œuvre, des attentes et des freins,  
pour développer la consommation en circuits courts des habitants  
du territoire*

## Le commanditaire :

Le **Syndicat Mixte du Pays de l'Isle en Périgord** est commanditaire de ce sujet de stage.

Le Pays de l'Isle en Périgord regroupe 4 EPCI (96 communes) rassemblés le long de la vallée de l'Isle et compte 148 677 habitants (1/3 de la population du département) sur 1891km<sup>2</sup> (1/6ème de la superficie départementale).



LE PAYS DE L'ISLE EN PERIGORD :  
relief, EPCI, Communes et réseaux, au 1er janvier 2018



## Contexte

Le Pays de l'Isle en Périgord élabore son Schéma de Cohérence Territoriale (SCoT), dans lequel les élus portent des choix en faveur d'une forme de souveraineté alimentaire et de réaffirmation d'une agriculture locale.

La Communauté d'agglomération du Grand Périgueux a par ailleurs construit en 2017 un dossier de réponse à l'AAP « Projet Alimentaire Territorial ». Avant même le résultat de cette candidature, il avait donc été fait le choix d'étendre la démarche de l'agglomération à l'échelle du SCoT (Pays)

En 2010, avait déjà été travaillé un projet de « Système Local de Production et Consommation ». Il avait été fait le choix de faire porter ce projet par la Chambre d'agriculture et la SCIC Mangeons 24 ; cette coopérative a été dissoute début 2018.

Les élus du Syndicat mixte du Pays de l'Isle en Périgord reprennent donc le portage de ce projet avec la volonté d'assurer la complétude de construction d'une telle démarche (analyse, plan d'actions, puis mise en œuvre).

## La commande

Le PAT porté aujourd'hui par les élus, comprend deux grands volets :

- circuits courts – débouchés publics : la restauration collective publique (champs du Syndicat mixte : crèches, écoles, centres de loisir, EHPAD...);
- les circuits courts – débouchés privés : vente directe, AMAP, marchés, magasins spécialisés, grossistes, GMS, etc.

L'objectif du PAT est d'aboutir à un plan d'actions à déployer pour concourir à développer les 2 volets, plan d'actions bâti en réponse aux problématiques identifiées dans le diagnostic.

Le présent sujet de travail alimentera directement le diagnostic sur le second volet « débouchés privés » :

### **état des lieux des dynamiques à l'œuvre, des attentes et des freins, pour développer la consommation en circuits courts**

La « consommation » s'entend-là par consommation marchande et non marchande.

- La consommation marchande se résume en 2 questionnements :
  - pourquoi certains citoyens font-ils un acte d'achat, en circuit court, d'un produit local ?
  - pourquoi d'autres citoyens ne font-ils pas (ou pas encore) d'actes d'achats, en circuit court, d'un produit local ?

C'est une problématique essentielle que se pose le territoire dans son PAT et qu'il soumet aux étudiants de la licence professionnelle. Les enseignements permettront au Pays d'imaginer par la suite des réponses adaptées aux freins/attentes qui auront été identifiés par les étudiants. Des propositions d'actions peuvent d'ores et déjà être livrées, même si elles ne sont pas le cœur de la demande dans le temps imparti.

- Bien-sûr la consommation non marchande ne se pose pas en termes d'actes « d'achats » : ses volumes (approche quantitative et/ou tendancielle), ses manifestations et ses fonctions (approche qualitative), seront évaluées dans le cadre du travail des étudiants.

Au global, deux aboutissements sont attendus et précisés ci-après :

- les lieux de vente où l'on trouve des produits locaux en circuits courts ;
- les leviers d'actions pour développer la consommation de produits locaux en circuits courts (marchande et non marchande).

## Décomposition

### 1. Préalable : des définitions

Deux définitions préalables sont nécessaires afin de fixer un référentiel de travail :

- celle de « circuit court » : s'entendra comme les circuits de vente comprenant un intermédiaire maximum entre le producteur et le consommateur final ;
- celle de « produit local » : les pruneaux d'Agen ou les huîtres d'Arcachon sont des produits locaux, mais pour autant la complexité du sujet a amené à sérier la notion de produit local. La notion de « produit local » sera ciblée aux aliments qui, au regard des ressources naturelles, des conditions météorologiques et du contexte structurel des exploitations, peuvent être cultivés ou élevés ou produits, et si besoin, transformés, sur le Pays, dans des quantités, à terme, suffisantes, pour satisfaire à une autosuffisance alimentaire ; par inclusion, le territoire de cette définition

s'étend à celui du département. Les étudiants pourront s'appuyer sur une liste de produits répondant à cette définition et en cours de construction au niveau du Pays.

## 2. Les connaissances existantes

- Objet : à priori, il existe peu ou prou de matière localement, sur cette approche « consommateurs » ; il s'agit toutefois de le vérifier.
- Sources possibles (non exhaustives) :
  - les EPCI
  - Travaux des promotions antérieures Licence Pro (y compris sur territoires proches : Nontron, etc.)
  - Chambre d'agriculture
  - Agrobio
  - Conseil départemental
  - Mangez Bio
  - ...

## 3. Identification des lieux de vente et constitution d'une base de données (BDD)- Partenariat ATD24

Objet : cartographier les lieux de ventes de produits locaux sur la CAGP et s'agissant d'un territoire test, décrire la méthode utilisée, qui servira au Pays par la suite, pour étendre cet inventaire à l'échelle de l'ensemble du PAT.

A ce titre et pour information transversale, une étude intitulée « *étude opérationnelle en faveur de la dynamique commerciale des centres du Pays de l'Isle en Périgord* » va démarrer en septembre ; elle est composée de 3 lots :

- lot 1 : l'étude de la commercialité (partie « espaces publics ») de certains centres, et étude de l'offre marchande (partie privée, chez le commerçant) ;
- lot 2 : l'étude de marchés de plein air (dont liens aux producteurs locaux) ;
- lot 3 : la définition d'une plateforme marchande (quel outil numérique pour faciliter l'accès à l'offre).

Le lot 2 a pour objet de proposer des actions pour moderniser et pérenniser les marchés de plein air du Pays, en se souciant particulièrement des rôles et liens des producteurs locaux avec ces marchés.

Le lot 3 est transversal aux lots 1 et 2 : par plateforme numérique il faut entendre « outil numérique », qui reste à définir, mais pourrait par exemple permettre à tout habitant de localiser autour de lui tel ou tel lieu de vente d'un produit local.

La BDD qui sera travaillée ici par les étudiants pourrait donc constituer la « première pierre à l'édifice » d'un tel service aux habitants du territoire.

Pour ce faire, outre une géolocalisation, une BDD doit permettre de qualifier l'élément cartographié, par exemple par les informations suivantes (non exhaustives) : nom enseigne, adresse, téléphone, horaires d'ouverture, mail, ...

Production intermédiaire : méthodologie d'inventaire et cartographie (dont sa BDD).

## 4. Enquête

Pour le territoire, il est important que l'enquête puisse s'intéresser à deux types d'habitants.

- Des habitants qui pratiquent déjà un acte d'approvisionnement en circuit court :

Cette partie de l'enquête permettra avant tout de mesurer des **attentes**, pour aller plus loin, faire davantage d'actes d'approvisionnement local. Cet échantillon de population pourra être croisé dans des lieux inventoriés au paragraphe 3 :

- vente à la ferme ;
- AMAP ;
- marchés ;
- boutiques de producteurs ;
- magasins spécialisés (biocoop, etc.) ;
- GMS ;
- si possible, des clients de la vente par correspondance (La Ruche qui dit Oui...)
- ...

- Des habitants qui ne pratiquent pas encore un acte d'approvisionnement en circuit court :

Cette partie de l'enquête permettra cette fois de détecter les **freins** à cette pratique, ou les conditions pour la déclencher.

L'objet du stage étant de pouvoir extrapoler ses résultats à l'échelle du Pays, l'échantillon choisit s'attachera à être représentatif des diversités du territoire.

Si par exemple les sorties d'écoles sont une piste d'enquête, des typologies urbaines et rurales d'écoles pourront être retenues :

- une à Périgueux ;
- une à Coulounieix-Chamiers (QPPV Chamiers) ;
- une à Boulazac ;
- une à Agonac ;
- une à Vergt ;
- une à Ste-Alvère.

- En transversal à ces deux catégories :

La consommation non marchande pourra être interrogée et jaugée, indifféremment sur ces deux catégories.

Production intermédiaire : méthodologie d'enquête, caractérisation des échantillons, les attentes et freins, des propositions d'actions (facultatif).

## 5. Les attendus

Les divers travaux aboutiront à :

- un livrable écrit alimentant directement le diagnostic général du PAT et comprenant : méthodologie de travail (notamment pour les enseignements méthodologiques de construction de la BDD cartographique), une synthèse de travaux existants sur le sujet, la présentation et les enseignements de l'enquête ;
- en partenariat avec l'ATD24 une base de données cartographique des points de vente de produits locaux ;
- réunion publique de restitution le 16/10/18 : invitation d'acteurs de l'ensemble du Pays.

## 6. Calendrier

- Mardi 4 septembre, 10H00 au Domaine des Chaulnes, Grignols :
  - présentation des étudiants, de l'équipe pédagogique, du commanditaire (territoire test = CAGP, mais commande en présence des 9 élus du Comité de gouvernance),
  - passation de la commande du stage ;
- vendredi 7 septembre, 14H00 au lycée agricole, Coulounieix-Chamiers : restitution intermédiaire ;
- au moins un autre point d'étape intermédiaire :
  - une préparation de la restitution avec proposition de l'animation, licence pro / élus Pays : à anticiper 2 semaines avant le 16/09,
  - et si possible, une rencontre technique préalable : licence pro / services Pays (les services du Pays resteront disponibles quoiqu'il en soit tout au long de l'UE1) ;
- réunion publique de restitution, 16 octobre, horaire et lieu à confirmer : invitation d'acteurs de l'ensemble du Pays.

