



Projet Alimentaire Territorial



Sommaire

1. Introduction	5
2. La Métropole et la démarche de PAT	10
2.1. Eléments de contexte	10
2.2. Fédérer tous les acteurs	15
2.3. Des démarches voisines : les PAT du Havre et de Caen	
2.4. Vers un PAT : Quelle stratégie alimentaire locale pour contribuer durablement au développement et à l'attractivité du territoire ?	
• Méthodologie et calendrier : diagnostic, concertation...	
• Contenu du diagnostic : le champ de l'alimentation	
3. L'offre alimentaire sur le territoire	18
3.1. Profil général : La Métropole dans le contexte normand	18
• La production animale	26
• La production végétale	34
• Focus sur la production BIO	37
• Acteurs de l'offre et premiers éléments de flux	42
• Impact environnemental des différents modes de production	44
3.2. L'installation et la transmission d'activité agricole sur le territoire	47
• Le contexte normand	48
• L'installation à l'échelle de la Métropole et ses acteurs	50
• Données de synthèse	52
3.3. La problématique foncière et la couverture des sols	53
• Le foncier agricole	54
• Les acteurs et outils de maîtrise foncière	58
Le sol comme interface d'échange et de stockage carbone	59
3.3. Analyse AFOM de l'offre alimentaire sur le territoire	60
3.4. Enjeux et premières piste de travail	66

4. La consommation alimentaire sur le territoire	68
4.1. Les pratiques de consommation	68
• Le bassin de vie de la Métropole	69
• La population touristique	72
• Les données de consommation	75
• Les habitudes d'achat	77
• Alimentation et santé	81
4.2. La problématique d'accessibilité alimentaire	85
• Les revenus des ménages	86
• L'insécurité alimentaire	87
• Les acteurs de l'aide alimentaire	90
4.3. Lieux d'achats, l'offre commerciale	94
• La restauration hors domicile	95
• Les circuits de distribution	108
• Les initiatives de proximité	117
4.4. Analyse AFOM de la consommation alimentaire	123
4.5. Enjeux et premières pistes de travail	129
5. La structuration des filières alimentaires sur le territoire de la Métropole	132
5.1. La transformation	132
• Le contexte général	133
• Les démarches de qualité	149
5.2. Le stade de gros	151
5.3. La logistique : portuaire, fluviale et routière	157
• Le contexte régional	158
• La logistique portuaire	160
• La logistique routière	161

5.4. Analyse AFOM de la structuration des filières alimentaires	166
6. Synthèse des systèmes alimentaires	171
• L'autonomie théorique du territoire	172
• Les flux à l'échelle régionale	173
• Les flux à l'échelle de la Métropole	174

1 - Introduction

Le territoire de la Métropole Rouen Normandie est caractérisé par l'importance de sa surface dédiée aux activités agricoles. Si cette spécificité constitue un atout, l'agriculture est par ailleurs au centre de plusieurs enjeux à la croisée de trois axes majeurs du développement durable du territoire métropolitain :

- **axe environnemental**, à travers la gestion des sols, de la biodiversité, des espaces et surtout de la qualité de la ressource en eau
- **axe économique** car 243 exploitations ont leur siège sur la Métropole avec 529 emplois directs concernés et que le développement d'une économie de proximité est garant de la résilience du territoire
- **axe social**, à travers le lien entre le rural et l'urbain, gage de cohésion territoriale et à travers l'enjeu de l'accès pour tous à des produits locaux de qualité

Ces enjeux rejoignent les priorités identifiées par la Métropole dans le cadre des politiques déployées au titre de ses compétences propres :

- **Aménagement et urbanisme**
A travers son SCoT et bientôt son PLUi, la Métropole s'est engagée à mieux maîtriser sa consommation d'espace
- **Préservation de la ressource en eau**
A travers les actions du SAGE Cailly-Aubette-Robec, la Métropole s'est engagée à reconquérir la qualité des eaux collectées et distribuées
- **Préservation de l'environnement et de la biodiversité**
A travers sa Charte Forestière et sa politique biodiversité, la Métropole s'est engagée à concilier les enjeux environnementaux avec le maintien d'une agriculture durable et diversifiée
- **Développement économique**
A travers son programme d'aides à l'investissement agricole, la Métropole s'est engagée à soutenir la diversification et le développement des circuits courts
- **Air Energie Climat**
A travers de sa politique Climat Air Energie Territoriale, la Métropole s'engage à réduire les émissions de gaz à effet de serre liées notamment aux consommations alimentaires et de polluants atmosphériques en partie générées par les pratiques agricoles.

Pionnière sur la thématique agricole, la Métropole Rouen Normandie s'est en effet saisie, dès 2012, de la problématique de l'agriculture périurbaine en s'entourant de l'ensemble des acteurs institutionnels (Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt, Région; Conseil départemental de Seine-Maritime...) et professionnels œuvrant sur le territoire (Chambre d'agriculture de Seine-Maritime, l'Association Bio Normandie, les Défis Ruraux, Terre de Liens Normandie...).

Au-delà d'un règlement d'aides, élaboré pour soutenir le développement des filières alimentaires, courtes et locales et le développement d'une agriculture respectueuse des ressources, deux études ont également été réalisées courant 2013, en partenariat avec la profession agricole. Il s'agissait d'une part d'analyser les dynamiques foncières agricoles relatives à l'installation et la transmission et d'autre part, d'étudier le potentiel de développement de l'agriculture biologique sur le territoire et ses aires d'alimentation de captages.

Ces études ont orienté l'action de la Métropole sur la période 2014-2016, déclinées au travers de programmes d'actions co-construits avec la Chambre d'agriculture, les Défis Ruraux, l'Association Bio Normandie et Terre de Liens Normandie.

En 2017, après avoir dressé le bilan des différentes actions menées, et compte tenu de la transversalité de la problématique agricole mise en exergue par les politiques de la Métropole, un nouveau plan d'actions a été défini.

Elaboré sous la forme d'une Charte Agricole de territoire, couvrant la période 2018-2021, ce programme permet de valider un engagement collectif fort en faveur d'une politique agricole volontariste et ambitieuse pour le territoire de la Métropole.

La présente démarche est transversale et collaborative, ancrée dans les enjeux territoriaux et entend tenir compte des attentes des acteurs. L'objectif est de créer une dynamique territoriale répondant aux attentes de la population ou mutations de pratiques alimentaires, permettant la relocalisation de la plus-value économique de l'agriculture sur son territoire en augmentant l'autonomie alimentaire de ce dernier et en valorisant les rôles de l'agriculture sur son territoire.

La Charte Agricole poursuit ainsi 3 finalités :

- 1. Affirmer le rôle de l'agriculture comme vecteur d'attractivité du territoire**
- 2. Accompagner l'évolution des pratiques agricoles vers un meilleur respect des ressources notamment en eau**
- 3. Proposer aux habitants une alimentation locale de qualité**

Pour y parvenir, le programme d'actions élaboré s'articule autour de 4 chantiers prioritaires, correspondant aux leviers identifiés par la Métropole pour mener à bien son projet :



Afin de mettre en œuvre ce programme d'actions, la Métropole se positionne en tant qu'animatrice des dynamiques locales qui émergent sur son territoire, dans le but de structurer et donner un sens commun à l'ensemble de ces initiatives.

C'est dans ce cadre et dans cette philosophie que le Projet Alimentaire Territoire (PAT) est né.

Intégrant de nombreuses problématiques abordées dans la Charte Agricole de territoire, le PAT de la Métropole doit pouvoir renforcer les actions proposées dans la Charte.



2 - La Métropole et la démarche PAT

2.1 - Éléments de contexte

Une pression foncière accrue

Le diagnostic de territoire réalisé dans le cadre du SCoT a mis en évidence une consommation importante du foncier au profit du développement urbain. Ainsi, entre 1999 et 2009, 96 hectares par an ont été consommés, dont près de la moitié d'espaces agricoles. Les principales destinations sont l'habitat (54%), les activités économiques (26%), les axes routiers (5%) et les équipements (6%).

A travers le SCoT et l'ensemble des politiques menées conjointement, il s'agit pour la Métropole d'être le garant de la bonne gestion des sols, en affirmant le principe d'une gestion économe et d'un usage raisonné de l'espace et en luttant contre l'étalement urbain. Les espaces naturels et agricoles doivent être appréciés comme une ressource non renouvelable dont il est essentiel d'assurer la préservation en se fixant notamment des objectifs chiffrés de réduction de la consommation de foncier.

À l'horizon 2030, la Métropole s'est engagée à limiter sa consommation d'espaces agricoles, naturels et forestiers à 81 ha par an tout en répondant à ses besoins de développement (habitat et économie), soit une diminution de 17,3% de la consommation constatée dans les années antérieures. Son objectif est de diminuer de 30% la consommation des terres agricoles et naturelles pour les besoins en habitat et elle privilégiera pour cela la reconstruction et la densification urbaine.

À noter également, les incidences climatiques de la destruction d'espaces agricoles, naturels et boisés sur le territoire sont à prendre en compte. En effet, cet important patrimoine, à proximité du tissu urbanisé, joue un rôle essentiel dans le fonctionnement et l'équilibre écologique, notamment à travers le stockage du carbone dans les sols.

Un environnement remarquable à préserver

Le diagnostic de territoire réalisé dans le cadre du SCoT a mis en évidence une consommation importante du foncier au profit du développement urbain. Ainsi, entre 1999 et 2009, 96 hectares par an ont été consommés, dont près de la moitié d'espaces agricoles. Les principales destinations sont l'habitat (54%), les activités économiques (26%), les axes routiers (5%) et les équipements (6%).

A travers le SCoT et l'ensemble des politiques menées conjointement, il s'agit pour la Métropole d'être le garant de la bonne gestion des sols, en affirmant le principe d'une gestion économe et d'un usage raisonné de l'espace et en luttant contre l'étalement urbain. Les espaces naturels et agricoles doivent être appréciés comme une ressource non renouvelable dont il est essentiel d'assurer la préservation en se fixant notamment des objectifs chiffrés de réduction de la consommation de foncier.

A l'horizon 2030, la Métropole s'est engagée à limiter sa consommation d'espaces agricoles, naturels et forestiers à 81 ha par an tout en répondant à ses besoins de développement (habitat et économie), soit une diminution de 17,3% de la consommation constatée dans les années antérieures. Son objectif est de diminuer de 30% la consommation des terres agricoles et naturelles pour les besoins en habitat et elle privilégiera pour cela la reconstruction et la densification urbaine.

À noter également, les incidences climatiques de la destruction d'espaces agricoles, naturels et boisés sur le territoire sont à prendre en compte. En effet, cet important patrimoine, à proximité du tissu urbanisé, joue un rôle essentiel dans le fonctionnement et l'équilibre écologique, notamment à travers le stockage du carbone dans les sols.

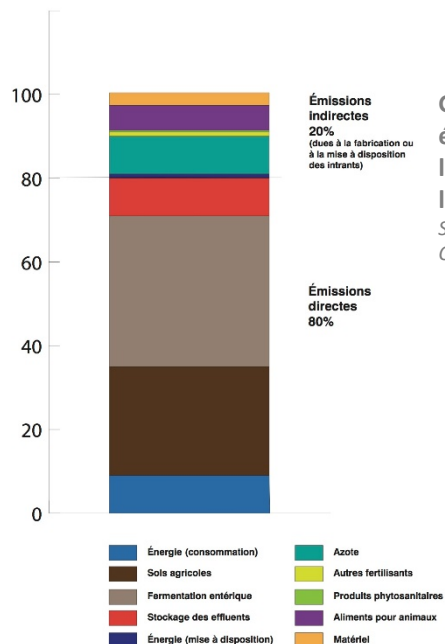
U n e r e s p o n s a b i l i t é a l i m e n t a i r e p o u r l e c l i m a t

Notre alimentation (production agricole, fabrication et transport des produits azotés, transformation, distribution et commercialisation, gestion des déchets, etc.) pèse lourd dans les émissions de gaz à effet de serre par habitant.

Evaluer les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées à notre alimentation n'est pas aisé. En effet, traditionnellement les émissions de gaz à effet de serre sont mesurées par secteur et par territoire. Dans ce cas, **le secteur agricole de la France émet 21% des émissions de GES du pays**. Ces émissions agricoles sont principalement dues aux émissions de méthane (fermentation entérique et déjections animales), de protoxyde d'azote (usage des sols et déjections animales) et dans une moindre mesure de dioxyde de carbone (usages énergétiques principalement).

Mais si l'on prend en compte toute la chaîne du champ à la fourchette, les activités agricoles et alimentaires françaises représentent **36% des émissions de gaz à effet de serre françaises**, loin devant les émissions liées au transport ou encore à l'habitat.

Ces émissions sont dues pour moitié à la production agricole. Le reste lié à la fabrication d'emballage, à la transformation, au transport et à la commercialisation alimentaire (20%), au déplacement des clients jusqu'au magasin (11%), au traitement des déchets alimentaires (7%)...

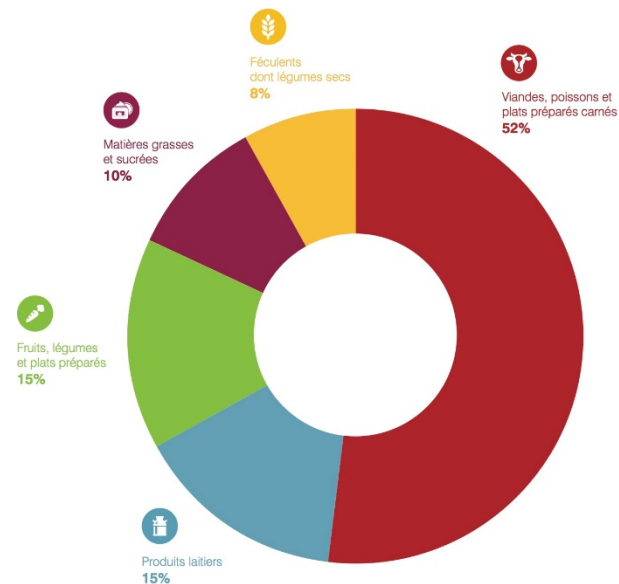


Graphique 1 : Répartition des émissions de gaz à effet de serre liées à l'agriculture à l'échelle de la France Métropolitaine

Source: ADEME – Estimation d'après ClimAgri - 2013

Graphique 2 : Part des émissions de gaz à effet de serre du régime alimentaire moyen d'un individu français (hors boisson)

Source: Réseau Action Climat – oct. 2015



A cela, il faut encore ajouter les émissions de gaz à effet de serre liées aux importations de produits utilisés pour la production agricole française, et en particulier les aliments pour les animaux et les engrais azotés (fortement importés d'Amérique latine).

Etant donné l'évolution récente du régime alimentaire occidental, l'impact de notre assiette sur le climat, sur l'environnement en général et sur notre santé, a fortement augmenté ces 50 dernières années.

Les consommateurs ont un rôle primordial à jouer car ce sont eux qui orientent les tendances de consommation. Les pouvoirs publics disposent également de différents leviers pour agir. A travers leurs dispositifs de soutien, ils accompagnent les agriculteurs dans le changement de leurs pratiques. En tant qu'acheteurs publics, ils agissent également pour fournir une alimentation de qualité dans la restauration collective. Plus globalement, ils accompagnent l'évolution des habitudes alimentaires en créant des outils éducatifs et de sensibilisation.

Ainsi, afin de développer une agriculture résiliente et respectueuse de l'environnement limitant son impact sur le climat, la Métropole a souhaité se saisir de la problématique alimentaire dans sa globalité à travers un ancrage territorial de l'alimentation des habitants sur les plans :

- **économique**, à travers la structuration et la consolidation des filières, l'adéquation de l'offre à la demande locale, la contribution à l'installation d'agriculteurs, la préservation des espaces agricoles sans lesquels la production n'est pas possible, ainsi que l'accès à une alimentation de qualité à un prix équitable pour les consommateurs, tout en garantissant une juste rémunération des producteurs
- **environnemental**, avec le développement de la consommation des produits durables distribués via des circuits de proximité et la valorisation de l'approche agro-écologique des systèmes agricoles
- et enfin, **social**, avec la construction d'un projet collectif fondé sur la rencontre d'initiatives locales, regroupant tous les acteurs du territoire, afin de contribuer à une identité et une culture commune permettant de valoriser les terroirs tout en reconnectant les producteurs aux consommateurs.

2 - La Métropole et la démarche PAT

2.2 - Fédérer tous les acteurs

L'urbanisation de nos territoires ou encore l'industrialisation de l'alimentation font partie des éléments qui ont conduit à l'éloignement du consommateur de l'agriculture et de l'alimentation. Pour contrer cela, le consommateur recherche de plus en plus une alimentation de qualité, dont il connaît la provenance.

Les crises sanitaires de ces dernières années n'ont fait qu'accentuer ce phénomène. Au niveau des territoires, les collectivités font face à de nouveaux enjeux : l'urbanisation qui a amplifié la pression foncière des terres agricoles, rendant toujours plus difficile l'installation d'agriculteurs, la lutte contre le gaspillage, la préservation de la ressource en eau, la limitation de l'insécurité alimentaire, l'accès à tous à une alimentation de qualité... Ce sont autant de thématiques qui peuvent trouver une réponse dans le développement des circuits courts de proximité et la relocalisation de l'alimentation à l'échelle des territoires.

Les premières démarches se sont plutôt adressées aux consommateurs en B to B (vente directe via les marchés de producteurs, sur la ferme...) et sont établies depuis de nombreuses années. Progressivement, consommateurs et élus cherchent à renforcer et compléter ces modes de commercialisation afin de garantir un développement plus équilibré de leurs territoires.

Prévus dans la loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 13 octobre 2014 (Art. 39), les projets alimentaires territoriaux sont élaborés de manière concertée à l'initiative de l'ensemble des acteurs d'un territoire. Ils appuient sur un état des lieux de la production agricole locale et du besoin alimentaire exprimé au niveau d'un bassin de vie ou de consommation, aussi bien en termes de consommation individuelle que de restauration collective.

La Métropole a fait le choix de co-porter de projet de PAT avec les partenaires de la Charte Agricole de territoire, à savoir la Chambre d'agriculture, les Défis Ruraux, l'Association Bio Normandie et Terre de Liens Normandie.

L'objet de ce projet territorial concerne l'alimentation du territoire, à partir des entrées :

Émissions de gaz à effet de serre

Relocalisation de la plus-value économique

Santé – environnement

La problématique formulée autour de ce PAT est :

« quelle stratégie alimentaire locale pour contribuer durablement au développement et à l'attractivité du territoire ? »

La Métropole se fait ainsi accompagnée par le groupement constitué du cabinet GRESSARD, d'Auxilia et Fermes d'Avenir pour mener à bien ce projet.

Cette prestation vise à accompagner la Métropole dans cette démarche de co-construction dans l'objectif :

- **d'enclencher, développer et consolider une dynamique de dialogue, d'échanges et de travail partenarial avec les acteurs locaux de l'alimentation dont les habitants**
- **de susciter l'adhésion et l'investissement des élus et des décideurs dans ce projet alimentaire de territoire, et de favoriser l'émergence d'une vision partagée de l'alimentation à promouvoir pour le bien-être et la santé de tous sur le territoire**
- **de réaliser un diagnostic partagé et validé par tous, identifier et prioriser les enjeux**
- **d'élaborer un ensemble d'objectifs déclinés en un programme d'actions pluriannuel et partenarial**
- **de prévoir un système de suivi et d'évaluation du plan d'actions défini**
- **de communiquer largement sur cette approche territoriale de l'alimentation auprès des acteurs : habitants, entreprises, producteurs, associations**

3 - L'offre agricole et alimentaire sur le territoire de la Métropole

3.1 - Profil agricole général

Avec 70 % de sols agricoles, la Normandie fait partie des trois régions françaises dans lesquelles la part du territoire dédiée à l'agriculture est la plus importante (avant Nord-Pas-de-Calais-Picardie et Pays de la Loire).

Place de l'herbe et de l'élevage

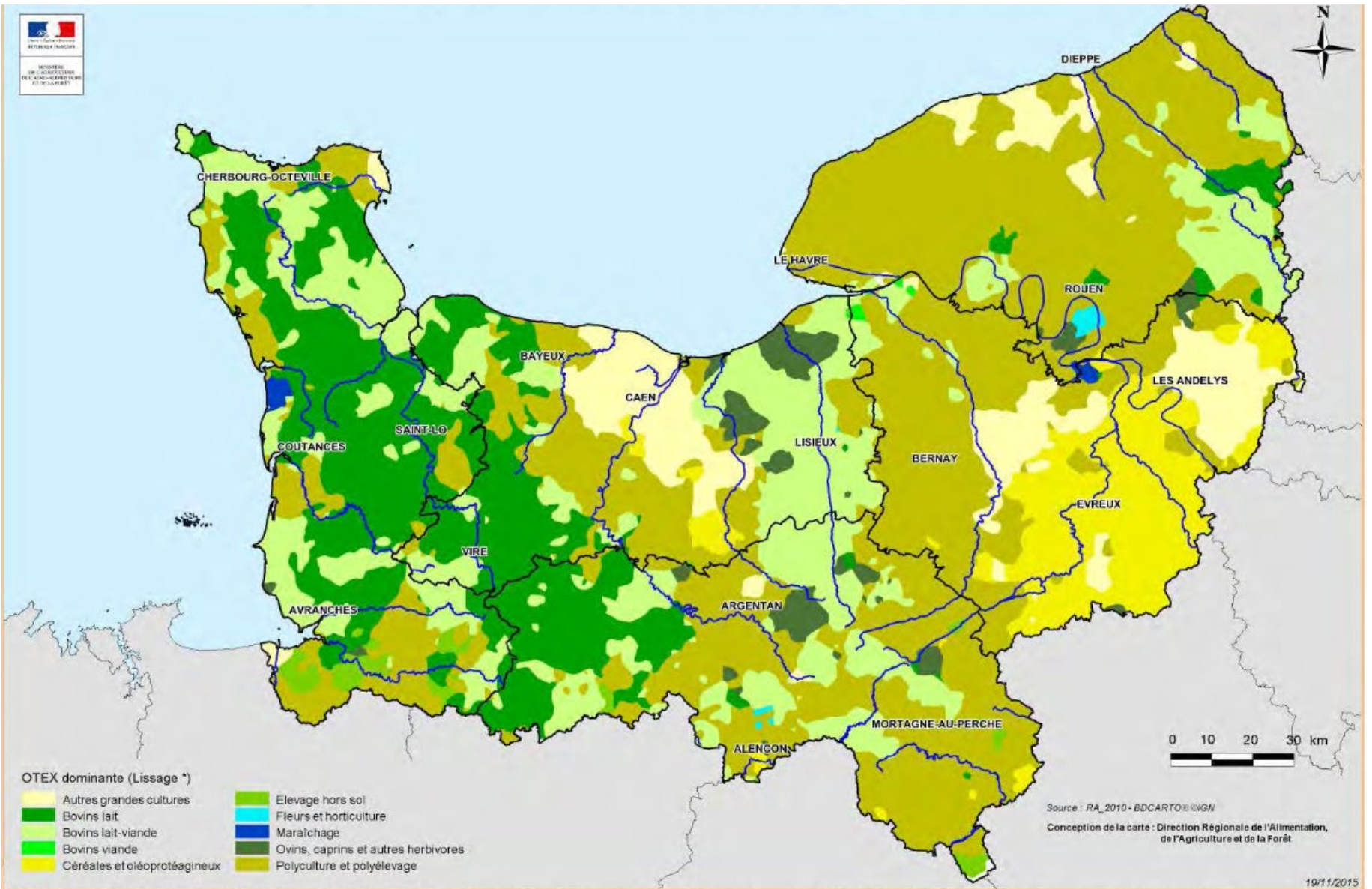
Le territoire agricole normand est constitué à **55 % de terres arables et à 44 % d'herbe**.

D'ouest en est, les différences sont marquées : à l'ouest dans la Manche, il se compose d'herbe pour les deux tiers et de grandes cultures pour un tiers ; à l'est dans l'Eure, les proportions s'inversent avec trois quarts de cultures et un quart d'herbe. **L'influence des villes varie fortement selon les départements. En 2010, 37 % de la SAU de la Seine-Maritime se situent dans des aires urbaines de plus de 100 000 habitants** (Rouen, Le Havre). La proportion atteint 35 % dans l'Eure et 34 % dans le Calvados. A l'autre extrémité, les trois quarts de la SAU de la Manche sont hors aire urbaine et 70 % de celle de l'Orne. Seulement 7 % de la SAU de la Manche est incluse dans une aire urbaine de plus de 100 000 habitants (Cherbourg-Octeville). Aucune surface de l'Orne n'est concernée par une aire urbaine de cette taille.

Systèmes de culture

L'agriculture normande est orientée vers les grandes cultures et l'élevage laitier. Globalement, 35% des exploitations moyennes et grandes sont spécialisées en bovins lait, 22% en grandes cultures et 15% en polyculture polyélevage. La spécialisation laitière décroît d'ouest en est et la spécialisation en grandes cultures s'affirme au sud-est, en bordure de l'Île-de-France et du Centre-Val de Loire. En Seine-Maritime, ces trois orientations sont presque équilibrées : 24% des exploitations en bovins lait, 26% en grandes cultures et 28% en polyculture polyélevage, majoritairement laitier.

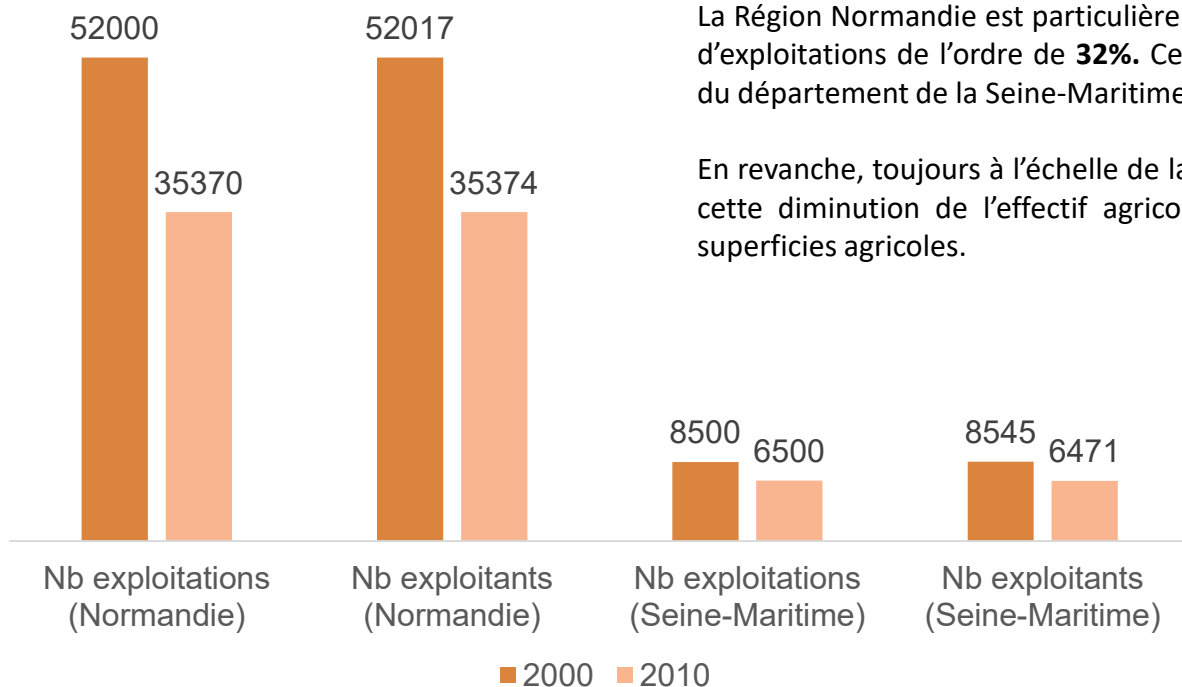
La Normandie est une région dominée par la polyculture élevage. **La Métropole** se distingue, quant à elle, légèrement de ce modèle par la diversification des activités, vers l'élevage ovin et l'horticulture notamment.



Carte 1 : OTEX dominante

Source : Direction Régionale de l'Agriculture, l'Alimentation et la Forêt

Dans le contexte normand, conformément au graphique 1, il est constaté une **baisse significative du nombre d'exploitations** et par voie de conséquence, du nombre d'exploitants sur la période 2000-2010.



La Région Normandie est particulièrement impactée avec une diminution du nombre d'exploitations de l'ordre de **32%**. Cette baisse est légèrement plus faible à l'échelle du département de la Seine-Maritime **avec une diminution de 23%**.

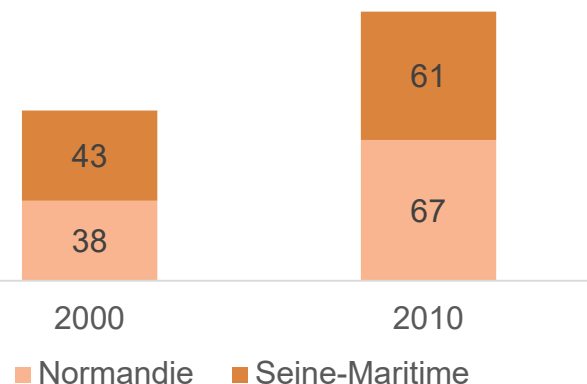
En revanche, toujours à l'échelle de la Région et du Département de Seine-Maritime, cette diminution de l'effectif agricole s'est corrélée avec un agrandissement des superficies agricoles.

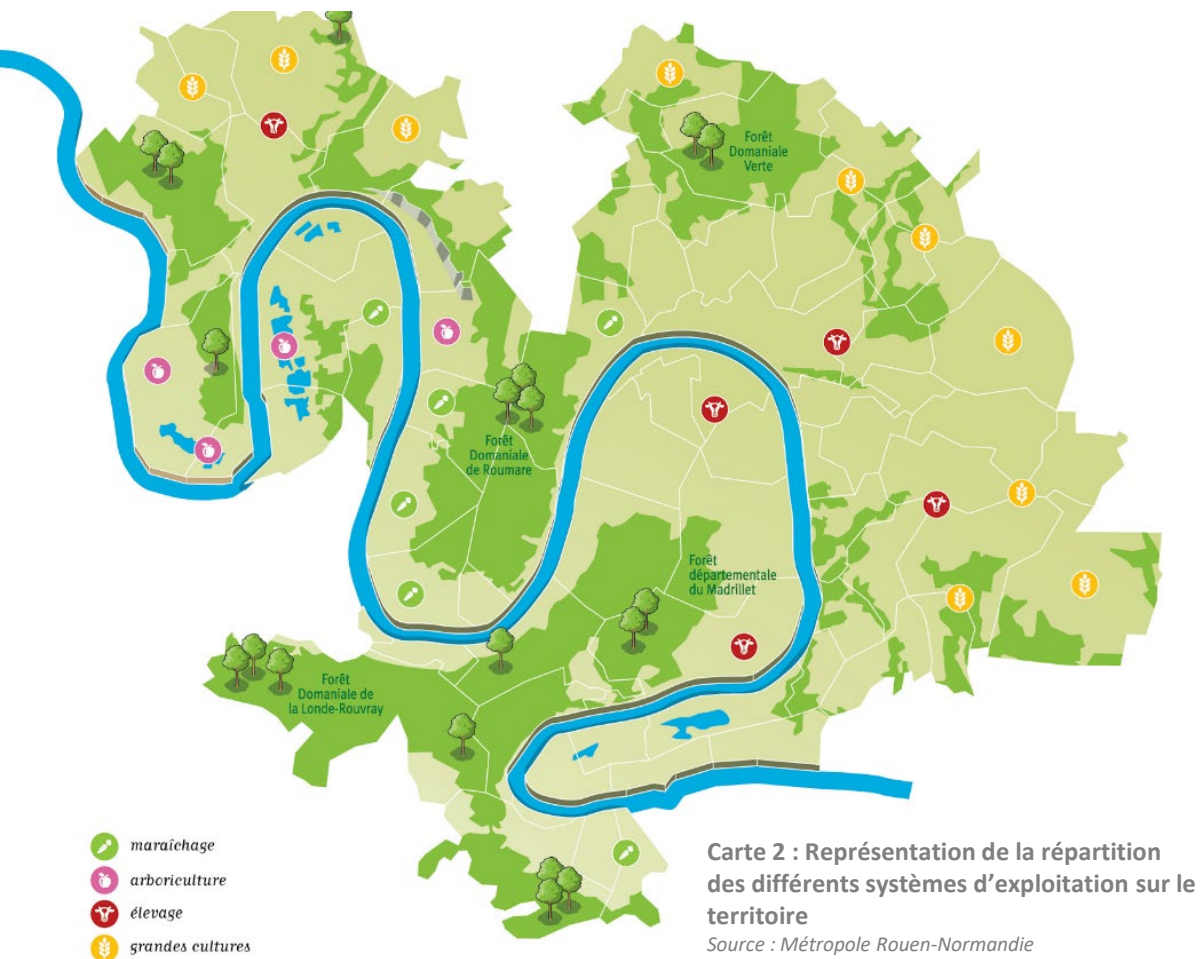
Graphique 3 : Evolutions du nombre d'exploitations et d'exploitants à l'échelle de la Région Normandie et de la Seine-Maritime

Source: DISAR

Graphique 4 : Evolutions de la Surface Agricole Utile moyenne à l'échelle de la Région Normandie et de la Seine-Maritime

Source: DISAR





La Métropole regroupe différents systèmes de culture, spatialisés en raison des conditions pédoclimatiques :

- **Les Plateaux Nord et Est** (sols limoneux profonds) regroupent les exploitations en grandes cultures, valorisant des terres dont les potentialités sont fortes à excellentes ;
- **La Vallée de la Seine** est davantage spécialisée vers l'arboriculture et le maraîchage : ce paysage et les conditions permettent un accès à l'eau facilité, des zones abritées du vent... ;
- **L'élevage, quant à lui, se répartit entre la Vallée et les Plateaux.** Outre, les structures spécialisées, l'élevage est souvent maintenu dans les exploitations pour valoriser les herbages ne pouvant pas être mis en culture du fait d'une trop forte pente ou d'autres contraintes d'exploitation.

Les chiffres-clés de l'agriculture à l'échelle de la Métropole

- **243** entreprises de production agricoles ont leur siège sur le territoire et **365** exploitations exploitent au moins une parcelle
- **28%** sont orientées vers l'élevage bovin lait ou viande
- **24%** des exploitations sont orientées vers les **grandes cultures**
- **19%** en **culture associée élevage**
- **9%** en **maraîchage**

Entre **1988 et 2010**, à l'échelle de la **Métropole**, le nombre **d'exploitations a baissé de 57%**.

En revanche les surfaces sont allées à **l'agrandissement**, passant de 22 ha en 1988 à 43 ha en 2010, soit **une augmentation de 95%**.

Le graphique 6 montre que le territoire de la Métropole est largement tourné vers la polyculture et la poly-élevage, avec environ **75% des exploitations pratiquant ces activités**.

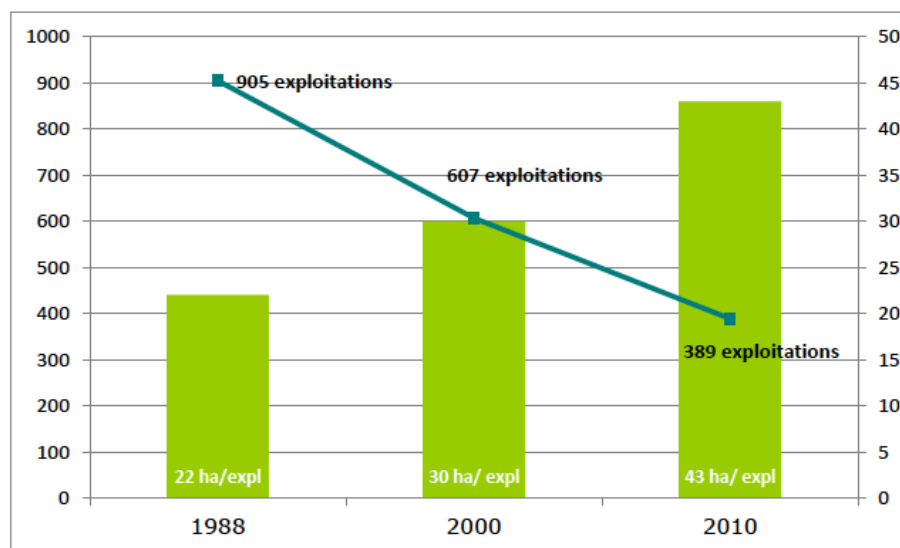
Pourtant ces systèmes tendent à diminuer puisque l'on constate une baisse de 2% en 10 ans.

Ceci est à corréliser avec la baisse des systèmes en :

- l'élevage en bovin viande,
- l'élevage en bovin mixte,
- la volaille.

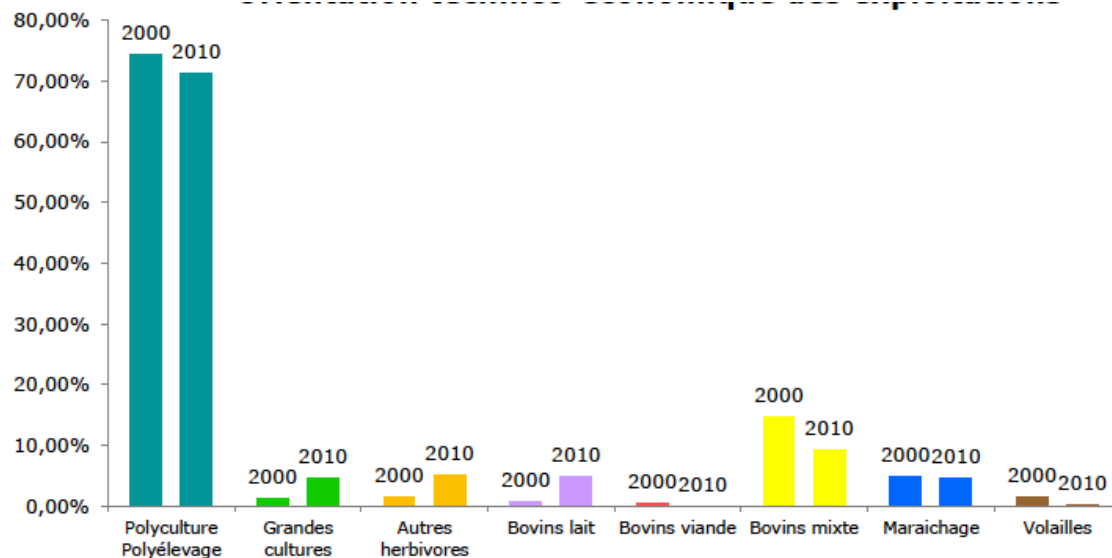
En revanche, les exploitations orientées vers les **grandes cultures**, l'élevage d'autres herbivores et en bovin lait sont hausses.

L'activité maraîchère reste quant à elle relativement stable. Les installations connues ces dernières années sont donc venues remplacer l'arrêt d'activités ou le changement de systèmes agricoles.



Graphique 5 : Evolution du nombre d'exploitations et de leur SAU

Source : RGA 2000 et 2010, Ministère de l'Agriculture



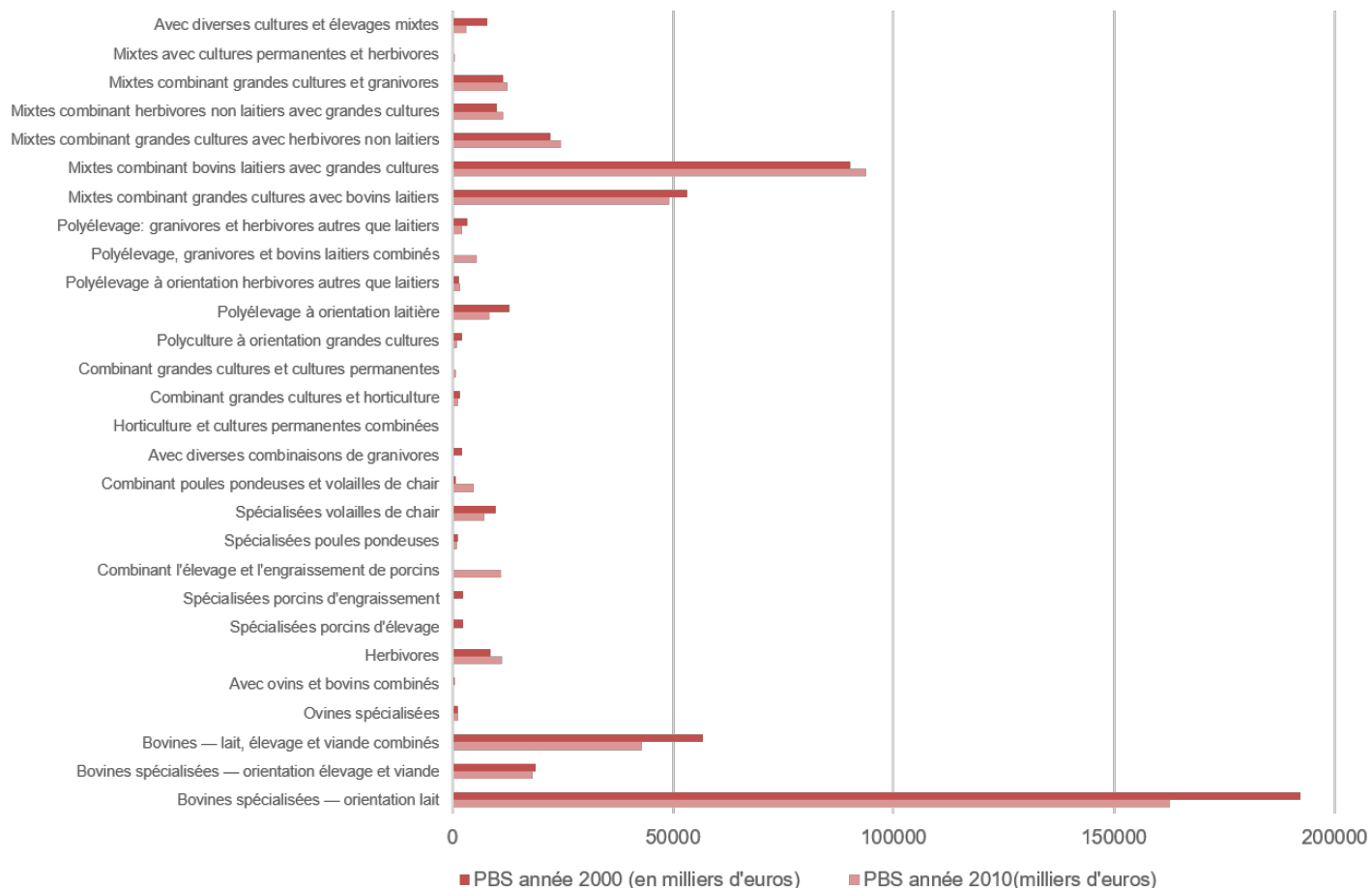
Graphique 6 : Orientation technico-économique des exploitations

Source : RGA 2000 et 2010, Ministère de l'Agriculture

La **Production Brute Standard (PBS)** décrit un potentiel de production des exploitations. Les surfaces de culture et les cheptels de chaque exploitation sont valorisés selon des coefficients.

Tel que le définit l'AGRESTE, ces coefficients de PBS ne constituent pas des résultats économiques observés. Ils doivent être considérés comme des ordres de grandeur définissant un potentiel de production de l'exploitation par hectare ou par tête d'animaux présents hors toute aide. Pour la facilité de l'interprétation, la PBS est exprimée en euros, mais il s'agit surtout d'une unité commune qui permet de hiérarchiser les productions entre elles.

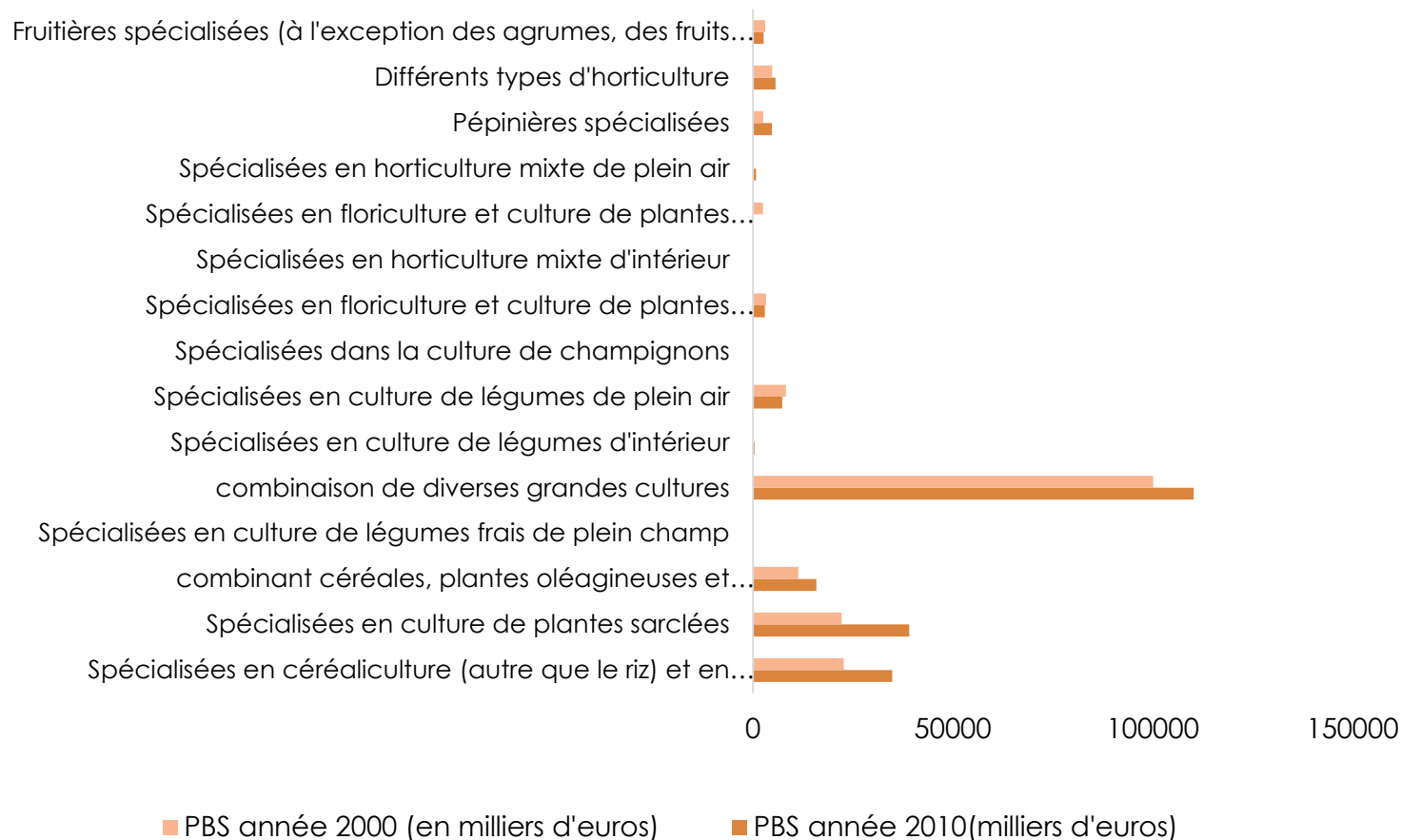
Pour la Seine-Maritime, l'évolution de la PBS pour l'élevage entre 2000 et 2010 montre une tendance à la baisse, très marquée pour l'élevage bovin lait. Une légère augmentation de la PBS est à souligner pour les exploitations mixte et en culture associée.



Graphique 7 : Evolution du PBS de la production animale en Seine-Maritime sur la période 2000-2010

En revanche, pour la même période et à la même échelle géographique, nous pouvons constater pour la **production végétale**, des tendances à la **hausse** pour la PBS des exploitations en combinaison de diverses grandes cultures, céréales, oléagineuses, plantes sarclées, pépinière et horticulture.

Une baisse est à souligner concernant les exploitations en fruits spécialisés, floriculture et légumes de plein air.



Graphique 8 : Evolution du PBS de la production végétale en Seine-Maritime sur la période 2000-2010

La production animale

La production animale en Normandie est concentrée sur la filière bovine et plus spécifiquement laitière. La filière bovine normande représente en effet plus de **2 millions de têtes**. Les filières porcines et volailles arrivent loin derrière les bovins mais participent de la diversification de l'agriculture normande. La filière ovine est encore faiblement représentée. La filière caprine est quant à elle peu documentée statistiquement bien que des élevages existent sur le territoire.

La filière bovine constitue donc la **1^{ère} filière viande de la région**. En effet, la filière concentre **16% des effectifs laitiers en France et 6% des allaitants**.

Avec 5 % de l'effectif porcin national, la Normandie se situe au **4^e rang des régions françaises**, derrière la Bretagne (56 %), les Pays de la Loire (12 %) et la Nouvelle Aquitaine (7 %). La Manche concentre à elle seule 55 % de l'effectif porcin régional.

La filière porcine normande compte près de 610 sites d'élevage porcins dits professionnels dont l'activité principale est le naissage et/ou l'engraissement de porcs. Avec 174.5 millions d'euros en 2016, la production porcine représente 5 % du produit agricole normand (services exclus, hors aides).

Par ailleurs, elle arrive en 3^e position des produits animaux, derrière le lait (34 %) et les gros bovins (17 %) mais devant les volailles de chair, les veaux de boucherie, les œufs et les ovins.

La Normandie se situe au 7^e rang des régions françaises avec 2,3% du cheptel d'ovins. La filière compte aujourd'hui 620 exploitations de plus de 50 brebis (sur 20 300 en France). La production ovine reste toutefois dans l'ombre de l'élevage bovin.

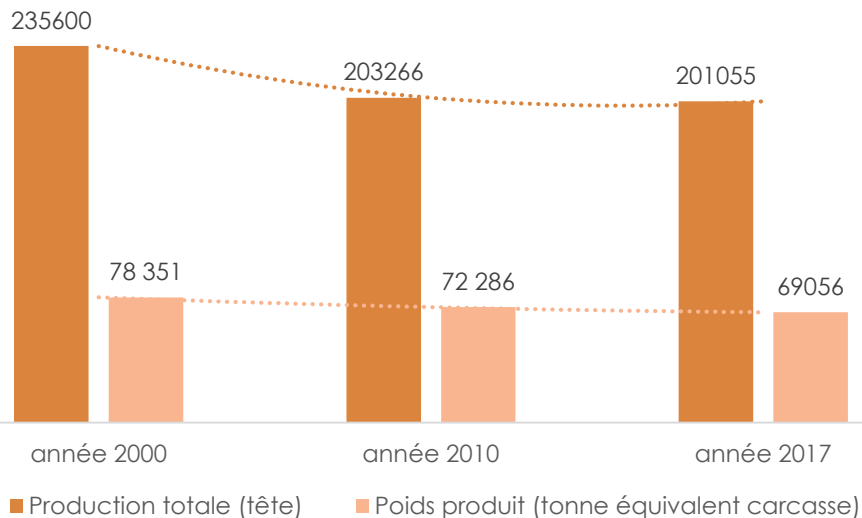
Avec près de **4 % de l'effectif national**, la Normandie est la 9^e région (sur les 13 nouvelles régions métropolitaines) productrice de poulets de chair, loin derrière la Bretagne (33 %) ou les Pays de la Loire (23 %).

La moitié des volailles élevées en Normandie sont des poulets de chair, en partie destinés à la filière Label Rouge. Avec 73,3 millions d'euros en 2016, la production de volailles de chair représente 2 % du produit agricole normand (services exclus, hors aides). Les élevages sont concentrés dans le sud de la Manche (Avranchin, Mortainais) et de l'Orne (Domfrontais), en Seine-Maritime (Pays de Caux et Pays de Bray) et dans les Plaines de l'Eure.

La filière bovin viande

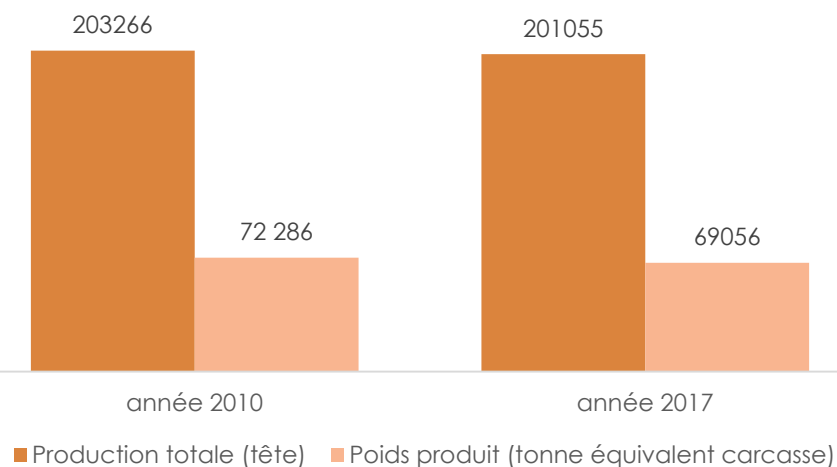
A l'échelle de la Normandie, l'élevage bovin viande de vaches réformées a connu une baisse de son effectif entre 2000 et 2010 de **14%**. A partir de 2010, les effectifs se sont stabilisés. Le poids du produit reste cependant assez stable, avec seulement une légère baisse de **12% en 17 ans**.

Concernant l'ensemble des bovins, le nombre de bêtes reste assez stable entre 2010 et 2017. Cela va de même pour le poids du produit. Cause de la baisse de l'effectif : crise qui a touché le secteur. La stabilisation du poids du produit peut, quant à elle, provenir de l'amélioration de la productivité de l'animal (alimentation, sélection génétique).



Graphique 9 : Dynamique de production de bétail fini en Normandie sur la période 2010-2017 (vaches réformées)

Source : DISAR



Graphique 10 : Dynamique de production de bétail fini en Normandie sur la période 2010-2017 (ensemble bovins)

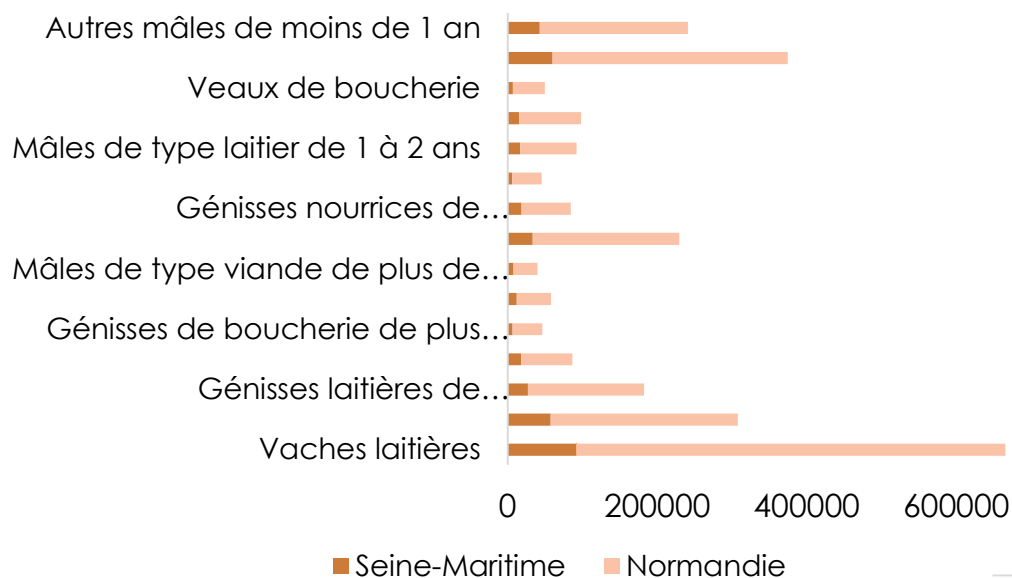
Source : DISAR

La production animale en **Seine-Maritime** est d'abord orientée vers le lait avec un peu moins de **100 000 têtes de vaches laitières**, puis vers la viande avec un peu plus de **57 000 têtes de vaches allaitantes**.

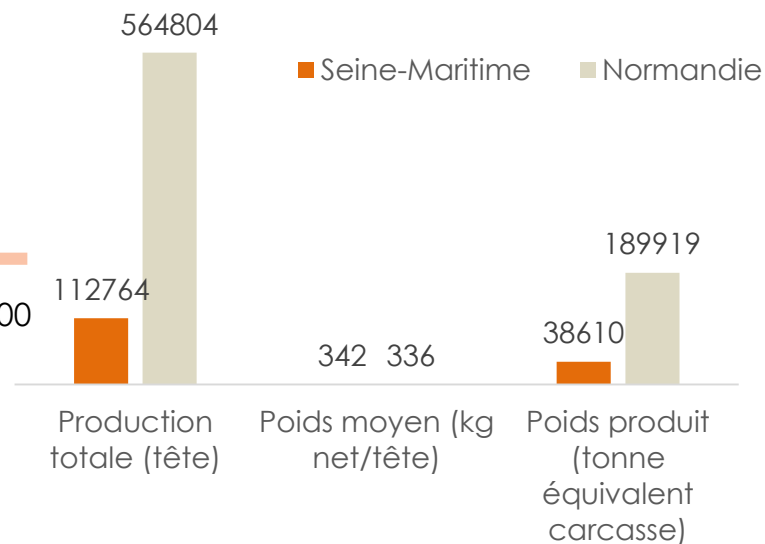
La **Seine-Maritime** a un effectif de **112 764 têtes dans l'ensemble bovins (c'est-à-dire vaches réformées, génisses, bœufs, taureaux et veaux) en 2017** pour la production de viande, ceci représentant environ **20%** de l'effectif régional.

Les chiffres-clés de la filière bovine

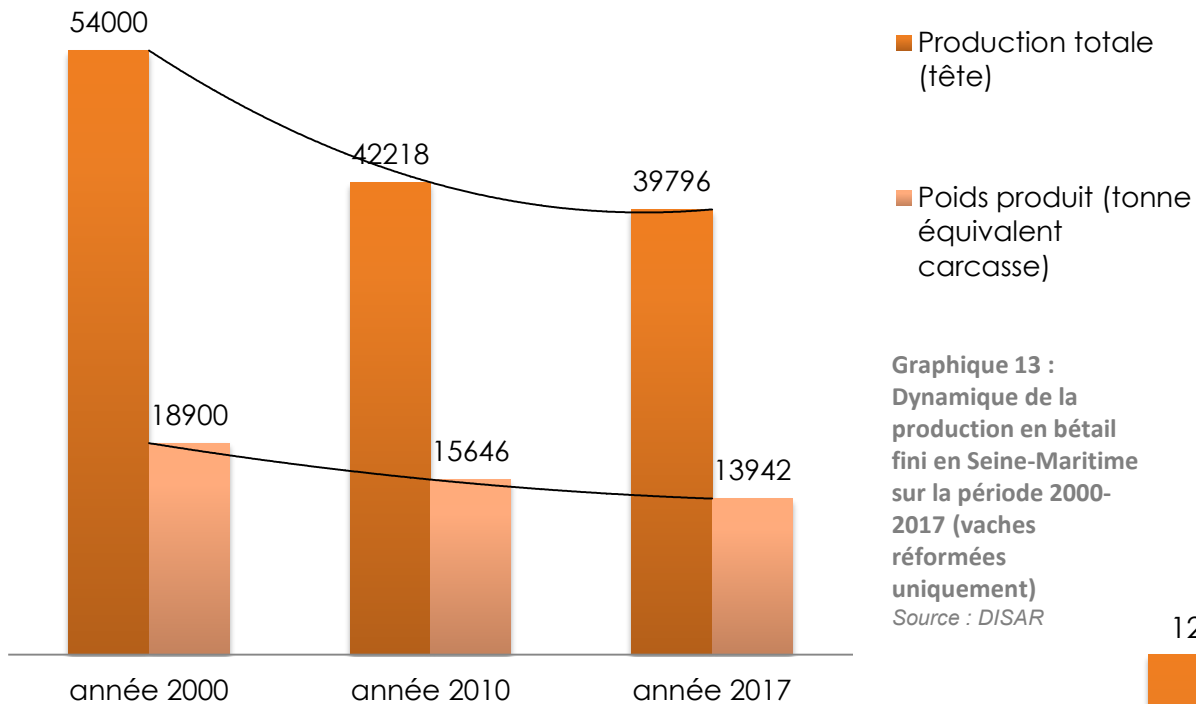
- **2 181 245 têtes** en Normandie
- **418 674 têtes** en total pour la Seine-Maritime en 2017
- **574 459 têtes** pour la Seine-Maritime et l'Eure



Graphique 11 : Production bovine par exploitation en 2017 (en têtes)
Source : DISAR



Graphique 12 : Production de viande en 2017 (ensemble bovins)
Source : DISAR



Graphique 13 :
Dynamique de la production en bétail fini en Seine-Maritime sur la période 2000-2017 (vaches réformées uniquement)
Source : DISAR

A l'échelle de la **Seine-Maritime** entre **2000 et 2017**, il est observé une **baisse des effectifs** des vaches réformées servant à la production de viande. Cette baisse est plus marquée qu'à l'échelle de la Région Normandie.

Cette baisse est assez **marquée entre 2000 et 2010 (-22%)** et **s'atténue entre 2010 et 2017 (-6%)**.

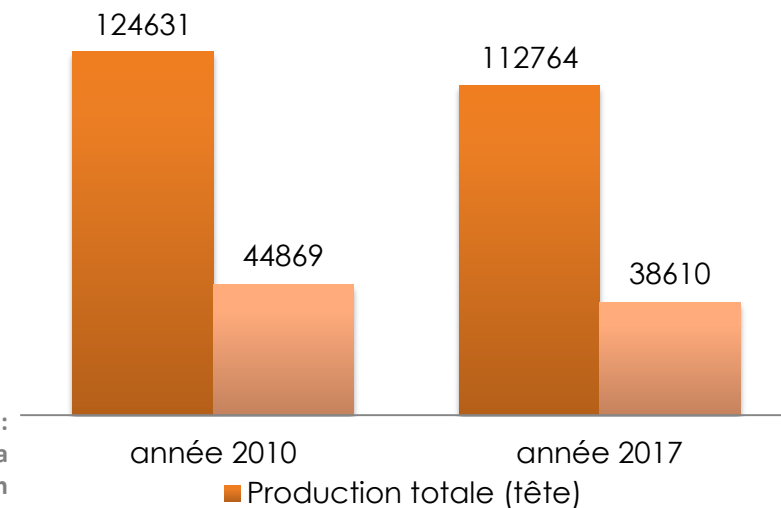
En revanche, le poids du produit a une baisse relativement moins importante sur toute la période à en juger la pente de la courbe.

Sur **l'ensemble bovins (c'est-à-dire vaches réformées, génisses, bœufs, taureaux et veaux)** entre **2010 et 2017**, le nombre de bêtes dédiées à la production de viande suit la même tendance que celle observée précédemment : **une baisse du nombre de bêtes, une baisse moins marquée pour le poids du produit**.

Causes éventuelles :

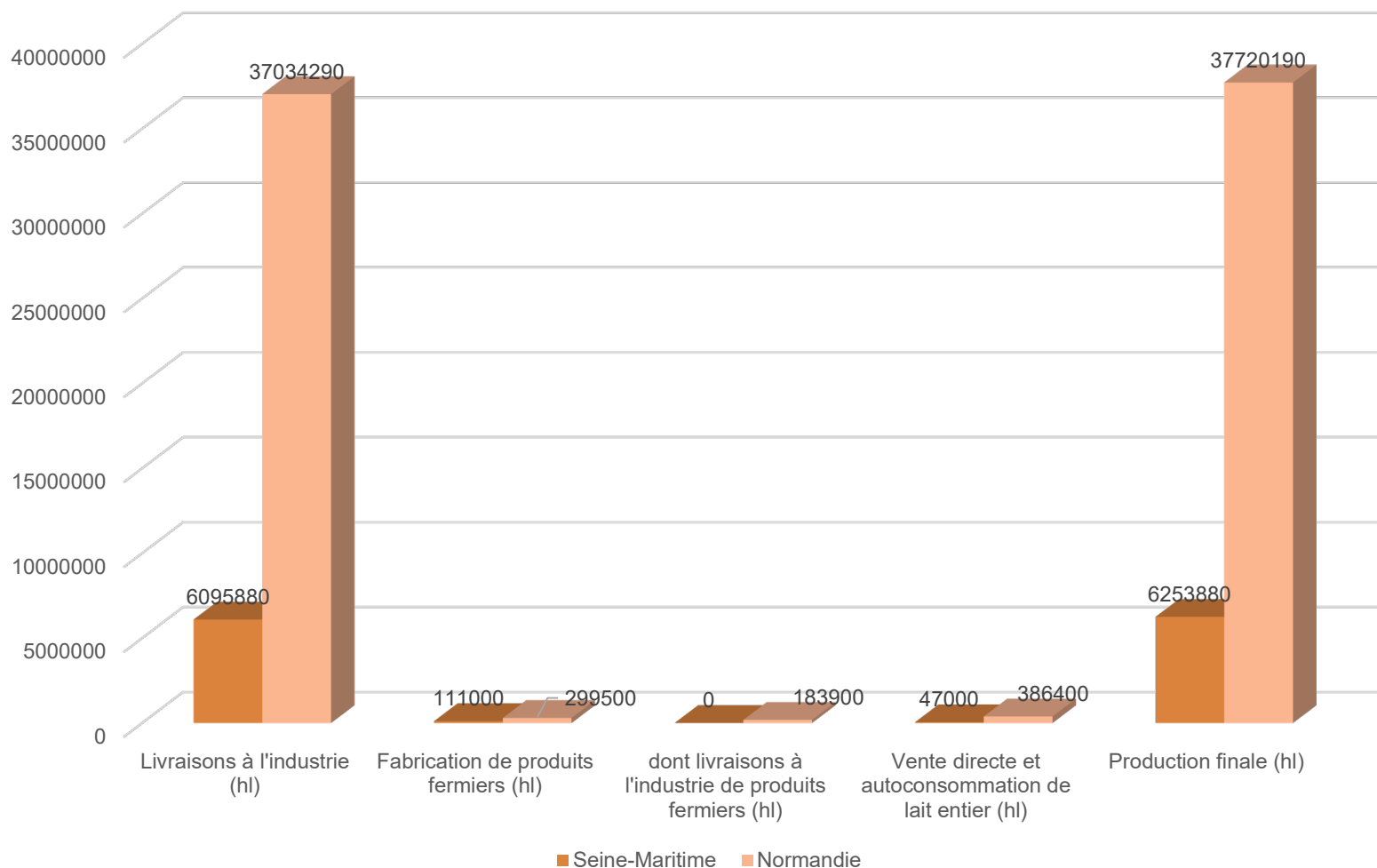
- une crise économique qui frappe ce secteur
- l'amélioration de la productivité du bétail.

Graphique 14 :
Dynamique de la production en bétail fini en Seine-Maritime sur la période 2000-2017 (ensemble bovins)
Source : DISAR



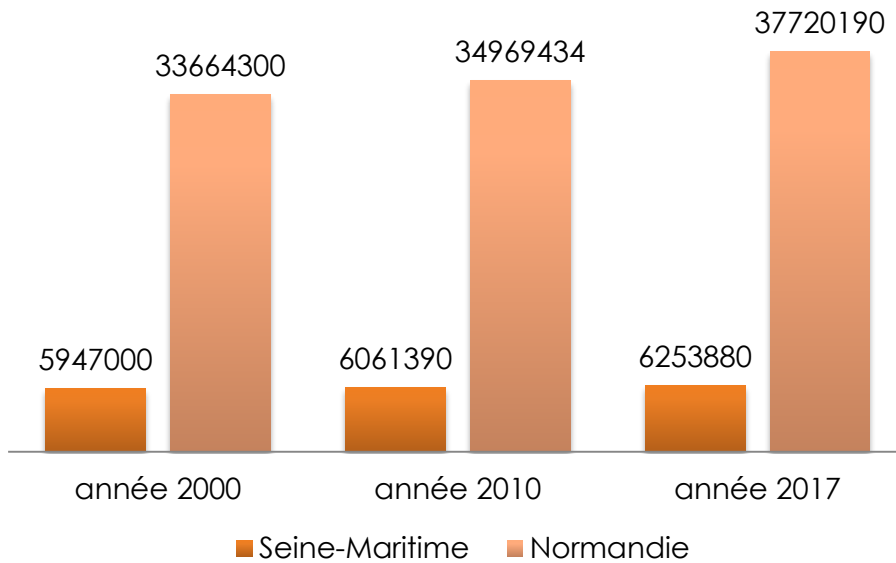
La filière bovin lait

La Seine-Maritime concentre **16%** de la production finale de lait à l'échelle régionale. **Ce lait fournit principalement l'industrie.**



Graphique 57 : Production de lait de vache et destination en Seine-Maritime et Normandie en 2017

Source : DISAR

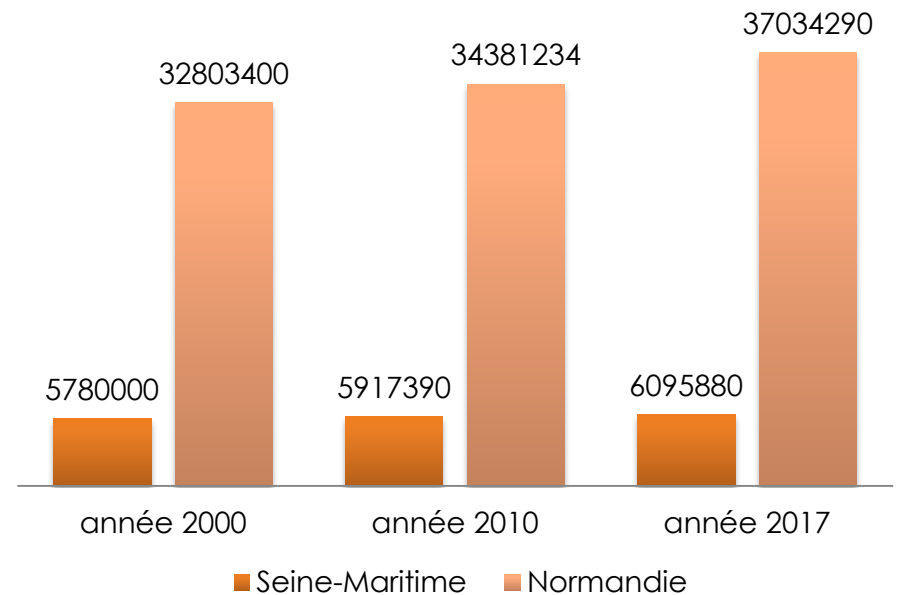


Graphique 16 : Tendence de la production finale de lait sur la période 2000-2017 en hectolitre
 Source : DISAR



A l'échelle de la **Seine-Maritime**, on peut observer une **légère augmentation** de la quantité de lait finale alors que cette **croissance est plus marquée à l'échelle régionale**.

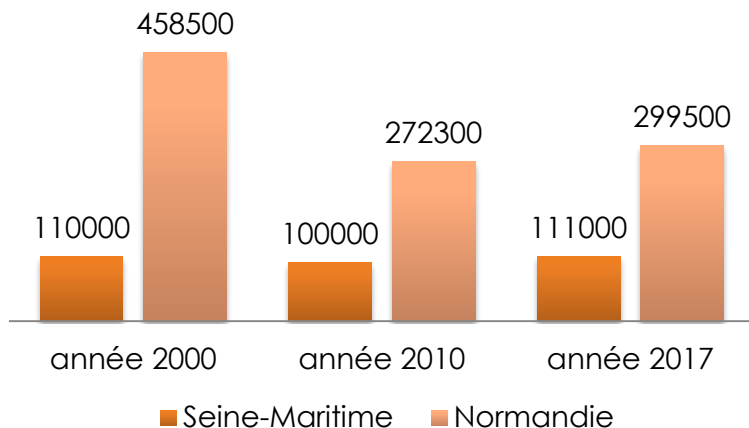
Cette même tendance est observée pour les livraisons de lait à l'industrie sur les deux échelles (régionale et départementale).



Graphique 17 : Tendence des livraisons de lait à l'industrie sur la période 2000-2017 en hectolitre
 Source : DISAR

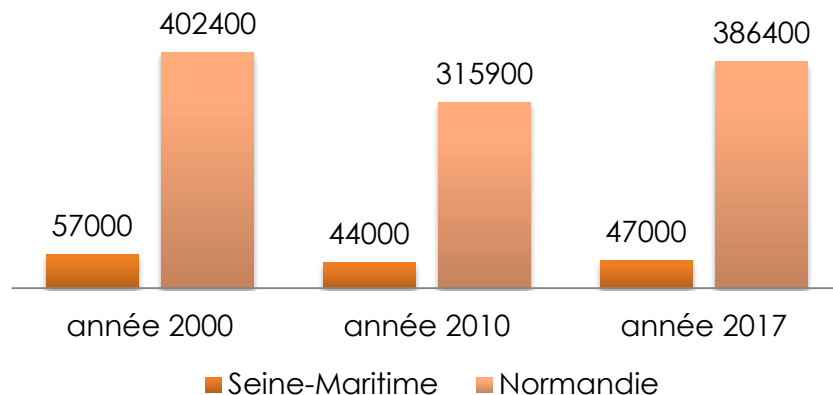
Concernant les évolutions des quantités de lait orientées pour la fabrication de produits fermiers et pour la vente directe/autoconsommation, les tendances sont différentes sur les deux échelles d'analyse.

Contrairement aux **tendances à la baisse au niveau régional**, il est constaté **une tendance assez stable sur la période 2000-2010 pour Seine-Maritime** au sujet des deux destinations (produits fermiers et vente directe).



Graphique 18 : Tendances de la quantité de lait dédiée à la fabrication de produits fermiers sur la période 2000-2017 en hectolitre

Source : DISAR



Graphique 19 : Tendances de la quantité de lait dédiée à la vente directe et à l'autoconsommation sur la période 2000-2017 en hectolitre

Source : DISAR

La production animale est très structurée sur les départements de la Seine-Maritime et de l'Eure, en conventionnel comme en bio, surtout pour la filière lait. En effet, cette dernière présente le plus d'organisations de producteurs et de coopératives. L'élevage se concentre essentiellement sur le bovin.

Les principaux acteurs de la filière sont :

- Association ELVEA76 Eleveurs et associés de Seine Maritime – Bois-Guillaume (viande)
- Société coopérative agricole Cap Seine – Mont-Saint-Aignan (production végétale et animale)
- Lactalis (lait)
- Bongrain / Savencia Fromage & Dairy (lait)
- Organisation de producteurs Seine-et-Loire des Livreurs bio (lait)
- Biolait Normandie (lait)
- Bio Bray (lait)

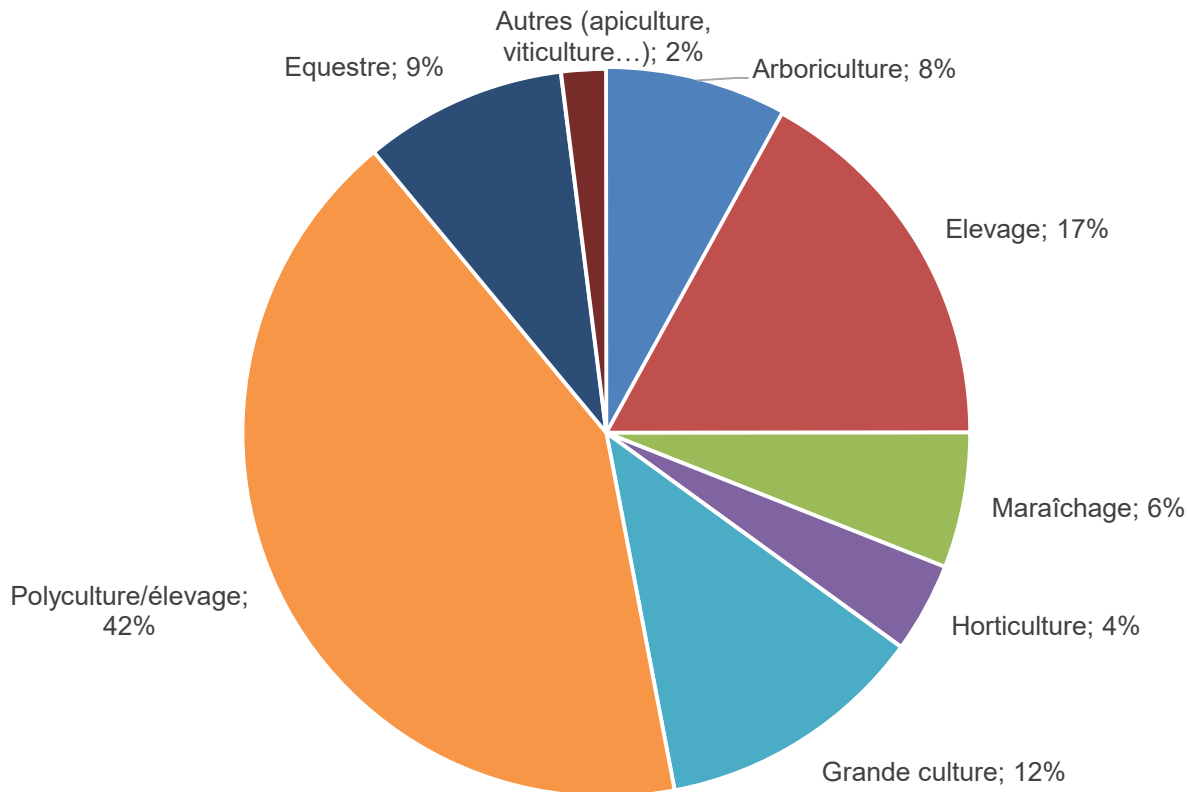


La production animale à l'échelle de la Métropole

A l'échelle de la Métropole, **42% des exploitations sont orientées vers la polyculture associée à l'élevage, puis 17% vers l'élevage**. Parmi les 42% des exploitations de la zone d'étude en système polyculture-élevage (114 exploitations), une cinquantaine possède un troupeau de vaches allaitantes d'une taille moyenne de 40 animaux.

Sur le territoire, on retrouve de **nombreux élevages laitiers** (60 exploitations), qui tendent vers une diversification et sont souvent moins spécialisés dans ce type de production.

En effet, ces derniers présentent des troupeaux mixtes avec soit des vaches allaitantes ou des bovins à l'engraissement.



Graphique 20 : Orientations technico-économiques des exploitations de la Métropole Rouen Normandie
Source : Chambre d'agriculture 76

La production végétale

Les légumes

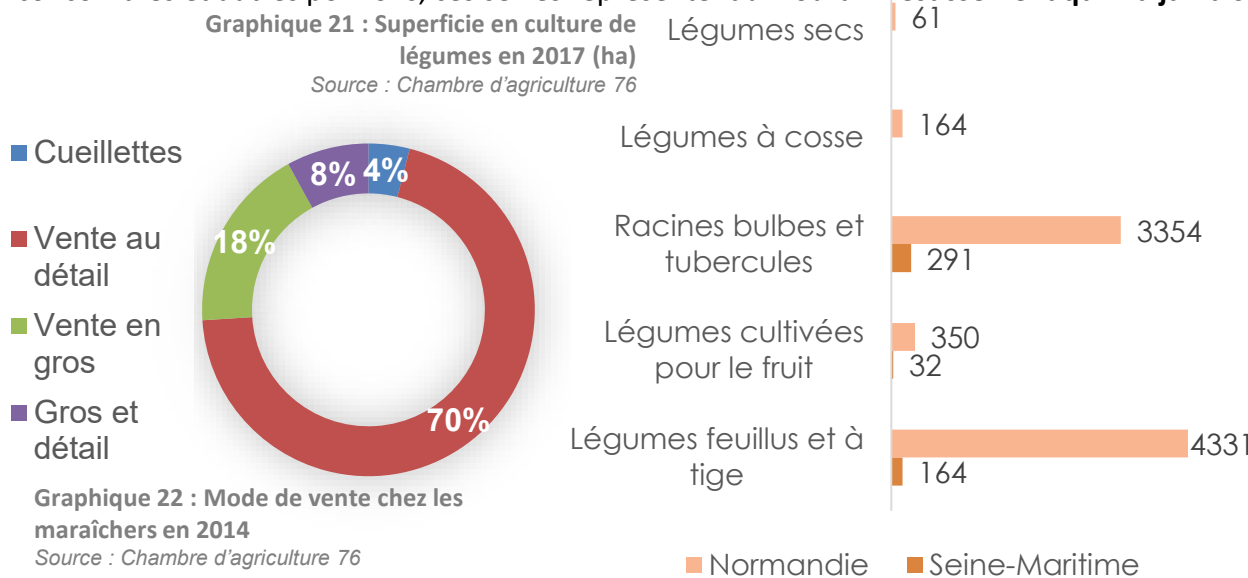
L'observatoire économique de la Chambre d'Agriculture de Seine-Maritime montre que :

- les exploitations de vente au **détail** sont les plus rentables, au prix cependant d'un temps de travail en moyenne supérieur aux autres ;
- les exploitations de **vente en gros sans serre** sont très nettement dans des **situations financières délicates** ;
- les maraîchers pâtissent principalement des **charges de main d'œuvre** qui grèvent leurs résultats.

Il n'existe **aucune organisations de producteurs reconnue** à l'échelle des départements de Seine-Maritime et de l'Eure. Seule une petite **coopérative** fonctionne comme négociant : la CRIMART, localisée à Criquebeuf-sur-Seine (27) (chiffre d'affaire en 2017 : 1 940 200,00 €). Le maraîchage de vente en gros a diminué au profit de la vente au détail. La vente directe a connu une évolution positive, corrélée avec les installations récentes qui vont plutôt dans ce sens.

Il est important de noter que l'**équipement en serres**, mêmes froides, est **faible** dans les départements de Seine-Maritime et Eure par rapport à d'autres ceintures vertes de climat similaire, comme l'Île-de-France, par exemple. Bien qu'indispensables pour les tomates, concombres et autres poivrons, ces serres représentent un lourd investissement **qui n'a jamais été aidé régionalement**.

Graphique 21 : Superficie en culture de légumes en 2017 (ha)
Source : Chambre d'agriculture 76

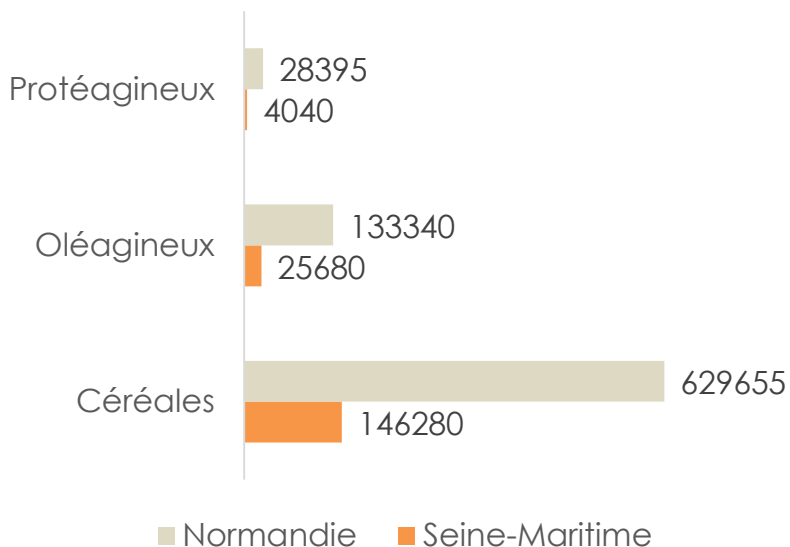


A l'échelle du **département**, il est observé des **superficies relativement peu importantes en culture légumière**, par rapport à la Normandie.

En effet, en Seine-Maritime, **164 ha** sont dédiés à la culture de **légumes feuillus et à tige** (soit 4% des superficies totales à l'échelle normande), **32 ha** pour les **légumes cultivés pour le fruit** (9%) et enfin **291 ha** pour les **racines, bulbes et tubercules** (9%).

Les céréales et oléo-protéagineux

Concernant la production en **céréales**, **oléagineux** et **protéagineux**, la Seine-Maritime consacre **146 280 ha** à la production **céréalière**, ce qui représente **23%** des superficies dédiées à la même production en Normandie. Pour les **oléagineux**, **25 680 ha sont cultivés** soit **19%** des superficies à l'échelle régionale. Enfin, pour les **protéagineux**, **4 040 ha** en Seine-Maritime, représentant **14%** des superficies régionales pour ce même type de culture.



Graphique 23 : Superficie en grandes cultures en 2017 (ha)

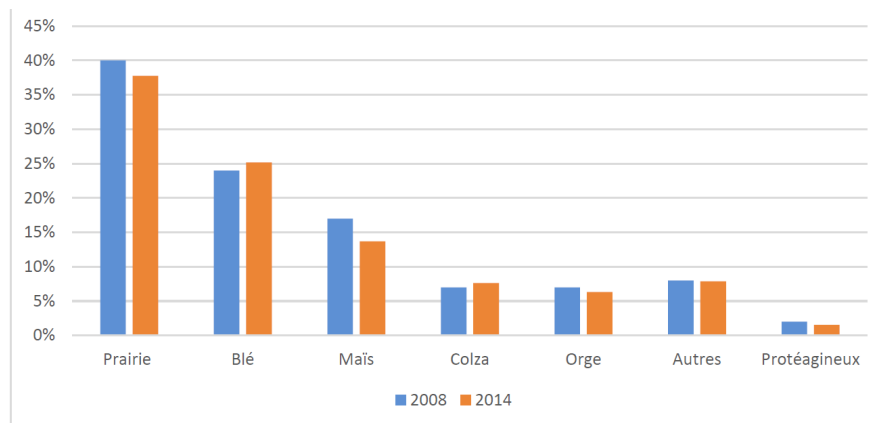
Source : Chambre d'agriculture 76

Graphique 24 : Evolution de l'occupation du sol déclarée à la PAC sur le territoire de la Métropole Rouen Normandie

Source : Chambre d'agriculture 76

A l'échelle de la **Métropole**, **24%** des exploitations sont orientées vers les **grandes cultures**. Les déclarations PAC entre 2008 et 2014 montre une diminution des surfaces en prairies et en maïs au profit d'une **augmentation des surfaces en blé**. Cette diminution des surfaces est à mettre en concordance avec la **diminution du nombre d'élevages bovins** (180 en 2010 à 167 en 2014). Ainsi, les exploitations qui ont arrêté l'élevage ont retourné certaines prairies et ont fait évoluer leur rotation au profit de la production de **blé**, largement développée à l'échelle du département de Seine-Maritime.

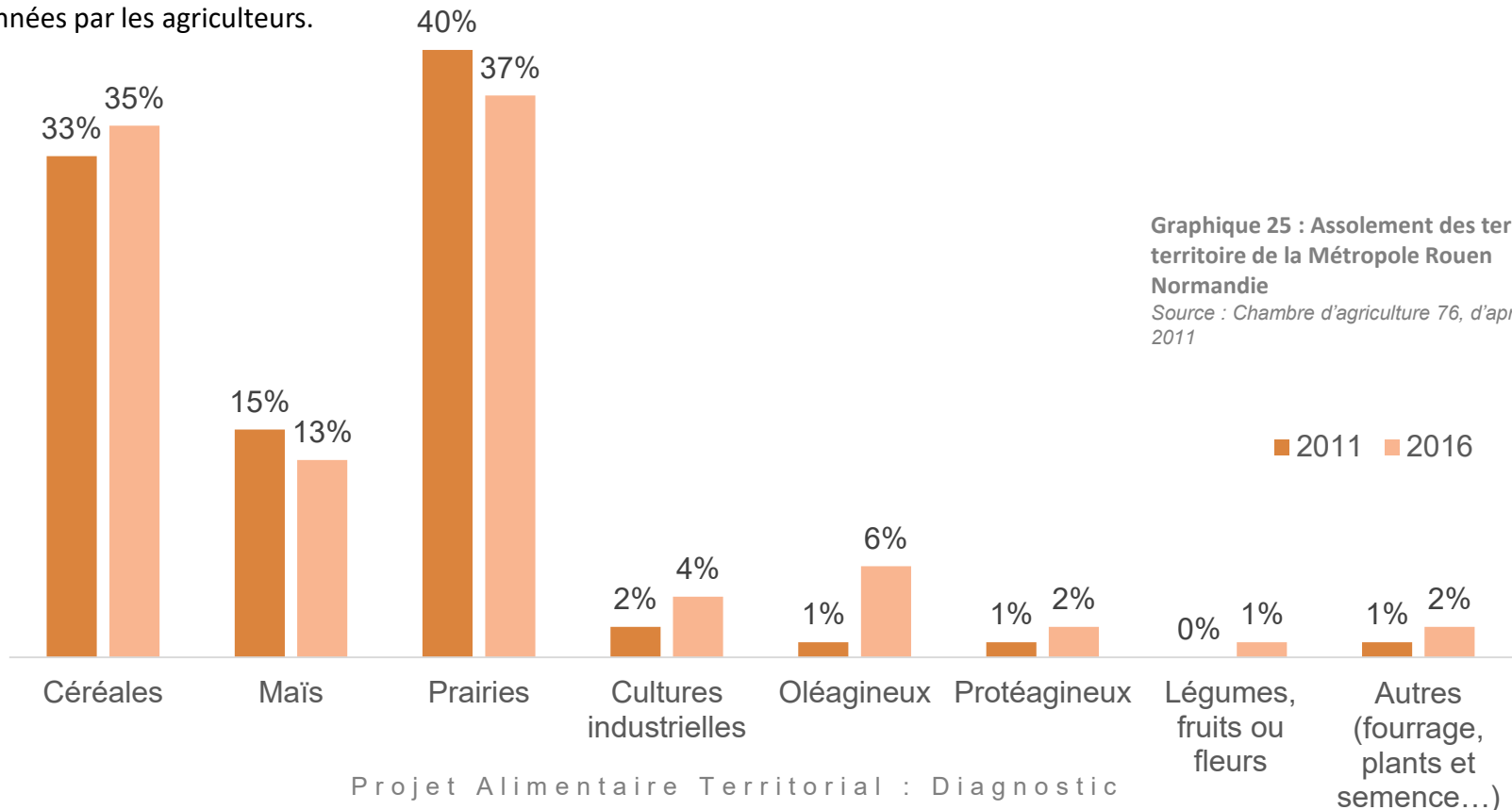
Il est à noter toutefois que cette régression de l'élevage bovin sur le territoire métropolitain se fait à un rythme moins marqué que sur l'ensemble du département de Seine-Maritime.



La production végétale à l'échelle de la Métropole

L'analyse de l'évolution des assolements sur le territoire de la Métropole entre 2011 et 2016 monte que :

- **1/3 des surfaces sont en céréales**, avec une augmentation de ces dernières entre 2011 et 2016. Une des causes : les difficultés économiques que rencontre l'élevage
- **5% des surfaces sont destinées aux cultures industrielles**, qui sont principalement de la betterave et de la pomme de terre (hausse de 2% entre 2011 et 2016)
- **2/5^{ème} des surfaces agricoles sont en prairie**. Cependant ces surfaces ont tendance à disparaître en raison de l'artificialisation des sols et de la crise de l'élevage
- **1% des surfaces sont dédiées à la culture de fruits, légumes, maraîchage, pépinière**. Ce chiffre provient de déclarations ponctuelles données par les agriculteurs.



Graphique 25 : Assolement des terres sur le territoire de la Métropole Rouen Normandie
Source : Chambre d'agriculture 76, d'après la PAC 2011

Focus sur la production BIO : quelles filières, quels types de projets, quelles perspectives ?

En 2015, sur la Seine-Maritime, **126 exploitations bio étaient recensées** (sur 1212 en Normandie), représentant ainsi 3 684 ha en surfaces cultivées (64 159 ha en Normandie) et 373 ha en conversion (10 483 ha en Normandie). La bio représente 3,9% de la Surface Agricole Utile en Seine-Maritime, contre plus de 5% au national.

A l'échelle de la Métropole, **26 agriculteurs bio ou mixtes exploitent une surface en bio ou en conversion d'environ 540 ha en 2017**, soit 2,9% de sa Surface Agricole Utile (SAU).

Tableau 1: Nombre d'opérateurs et surfaces (ha) engagés dans la production biologique en 2016

Source : Agence Bio

	Nb. Exploitations		Surfaces certifiées bio		Surfaces en conversion				Surfaces certifiées + conversion			Nb. Transformateurs	Nb. Distributeurs
	2016	Evol. / 15	2016	Evol. / 15	C1	C2 et C3	Total C123	2016	Evol. / 15	% SAU			
					2016								
14 CALVADOS	351	16.6%	14 828	8.1%	4 719	2 094	6 812	72%	21 640	22.5%	5.7%	107	45
50 MANCHE	432	16.4%	15 581	5.9%	5 052	1 399	6 450	148%	22 031	27.2%	5.2%	92	35
61 ORNE	335	12.4%	18 123	-0.7%	2 145	2 074	4 219	40%	22 342	5.1%	5.7%	61	11
27 EURE	131	12.9%	3 655	-0.8%	630	447	1 077	96%	4 732	11.8%	1.3%	66	14
76 SEINE-MARITIME	148	17.5%	3 810	15.1%	1 275	252	1 526	309%	5 336	44.8%	1.3%	109	41
NORMANDIE	1 397	15.3%	55 996	4.3%	13 820	6 265	20 085	92%	76 081	18.6%	3.9%	435	146

La dynamique de production biologique semble ainsi plutôt favorable en Seine-Maritime mais témoigne davantage du retard pris par le territoire et du phénomène de rattrapage à l'œuvre.

La progression du nombre d'agriculteurs bio sur le territoire de la Métropole provient essentiellement du maraîchage ou d'ateliers particuliers, tels que des ateliers de poules pondeuses, arboricoles, qui sont associés à des petites surfaces.

Ceci est lié aux caractéristiques mêmes du territoire : **fort potentiel de commercialisation pour toutes ces productions, forte pression foncière induisant l'installation sur de petites surfaces plus appropriées pour ce type de culture.**

La production animale bio

Tableau 2: Productions animales en mode de production biologique en 2016 (nombre de têtes ou de ruches certifiées bio)

Source : Agence Bio

		Vaches allaitantes	Vaches laitières	Brebis viande	Brebis laitières	Chèvres	Truies	Poulets de chair	Poules pondeuses	Ruches
14	CALVADOS	3 127	4 349	1 203	c	593	1	14 080	9 837	51
50	MANCHE	1 752	7 696	1 055	171	190	83	15 545	9 459	c
61	ORNE	3 508	4 599	1 140	345	332	92	23 660	12 641	286
27	EURE	444	487	766	112	164	157	4 350	24 550	c
76	SEINE-MARITIME	263	1 237	468	c	331	c	1 100	31 255	c
NORMANDIE		9 094	18 368	4 632	628	1 610	333	58 735	87 742	565
	<i>Evol. / 15</i>	<i>0%</i>	<i>7%</i>	<i>-2%</i>	<i>-5%</i>	<i>17%</i>	<i>36%</i>	<i>-1%</i>	<i>25%</i>	<i>9%</i>

A l'image des tendances de consommation et de leur rôle sur l'évolution de la filière avicole, la filière poule pondeuse AB est en forte croissance. Cette tendance devrait se maintenir dans la mesure où la France et la filière avicole vise 50% de production alternative en 2022. La **Seine-Maritime** dispose des plus petits cheptels bio régionaux, très loin derrière l'Orne et le Calvados. Les filières brebis et chèvre restent encore confidentielles sur le département, tout comme le porc.

1. Zoom sur la filière bovin lait bio : dynamiques et acteurs

La conversion des systèmes laitiers est encore marginale sur le département de la Seine-Maritime, mais de véritables efforts sont faits et toutes les **conditions** sont favorables à une **dynamique de conversion plus intense** :

- **Un réseau de collecte optimal** en **Pays-de-Bray** par le biais du **Pôle d'Equilibre Territorial et Rural (PETR)** (déploiement d'un programme de sensibilisation des producteurs laitiers à l'agriculture biologique, associant la Chambre d'Agriculture de Seine-Maritime et le réseau bio normand)
- **Le prix** du lait bio est plus avantageux, au-delà de 440 € les 1000 litres, contre 300 € en conventionnel
- Présence d'une organisation de producteurs de lait bio : **Bio Bray** (Pays de Bray, en Seine-Maritime)
- En 2018, Danone fabriquera une gamme de yaourt Bio Enfant au sein de son usine de Ferrières-en-Bray. Pour atteindre ses objectifs, le groupe étudie un plan de conversion pour les producteurs intéressés dans la zone de collecte normande

2. Zoom sur la filière bovin viande bio : dynamiques et acteurs

Le nombre d'exploitations en conversion bio progresse à l'échelle des départements de Seine-Maritime et de l'Eure puisqu'en 2016 6 exploitations se sont engagées dans une démarche de conversion, représentant ainsi 300 têtes supplémentaires.

Ceci s'explique par :

- **Une détérioration du prix du lait** qui a conduit les agriculteurs en conventionnel à reconvertir leur exploitation en allaitant
- **La suppression de la prime à l'herbe**
- De nombreuses incertitudes vis-à-vis des mesures Agro-Environnementales et Climatiques (MAEC)
- Difficultés diverses liées à la filières conventionnelles

3. Zoom sur la filière poulet de chair : dynamiques et acteurs

La filière poulet de chair est en croissance constante tant sur les volumes produits et consommation, que sur les prix à l'échelle de la région. En 2016, on comptait **1 exploitation en conversion** et de **nombreux projets** en cours.

A ce jour, il n'existe pas d'abattoirs certifiés bio en Normandie. La plupart des éleveurs pratique la vente directe ou les circuits courts via un abattage à la ferme.

4. Zoom sur la filière poules pondeuses : dynamiques et acteurs

En 2016, 2 conversions ont été notées en Seine-Maritime mais une forte progression est à attendre.

La Seine-Maritime dispose de la production la plus importante de la région avec 31 255 poules pondeuses sur le département.

La production végétale bio

A propos du nombre d'hectares dédiés à la culture biologiques (un peu plus de 5 000 ha concernés), la **Seine-Maritime** est en avant-dernière position sur les cinq départements normands.

Toujours à l'échelle du département Seine-Maritime, les surfaces fourragères dominent, en lien avec la place du cheptel bovin bio, et particulièrement le bovin laitier. Viennent ensuite les grandes cultures. Les fruits et légumes bio représentent encore des volumes limités (Moins de 400 ha pour les légumes frais et les vergers).

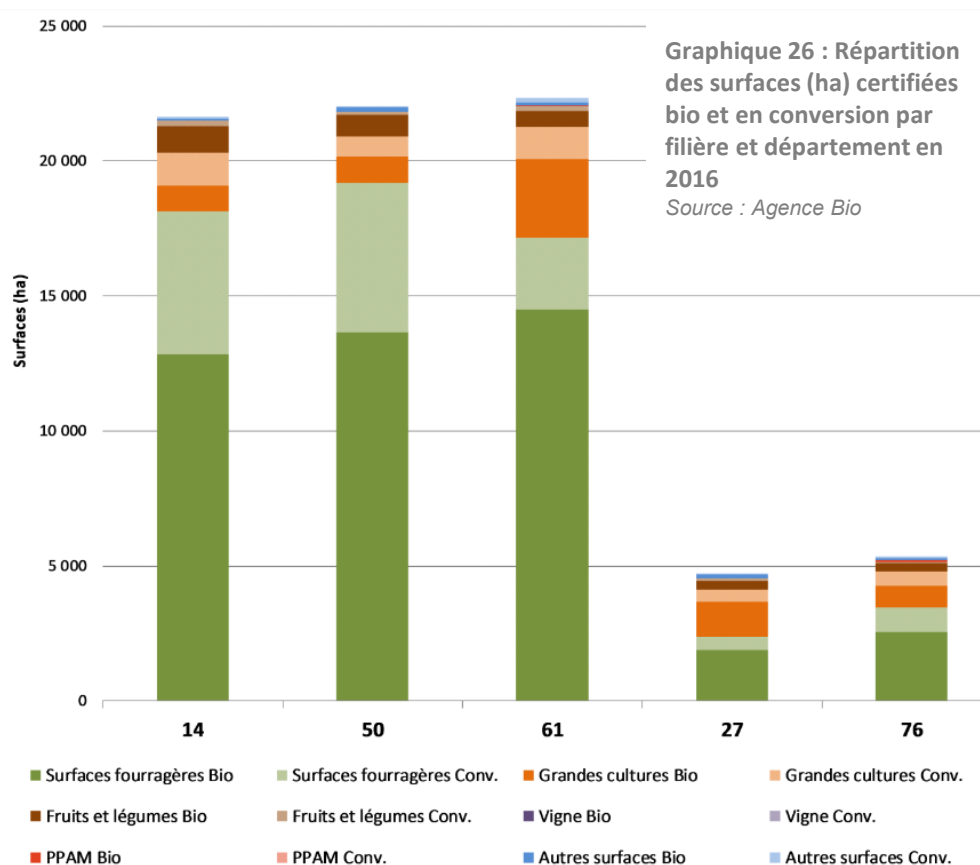
1. Zoom sur la filière fourrage biologique

14 exploitations en conversion ont été dénombrées en 2015 sur le département de la Seine-Maritime (plus environ 1 100 ha en C1 sans ajout des poursuites de conversion).

Ce chiffre est plus important que dans les autres départements normands (12 nouvelles conversions sur le Calvados, la Manche et l'Orne).

Ce sont des exploitations qui intègrent souvent une surface fourragère dans leur assolement en conversion avec des prairies temporaires en luzerne et qui développent la vente directe et la collaboration avec d'autres éleveurs. En effet, il a été constaté la mise en place de bourses d'échange de fourrages favorisant la rencontre entre l'offre et la demande.

⇒ sorte de réseau qui se crée, connexion



2. Zoom sur la filière céréales et autres bio

Il existe de nombreux opérateurs pour la collecte :

- **BIOCER et Cap Seine** (coopératives) : blé, orge, triticale, maïs, avoine, autres céréales, tournesol, colza, lin graine, soja, féverole, pois, lentilles vertes, lentillons
- **Noriap** (Coopérative) : blé, orge, triticale, maïs, avoine, féverole, pois
- **Sevepi** (Coopérative)
- **Edou Breizh** (Collecteur privé) : blé, orge, triticale, maïs, féverole, pois, lupin
- **SA Pinault** (Collecteur privé) : blé, orge, triticale, maïs, avoine, autres céréales, tournesol, colza, lin graine, féverole, pois, lupin
- **UCDV** (Déshydratation privée) : luzerne
- **Lunor** (Transformateur) : betterave rouge
- **Terre de Lin et Coop de Teillage de Lin du Neubourg** (Teilleurs Coopératifs) : lin fibre

3. Zoom sur la filière fruits et légumes

A l'échelle de la Normandie, il a été constaté un boom des installations en 2010 avec 174 installations en bio, cela s'est stabilisé en 2013 avec 236 installations (+17%). La Normandie est la 11ème région sur 13 pour la production de légumes bios mais la diversité des systèmes maraîchers (maraîchage classique, permaculture, maraîchage sur sol vivant (MSV)) constitue un véritable atout. Le maraîchage bio suscite de plus en plus d'intérêt pour les porteurs de projets même si la dynamique est moins flagrante sur les dernières années.

La filière fruits bio est également dynamique avec +17% entre 2014 et 2015.

Cette dynamique est due à trois facteurs :

- nécessité d'une faible surface de terre
- investissement initial faible
- développement de circuits courts et de la vente directe

Terre Bio Normandie : une OP en bio en quête de débouchés

« Le problème c'est que nous n'avons pas de débouchés. Vous nous dites à l'avance la quantité dont vous avez besoin et nous vous la produisons »

- Une association à l'origine d'une vingtaine de producteurs qui n'en compte plus que 5 aujourd'hui
- Une production diversifiée en bio avec des superficies intéressantes (des **pommes de terre** en bio sur 20 ha, de la **betterave** sur une quinzaine d'hectares, des **carottes**, du **céleri**, des **courges**, des **céréales** et du **lin** sur 180 ha, et de l'élevage **ovin** qui a débuté)
- Un problème au niveau des débouchés qui est un frein à la production
- Travaille avec Nos Paysans Normands et la Ville de Rouen

Acteurs de l'offre : producteurs, groupements, coopératives

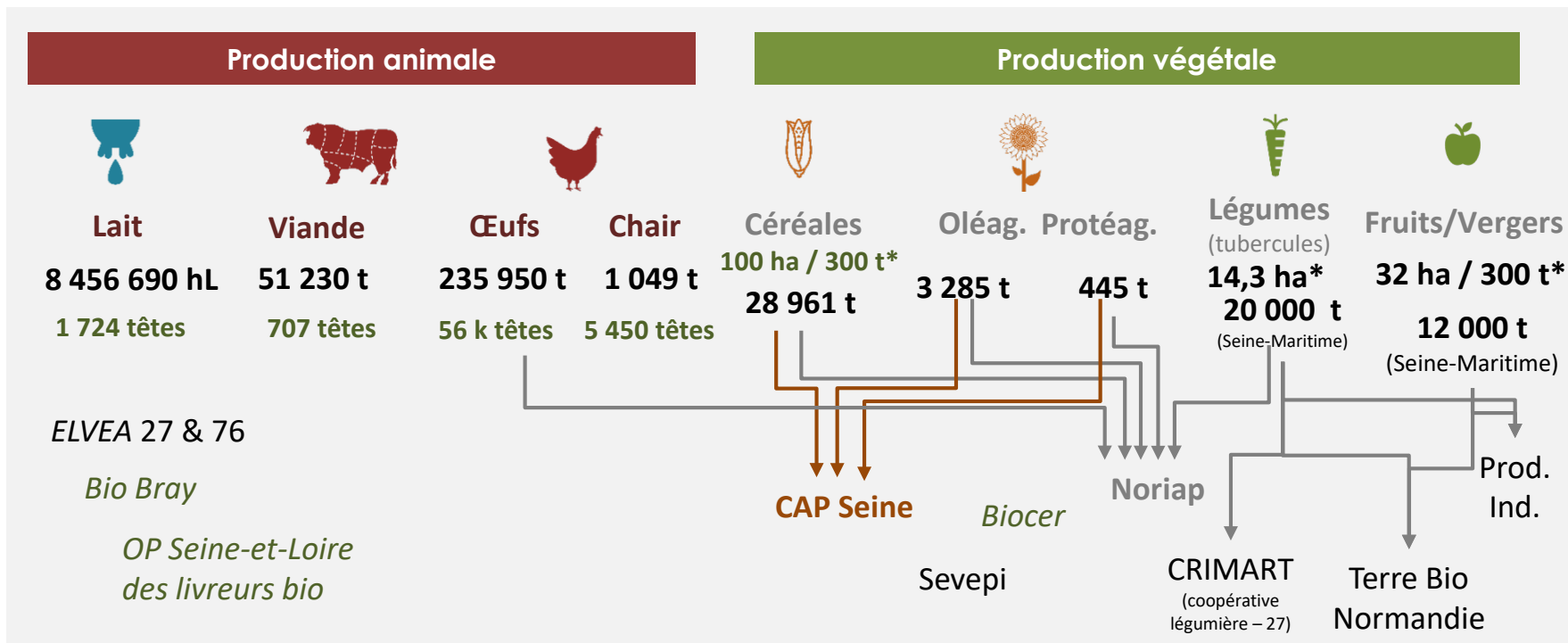
Le tableau ci-dessous présente les différents groupements de producteurs présents sur les départements de Seine-Maritime et de l'Eure, pour la production animale et végétale. Cette structuration touche principalement la filière bovine en viande et en lait, et les grandes cultures. En revanche, il n'y a pas d'organisation de producteurs reconnue pour le maraîchage.

Production animale	Production végétale
Cap Seine (coopérative)	BIOCER (coopérative)
Association éleveurs et acheteurs associés de l'Eure « elvea 27 » - Bernay (OP)	Cap Seine (coopérative)
Association elvea 76 éleveurs et acheteurs associés de Seine-Maritime (OP)	Noriap (coopérative)
Lactalis (OP)	Sevepi (coopérative)
Bongrain / Savencia Fromage & Dairy (OP)	Terre de Lin (coopérative)
OP Seine-et-Loire des Livreurs bio (OP)	Coop de Teillage de Lin du Neubourg (coopérative)
France Milk Board Normandie (OP)	La CRIMART (coopérative)
Biolait Normandie (OP)	Terre Bio Normandie (OP)
Bio Bray (coopérative)	

Tableau 3 : Groupements de producteurs existants sur la Seine-Maritime et l'Eure

Schéma synthétique de l'offre « brute »

Production
Collecteur - OP

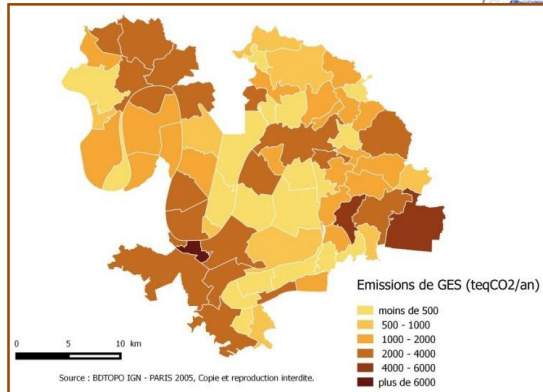
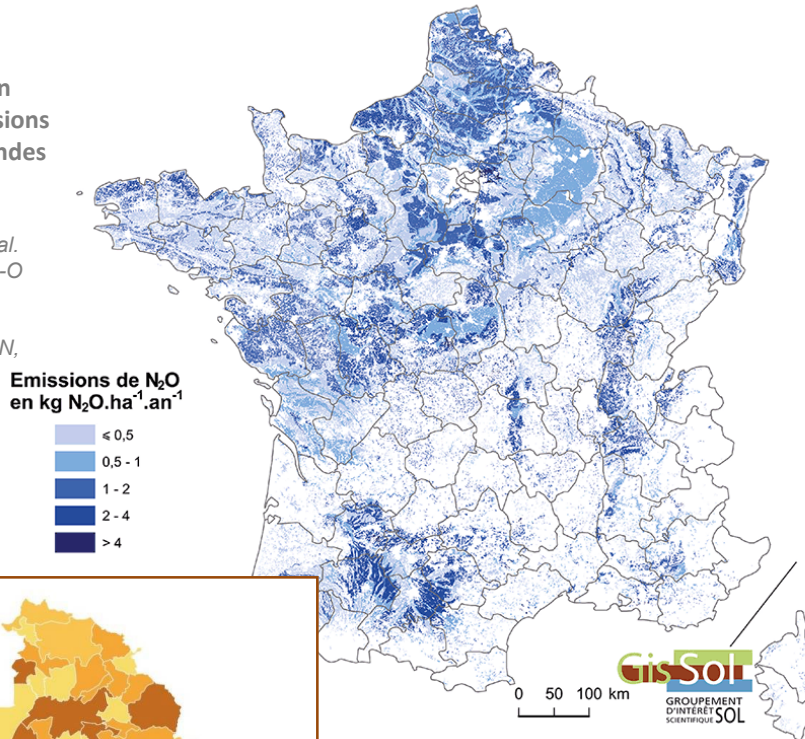


*Données issues d'un diagnostic réalisé sur l'année 2013 à l'échelle des pays entre Caux et Vexin, Vallée de la Seine et Roumois.

Impact environnement des différentes productions

Carte 3 : Estimation annuelle des émissions de N₂O par les grandes cultures en France métropolitaine

Source : Gabrielle et al. 2011 (projets N-TWO-O (ANR) et IMAGINE (Fondation ENERBIOTUCK)), IGN, Geofla, 2006



Carte 4 : Emissions de GES à l'échelle de la Métropole

Source : Diagnostic du PCAET de la Métropole Rouen Normandie, juin 2017

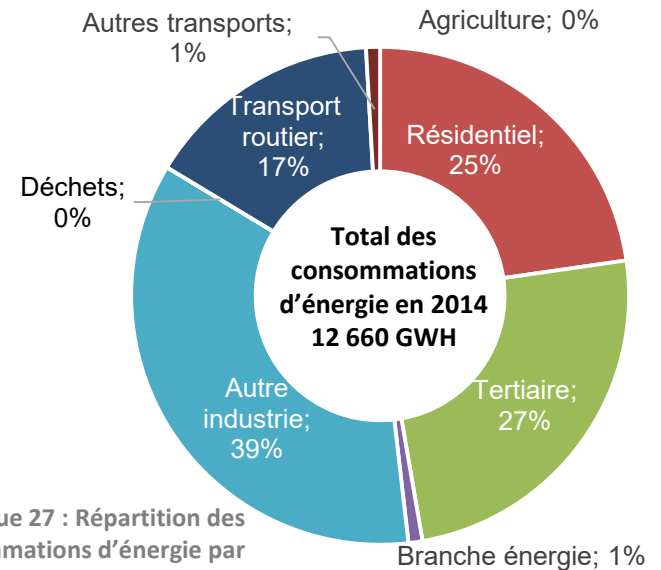
Emissions de GES liées à l'agriculture

Moins de 2% pour la Métropole vs 10% à l'échelle du département de Seine-Maritime

Cultures : 22 000 teq CO₂
 Elevage : 88 000 teq CO₂
 Engins agricoles et exploitations : 6 500 teq CO₂

La **Métropole** est encerclée par des espaces agricoles émettant **de 1 à 4 kg de N₂O par hectare et par an**. Ces émissions sont moyennement importantes.

Si l'agriculture et l'alimentation ne représentent pas une grande part de la consommation énergétique résidentielle par rapport au résidentiel, au tertiaire ou aux industries, il ne faut pour autant pas sous-estimer les déplacements liés aux actes d'achat.

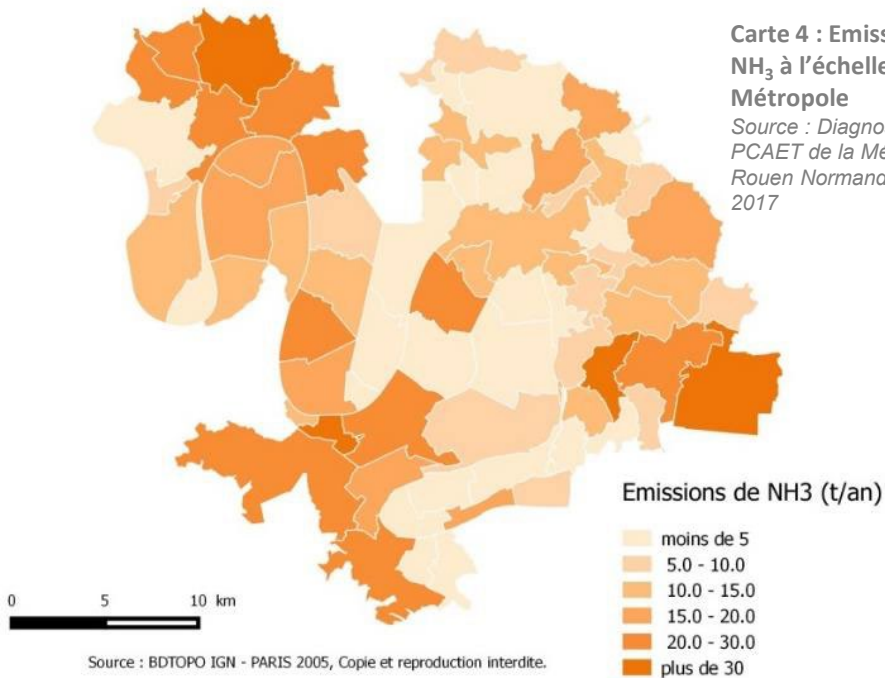


Graphique 27 : Répartition des consommations d'énergie par secteur d'activité en 2014

Source : Diagnostic du PCAET, de la Métropole Rouen Normandie, juin 2017

Carte 4 : Emissions de NH₃ à l'échelle de la Métropole

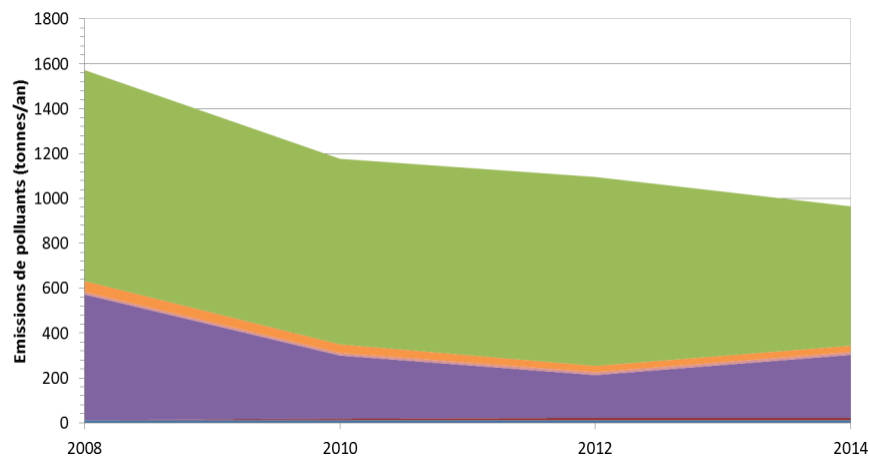
Source : Diagnostic du PCAET de la Métropole Rouen Normandie, juin 2017



Le secteur agricole est responsable de 65% des émissions d'ammoniac (NH₃) et de 3% des émissions de particules en suspension (PM10), sur le territoire de la Métropole.

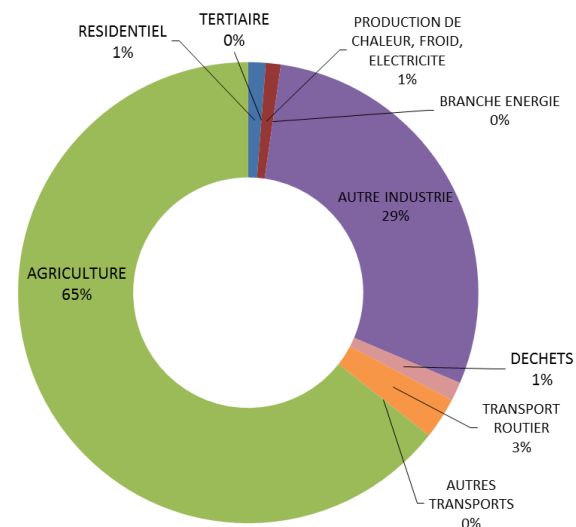
L'agriculture conventionnelle est en effet encore un gros consommateur d'engrais chimiques malgré les efforts pour les réduire.

D'origine majoritairement agricole (65%) et industrielle (30%) (contre 98% d'origine agricole à l'échelle nationale), les émissions d'ammoniac ont baissé de 39% entre 2008 et 2014. Il s'agit principalement des émissions d'origine industrielle.



Graphique 29 : Evolution des émissions de NH₃ entre 2008 et 2014

Source : Diagnostic du PCAET, de la Métropole Rouen Normandie, juin 2017



Graphique 28 : Répartition des émissions de NH₃ en 2014

Source : Diagnostic du PCAET, de la Métropole Rouen Normandie, juin 2017

Le manque à gagner en terme de stockage de carbone est très significatif (**+293 teqCO₂/ha**), lorsqu'un changement d'occupation des sols intervient, faisant ainsi passer les terres du milieu naturel à l'urbanisation. La moitié de ces zones passées à l'urbanisation venaient de **terres agricoles**.

Séquestration directe par le sol	Surface (en 2012)	Facteur d'émission (teqCO ₂ /ha.an)	Emissions de GES
Forêt	22 600 ha	- 4.8	- 108 500 teqCO ₂ /an,
Milieu agricole	19 682 ha	NC	-
Milieu naturel	6 329 ha	NC	-
Séquestration directe de carbone			Stockage de 108 500 teqCO₂/an

Evolution du stock de carbone en fonction du changement d'occupation des sols	Surface (entre 1999 et 2012)	Facteur d'émission (teqCO ₂ /ha)	Emissions de GES (entre 1999 et 2012)
Défrichage	perte globale de surfaces agricoles et forestières : 196 ha	+ 147	+ 28 812 teqCO ₂
Milieus naturels	Augmentation de la surface d'espaces naturels : 530 ha	- 147	- 77 910 teqCO ₂
Urbanisation	663 ha provenant de zones agricoles 154 ha provenant d'espaces boisés 451 ha provenant d'espaces naturels	+ 293	+ 371 524 teqCO ₂
Evolution du stock de carbone entre 1999 et 2012			Emission de 322 426 teqCO₂

Tableau 4 : Estimation du stockage de carbone sur le territoire de la Métropole entre 1999 et 2012

3 - L'offre agricole et alimentaire sur le territoire de la Métropole

3.2 - L'installation et la transmission de l'activité agricole

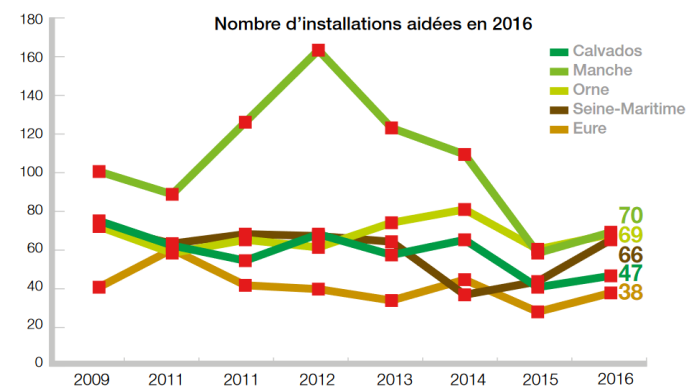
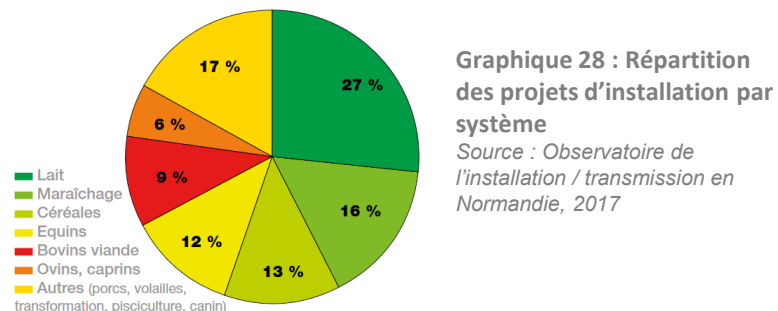
Le contexte Normand

Le Pôle Accueil Installation/Transmission de Normandie accueille chaque année plus de **900 personnes**, dont les projets sont plus ou moins avancés. La **Seine-Maritime** représente **14%** des demandes d'installation. La majorité des demandes concernent la filière laitière, dominante sur la région, mais le maraîchage occupe la deuxième position, preuve de l'attractivité de cette filière et du marché, notamment en circuits courts.

La **Région** a installé en **2016** près de **290 exploitations**. Après une baisse de dynamique depuis 2012, l'installation a progressé en 2016 dans tous les départements : en Seine-Maritime (+50 %) , dans l'Eure (+36 %), dans la Manche (+19 %) et plus modestement dans le Calvados (+15 %) et dans l'Orne (+13 %).

Nombre d'installations aidées en 2016	Calvados		Eure		Manche		Orne		Seine-Maritime		Normandie	
	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%	Nb	%
Bovins lait	22	47%	8	21%	49	70%	51	74%	27	41%	157	54%
Céréales et Grandes Cultures	7	15%	15	39%	1	1%	4	6%	16	24%	43	15%
Bovins viande	9	19%	6	16%	3	4%	7	11%	15	23%	40	14%
Equins	3	6%	0	0%	2	3%	2	3%	0	5	7	2%
Maraîchage, Horti, Arboriculture	4	9%	4	11%	6	9%	2	3%	3	5	19	7%
Ovins, Caprins	0	0%	2	5%	3	5%	1	1%	2	3	8	3%
Porcins, Volailles	2	4%	3	8%	5	7%	1	1%	2	3	13	4%
Autres	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%	1	2	3	1%
TOTAL	47	100%	38	100%	70	100%	69	100%	66	100%	290	100%

Tableau 5 : Nombre d'installation aidées en 2016 par département



Graphique 29 : Evolution du nombre d'installations aidées en 2016

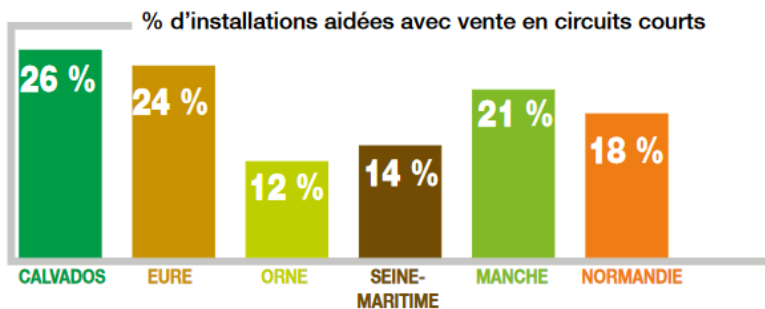
Source : Observatoire de l'installation/transmission en Normandie, 2017

En moyenne, **1 installation sur 2 se fait en GAEC**. Comme indiqué précédemment, les plus fortes dynamiques sont retrouvées sur les OTEX historiques de la région : le lait, la viande et les grandes cultures.

Concernant les filières bio, la dynamique est plutôt positive, puisque la région a compté **47 installations bio en 2016**, soit plus du double qu'en 2015. 30% des installations bio se font en lait, 17% en viande bovine, les autres projets sont en volailles, maraîchage et arboriculture.

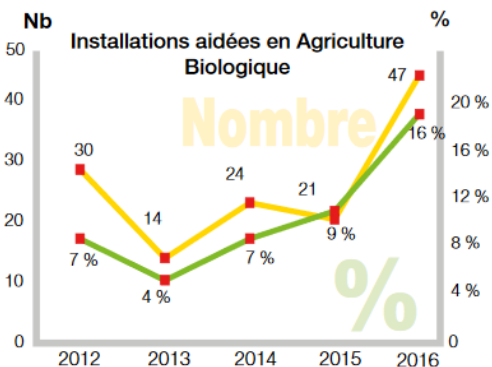
A l'échelle régionale, l'association Bio Normandie accompagne environ **50 à 60 projets par an** dont une bonne moitié sur les départements de Seine-Maritime et de l'Eure. Ce sont principalement des porteurs de projet en **maraîchage**, s'orientant vers un système petites surfaces, voire de la permaculture.

En Normandie, en moyenne, **18% des installations aidées vendent en circuits courts**. Elles sont seulement 14% d'entre elles sur la Seine-Maritime à vendre selon ce procédé. Ce chiffre peut s'expliquer par le fait que les installations en maraîchage, développant beaucoup la vente directe, sont plus rares en Seine-Maritime.



Graphique 32 : Part d'installation aidées pratiquant la vente en circuits courts

Source : Observatoire de l'installation/transmission en Normandie, 2017

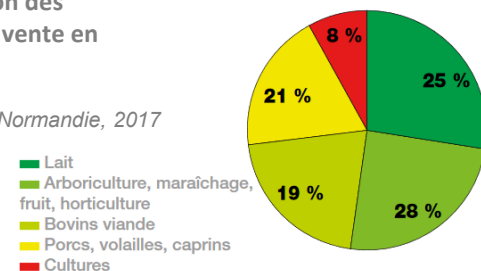


Graphique 30 : Evolutions des installations aidées en AB entre 2012 et 2016

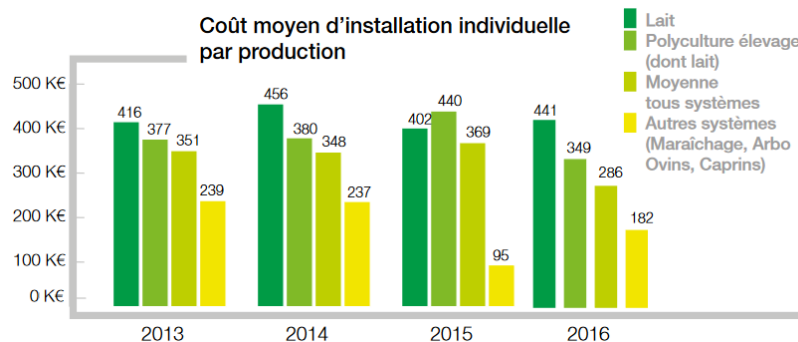
Source : Observatoire de l'installation/transmission en Normandie, 2017

Graphique 31 : Répartition des productions pratiquant la vente en circuits courts

Source : Observatoire de l'installation/transmission en Normandie, 2017



Coût moyen d'installation individuelle par production



Graphique 33 : Coût moyen d'une installation individuelle par production

Source : Observatoire de l'installation/transmission en Normandie, 2017

L'installation à l'échelle de la Métropole et ses acteurs

A l'échelle de la **Métropole**, entre **15 et 20 candidats** à l'**installation** sont accueillis **chaque année** (personnes habitant une commune de la Métropole, le projet d'installation pouvant être situé en dehors), majoritairement hors cadre familial sur des **projets diversifiés** (maraichage bio, plantes aromatiques, activités équinnes) au sein du Pôle Accueil Installation porté par la Chambre d'agriculture. **Plus de la moitié n'ont pas de projet clairement formalisé et sont en recherche de foncier pour leur projet.**

La typologie de projets d'installation (tendance sur les dernières années) est la suivante :

- entre **5 et 10 projets** en **maraichage** principalement **bio**
- **2 à 3** projets en lien avec les activités **équestres**
- **1 à 2** projets d'installation en **arboriculture** ou **petits fruits** ou **plantes médicinales** ou **pépinière** ou **champignons**
- **2 à 3** projets d'installation en **polyculture-élevage bovins (lait ou viande)** : essentiellement en reprise familiale
- **1** projet en **polyculture / cultures industrielles**
- **2 à 3** projets en **petites productions (volailles, ovins)** voire élevage **canin**.

Cependant il y a un **écart important** entre le **nombre de personnes intéressées pour une installation en agriculture** et la **réalité des installations sur le territoire** puisqu'il est noté seulement **2 à 3 installations par an maximum** sur les dernières années principalement sur des **reprises d'exploitations existantes en polyculture-élevage avec ou non évolution du système, maraichage ou petites productions**).

Les raisons de l'écart : **manque de foncier, profil des candidats hors agricole** (projet de reconversion, pas de formation, méconnaissance des contraintes du métier, **beaucoup de difficultés à passer de l'idée à un projet** entrepreneurial).

Par ailleurs, la Chambre d'agriculture reçoit **chaque année entre 3 et 5 agriculteurs installés** sur la **Métropole** avec un **projet de diversification** en matière de production (ex : atelier volailles en complément, développement d'une production cidricole), de transformation (atelier de découpe, caissettes de viande) ou commercialisation (vente directe, distributeur automatique, magasin...).

A l'échelle de la Métropole de Rouen, très peu de projets agricoles ont récemment aidés en installation via l'acteur Terre de Liens. Plusieurs facteurs sont relevés dans le cadre de l'entretien effectué auprès de Loïc Plancq, animateur Terres de Liens :

- le **prix** du foncier qui est relativement élevé dans le secteur
- la **pression** foncière, les espaces sont devenus difficilement disponibles ou ne sont pas adaptés aux porteurs de projet s'adressant à l'association.
- une **urbanisation** des espaces à défaut de la conservation de terres agricoles

Dans le cadre de l'élaboration de sa Charte Agricole de territoire, la Métropole a fait les mêmes constats. Aussi, elle a consacré son Chantier 1 de la Charte à la définition d'une stratégie agricole permettant de maintenir le nombre d'exploitations sur son territoire.

Plusieurs actions inscrites au plan d'actions œuvrent en cette faveur :

- **Accompagner les cédants agricoles sur les modalités et conditions de départ en retraite pour la recherche d'un repreneur et dans les démarches administratives à engager pour préparer la transmission de leur exploitation**
- **Organiser 2 Forums cédants permettant l'échange, l'information...**
- **Accompagner 5 transmissions et 5 installations sur le temps de la mise en œuvre du 1^{er} plan d'actions de la Charte soit 2018-2021**
- **Limiter l'urbanisation des terres agricoles via son PLUi**

Les acteurs de l'installation-transmission

- Lycée agricole de Brémontier-Merval = vitrine de la production de lait bio dans le Pays de Bray (76)
- ETA de la Communauté de l'Agglomération Havraise (CODAH)
- Champs des possibles
- Les Défis Ruraux
- Association Bio Normandie
- SAFER
- Terre de Liens
- Chambre d'agriculture

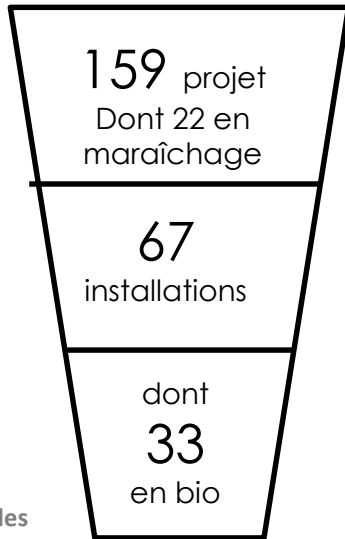
« Les prix du foncier au niveau de la Métropole de Rouen peuvent grimper jusqu'à 16 000 €/ha ! D'une manière générale, les prix à l'échelle de l'ex-Haute-Normandie sont très disparates, allant par exemple de 4 000 €/ha à 14 000 € pour le Pays de Caux. »

« Les porteurs de projet cherchent à s'installer sur de plus petites superficies. Or, ce ne sont que des très grandes superficies qui deviennent disponibles. Il faudrait pouvoir dispatcher ces espaces pour permettre l'installation de porteurs de projet. En effet, par rapport à la Basse-Normandie, nous avons vu une tendance à la baisse. »

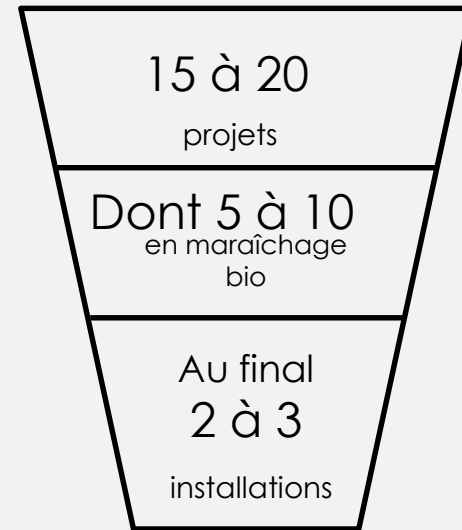
« Pour la transmission du foncier agricole, soit le propriétaire trouve un repreneur directement, soit il propose sa terre au plus offrant. La deuxième issue entraîne donc une hausse des prix. On a paradoxalement une nouvelle conscience agricole grandissante, mais qui se retrouve freinée par la hausse des prix, causant un déficit de porteurs de projets et donc un déficit dans la transmission. Ces terres vont alors à l'agrandissement. »

Données de synthèse

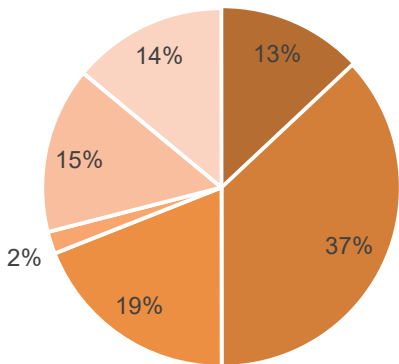
Nombre de projets passant par le PAI et d'installations à l'échelle de la **Seine-Maritime** (2017)



Nombre de projets passant par le PAI et d'installations à l'échelle de la **Métropole de Rouen** (2017)



Graphique 34 : Répartition des projets pour la Seine-Maritime



- Polyculture-cultures
- bovins lait + gdes cultures
- bovins viande + gdes cultures
- Ovins viande + gdes cultures
- autres : caprins, ovins lait, équin, volailles
- Maraichage -horticulture

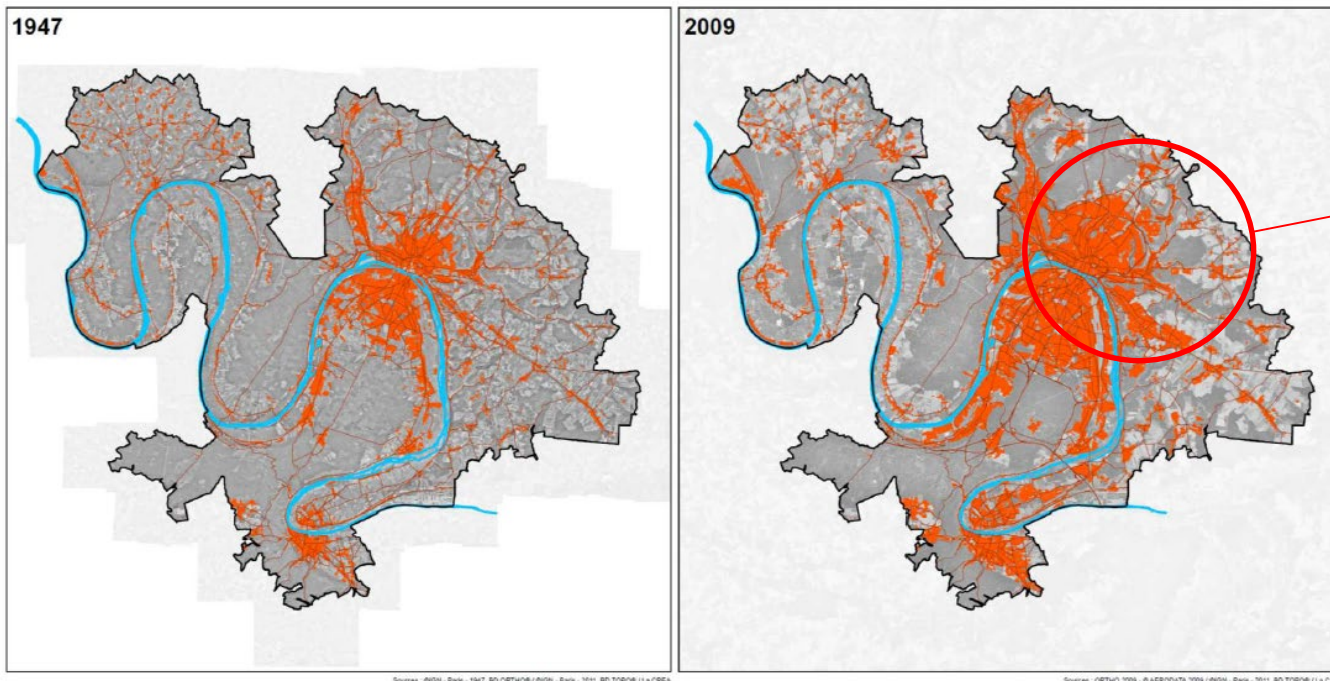
3 - L'offre agricole et alimentaire sur le territoire de la Métropole

3.3 - La problématique foncière et la couverture des sols

Le foncier agricole

L'urbanisation qui a gagné les plateaux notamment agricoles, traduit l'emprise de la Métropole sur la campagne, avec l'implantation de grands ensembles d'immeubles collectifs (Canteleu, Grand Mare à Rouen) visibles depuis de nombreux points de vue et le développement de logements individuels, guidé essentiellement par les principaux axes routiers.

23 % des zones artificialisées sont situées sur des zones à fort ou très fort potentiel agricole (qui représentent 32% du territoire) et 57% sur des zones à potentialités moyennes. Sont particulièrement concernés les plateaux nord, les zones qui présentent le potentiel agronomique le moins intéressant étant soit couvertes de bois et forêt, soit à risques (inondations, ruissellement), soit protégées (zonages environnementaux ou paysages).



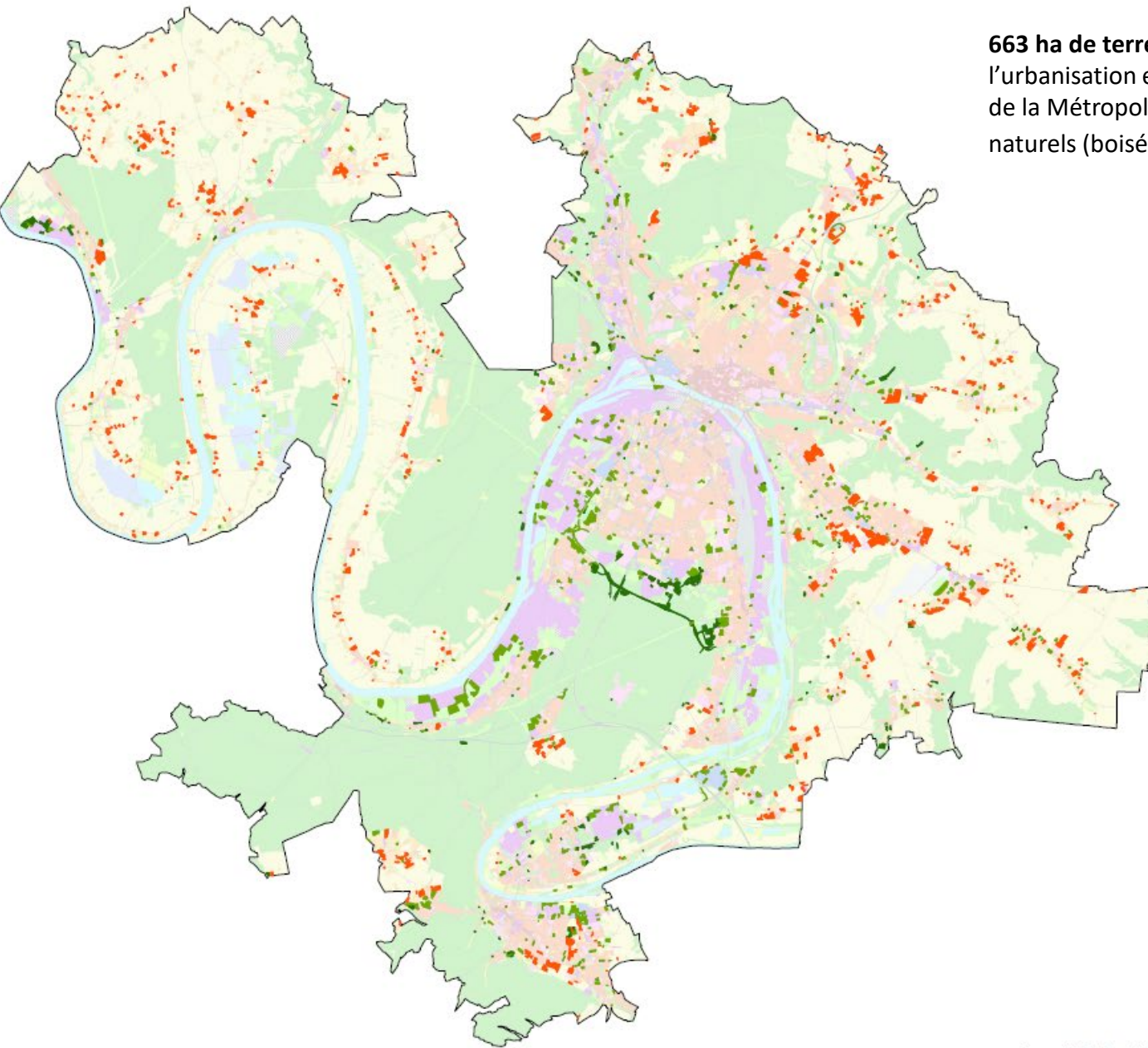
Carte 5 : Evolution de l'urbanisation entre 1947 et 2009
Source : Diagnostic du SCoT de la Métropole Rouen Normandie

- Territoire bâti
- Réseau routier
- La Seine






Carte 6 : Potentialités agronomiques des terres de la Métropole Rouen Normandie
Source : Diagnostic du SCoT de la Métropole Rouen Normandie

663 ha de terre agricole ont été consommés par l'urbanisation entre 1999 et 2012 sur le territoire de la Métropole, représentant 50% des espaces naturels (boisés, agricoles et autre) consommés.



Espaces naturels ou agricoles consommés pour l'urbanisation : 1278 hectares

-  Espaces agricoles
663 hectares
-  Espaces boisés
154 hectares
-  Espaces naturels,
non agricoles et non boisés
451 hectares

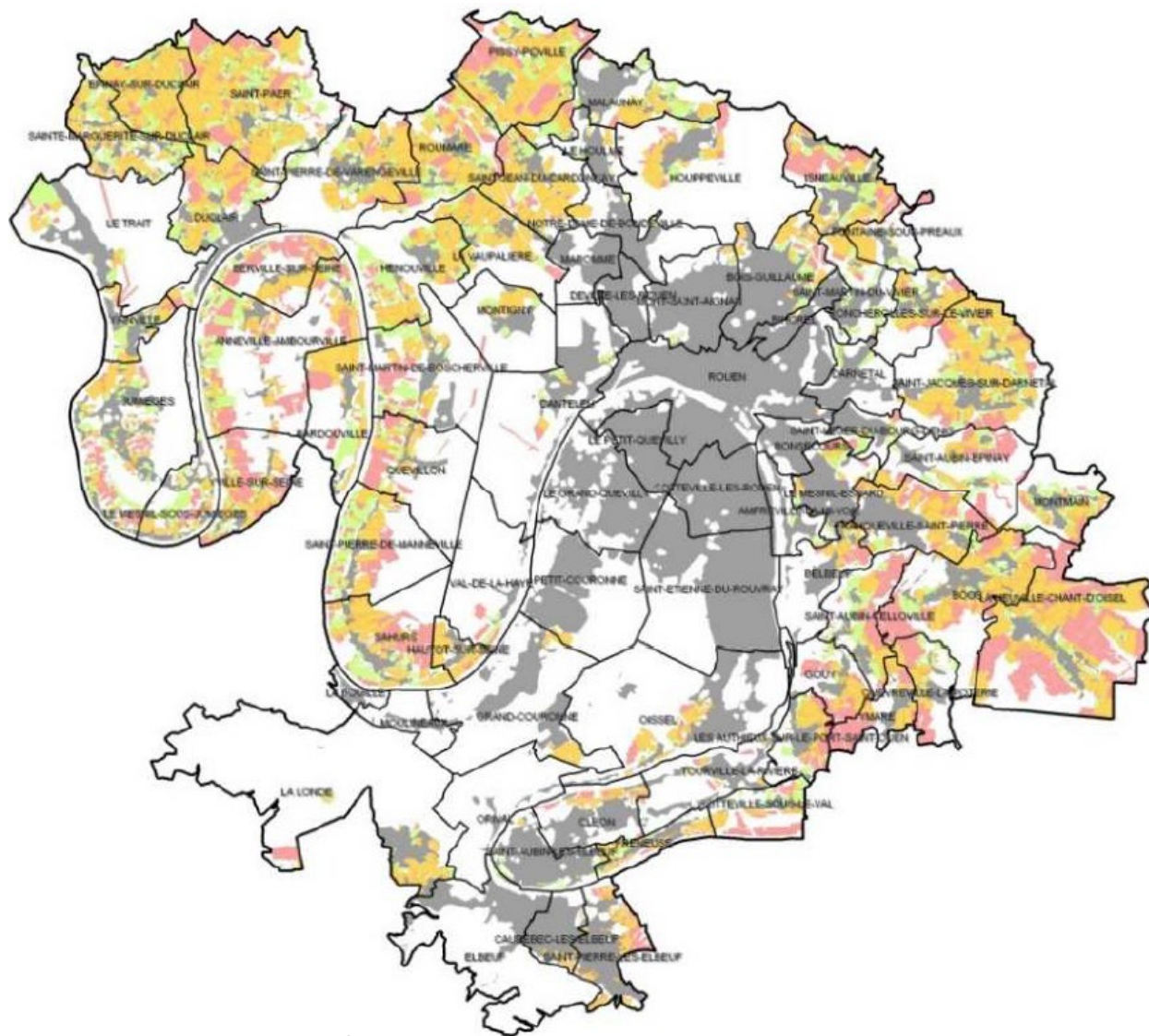
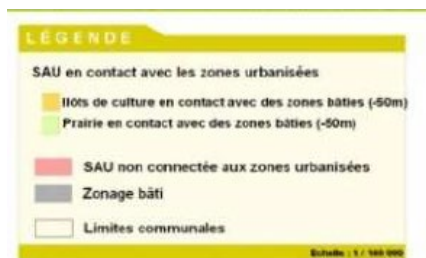
Carte 7 : Espaces agricoles et naturels du territoire métropolitain consommés entre 1999 et 2012

Source : Diagnostic du SCoT de la Métropole Rouen Normandie, avril 2014

0 2 000 4 000
Mètres

Une part importante des surfaces agricoles est aujourd'hui concernée par la proximité avec des zones urbanisées pouvant entraîner **des contraintes d'exploitation**. Dans certaines zones et notamment la zone des plateaux, il est constaté une forme de « mitage » de l'espace.

Près des **2/3 des communes** présentent ainsi un espace agricole contraint.

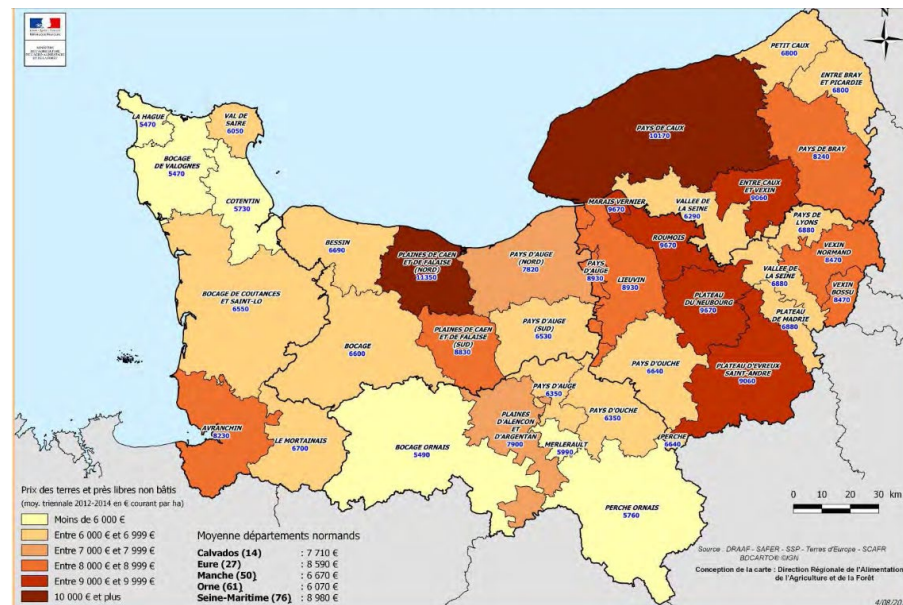


Carte 8 : Cartographie de la SAU en contact avec les zones urbanisées

Source : Diagnostic du SCoT de la Métropole Rouen Normandie, et diagnostic agricole réalisé par la Chambre d'Agriculture de Seine-Maritime

Avec la hausse de la **pression urbaine** sur les terres et la faiblesse du marché du foncier, le **prix du foncier n'a cessé d'augmenter au cours des 5 dernières années**. Les secteurs de fortes pressions foncières concernent l'ensemble du territoire et même l'ensemble du département de la Seine-Maritime. Cela s'explique par la raréfaction des ventes de foncier par rapport à l'augmentation croissante de la demande.

Le fait est que la superficie des terres agricoles sur le marché diminue et les catégories d'acheteurs sont multiples : agriculteurs, promoteurs, établissement public foncier ou Safer... A cela s'ajoute une **concurrence** entre les agriculteurs eux-mêmes, la constitution de réserves foncières par les promoteurs et des modes de détournement du foncier. La Safer souligne par ailleurs que **le département de Seine-Maritime est le département normand qui affiche la mobilité foncière la plus faible**.



Carte 9 : Cartographie des prix moyens des terres et près libres par secteur
Source : DRAAF, août 2015

Certains secteurs sont davantage soumis aux pressions foncières. Il s'agit notamment d'Isneauville ainsi que du secteur s'étendant de Franqueville-Saint-Pierre à Boos ; ces secteurs sont particulièrement menacés, d'autant plus qu'ils connaissent des hausses démographiques.

Les prix du foncier varient en fonction de la **qualité des terres**. Les plateaux, aux plus fortes potentialités agronomiques, possèdent les prix les plus élevés des terres. Néanmoins, les prix du foncier sont assez hétérogènes selon la valeur agronomique. Cette conjoncture du marché foncier n'est pas des plus favorables à l'installation de nouveaux agriculteurs ou au développement des exploitants en place. Par ailleurs, nous avons montré dans la partie dédiée au contexte de l'installation agricole que le coût d'une installation en Seine-Maritime est plus élevé que la moyenne normande.

Ainsi, l'arrêté du 5 Juillet 2011 fixe un barème indicatif de la valeur vénale moyenne des terres agricoles en 2011 par petites régions agricoles. En vallée de Seine, le prix moyen des terres cultivées et prairies est de 5 960 €/ha, avec un prix moyen minimum de **3 590 €/ha et un prix moyen maximum de 15 500 €/ha**. Dans le Pays de Caux, les prix moyens varient entre 4 800 et 16 380 €/ha, avec une valeur moyenne de 10 100 €/ha.

Les acteurs et outils de maîtrise foncière

Le **contrat d'objectif régional** prévoit des temps de travail sur le foncier. Il s'agit d'accompagner des propriétaires privés (exploitants et non exploitants agricoles) pour dégager du foncier et le « brancher intelligemment » aux attentes des porteurs de projets.

La Charte Agricole de territoire prévoit la création d'un **Observatoire du foncier agricole**. Ce dernier a pour but de regrouper les différentes structures intervenant sur le foncier, l'installation et la transmission afin de favoriser la mise en relation des porteurs de projets en recherche de terre et les porteurs de foncier. Le travail en cours quant à son élaboration se concrétisera début février.

L'action de l'association de Terre de Liens Normandie 6 fermes, 60^{aïne} d'ha

- ✓ Le Tôt, (2 ha de maraîchage), foncière depuis 2011
- ✓ St Valéry en Caux, (10 ha élevage-maraîchage), foncière depuis 2015
- ✓ Ferme des Haye (11 ha en ovin viande), foncière depuis 2010
- ✓ Les Amarantes, (5 ha en maraîchage), foncière depuis 2012
- ✓ Les Clos Mignons (23 ha de production de fromage de chèvre), foncière depuis 2013
- ✓ Les Essarts, Bruno, 7,4 ha (poules pondeuses et poulets de chairs), foncière depuis 2015

*« Toute la Normandie présente une zone à enjeux pour le foncier selon moi. Il faudrait que les collectivités soient plus sensibles à la préservation du foncier agricole afin de limiter l'urbanisation, mais aussi trouver des politiques agricoles qui puissent dispatcher les espaces de très grandes superficies, pour que des porteurs de projets puissent s'y installer. »
L. Plancq, animateur Terre de Liens*

Par ailleurs, la Métropole a développé depuis 2016, un dispositif permettant la mise à disposition d'espaces verts, de terrains situés sur des terres calcicoles ou des terrasses silicicoles à des exploitants agricoles pour l'entretien de ces milieux naturels à travers la pratique de l'éco-pâturage.

Ainsi, ce sont :

- 25 sites attribués à 12 exploitants
- 38,8 ha valorisés par l'éco-pastoralisme

Le Projet Alimentaire Territorial en cours d'élaboration devrait également permettre de faire émerger des solutions pour consacrer une part plus importante aux actions de maintien et au développement du foncier agricole favorable au développement des productions alimentaires de proximité et de qualité.

Le sol comme interface d'échange et de stockage carbone



Carte 10 : Qualité des eaux souterraines : tendances pour les nitrates en 2013

Source : Agence de l'Eau Seine Normandie

A l'échelle de la Métropole, la qualité des eaux souterraines est bonne, avec une concentration de nitrate de **moins de 25 mg par litre**. Mais une tendance à la **hausse** est visible, plaçant ainsi Rouen en **zone vulnérable**.

Les principaux polluants sont les **nitrates** et les **pesticides** en lien avec l'activité agricole et celle des collectivités

Pour inverser la tendance, certains leviers sont à renforcer :

- le développement d'une **agriculture diversifiée** et recourant **le moins possible aux pesticides**
- le soutien à la mise en place et conservation de **prairies pour lutter notamment contre l'érosion des sols qui constitue un enjeu majeur aux abords du territoire**.

Pour ce qui est du stockage carbone, la Normandie présente un stockage de carbone moyennement élevé (50-70 t/ha), ce qui est caractéristique des grandes régions forestières ou fourragères de France.

Afin d'améliorer le stockage de carbone, la couverture des sols permanente, la plantation de haies ou d'arbres sont des solutions intéressantes.

3 - L'offre agricole et alimentaire sur le territoire de la Métropole

3.4 – Analyse AFOM sur les thématiques agricoles et foncières

Analyse AFOM de la production agricole

	Atouts	Faiblesses
ANIMALE	<ul style="list-style-type: none"> Seine-Maritime : spécialisée dans l'élevage bovin lait, avec une tendance positive vers la production de viande depuis 2000. Métropole : 28% des entreprises agricoles font de l'élevage bovin, 19% en culture élevage associé. 	<ul style="list-style-type: none"> Le circuit court s'est fragilisé depuis les années 2000 en lien avec une intensification de l'industrie (structuration amont-aval de la filière lait) Diminution des élevages, notamment au bénéfice des productions en grandes cultures (blé) : la question des pratiques se pose et de la couverture du sol
VEGETALE	<ul style="list-style-type: none"> Seine-Maritime et Eure : la pommes de terre (Eure) et le fruit à pépin pour la production de cidre (Seine-Maritime) Forte production de tubercules : pommes de terres et betteraves. Métropole : 24% sont tournées vers les grandes cultures et seulement 9% en maraîchage, une diminution des surfaces en prairie et du maïs, au profit des cultures céréalières (blé) 	<ul style="list-style-type: none"> Productions légumières et fruitières peu diversifiées Le maraîchage n'est pas assez développé alors que les terres sont bonnes. Une filière maraîchère peu structurée pour le demi-gros sur le territoire, malgré un potentiel (demande) Très peu d'équipement en serres même froide pour diversifier la production végétale. Une des raisons est la difficulté d'obtenir des aides sur l'occasion, pour des raisons de structuration de la filière/de critères d'accessibilité Fortes productions en grandes cultures mais potentiellement peu tournée vers le bassin de consommation (alimentation animale et export)
BIO	<ul style="list-style-type: none"> Filière poules pondeuses en pleine croissance Métropole : soutien à la conversion à l'agriculture biologique + financement d'études technico-économiques de conversion des exploitations jusqu'en 2017 	<ul style="list-style-type: none"> Bonnes terres qui n'incitent pas à la conversion AB Des besoins importants de la filière pour une production de légumes en demi-gros et gros, hors circuits de type AMAP, marché Pas d'AOP sur le territoire

	Opportunités	Menaces
ANIMALE	<ul style="list-style-type: none"> • La race Normande, une race mixte qui peut entrer dans des logiques agroécologiques (voir les travaux de l'INRA) • Projet d'abattoir de Forges-les eaux : un triple opportunité pour les boucles alimentaires locales puisqu'il proposera un service de prestation, sera certifié BIO et constituera un nouvel outil pour la filière porcine 	<ul style="list-style-type: none"> • L'élevage bovin en porte à faux avec les logiques environnementales durables, mauvaise image car source d'émission de gaz à effet de serre. • Un manque d'outil de qualité pour le maillon abattage-transformation sur le 76 alors que des abattoirs plus attractifs existent, notamment dans la Manche
VEGETALE	<ul style="list-style-type: none"> • Pas besoin de grandes superficies pour le maraîchage. • Sensibilisation des jeunes à la consommation de fruits locaux et de saison • La marque locale, Croquine Normandie, tente de valoriser les pommes de la Vallée de Seine. • Le Parc Naturel Régional des Boucle de la Seine Normande soutient l'arboriculture le long de la « Route des Fruits » • La Métropole propose une aide complémentaire aux dispositifs existants pour l'achat de serres : notamment sur de l'achat d'occasion, qui est une réalité de terrain pour l'installation en maraîchage 	<ul style="list-style-type: none"> • Peu d'espace disponible sur la Métropole : problématique foncière (prix, disponibilité) • Problématique logistique pour de petits producteurs installés en périphérie et livrant des points multiples en centre-ville, sur de petites quantités : stockage relais pour des territoires jouxtant la Métropole mais qui font partie de son Hinterland
BIO	<ul style="list-style-type: none"> • L'élevage de poules pondeuse en bio : un marché porteur (conso) et une filière attractive pour les producteurs installés et porteurs de projets • La demande en produits bio est soutenue en France d'une manière générale et sur la Métropole • Sur le territoire, notamment au sud de la Métropole, existe un tissu d'industries du secteur pharmaceutique très exigeantes sur la qualité de l'eau qui est indispensable à leur activité. Cette exigence « privée » a boosté le développement de productions bio sur le BAC 	<ul style="list-style-type: none"> • Le cahier des charges du label AB ne garantit pas tout (semences anciennes, non travail du sol, développement de la biodiversité...). Le citoyen peut perdre confiance dans le label si il est trop laxiste • Manque de connaissance des débouchés possibles après conversion en bio

Analyse AFOM de l'impact environnemental des différentes productions

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Des signaux positifs : baisse de la consommation énergétique, baisse des émissions de GES.... (qui ne doivent pas amoindrir notre perception des enjeux)	<ul style="list-style-type: none">• Prédominance de l'élevage et des grandes cultures, plus impactantes en matière d'émissions de GES et de rejets
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Préservation des zones de prairie, les bocages, les haies... qui sont des puits naturels de carbone• Soutiens des productions et pratiques moins impactantes : maraichage, l'AB, la permaculture... (Installation, conversion, formation...)• Accompagnement aux changements de pratiques• Sensibilisation des consommateurs	<ul style="list-style-type: none">• Coût de l'inaction : réchauffement climatique, pollution de l'air, des sols et de l'eau... avec toutes les implications possibles pour la santé humaine

Analyse AFOM de l'installation et de la transmission de l'activité agricole

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Boom des installations en maraîchage bio en 2010. Une stabilisation en 2013 mais une tendance positive qui reste d'actualité avec une augmentation de 17% pour la production de fruits entre 2014 et 2015.	<ul style="list-style-type: none">• Si les porteurs de projets ne sont pas bien suivis, risque d'échec dans les 3 ans important, ce qui peut fragiliser le modèle d'installation en lui-même• Peu de diplômés agricoles spécialisés pour le maraîchage bio en Normandie (type BPREA)
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Reprise de la dynamique d'installation en 2016• Bassin de consommation en proximité et augmentation de la demande en produits locaux et de qualité• Le label AB qui intéresse une majorité de porteurs de projets jouie aujourd'hui d'une reconnaissance de la part des consommateurs• Possibilité de sanctuarisation foncière en lien avec le PLUi• Développement d'Espaces Test Agricoles pour favoriser et sécuriser l'installation des porteurs de projets sur le territoire• Territoire qui peut être attractif pour les porteurs de projets à l'installation : offrir des conditions d'accueil favorables globales (logement sur lieu d'exploitation, école, mobilité, accès à un marché...)	<ul style="list-style-type: none">• Accès au foncier difficile: Coût du foncier et disponibilité des terres agricoles difficiles sur le 76• Les porteurs de projets s'installent finalement souvent plus loin des grandes villes• Les structures associatives d'accompagnement en Bio fragilisées sur le territoire (ABN en redressement)

Analyse AFOM de la problématique foncière et la couverture des sols

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Le foncier agricole est suivi par plusieurs associations engagées sur le territoire qui participent à des réunions sur le PLUi• Le foncier agricole local est de très bonne qualité (terre profonde, riche, planes)	<ul style="list-style-type: none">• La problématique du foncier a une répercussion directe sur l'installation de porteurs de projets• Les superficies qui sont disponibles sont souvent inadaptées aux demandes des porteurs de projets• Le département de Seine-Maritime est le département normand qui affiche la mobilité foncière la plus faible• Couverture des sols insuffisante pour stocker le carbone
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">- Le point fort au niveau de la Métropole est le PLUi qui devrait permettre une préservation du foncier agricole et ralentir l'urbanisation- Des outils sont en cours de construction pour faciliter la rencontre de l'offre et de la demande foncière- Un travail sur l'organisation des terres disponibles : limiter les grandes surfaces, travailler sur le remembrement...- Les structures d'accompagnement des exploitations disposent déjà de nombreux outils pour faciliter le changement	<ul style="list-style-type: none">• La spéculation foncière liée à la promotion immobilière et les nombreux départs en retraite des agriculteurs favorisent ce phénomène• La Métropole n'a pas toujours la possibilité juridiquement d'intervenir sur les lois foncières (niveau régional ou national)

3 - L'offre agricole et alimentaire sur le territoire de la Métropole

**3.5 - Enjeux et premières pistes de travail
identifiées sur les thématiques agricoles et
foncières pour le PAT de la Métropole**

Enjeux :

- Maintenir le foncier agricole sur le territoire
- Faciliter l'installation en limitant la flambée des prix
- Développer une agriculture respectueuse des ressources et source de valeur pour la population

Pistes de travail :

- Accompagner les exploitations dans le changement de leurs pratiques agricoles
- Travailler sur le développement de nouvelles filières pour les productions peu présentes sur le territoire : œufs, volaille, fruits, légumes
- Développer les Espaces Test Agricole pour faciliter l'installation
- Accompagner les porteurs de projet à l'installation et à la transmission pour limiter les échecs

4 - La consommation alimentaire sur le territoire de la Métropole

4.1 - Les pratiques de consommation

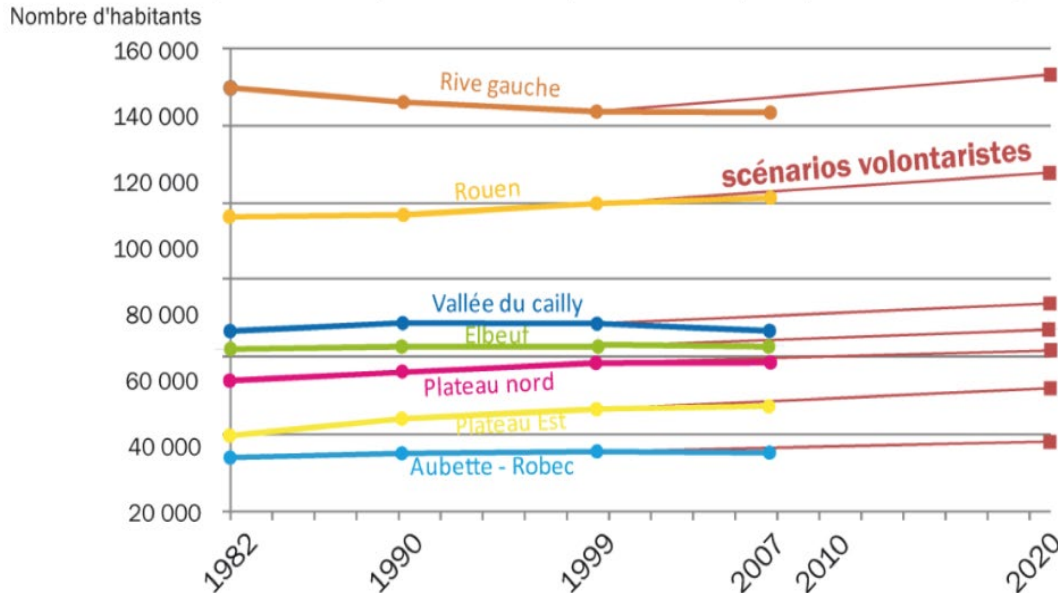
Le bassin de vie de la Métropole

La population

La Métropole de Rouen compte 71 communes pour un total de 489 428 habitants. La population augmente relativement peu, avec une évolution moyenne annuelle de 0,1% entre 2009 et 2014, contre 0,5% au national.

La Métropole est notamment composée de 45 communes de moins de 4 500 habitants. En 2016 ces communes représentaient 15% de la population de la Métropole. Au niveau démographique, les différentes agglomérations communales ont connu des variations différentes de leur population, avec la Rive gauche et la Vallée du Cailly en légère décroissance et Rouen en légère augmentation.

Au niveau démographique, la tendance est plutôt à la dispersion. On le voit dans les secteurs périurbains où la démographie est positive depuis 40 ans, alors que, hormis la ville-centre de Rouen qui renoue depuis peu avec une démographie positive, la plupart des centres urbains anciens connaissent des soldes migratoires négatifs (vallée du Cailly, Secteur d'Elbeuf, Rive gauche, Le Trait).



Graphique 35 : Evolution de la population dans les différents secteurs géographiques de la Métropole

Source : INSEE-RGP Réalisation SM SCoT Rouen-Elbeuf

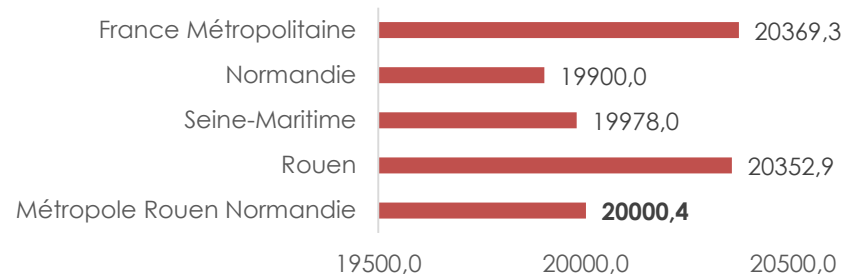
Les différents secteurs de la Métropole

- Sur le **secteur d'Elbeuf**, la ville centre est caractérisée par un taux plus important de ménages de petite taille et ce sont souvent les communes de plus petite taille (La Londe, Orival, Tourville-la-Rivière, Sotteville-sous-le-Val,...). Cléon, commune de taille plus importante, loge une part plus significative de grandes familles.
- **La Rive Gauche** se caractérise par une assez forte homogénéité dans le profil des ménages, même si Grand-Quevilly a un taux plus important de personnes seules et Saint-Étienne-du-Rouvray des taux plus importants de familles.
- **Les Plateaux Nord et Est** se caractérisent par des situations communales assez diversifiées mais aussi par des communes ayant à la fois une présence importante de personnes seules et des ménages de 3 ou 4 personnes.
- **Dans la Vallée du Cailly**, certaines communes ont un taux de ménages d'une personne important (Maromme, Darnétal) et d'autres ont plutôt une population familiale (Malaunay...).
- **Le secteur de Seine-Austreberthe** est caractérisé par la présence de communes de petite taille où la population familiale est plus représentée. Sur Duclair, Le Trait et Yainville on trouve une proportion plus importante de ménages d'une personne.

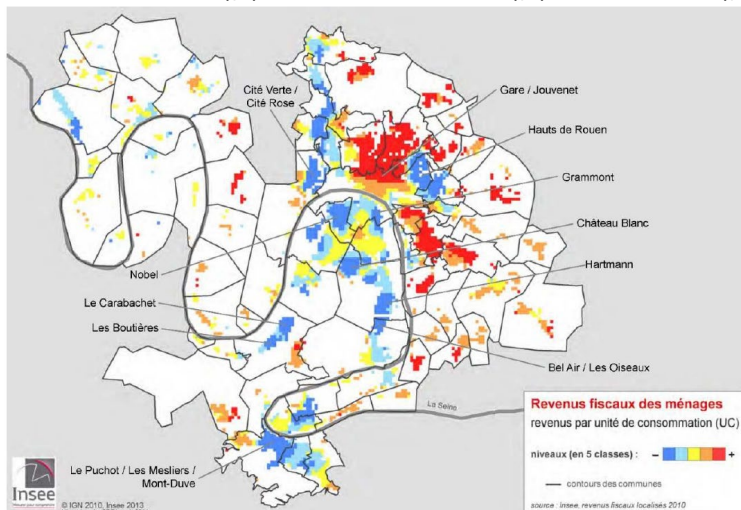
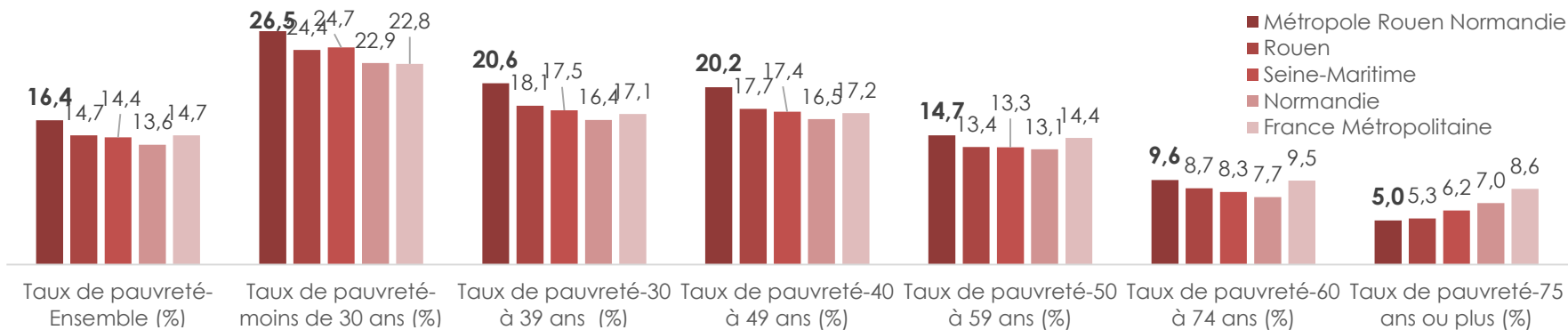


Les niveaux de vie

La Métropole montre une médiane du niveau de vie de sa population inférieure à la médiane française. Elle se positionne toutefois au-dessus des médianes régionales et départementales, sous l'influence du niveau de vie de Rouen. Par ailleurs, la Métropole affiche un taux de pauvreté bien supérieur à l'ensemble des territoires de comparaison mentionnés. Ceci traduit des inégalités assez fortes sur territoire. Ce taux est systématiquement supérieurs au autres territoires pour toutes les catégories d'âge, à l'exception des 75 ans et plus pour lesquels le taux est le plus bas.



Graphique 36 : Comparaison des médianes du niveau de vie (en haut en €) et du taux de pauvreté (en bas en %)
 Source : Gressard Consultants d'après Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav-CCMSA, Fichier localisé social et fiscal 2017



Ce constat d'inégalités sociales fortes au travers du prisme des revenus est largement visible sur la carte ci-contre : les secteurs rive gauche, Elbeuf, vallée du Cailly et une partie des plateaux est.

La population touristique

A l'échelle de la Seine-Maritime, les nuitées marchandes et non marchandes des français sont en augmentation de **+4,6%** en 2016. Une performance réalisée dans un contexte national difficile (-2,4% de nuitées) en raison de conditions météorologiques défavorables au printemps et à l'été 2016, d'une situation économique encore fragile, et surtout de l'effet dissuasif qu'ont eu les attentats sur les clientèles étrangères depuis 2015. Le département totalise **2,8 millions de séjours**.

Ainsi, on retiendra à l'échelle du département :

- la belle performance de l'hôtellerie qui enregistre +3,4% de nuitées, stimulée par une clientèle française en forte progression (+5,1%) et un retour de la fréquentation des hôtels pour motifs professionnels (+12,9% de nuitées dites « d'affaires ») ;
- en parallèle, des baisses observées dans l'hôtellerie de plein air, les locations saisonnières ou encore les auberges de jeunesse.

Le positionnement touristique du département est traduit dans la marque « *Seine-Maritime, la Normandie Impressionnante* » qui est un des piliers de la stratégie de développement touristique 2016-2021. La Seine-Maritime attire une clientèle française « *avide d'expériences authentiques, hors des sentiers battus et qui lui laissent des souvenirs impérissables* »¹.

La Métropole enregistre, quant à elle, **près d'1 million de nuitées**, soit 10% des nuitées du département. Les séjours y sont généralement plus courts, en moyenne 1,51 nuits contre 3,7 sur tout le département. On peut penser que la Métropole est un lieu de passage (arrivée/départ) et davantage concerné par les nuitées d'affaires

	Métropole Rouen Normandie	CODAH	Pays Dieppois	OGS Falaises d'Étretat	Pays de la Bresle Maritime
Nuitées	1 007 472	495 812	255 245	167 871	117 135
Évolution 16/15	+4,2%	+9,6%	+2,3%	-6,7%	+1,4%
Taux d'occupation	58,8%	50,9%	57,2%	53,7%	55,7%
Évolution 16/15	+1,4 pts	-1,8 pts	+1,9 pts	-4,8 pts	-0,6 pt
Durée moyenne de séjour	1,51	1,52	1,53	1,47	1,51

Tableau 6 : Evolution des données d'affluence touristique par destination

Source : Seine Maritime Attractivité, 2017

En moyenne, un touriste dépense 57 € par nuit passée en Seine-Maritime (soit +16%/2013 et +3€/moyenne nationale). On peut ainsi estimer que le tourisme génère un chiffre d'affaires de 57,4 millions d'euros à l'échelle de la Métropole de Rouen.

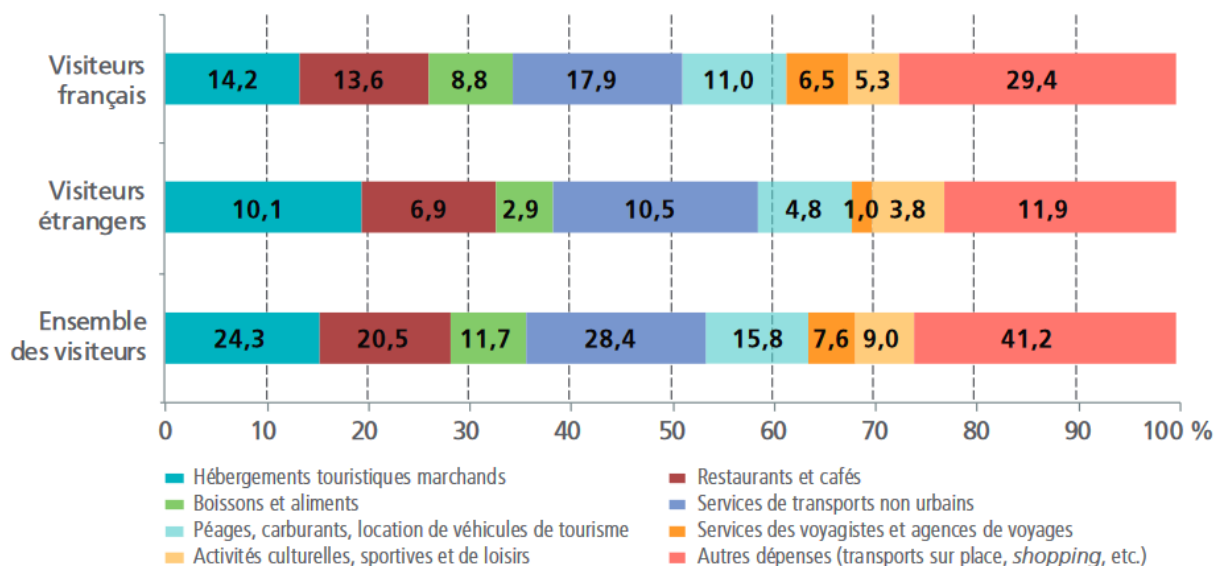
Si les demandes de renseignement enregistrés auprès des Offices de Tourisme de la Seine-Maritime ne concernent les restaurants et la gastronomie qu'à hauteur de 3%, l'alimentation représente tout de même une part importante du budget de touristes.

Aucune étude n'existe à l'échelle de la Seine-Maritime ou de la Métropole Rouen Normandie mais une étude de la DGE datant de 2016 apporte des éléments intéressants permettant d'extrapoler sur les résultats à l'échelle du territoire d'étude.

Ainsi cette étude de la DGE datant de 2016 met en évidence qu'il est possible d'estimer la part des dépenses liées à l'alimentation dans les dépenses des touristes de la manière suivante :

- les achats d'aliments et boissons représentent 7,3% du budget des touristes
- Les dépenses dans les restaurants et cafés représentent quant à elles 13%.

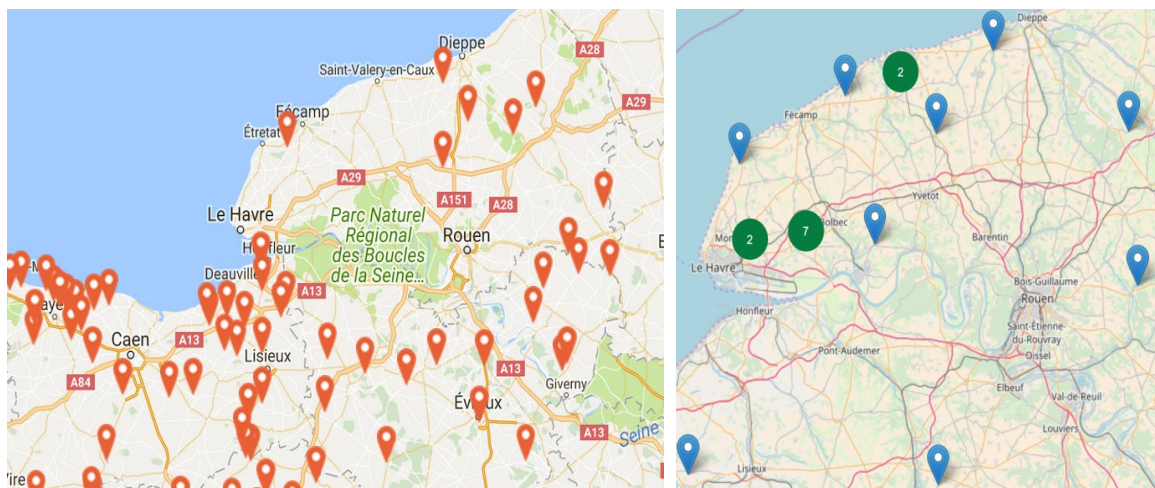
On peut ainsi estimer que l'alimentation dans son ensemble génère des dépenses d'environ 1,2 M€ sur la Métropole de Rouen.



Graphique 37 : Structure de la dépense touristique en 2015, en milliards d'euros

Source : Ministère de l'Economie, DGE, 2016. En France, la consommation touristique progresse de 0,9 % en 2015

L'activité touristique liée à l'agriculture peut être approchée notamment par les structures d'hébergement à la ferme. Plusieurs types de structures existent, notamment les hébergements **Bienvenue à la Ferme** (marque portée par le réseau des Chambres d'Agricultures) et **Accueil Paysan** (structure associative disposant d'une fédération nationale). Les hébergements sous marque Bienvenue à la Ferme sont davantage développés sur les territoire bas normands et aucun n'est identifié par le réseau sur la Métropole de Rouen. Le même constat peut être fait au niveau d'accueil Paysan, davantage développé au niveau de la côté d'Albâtre.



Carte 12 : Localisation des hébergements Bienvenue à la Ferme (à gauche) et Accueil Paysan (à droite)

Seine-Maritime Attractivité met en avant la gastronomie et les produits locaux. Cela passe par plusieurs évènements ou outils de communication développés sur leur site Internet :

- La **pomme** est célébrée à travers de nombreuses festivités, principalement à l'automne, en Vallée de Seine sur la **route des fruits** principalement, mais aussi dans le Pays de Bray, ou encore dans le Pays de Caux ;
- Les **marchés** , pour rencontrer les producteurs : 2 marchés dominicaux de la Métropole sont mis en avant, ceux du Clos Saint-Marc à Rouen et de Sotteville-lès-Rouen ;
- Des **recettes** à base des produits phares seinomarins : Neufchâtel, produits de la Mer, Cresson, Pomme... Une page dédiée a été développée ;
- Les « **bonnes tables** » mettent en avant les chefs étoilés du département ;
- Et enfant, les lieux d'achat de produits locaux (carte interactive)

La Route des Fruits

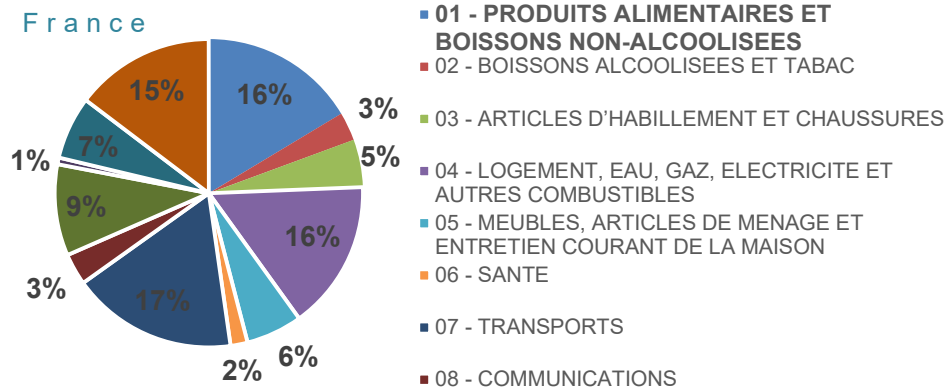
- Portée par le PNR des Boucles de la Seine
- **62 km de voie verte, goudronnée et pistes cyclables**
- **12 communes traversée**
- **Richesse paysagère** : prairies bocagères humides cloisonnées d'arbres têtards ou de haies occupent le marais.
- Et **patrimoniale** : Abbaye de Jumièges notamment
- **Diversité fruitière** : Pruniers, cerisiers, pommiers, bigarreaux...

Les données de consommation

A l'échelle du bassin parisien, l'alimentation tient une place très légèrement supérieure à la moyenne dans le budget global des ménages. On peut y voir l'effet d'un budget logement inférieur à la moyenne française ou du budget alloué à la restauration moindre également.

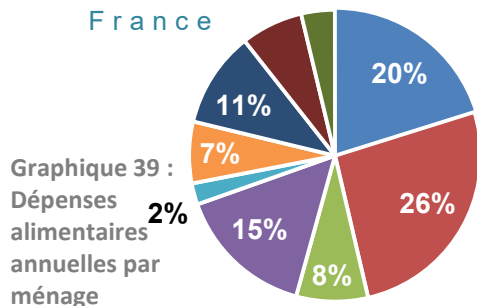
Graphique 38 : La place de l'alimentaire dans le budget des ménages

Source : Gressard Consultants d'après Insee, enquête Budget de famille 2011



Bassin Parisien dont Normandie

L'INSEE estime qu'en 2014, les ménages consacrent 232 milliards d'euros à leur budget « alimentation », à domicile ou en dehors du domicile, **soit une moyenne annuelle de 3 600 €/habitant**. A l'échelle du bassin parisien, la composition du budget des ménages est sensiblement la même que la moyenne française, à la différence d'achats de viande légèrement supérieurs et une consommation moindre de légumes. **On peut donc estimer que le budget alimentaire de la population de la Métropole représente un marché de 762 M€.**



Graphique 39 : Dépenses alimentaires annuelles par ménage

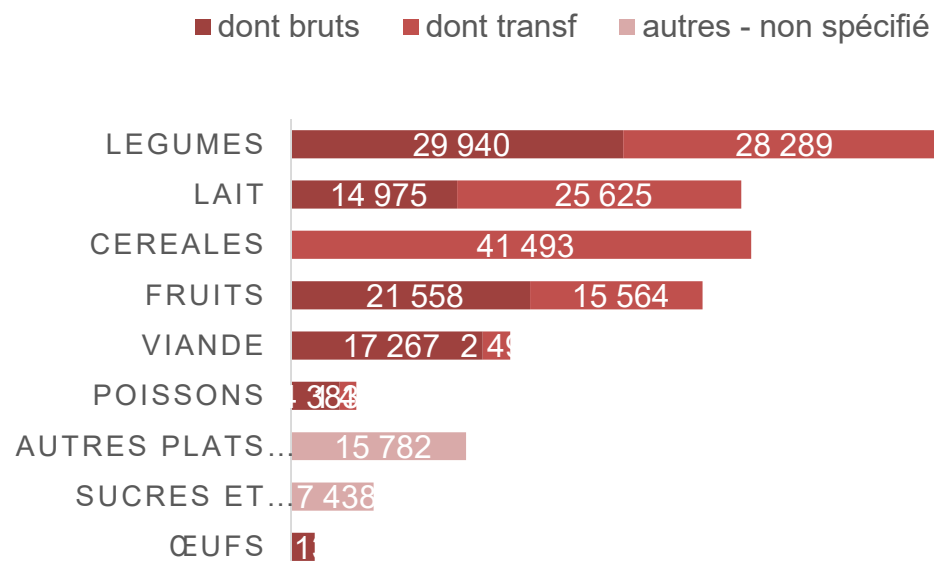
Source : Gressard Consultants d'après Insee, enquête Budget de famille 2011

- 0111 - Pain et céréales, produits à base de céréales (yc pâtisserie, riz, pâtes)
- 0112 - Viande
- 0113 - Poissons et fruits de mer
- 0114 - Lait, fromages et œufs
- 0115 - Huiles et graisses
- 0116 - Fruits
- 0117 - Légumes y compris pommes de terre et autres tubercules
- 0118 - Sucre, confiture, miel, chocolat, glaces et confiserie
- 0119 - Autres produits alimentaires

Bassin Parisien dont Normandie

L'étude INCA 3 (2018) est l'étude la plus fiable et la plus récente concernant les consommations alimentaires de la population française. Elle détaille les consommations journalières moyennes de la population française en fonction de la classe d'âge et de 45 familles de produits. Sur la base de ces données et des données Insee 2014 sur la composition de la population de la Métropole Rouen Normandie, il est possible d'estimer les volumes théoriques de consommation annuelle, regroupés dans 7 grandes familles de produits.

Si l'on ajoute la population touristique, estimée à une population équivalente de 2 760 adultes à l'année, on peut estimer que les habitants de la Métropole consomment chaque année un total de **228 437 tonnes** d'aliments.



Note du Bureau d'études :

Notons que cette méthodologie n'est pas la seule envisageable. Le programme FRUGAL a notamment mis en œuvre une autre méthodologie basée sur :

- La composition des ménages et les catégories socio-professionnelles ;
- Les volumes consommés par famille de produits issus de l'étude CCAF de 2007 du Crédoc.

Ce modèle montre des résultats assez différents. Il a l'avantage de proposer des volumes de consommations « contextualisés » au territoire étudié, via la ventilation des volumes consommés en fonction des CSP, mais il s'appuie sur des études anciennes et le contenu des différentes catégories de produits n'est pas détaillé. Pour cela, nous avons préféré utiliser notre propre modèle, basé sur INCA 3.

Graphique 40 : Détail des volumes consommés à l'échelle de la Métropole par famille de produits

Source : Modèle Gressard consultants d'après données INCA 3

Les habitudes d'achats

A ce jour, aucune étude précise n'aborde les habitudes d'achats et de consommation à l'échelle de la Métropole de Rouen. Dans le cadre de l'élaboration du PAT, une enquête est prévue à l'automne 2018 et pourra apporter des éclairages complémentaires sur cette partie.

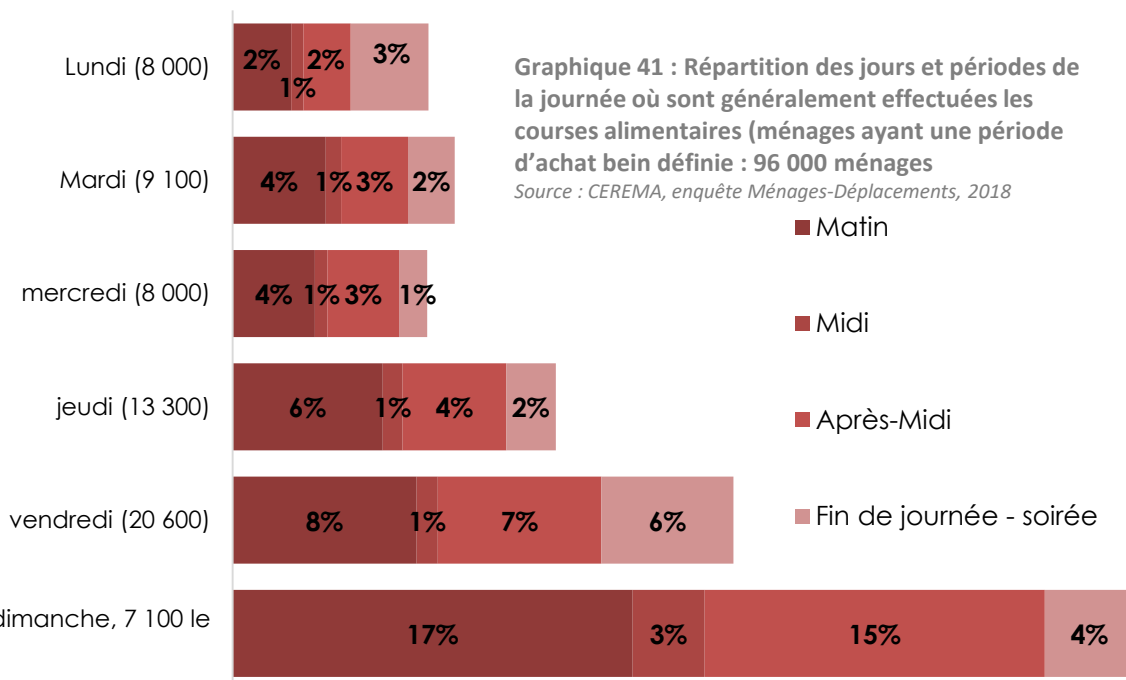
Pour autant, la Métropole a réalisé à 2 reprises, en 2007 et 2017 une enquête Ménages-Déplacement, administrée par le CEREMA. Cette enquête ne se focalise pas sur les pratiques de consommation alimentaire mais les pratiques d'achat dans les différents établissements de l'offre alimentaire : GMS, détail spécialisé, métiers de bouche... L'enquête est très représentative puisqu'elle touche 231 000 ménages.

Elle met en évidence que **près de 55% des ménages interrogés** (soit 126 700 ménages) **n'ont pas de jour de semaine de préférence pour effectuer les achats**. Ainsi, tirer des conclusions sur les pratiques de mobilités en lien avec les courses est délicat.

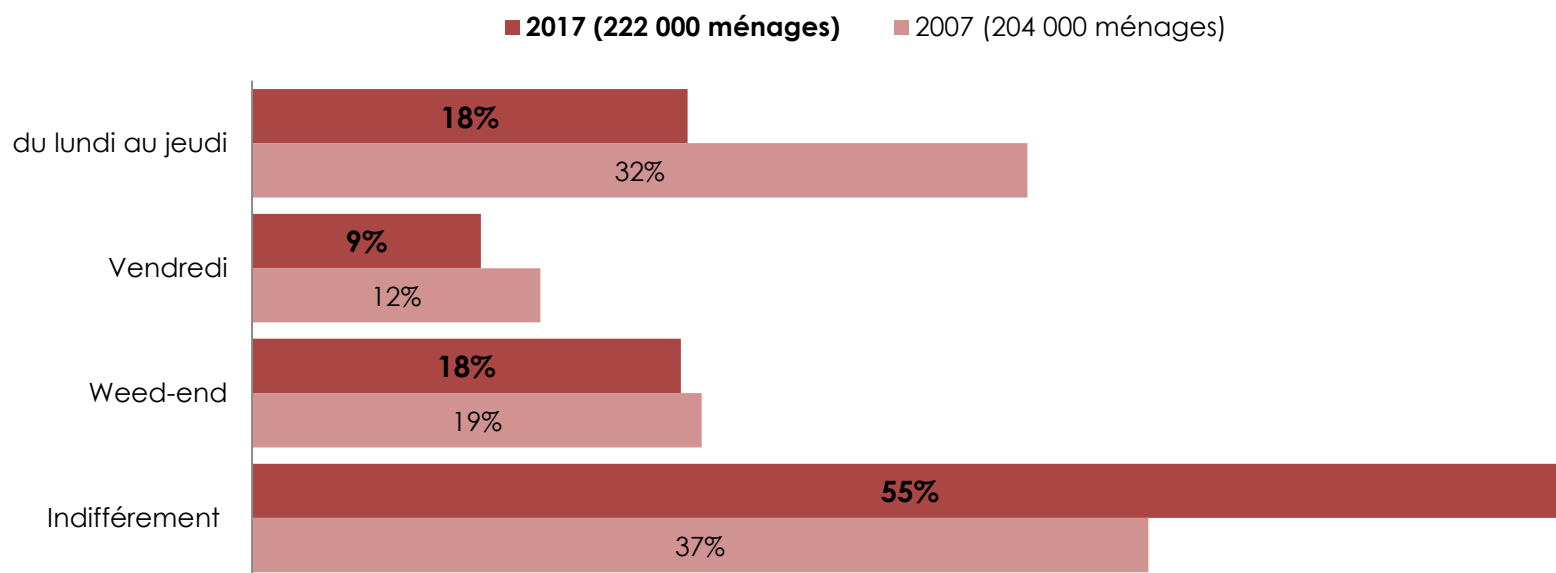
Parmi les 105 000 ménages ayant un jour habituel : 40 600 ménages font leurs courses le week-end et 22 000 le vendredi, soit pour les trois derniers jours de la semaine près de 28% des pratiques d'achats.

On retiendra un relatif équilibre pour les autres jours de la semaine (entre 8 600 et 14 000 pratiques d'achat sur les 4 premiers jours). Les fréquences fournies dans les graphes sont calculées sur la totalité des ménages.

Week-end (37 100 dont 29 100 le samedi, 800 le dimanche, 7 100 le week-end sans distinction)



Outre l'analyse de ces pratiques datant de 2017, c'est l'évolution de celles-ci qui est intéressante. On peut noter un basculement de la période préférentielle d'achat : 32% des achats en 2007 étaient effectués en semaine, hors vendredi. En 2017, ce chiffre ne représente plus que 18% des ménages interrogés, qui adoptent majoritairement des pratiques aléatoires, sans jour préférentiel.



Graphique 42 : Evolution de la répartition de la période préférentielle d'achats alimentaires entre 2007 et 2017 (périmètre Agglo de Rouen et Agglo d'Elbeuf)

Source : CEREMA, enquête Ménages-Déplacement, 2018

L'enquête budget des familles de l'INSEE (la dernière étant basée sur des données 2011) montre que pour faire leurs courses alimentaires, les ménages de France métropolitaine fréquentent les mêmes lieux d'achat en 2011 et en 2001 : ils réalisent **72 % de leurs dépenses dans les grandes surfaces et 15 % dans les commerces de détail spécialisés** (boulangeries, boucheries, épiceries, etc.)¹.

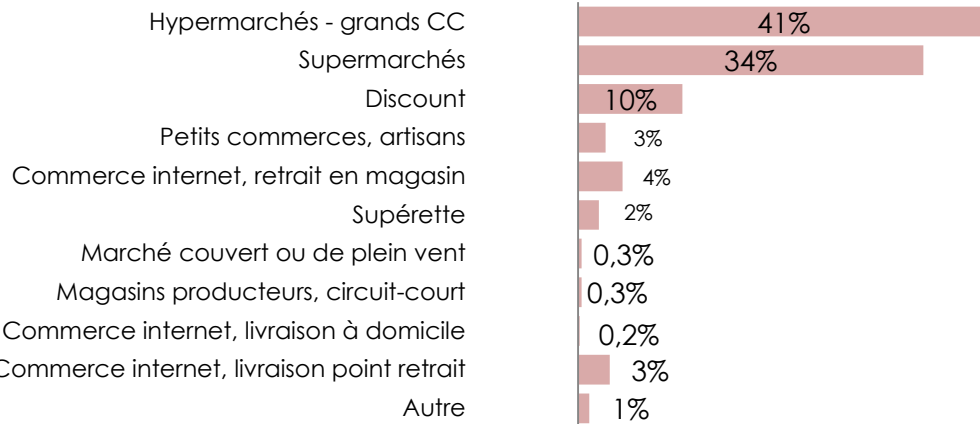
A l'échelle de la Métropole de Rouen, l'enquête Ménages-Déplacement montre qu'en 2017, les moyennes surfaces (supermarchés), grandes surfaces (hypermarchés) et les enseignes discount regroupent **86% des pratiques d'achat. Un chiffre supérieur aux données INSEE.**

Concernant le Discount, l'INSEE signale que depuis 2001, le recours à ce type de commerce reste toujours caractéristique des ménages les plus modestes : en 2011, les 10 % des ménages ayant le niveau de vie le plus faible y réalisent 18,5% de leurs dépenses d'alimentation (18% en 2006) contre 3,5% pour les 10% des ménages les plus aisés.

Sur la Métropole, le petit commerce et l'artisanat ne représentent qu'à peine 3% des pratiques. Il est intéressant de noter que **près des deux tiers de ces achats se déroulent dans le secteur de Rouen, rive droite.**

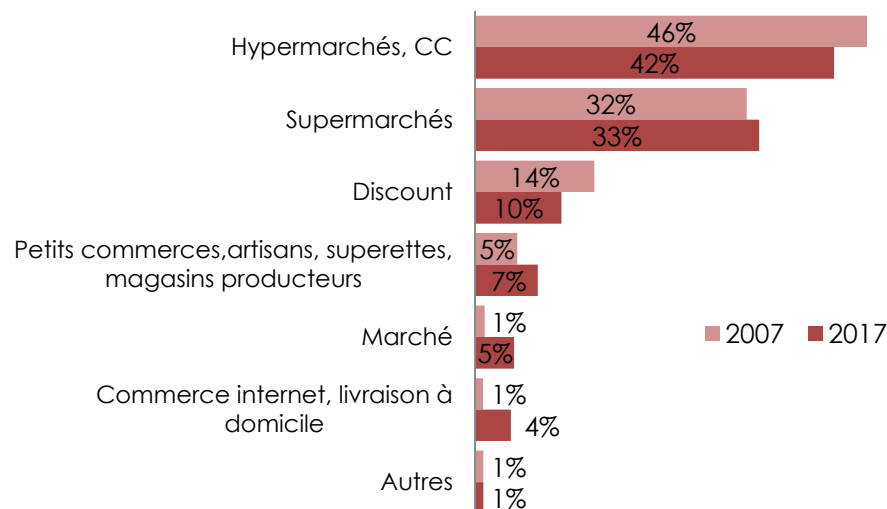
Enfin, **Internet regroupe un peu plus de 4% des pratiques.** Un peu moins des trois quarts de ces achats se répartissent entre la commune de Rouen (sur les 2 rives) et les 2 secteurs de plateaux est-Aubette et nord-Cailly. Ces zones concentrent les plus hauts revenus du territoire.

Entre 2007 et 2017, le recours aux hypermarchés a baissé tandis que les supermarchés sont légèrement plus fréquentés. Cette tendance illustre à la fois le rééquilibrage de l'offre commerciale sur cette même période comme on le verra dans les pages suivantes et des pratiques d'achats constatées au national : les consommateurs fréquentent de moins en moins les hypermarchés.



Graphique 43 : Répartition des achats selon le type de commerce fréquenté (231 000 ménages)

Source : CEREMA, enquête Ménages-Déplacement, 2018



Graphique 44 : Evolution des types de magasins d'alimentation fréquenté entre 2007 et 2017 (périmètre Agglo de Rouen et Agglo d'Elbeuf)

Source : CEREMA, enquête Ménages-Déplacement, 2018

Les achats auprès des petits commerçants, artisans et magasins de producteurs, sur les marchés, tout comme les achats via internet ont progressé. Ainsi, ces tendances consommation collent relativement bien aux données à l'échelle française.

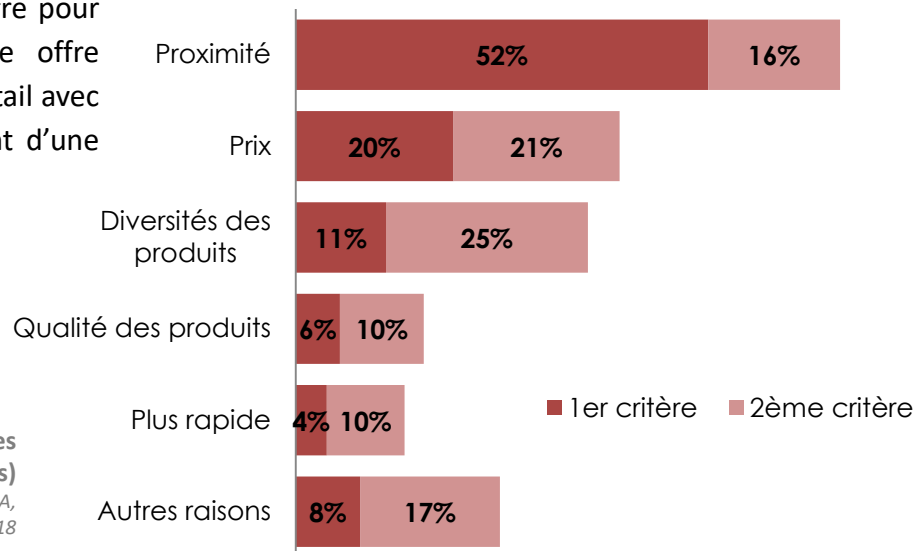
Dans l'optique d'une réflexion sur le développement d'une alimentation de proximité, ces données montrent ainsi l'importance d'actions futures sur cette typologie de commerces. La dynamique de création d'établissements sur ce secteur (voir dynamique de la catégorie alimentaire divers dans le détail spécialisé).

Pour autant, bien que les hypermarchés soient en baisse, les supermarchés montrent une bonne dynamique sur la Métropole de Rouen comme au national. Couplé au fait que les moyennes surfaces (supermarchés), grandes surfaces (hypermarchés) et les enseignes discount regroupent 86% des pratiques d'achat.

Pour ce qui est du critère de choix des lieux d'achat, les réponses des personnes interrogées sont spontanées sur deux choix possibles. Pour le premier choix, le prix est un critère **secondaire** de sélection des lieux d'achat (45 500 réponses). C'est le critère de distance (proximité) qui est plébiscité (119 000 réponses).

En second choix de réponse, la diversité des produits est citée le plus souvent (25%), suivi du prix (21%). Ceci illustre l'essor de l'offre pour des magasins ou des outils permettant d'accéder à une offre diversifiée de qualité : magasin de producteurs, magasin de détail avec gamme large de produits locaux, Ruches qui Dit Oui disposant d'une gamme large...

Graphique 45 : Critères de sélection des lieux d'achats (231 000 ménages)
 Source : CEREMA, enquête Ménages-Déplacement, 2018



Alimentation et santé

Rappelons que les origines de l'obésité sont multiples et l'identification des facteurs impliqués dans son développement et son installation est loin d'être achevée.

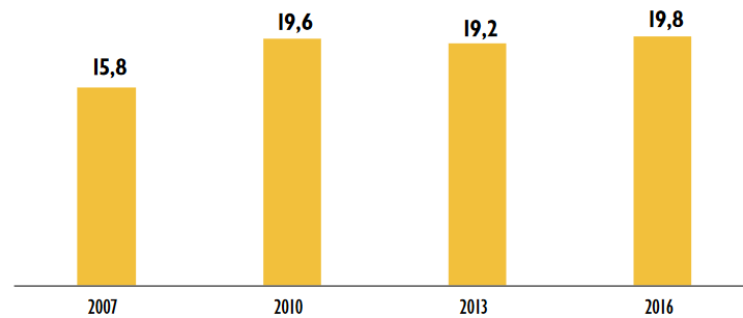
Les modifications de l'alimentation et la réduction de l'activité physique jouent un rôle incontestable dans l'émergence récente de l'obésité. L'augmentation de la taille des portions, la plus grande densité énergétique, la disponibilité de l'alimentation, et l'évolution des prix alimentaires sont des éléments qui favorisent les consommations caloriques excessive. Les loisirs tels que la télévision ou les jeux vidéo l'utilisation de la voiture et des transports en commun dans les déplacements du quotidien induisent quant à eux une diminution des dépenses énergétiques (source INSERM).

Outre ces facteurs influençant le bilan nutritionnel des individus, d'autres facteurs interviennent, et notamment : prédisposition génétique et effet de l'environnement (stress, prise de médicament, virus, exposition à certains polluants...).

Depuis dix ans, l'obésité reprend sa progression. En France, l'étude ESTEBAN fait référence. Elle a montré en 2016 que 54% des hommes et 44% des femmes sont en surpoids ou obèses (IMC ≥ 25), cette prévalence augmentant avec l'âge. La prévalence de l'obésité (IMC ≥ 30) est estimée à 17%, sans distinction entre hommes et femmes selon l'équipe de surveillance et d'épidémiologie nutritionnelle (Esen) (*Étude de santé sur l'environnement, la biosurveillance, l'activité physique et la nutrition (Esteban), 2014-2016. Volet Nutrition. Chapitre Corpulence. Saint-Maurice : Santé publique*).

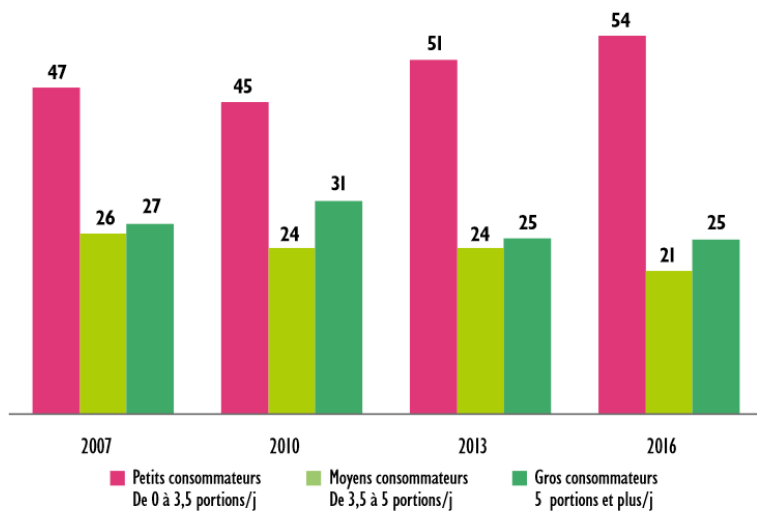
En 2016, le CREDOC a montré que la proportion d'enfants en surpoids ou obèses était de 19,8% contre 15,8% en 2007. Les enfants concernés sont toujours nettement plus représentés dans les milieux les plus défavorisés (le pourcentage de surpoids ou obèses est de 35% dans les foyers avec moins de 9 900 euros annuels par unité de consommation, contre 26% pour ceux gagnant de 9900 euros à moins de 13 000 euros et seulement 16% pour ceux gagnant plus de 30 500 euros).

En parallèle, le CRECOC a montré que de moins en moins de français suivaient les recommandations du Plan National Nutrition Santé, en particulier, la recommandation sur les fruits et légumes pour laquelle la proportion de « petits consommateurs » augmente de façon progressive depuis 2010, comme le montre le graphique 47.



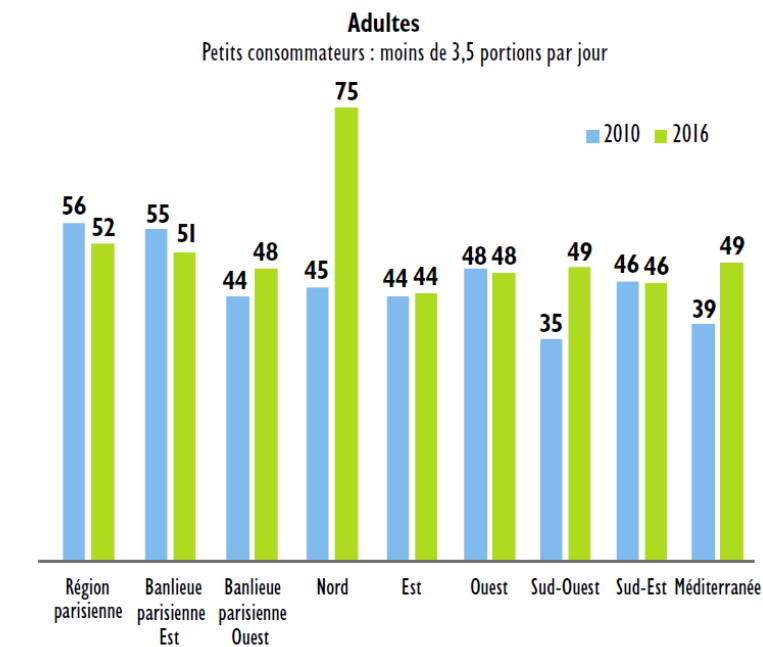
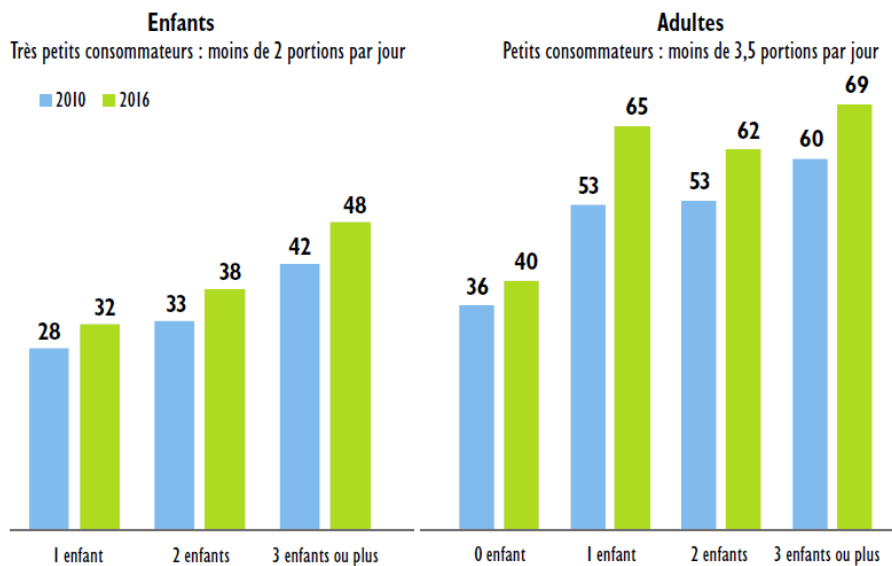
Graphique 46 : Hausse de la proportion d'enfants obèses et en surpoids entre 2007 et 2016 (enfants entre 3 et 14 ans en surpoids ou obèses)

Source enquête CCAF 2007, 2010, 2013 et 2016



Graphique 47 : Evolution du suivi des recommandations « consommation de fruits et légumes » par catégorie de consommateur entre 2007 et 2016

Source enquête CCAF 2007, 2010, 2013 et 2016



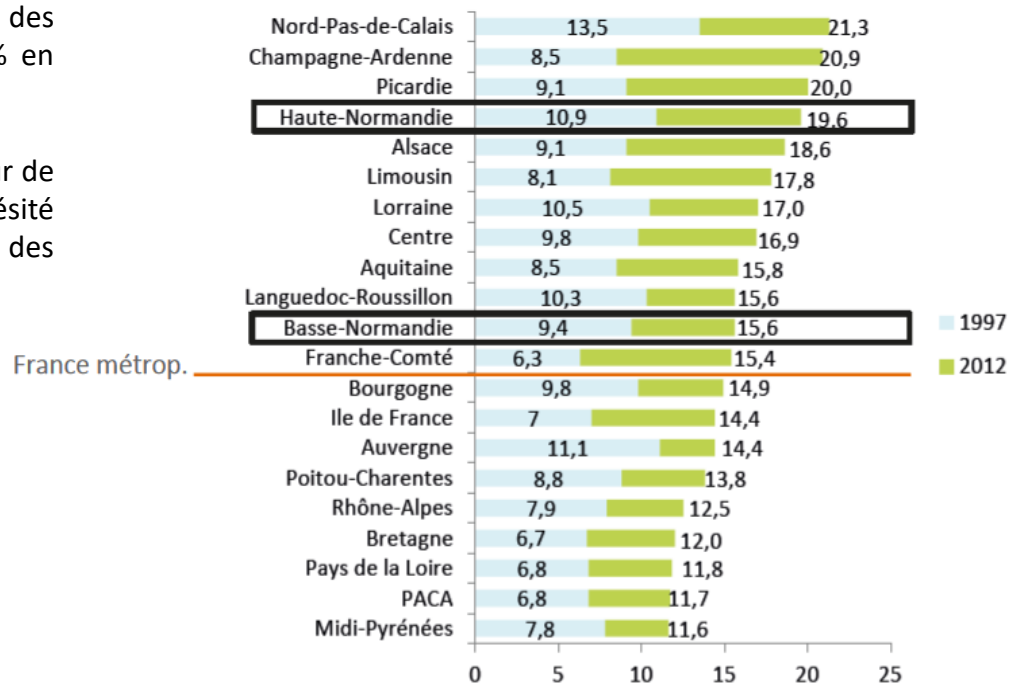
Graphique 48 : Evolution 2016/2010 de la répartition des petits consommateurs de F&L selon les régions au sein de la population Adulte

Source enquête CCAF 2010, et 2016

Là encore, la prévalence de « petits consommateurs » semble corrélée de manière positive au nombre de personne dans le foyer. Par ailleurs, le facteur revenu intervient également : près de la moitié des enfants vivant dans des foyers où le responsable du ménage n'a aucun diplôme consomment moins de deux portions de fruits et légumes ; c'est le cas de seulement 23% des enfants quand le responsable des achats a un niveau de diplôme supérieur ou égal à un BAC + 3.

Ainsi, **3 personnes sur 5 sont en surpoids dans l'Eure et la Seine-Maritime**. Dans ces départements, le surpoids concerne 42% des hommes et 30% des femmes vus en médecine générale. Les chiffres interpellent d'autant plus que plus d'un quart des hommes et une femme vus dans les cabinets des médecins généralistes sont obèses (contre 17% en France d'après l'étude ESTEBAN).

L'obésité abdominale, déterminée à partir du tour de taille, est plus fréquemment observée que l'obésité globale et concerne 2/3 des hommes comme des femmes.



Graphique 49 : Proportion de personnes âgées de 18 ans et plus obèses selon la région de domiciliation en 1997 et 2012

Source : Obépi, Institut Roche

Synthèse

La consommation alimentaire des 489 428 habitants de la Métropole Rouen Normandie montre des pratiques cohérentes vis-à-vis des tendances nationales.

On notera :

- Une consommation alimentaire totale estimée à **469 000 tonnes** d'aliments/an ;
- Des dépenses alimentaires semblables à la moyenne nationale, qui représentent un marché total de près de **762 M€** par an ;
- Des consommateurs qui fréquentent **de moins en moins les hypermarchés (-4% entre 2007 et 2017)** mais de plus en plus les petits commerçants & magasins de producteurs **(+2%)**, les marchés **(+4%)** et commandent davantage par internet **(+3%)** ;
- Malgré cette tendance, le circuit hyper/super/discount représente encore **86%** des pratiques d'achat alimentaire ;
- Les **2/3** des achats auprès des petits commerçants et artisans sont concentrés sur Rouen Rive droite, ce qui témoigne d'une typologie citadine de ces pratiques ;
- Les achats en ligne représentent **4%** des pratiques et sont en forte augmentation. Ils sont concentrés à près de **75%** sur la commune de Rouen (sur les 2 rives) et les 2 secteurs de plateaux est-Aubette et nord-Cailly (revenus les plus hauts) ;
- Les périodes d'achats se déstructurent : **55%** des ménages n'ont pas de jour de semaine de préférence pour effectuer les achats ;
- La prévalence de l'obésité reste préoccupante sur le territoire : elle toucherait **25%** de la population adulte contre 17% en moyenne en France.

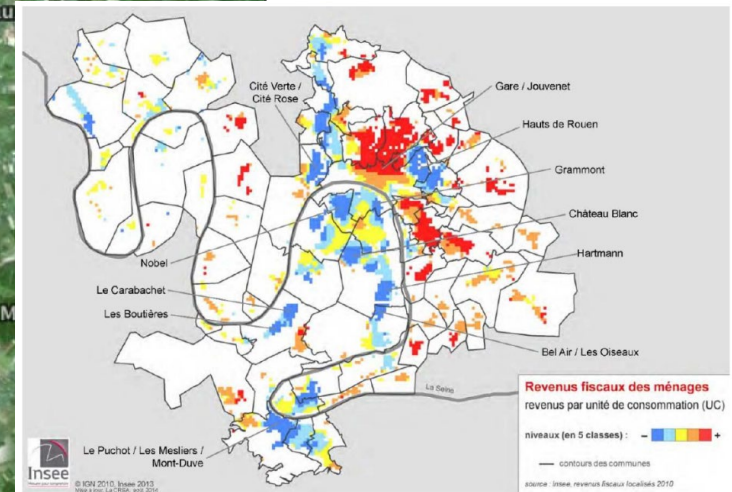
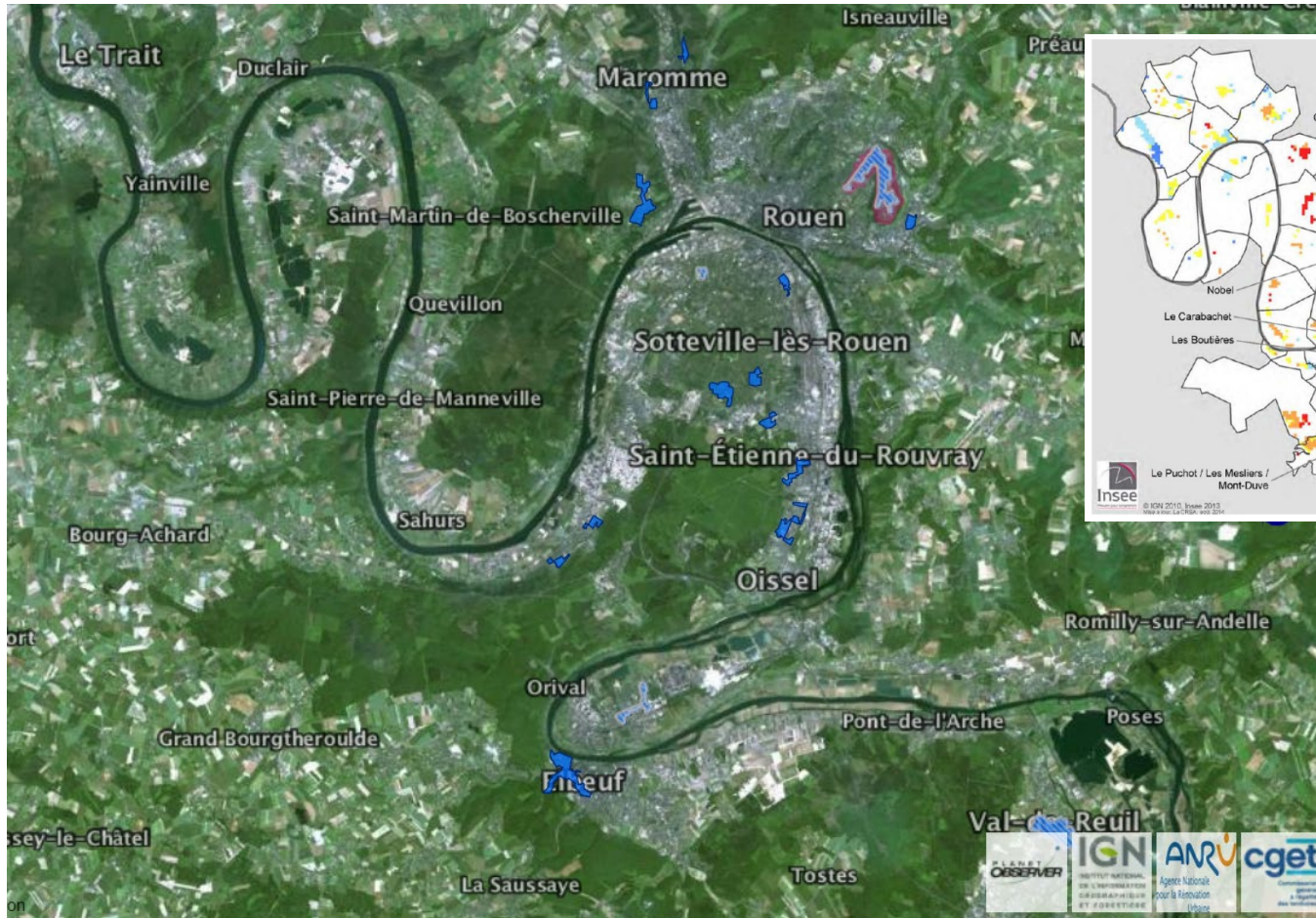
4 - La consommation alimentaire sur le territoire de la Métropole

4.2 - La problématique de l'accessibilité alimentaire

Les revenus des ménages

Pour rappel, le profil social de la Métropole de Rouen montre d'assez fortes disparités de revenus ainsi qu'un taux de pauvreté de 16,4%, soit 1,7 points de plus que la moyenne française (France métropolitaine).

La Métropole de Rouen dispose de 16 QPV dans le cadre de son contrat Politique de la Ville.



Carte 13 : Localisation des quartiers prioritaires Politique de la Ville

L'insécurité alimentaire : définition et données nationales

L'insécurité alimentaire est un **indicateur subjectif qui correspond à une situation dans laquelle des personnes n'ont pas accès à une alimentation sûre et nutritive en quantité suffisante, qui satisfasse leurs besoins nutritionnels et leurs préférences alimentaires pour leur permettre de mener une vie active et saine**. Elle peut résulter de l'absence physique de denrées, d'un pouvoir d'achat insuffisant ou d'autres facteurs. Elle peut être collective ou individuelle, chronique, saisonnière ou transitoire.

Cette notion englobe ainsi des **situations très différentes** allant de la survie immédiate aux difficultés économiques chroniques.

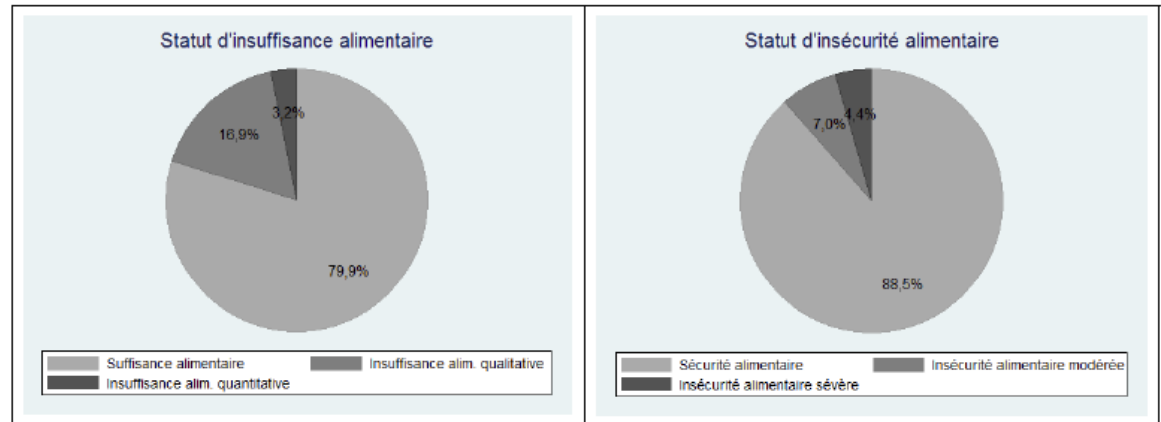
D'après l'étude nationale INCA 3 (pilotee par ANSES, 2018) sur un échantillon de 5 800 individus « Adulte » (n= 3157) :

- **l'insuffisance alimentaire qualitative touche 17% des ménages** (chiffre comparable à INCA2)
- **l'insuffisance alimentaire quantitative concerne 3,2% des ménages** (plus élevé que dans l'étude INCA2 : 0,9%)

Grâce aux données d'insuffisance alimentaire, tant qualitative que quantitative, le calcul de l'insécurité alimentaire a conduit les auteurs d'INCA 3 à **classer 11% des ménages français en situation d'insécurité alimentaire**, dont 4,4% en insécurité sévère.

Les chiffres-clés

- IA quantitative : **3,2%** des ménages
- IA qualitative : **17%** des ménages
- Insécurité alimentaire : **11%** des ménages



Graphique 50 : Indicateurs d'insuffisance alimentaire et d'insécurité alimentaire (échantillon Adultes de 18 à 79 ans (n=3 157))

Source : Etude INCA3 2014-2015, traitement ANSES

En Seine-Maritime, le taux de pauvreté est de 14,4% et est égal à la médiane française. La Métropole se situe légèrement au-dessus du chiffre départemental, à hauteur de **16,4%**¹. Si INCA 3 ne fait pas de lien entre les données d'insécurité alimentaire et le taux de pauvreté, l'étude ABENA² apporte quelques réponses. D'après ABENA, **le pourcentage d'insécurité alimentaire dans les foyers en dessous du seuil de pauvreté est de l'ordre de 22%**.

Appliqué à la Métropole, qui comptait en 2014, 206 687 ménages fiscaux, on peut ainsi considérer que **33 070 ménages sont sous le seuil de pauvreté et que potentiellement, 7 275 ménages sont en situation d'insécurité alimentaire**, ce qui correspondrait à 16 178 personnes.

Il faut considérer que la population souffrant d'insécurité alimentaire ne se limite pas à celle ayant recours à l'aide alimentaire, elle est plus importante dans la mesure où certains ne font pas appel à cette aide alimentaire, bien qu'elle leur soit nécessaire³.

INCA 3 montre que :

- en France, **2,4% des ménages déclarent avoir eu accès au cours du dernier mois** (personnellement ou une autre personne du ménage) **à une aide alimentaire gratuite**, soit sous forme de repas gratuits distribués dans une structure d'aide alimentaire, soit sous forme de distribution de paniers alimentaires gratuits
- de même, ils sont **1,9% à avoir bénéficié d'une aide aux achats alimentaires au cours du dernier mois**, soit avec des bons d'achats pour des produits alimentaires, soit par un accès à une épicerie sociale ou solidaire où les aliments sont vendus moins chers

→ **On constate que ces données sont bien inférieures aux 11% des ménages en situation d'insécurité alimentaire au niveau national, et même aux 4,4% en situation d'insécurité sévère. L'aide alimentaire n'apporterait donc une réponse que partielle à la problématique de l'accessibilité alimentaire en France et certains citoyens restent « exclus ».**

Les chiffres-clés

- **16,4%** : taux de pauvreté en 2014 à l'échelle de la Métropole
- **7 275** ménages seraient potentiellement en Insécurité Alimentaire

¹ Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav-CCMSA, Fichier localisé social et fiscal, 2014

² 2 études ABENA ont été menées entre 2004 et 2005 puis entre 2011 et 2012) par l'ORS ÎdF, l'INVS, l'INPES et la DGCS. Elles ont pour objectif de **décrire les profils sociodémographiques, l'alimentation et l'état nutritionnel des bénéficiaires de l'aide alimentaire et de mesurer les évolutions.**

³ Selon Nicole Darmon dans l'étude l'Insécurité alimentaire pour des raisons financières en France (Travaux de l'Observatoire national de la pauvreté et de l'exclusion sociale (ONPES) de 2009-2010).

D'une manière générale en France, quatre grands types d'acteurs participent à la réduction de l'insécurité alimentaire et la réinsertion des bénéficiaires¹ :

- 1. Les acteurs institutionnels** : la Commission européenne, les Ministères en charge de la cohésion sociale, de l'agriculture et de l'alimentation, leurs services déconcentrés, et des établissements publics qui leur sont rattachés, les collectivités territoriales et leurs groupements, à l'échelle régionale, départementale ou communale, les Centres Communaux ou Intercommunaux d'Action Sociale (CCAS/CIAS) ;
- 2. Les associations caritatives** : réseaux nationaux et associations locales habilitées ;
- 3. Les acteurs économiques de la chaîne alimentaire, pour le don notamment** : les agriculteurs, les industries alimentaires, les distributeurs... ;
- 4. Le grand public** (dons et collectes, bénévolat...).

Au niveau de la Métropole de Rouen, plusieurs acteurs principaux ont été recensés :

- 1. Les CCAS du territoire** : ils peuvent intervenir de différentes manières, par l'ouverture d'une épicerie sociale et solidaire, le soutien d'associations locales, les accueils de jour, la distribution de chèques ou tickets service...
- 2. La banque alimentaire** : Elle centralise les dons aux provenances variées (IAA, magasins de la grande distribution, retraits (fonds européens), MIN de Rouen et grossistes....). Elle distribue chaque année 3 000 t de nourriture à près de 80 associations, CCAS ou épiceries sociales conventionnées, pour un équivalent d'environ 6 à 7 millions de repas ce qui représente environ 14 000 bénéficiaires
- 3. Les associations appartenant à un réseau national** : on compte notamment Les Restos du Cœur, le Secours Populaire, le Secours Catholique ou encore la Croix-Rouge
- 4. Les associations locales**, habilitées par la préfecture

Focus sur le CCAS de Rouen

- **1 700** bénéficiaires inscrits auprès de 5 associations rouennaises
- **86 k€** de subventions données aux associations
- **2** accueils de jours avec, soit un service de restauration, soit la mise à disposition d'une cuisine.

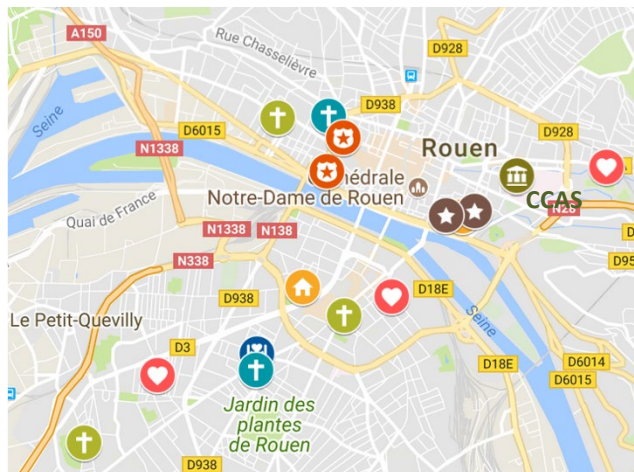
Focus sur la Banque Alimentaire de Rouen

- **3 000 t** de nourriture par an
- **6 à 7 millions** de repas pour **14 000 bénéficiaires** au total
- Convention avec **80** associations, CCAS ou épiceries sociales

¹ Aide alimentaire et accès à l'alimentation des populations démunies en France, CNA avis 72, 2013

Les acteurs de l'aide alimentaire sur le territoire

-  Banque Alimentaire
-  Restos du Cœur
-  Epicerie sociale et solidaire
-  Secours Populaire
-  Secours Catholique
-  Entraide Protestante
-  Associations indépendantes
-  Armée du Salut

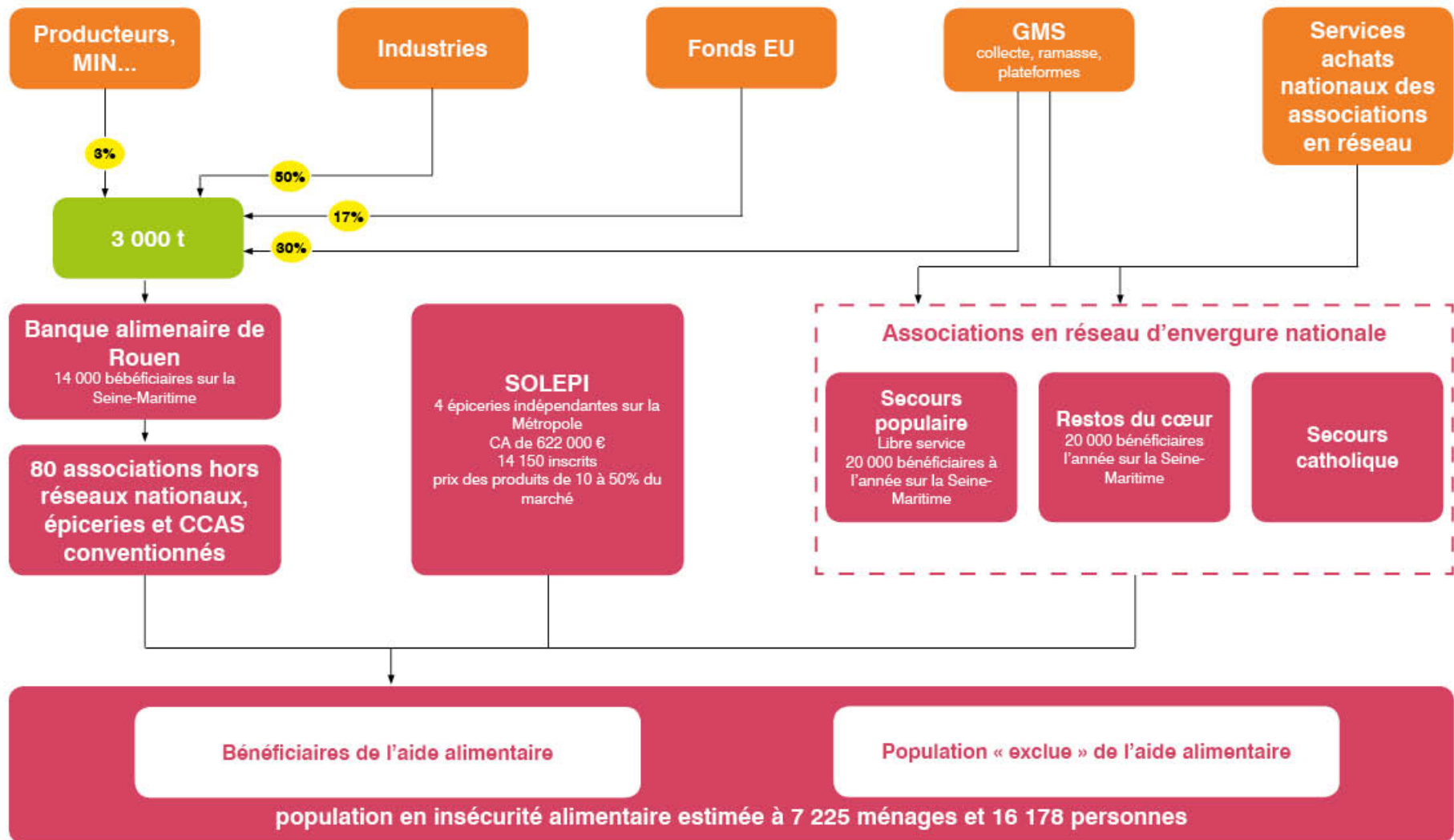


Carte 14 : Carte des acteurs de l'aide alimentaire sur le territoire

On constate une concentration des acteurs sur Rouen mais le maillage reste cohérent avec la cartographie des niveaux de vie à l'échelle de la Métropole.

Les acteurs de l'aide alimentaire offrent des formats variés de l'aide alimentaire : distribution de repas, paniers, libre-service, chèques ou tickets services.

Les acteurs du système de l'aide alimentaire sur le territoire



Les entretiens avec les acteurs de l'aide alimentaire ont permis d'identifier un certain nombre de problématiques, à différents niveaux :

- **Manque d'offre au regard de la demande : une problématique accrue par le besoin de démarchage commercial et la concurrence**

Une forte demande et des problématiques pour sourcer les produits :

« C'est très compliqué au regard des volumes, la pression est très forte. A solidarité Plateau, certaines personnes font parfois la queue 5/6h avant les distributions »

« Au quotidien on rame pour trouver des produits » « On a contacté plein de gens, mais on n'arrive pas à avoir de contact régulier »

*« Le MIN est partenaire, on travaille avec plusieurs grossistes mais on a du mal à travailler avec les autres : on n'a jamais réussi à discuter avec eux
On n'est pas prioritaire, les GMS vont donner à la BA d'abord. On va jusqu'à Dieppe, jusqu'au Havre pour collecter, on va dans la Somme »*

*« Les grossistes sur le MIN ! On a essayé pour les F&L mais c'était payant. Ils ne voulaient pas nous les donner gratuitement.
Ils vendent les déclassés à des gens qui font les marchés, donc ils ne veulent pas nous les donner »*

Une concurrence par d'autres acteurs :

« Les destockeurs se sont mis sur ce circuits-là »

- **L'approvisionnement alimentaire : des problématiques d'adéquation offre/demande**

« certaines catégories de produits sont sous-représentées ou surreprésentées. Ex on a eu des arrivées de Kinder »

« A la banque alimentaire, on a par exemple 4 à 5% de sucré par rapport au 2% recommandés »

« question des produits halal > peu voire pas proposés, à la marge. Je ne mesure pas à quel point c'est un problème. Mais on nous remonte cette inadéquation > demande très importante » « le plus difficile à avoir ce sont les conserves de plats cuisinés (cassoulet...) et pourtant il y a une demande »

- **Problématiques logistiques**

« L'idée c'est d'être dans une aide « active » et non pas passive. La BAa été très réservée sur ce type de fonctionnement alors que la philosophie nationale prône ce fonctionnement épicerie. Réserve « déontologique », sur le fait que l'association vienne plusieurs fois dans la semaine récupérer des denrées et déstabilise le fonctionnement de la BA. »

« Logistique déchets et coût : - Facture 2016 de 3000 € de surpoids de poubelles > or nous, pour que les GMS nous donnent des produits, je suis obligée de prendre les produits moches. Donc j'ai beaucoup de poubelle. Le Président de la Métropole ne l'entend pas pour l'instant. »

- **Des associations largement dépendantes du bénévolat, opéré par une population « vieillissante »**

« La plupart de ces associations sont tributaires des bénévoles qui sont vieillissants. C'est source d'inquiétude »

« La BA a 8 salariés et en moyenne 35 bénévoles par jour. Sans bénévolat pas de banque. Soucis > fidéliser le bénévolat et attirer d'autres bénévoles »

- **Un constat partagé d'une augmentation des besoins : des bénéficiaires plus nombreux, notamment au niveau de la population de migrants**

« Il y a 3 à 4 ans on avait 7 500 bénéficiaires. La précarité semble augmenter »

« Sur les migrants, l'autobus nous a signalé de plus en plus une population migrante de plus en plus importante »

- **Gaspillage et difficultés à mobiliser les bénéficiaires autour de leurs pratiques alimentaires**

« ateliers cuisine très compliqué à mettre en place sur le long terme. Difficultés retrouvées partout. Contenu du panier : tout un tas de choses n'est pas utilisé (fruits et légumes notamment) > grosse problématique de gaspillage. Quand il est proposé des ateliers sur ces produits justement, il y a une problématique d'intérêt/d'adhésion du public. Problématique centrale car on a de la perte et les bénéficiaires de l'aide alimentaire ont des prévalences de maladies supérieures. »

Synthèse

En cohérence avec les éléments d'analyse sur les inégalités de revenus et le taux de pauvreté, la précarité alimentaire ressort comme un sujet central sur le territoire.

- Le taux de pauvreté 2014 de la Métropole de Rouen s'élève **16,4%**, c'est 1,7 points de plus qu'à l'échelle de la France métropolitaine ;
- Les données nationales montrent qu'en moyenne, **22%** des ménages sous le seuil de pauvreté sont en situation d'insécurité alimentaire ;
- A l'échelle de la Métropole de Rouen, on peut estimer que **plus de 7000 ménages** seraient en Insécurité Alimentaire ;
- Toutes les associations et acteurs de l'aide alimentaire interrogés témoignent d'une **hausse de la population des bénéficiaires**, et globalement une hausse des sollicitations ;
- Certaines populations semblent plus concernée par cette tendance : on citera les familles monoparentales et les migrants ;
- Un réseau d'acteurs de l'aide alimentaire très dense sur le territoire, témoignant du besoin ;
- La Banque Alimentaire de Rouen, c'est **3 000 t** de denrées/an à destination de **80** associations, épiceries et CCAS qui interviennent auprès de **14 000** bénéficiaires ;
- Des problématiques de sourcing : adéquation offre/demande, démarche commerciale...
- Un enjeu d'éducation et de sensibilisation des bénéficiaires mais une difficulté de mobiliser

4 - La consommation alimentaire sur le territoire de la Métropole

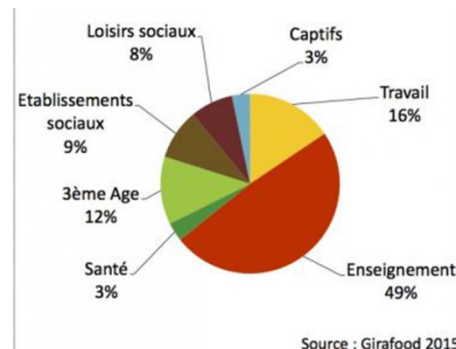
4.3 - Lieux d'achat, l'offre commerciale

La restauration hors domicile

L'enquête Budget des familles donne les coefficients budgétaires de l'alimentation prise à domicile et à l'extérieur : à l'échelle française sur 100 repas, ce ratio est d'environ 76/24. 24% des repas sont ainsi pris à l'extérieur. Deux catégories sont principalement concernées par la Restauration Hors Domicile : la restauration collective et la restauration commerciale.

La restauration collective

En France, la restauration collective représente près de **3650 milliards de repas par an**. La gestion directe reste le mode de gestion majoritaire et sert 2208 milliards de repas tandis que le secteur de la restauration collective déléguée (notamment à des Sociétés de Restauration Collective) représente 40% du marché, soit près de 1440 milliards de repas, et continue de s'étendre. Le graphique ci-contre montre la répartition nationale du marché de la restauration collective. L'enseignement y tient une place prépondérante.



Graphique 51 : Répartition nationale du marché de la restauration collective.

La Métropole de Rouen compte environ **45 000 élèves inscrits en primaire**. Ils se répartissent dans plus de 300 écoles. Selon le Ministère de l'Education Nationale, **60% des élèves français à l'école primaire déjeuneraient le midi dans un restaurant scolaire**. Rapporté au territoire de la Métropole, le nombre de déjeuner pris par des élèves de primaire s'élèverait à **27 000 repas par jour** et environ **3,8 millions de repas/an** en se basant sur une ouverture de 140 jours/an.

A noter que sur le territoire, deux acteurs centralisent près de la moitié des repas du primaire : le SIREST (syndicat intercommunal de restauration collective de Rouen-Bois-Guillaume) qui produit 7 000 repas/jour et la cuisine centrale de Saint-Etienne-du-Rouvray d'une capacité de 2 300 repas/jour.

Cuisine Centrale de Saint-Etienne-du-Rouvray

- **2** foyers de personnes âgées, **1** restaurant administratif, **3** à **4** centres de loisirs, **20** écoles, repas à domiciles.
- **2 300** repas/jour
- **30%** de produits locaux et/ou bio

Le SIREST

- **62** écoles, **9** accueils de loisirs, **10** crèches, **1** restaurant municipal et **1** restaurant pour personnes âgées.
- **7 000** repas/jour en période scolaire
- **65%** de produits locaux durables et bio dans les menus





Concernant les **collèges**, 52 sont recensés sur la Métropole et totalisent près de 31 000 collégiens ce qui équivaut à environ **2,6 millions de repas/an**. **Au niveau des lycées, on compte une trentaine** d'établissements gérés par la Région. Cela représenterait près de 28 000 élèves de lycées généraux ou professionnels et 20 000 d'entre eux déjeuneraient dans leur établissement, équivalant ainsi à **2,8 millions de repas/an**.

La Métropole compterait également plus de **28 000 étudiants**. Les restaurants universitaires relèvent de la compétence du CROUS de Normandie. **Le CROUS compte 975 054 repas par an** soit sur 140 jours, une moyenne de 7000 repas/jour environ.



Quant au secteur médical, le service de restauration du CHU de Rouen comprend une unité centrale de production et des cuisines relais dans les hôpitaux pour personnes âgées et pour les restaurants du personnel. Cette cuisine centrale se situe sur le site de Bois-Guillaume en dehors de l'enceinte hospitalière. Elle est autogérée. Elle fonctionne selon le principe de liaison froide. Elle fabrique et délivre près de 12 000 repas/jour.

Structures	Repas /an
Ecoles	3,8 M
dont SIREST	1 M
dont Cuisine Centrale de Saint-Etienne-du-Rouvray	0,3 M
Collèges	2,6 M
Lycées	2,8 M
Enseignement supérieur	1 M
Santé (CHU)	4,4 M
TOTAL	14, 6 M

Tableau 7 : Synthèse des volumes de repas annuels de la restauration collective sur le territoire

Pour ce qui est des prestations extérieures, les principaux prestataires extérieurs identifiés sont ISIDORE Restauration, La Normande (Groupe SODEXO) et COMPASS. Sur le secteur scolaire et notamment primaire, il semblerait que les plus petites structures aient recours à la gestion concédée via un prestataire, notamment en raison des coûts de mise aux normes et de maintien d'une équipe de restauration.

ISIDORE : ISIDORE Restauration est une société de restauration collective intervenant dans les restaurations scolaires, d'entreprises et médico-sociales. **Elle gère une trentaine de restaurants sur la Métropole** et possède une **cuisine centrale à Barentin**. Elle travaille en direct avec les éleveurs pour certains de ses approvisionnements. Son réseau d'approvisionnement est construit depuis longtemps. Elle travaille avec des grossistes pour assurer la logistique.

Sur la base des grammages recommandés par le groupe d'étude des marchés de restauration collective et nutrition (GEM-RCN) convertis en poids brut, une projection du potentiel des volumes de certains produits agricoles entrant dans les menus de la restauration collective a été réalisée.

Le nombre de semaines d'activité retenue est basé sur l'activité habituellement rencontrée pour chaque type d'établissement pris en compte dans la projection.

La fréquence d'introduction des produits est établie sur la base de la variété des menus habituellement mis en œuvre tel que définie par la GEM-RCN (plan alimentaire) tout en prenant en compte une alternance avec des produits issus de la 3^{ème} gamme (surgelés)

La restauration collective représente ainsi un marché estimé à 3 100 tonnes par an.

Les pratiques d'achats des établissements dépendent de l'organisation de chacun, des budgets et des moyens humains alloués.

Certains acteurs semblent s'inscrire dans une politique claire de reterritorialisation des approvisionnements. Les exemples du SIREST et de la Cuisine Centrale de Saint-Etienne-du-Rouvray montrent des taux d'approvisionnement en produits locaux et bio assez élevés.

Dans le cas du SIREST par exemple, les approvisionnements se font à **65% en produits locaux, durables et bio** dans les menus répartis comme suit :

- **29 % de produits fermiers (via l'association Local et Facile)**
- **22% de produits biologiques (via Nos paysans normands)**
- **10% de poissons issus de la pêche durable**

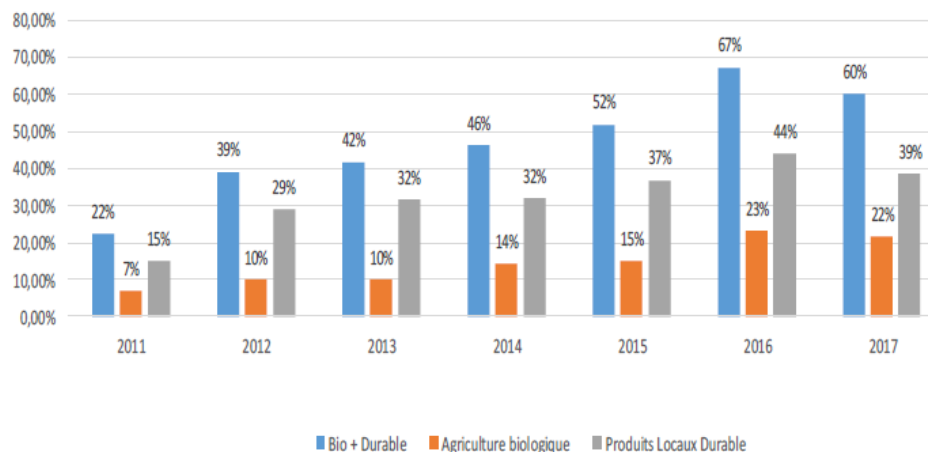
Les produits locaux représentent ainsi des volumes d'achats importants. Le SIREST est un débouché majeur pour les acteurs locaux, en particulier pour l'association Local et Facile.

Tableau 8 : Tableau récapitulatif des volumes estimés consommés par la restauration collective sur la Métropole par catégorie de produits

Source : Gressard Consultants d'après les entretiens et les données du GEM-RCN

Produits	Tonnes
Légumes	1 016
Crudités	450
Produits laitiers	374
Viande bœuf-veau	171
Porc	270
Volailles	397
Fruits	452
TOTAL	3 130

Catégories	Volumes (tonnes)
Légumes	72
Fruits	16,5
Volailles	9,5
Viande bovine	11
Farine	4,3
Catégories	Volumes (unités)
Fromages	28 000
Yaourts	124 000



Graphique 52 : Evolution des achats de produits locaux et bio sur le SIREST

Tableau 9 : Volumes par catégories de produits

D'une manière générale, les cuisines s'approvisionnent le plus souvent auprès des grossistes spécialisés ou généralistes. Pour autant, il est constaté une montée du recours aux producteurs en direct. En effet, certaines cuisines choisissent de conserver leurs fournisseurs grossistes, tout en faisant évoluer leurs contrats en exigeant des volumes de produits locaux et de saison, voire en leur demandant de référencer des producteurs locaux du territoire.

Lorsque les cuisines font le choix d'un approvisionnement « en direct » auprès des producteurs locaux, des problématiques de logistique et de volumes se posent. Aussi, afin de centraliser l'offre de produits locaux, des plateformes ont été développées dans de nombreux territoires français.



En Seine-Maritime, l'association **Local et Facile** a été créée en mai 2010. Elle génère aujourd'hui un chiffre d'affaires de 850 000 €. **Son but est de mener des actions collectives de commercialisation au bénéfice des producteurs afin de développer de la valeur ajoutée dans les exploitations, de dynamiser les circuits courts, de répondre à la demande des consommateurs et des collectivités en volume et en prix et enfin de valoriser l'agriculture auprès des consommateurs.** Elle regroupe **une centaine de producteurs adhérents**. L'association est aujourd'hui l'interlocutrice privilégiée des gestionnaires de restauration collective, et notamment du SIREST qui représente 70% de son chiffre d'affaires.

Le territoire compte également l'association **Nos Paysans Normands**, créée assez récemment, en 2015. L'association a permis de pérenniser l'activité initialement développée par l'association les Défis Ruraux. Elle vise à **promouvoir et distribuer les produits locaux (Normands) issus de l'agriculture biologique et/ou durable, notamment auprès des restaurations collectives de la région**. L'association est composée d'une trentaine de producteurs offrant une gamme étoffée de plus de 300 produits.

Une dizaine de cuisines centrales, qui représentent environ **20 000 repas par jour**, sont livrées en légumes, fruits, viandes et produits laitiers biologiques ou respectant des critères de durabilité. À cela il faut rajouter une dizaine d'autres établissements. Les bénéficiaires sont des convives de la crèche à l'université et également des personnes âgées.

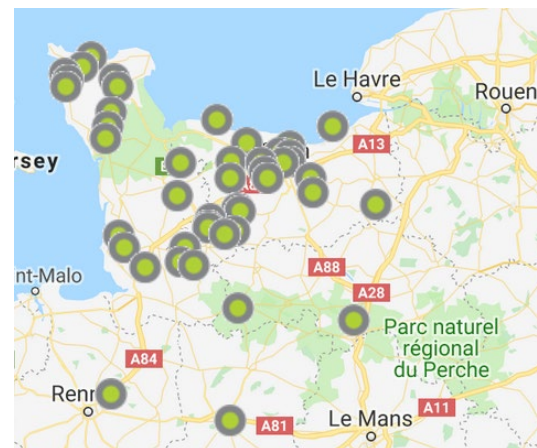
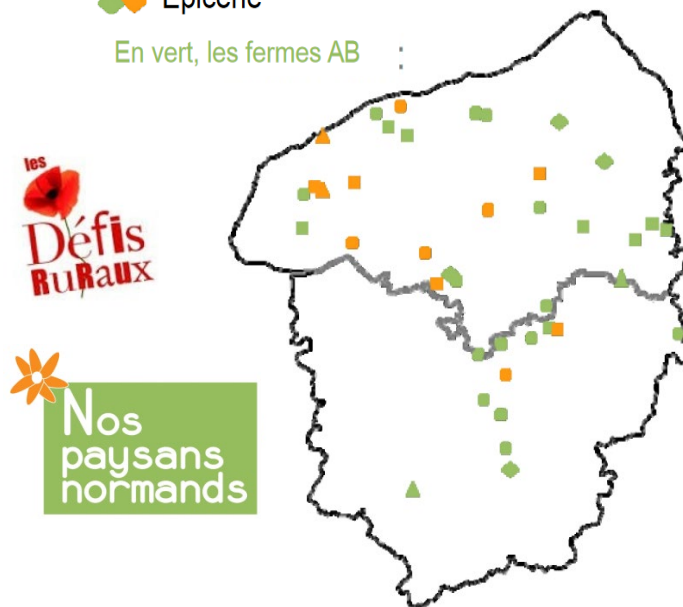
Enfin, un troisième acteur est dédié à l'approvisionnement en produits normands bio : **Inter Bio Normandie Services**, qui dispose de sa propre plateforme mais dont le catalogue est partagé avec Nos Paysans Normands. Inter Bio Normandie Services est une coopérative de producteurs, transformateurs et distributeurs biologiques, organisés pour approvisionner la restauration collective en Normandie. Pour compléter la gamme « locale », une gamme « globale » est proposée, au travers de Biocoop.

Les producteurs bio sont davantage localisés dans le Manche et le Calvados.



- Fruits et légumes
- Produits laitiers
- ▲▲ Viandes
- ◆◆ Epicerie

Carte 15 : Répartition des adhérents sur la Seine-Maritime et l'Eure



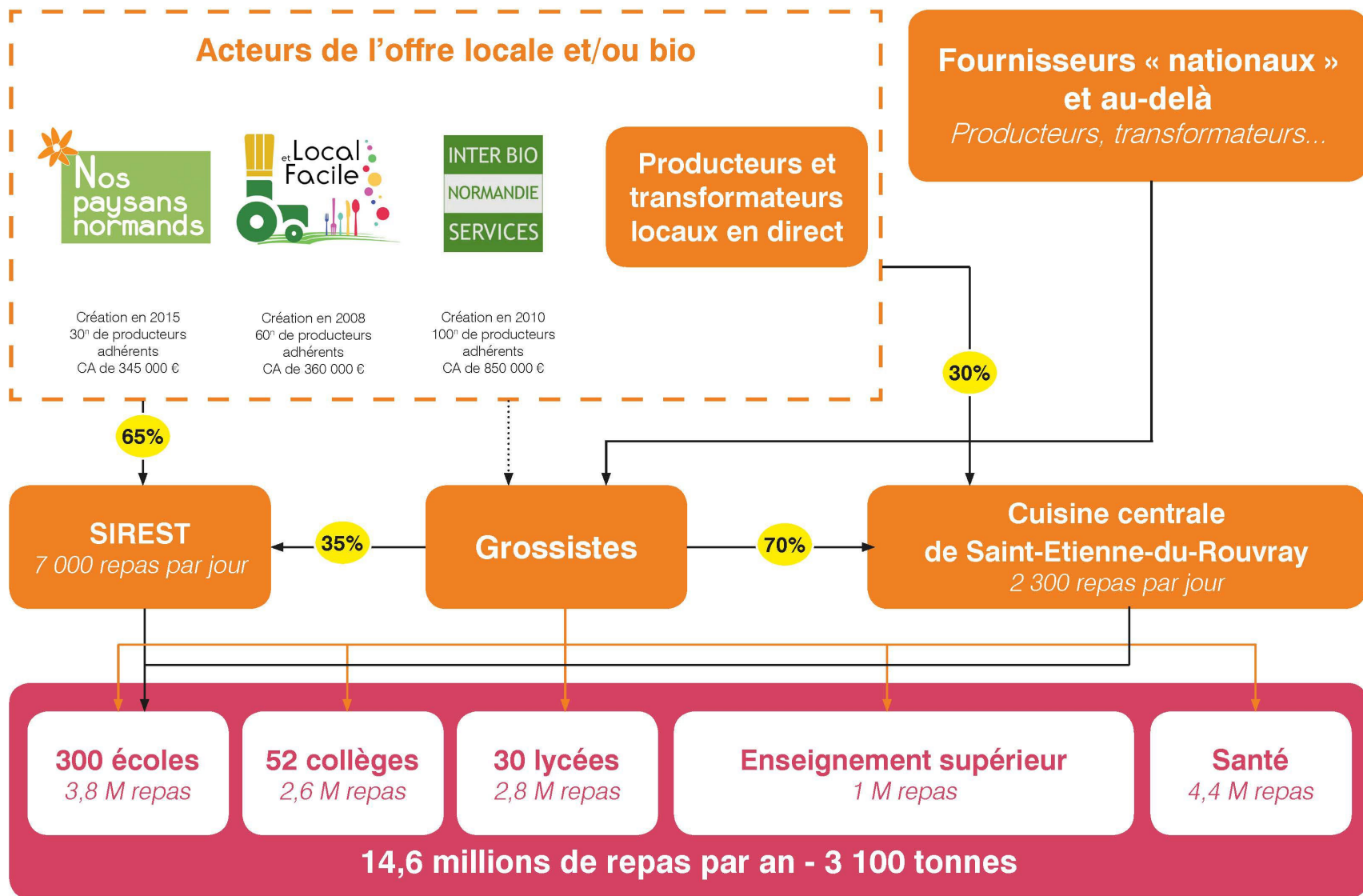
Plusieurs freins à l'approvisionnement de la restauration collective en produits ont été identifiés via les entretiens :

- **Complexité de l'accès aux marchés publics.** D'une part, il est difficile pour les donneurs d'ordre de concevoir un appel d'offres dont les allotissements soient les plus précis possibles pour permettre aux producteurs de répondre sur de petites quantités de produits alimentaires, bien que certains organismes proposent une assistance à maîtrise d'ouvrage ou des formations sur ces sujets. D'autre part, l'accès aux marchés publics pour les producteurs et petites industries reste difficile car coûteux en temps et complexe administrativement.
- **Un manque d'offre accessible sur le territoire.** Certains acteurs ont indiqué manquer d'une offre de produits biologiques capables de répondre à leurs besoins. D'autres ont exprimés le manque de certains outils de transformation sur le territoire qui permettraient la valorisation des produits locaux. Ainsi il manquerait aux producteurs une légumerie pour transformer certains produits et offrir des produits de 4ème gamme (préparation crues prêtes à l'emploi) ou encore un atelier de découpe de volailles.
- **La question de la motivation et de la formation des personnels de cuisine et des donneurs d'ordres.** Cela même pour permettre à ces acteurs d'apprendre à s'approvisionner et à travailler les produits différemment. Le CNFPT permet ainsi de former les personnels des cuisines lorsque ceux-ci le demandent.
- **La problématique logistique.** Qui doit acheminer les produits alimentaires du lieu de production à la cuisine centrale ? Un travail sur l'agrégation de l'offre et la mutualisation des livraisons pourrait faciliter les approvisionnements.
- **Le budget associé à une reterritorialisation des approvisionnements.** En effet aujourd'hui, la réduction des budgets des collectivités allouées par l'Etat les contraint dans leurs choix budgétaires et les empêchent d'acheter des produits de meilleurs qualités. Cette baisse des dotations entraine également des investissements moindres dans les structures et matériels des cuisines centrales ainsi que dans les embauches de personnels. La solution serait d'augmenter le prix du ticket repas, ce qui est difficile à faire quand on demande de faire payer ses électeurs.

Sur le plan de l'organisation des relations entre les acteurs, les personnes interrogées ont ainsi fait valoir **le besoin de faire se rencontrer les différents directeurs de cuisine du territoire et leurs gestionnaires pour échanger sur les pratiques.** Ils souhaitent également **bénéficier de l'aide la Métropole pour rencontrer les producteurs aptes à servir leurs demandes et échanger sur les besoins des uns et des autres et souhaitent être accompagnés dans les démarches de formulations ou de réponses aux appels d'offres.**

Sur le plan de l'offre alimentaire, il semblerait qu'il y ait une **nécessité de favoriser le développement du maraîchage de proximité.** Une activité de maraîchage pourrait augmenter l'offre alimentaire sur le territoire.

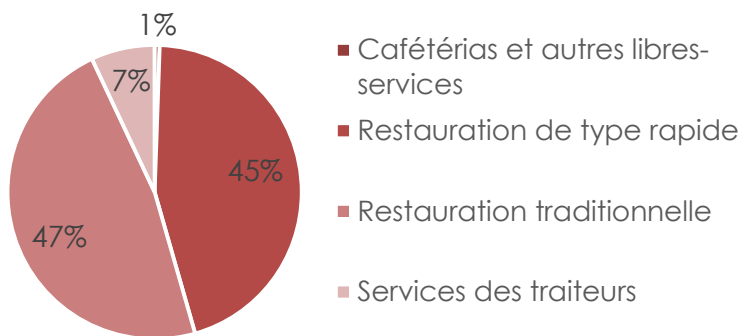
Les principaux acteurs de la restauration collective



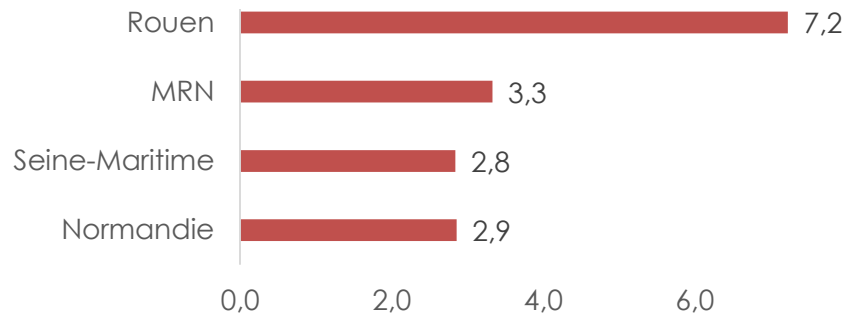
La restauration commerciale

Au niveau national, la restauration commerciale est un acteur clé pour l'économie. Elle est le 5^{ème} secteur d'emploi avec 600 000 salariés. La restauration pèse 8,5% de la consommation française en volume de produits carnés et près de 17% des dépenses en France sur le marché de la pêche et de l'aquaculture.

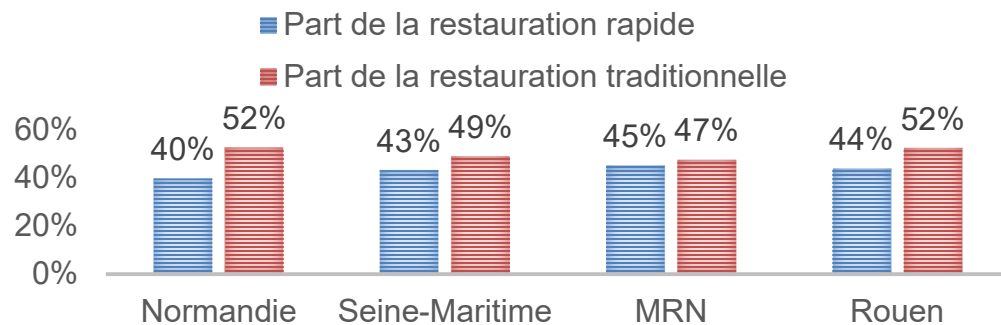
La Métropole, et sa ville centre Rouen en particulier, disposent d'une densité de restaurants supérieure à la moyenne française. En particulier, l'équipement en restaurant de type traditionnel est important. Pour autant, on constate un phénomène de rééquilibrage du rapport restauration traditionnelle / rapide : la restauration rapide se développe et représente **45% des effectifs**.



Graphique 53 : Comparaison de la densité de restaurants toutes catégories confondues en 2018 (effectif/1 000 habitants)



Graphique 54 : Répartition des catégories de restauration sur le territoire de la Métropole de Rouen (en bas à gauche) et part de la restauration rapide et traditionnelle sur le territoire de la Métropole (en bas à droite)



Le schéma classique français de l'approvisionnement des restaurateurs fonctionne via 5 principaux fournisseurs :

- **Les Cash & Carry** : Métro, Promocash, qui constituent les « supermarchés » des restaurateurs ;
- **Les grossistes** : ils offrent une gamme large et livrent directement les restaurateurs, un argument de poids pour ces fournisseurs ;
- Pour les zones disposant d'un **MIN**, les restaurateurs peuvent faire le choix de s'y rendre pour leurs achats réguliers ;
- **Les marchés de plein vent** peuvent également être une source d'approvisionnement, voire dans certains cas les magasins de détail, notamment ceux qui ont une activité de demi-gros ;
- De manière plus confidentielle, les restaurateurs peuvent se fournir **directement chez les producteurs locaux**. Ces pratiques sont très variables en fonction des territoires (et de l'offre notamment), du type de restauration et de la volonté de chaque responsable.

MIN de Rouen : Sur la Métropole de Rouen, **les restaurateurs fréquentent peu le MIN, sauf PROMOCASH** qui y est localisé et qui accueille environ 200 restaurateurs chaque jour. Les restaurateurs représentent individuellement de faibles volumes et des conditionnements au colis alors que la plupart des grossistes du MIN sont organisés pour travailler de plus gros volumes : la majorité ne les considère donc pas comme une clientèle cible. On constate donc assez peu de relation entre les grossistes du MIN et les restaurateurs.

« Je ne connais pas un restaurateur à Rouen qui va au MIN ! »

Métro : Outre le MIN, **c'est Métro qui est le fournisseur majoritaire des restaurateurs du secteur**. En effet, la stratégie de Métro (référencement de produits haut de gamme notamment), qui a su faire des plus grands restaurateurs de la région ses ambassadeurs, lui a permis de monopoliser une image qualitative qui manque singulièrement au MIN de Rouen.

La proximité de Rungis : Certaines restaurateurs se regroupent pour aller sur Rungis

« Les restaurateurs se regroupent à trois et vont à Rungis 1 fois par semaine. Voient les produits, négocient et achètent et repartent. Niveau prix/volume d'achat et en se regroupant, ça vaut vraiment le coup »

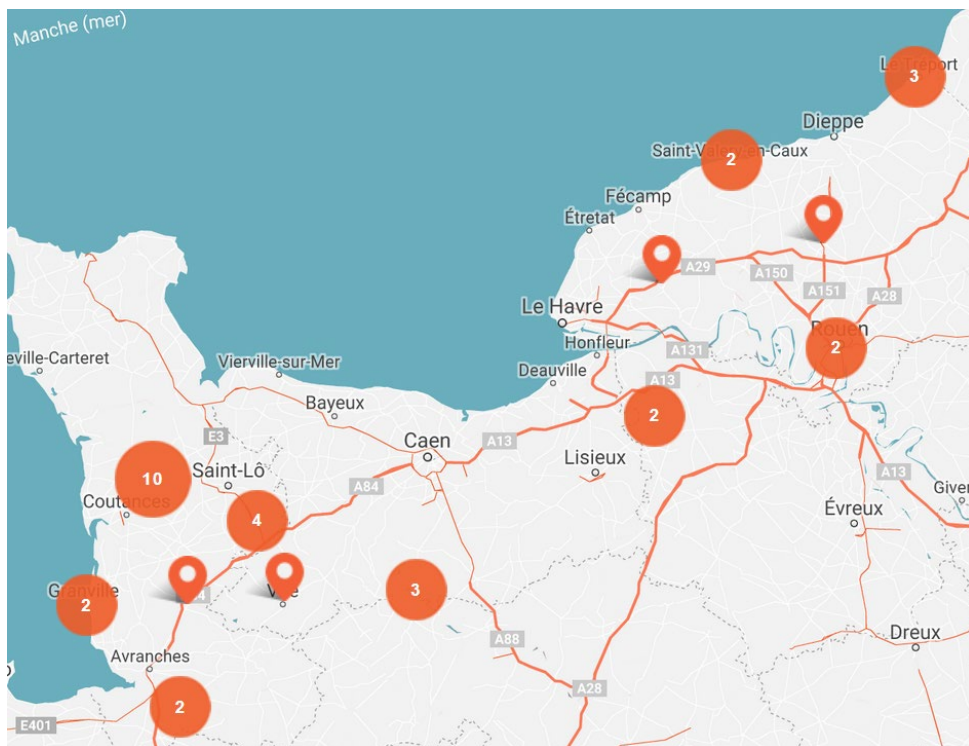
Peu d'approvisionnement auprès des producteurs en direct : Globalement, la vente directe aux restaurateurs semble très limitée : *« les restaurateurs essaient d'aller vers les producteurs... mais on a des problèmes de logistique, de ruptures de livraison, de traçabilité.. »*. Par ailleurs, certains restaurateurs signalent que le développement de magasin de détail *« draine les producteurs »* qui les livrent habituellement, ce débouché étant plus simple en termes de logistique.

Différentes marques ou label permettent également de repérer les restaurants pratiquant la cuisine maison. D'autres marques permettent d'identifier les restaurants valorisant les produits du terroir. Ainsi, on retrouve la marque Chef & Terroir.

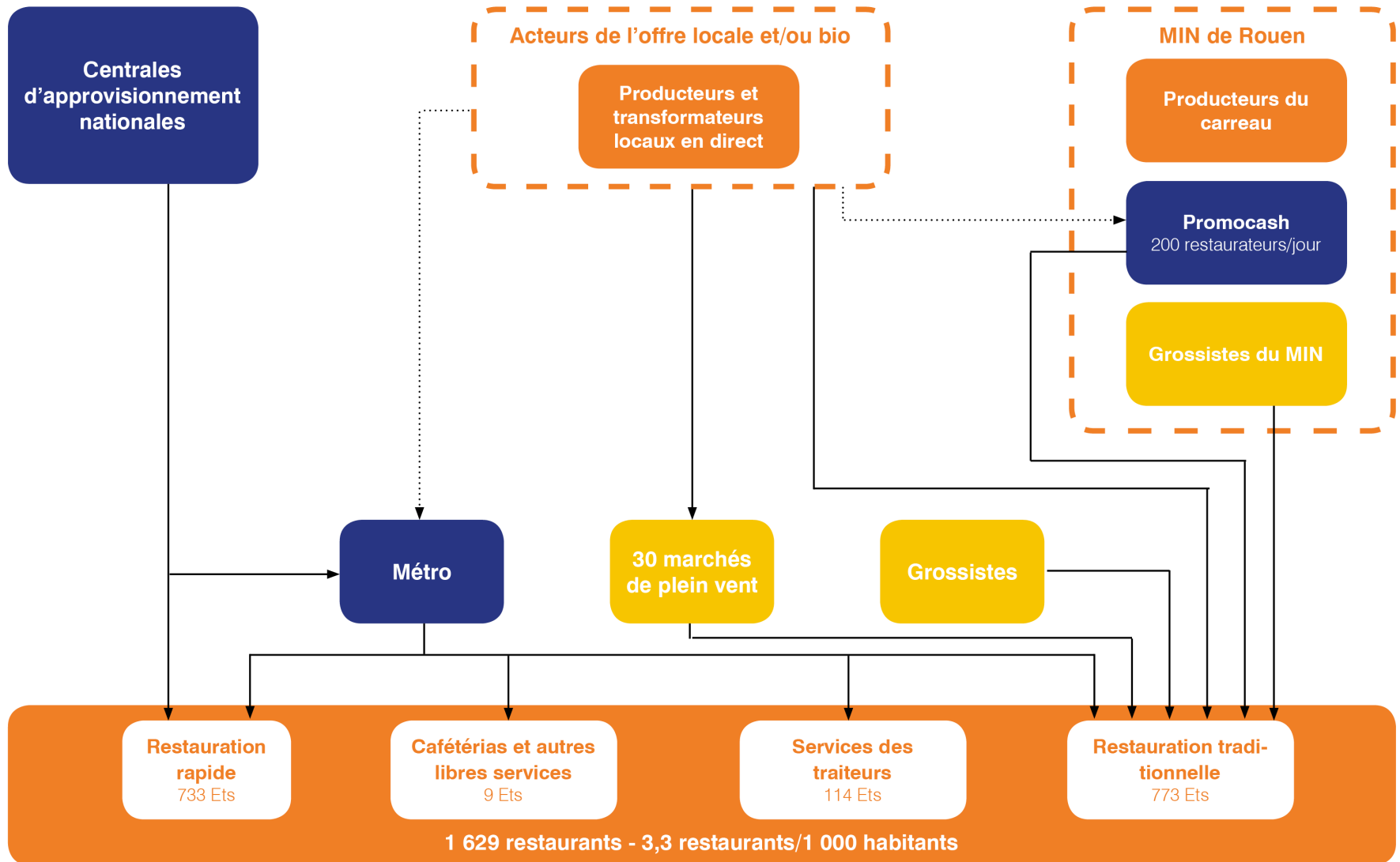
Cette dernière est développée sur la façade maritime normande.

Pour bénéficier de celle-ci, les restaurateurs doivent proposer à leur clientèle un plat ou un menu à base de produits du terroir, privilégiant les circuits courts, et accommodé selon le savoir-faire local.

A ce jour, 34 établissements normands sont « Chef & Terroir Normandie ». La Métropole ne compte que deux restaurateurs disposants de la marque, tous les deux sur la rive droite de Rouen.



Les principaux acteurs de la restauration commerciale



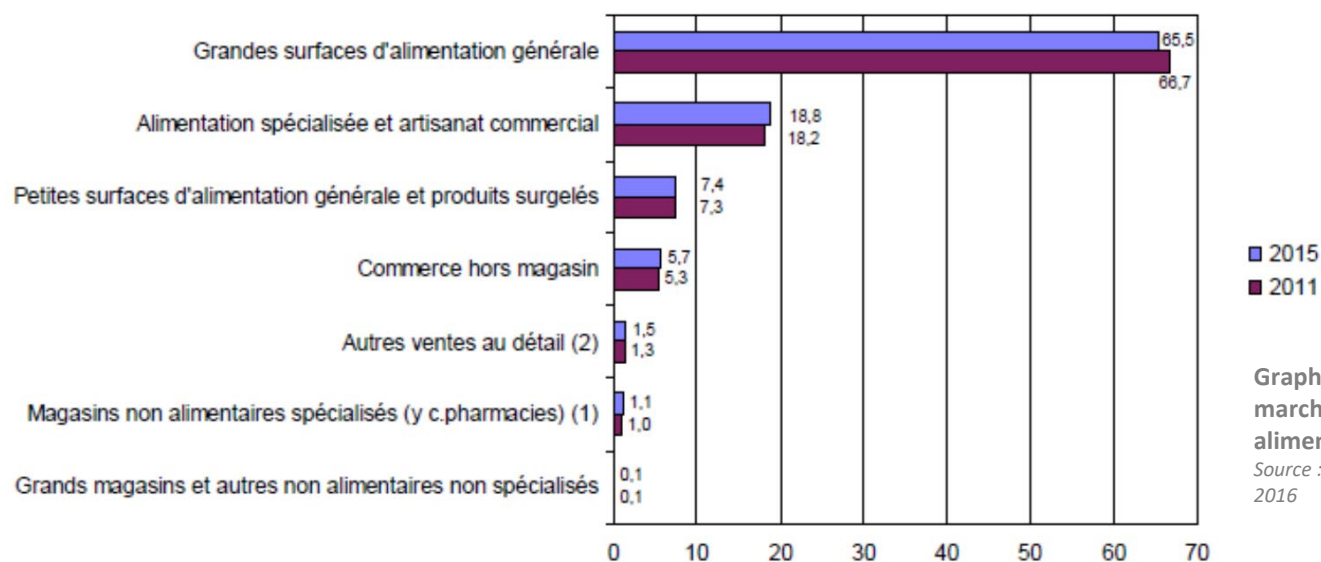
Synthèse

En moyenne, **24%** des repas des français sont pris à l'extérieur, principalement dans les établissements de restauration collective et commerciale.

- La restauration collective à l'échelle de la Métropole de Rouen représente environ **14,6 millions de repas/an** et consomme environ **3 100 tonnes** de denrées ;
- La Métropole de Rouen (**3,3 / 1 000 hab**) et particulièrement la ville de Rouen (**7,2 / 1 000 hab**) dispose d'une densité de restaurants importante ;
- Une augmentation de la restauration rapide qui représente **45%** des effectifs de restaurants de la Métropole ;
- Des chefs étoilés et renommés sont présents sur le territoire, ils sont mis en avant en particulier dans la politique touristique du département ;
- Une marque régionale existe, **Chef & Terroir**, elle garantit le recours aux produits locaux et de terroir, mais elle ne concerne que deux restaurateurs rouennais ;
- Métro reste un fournisseur important des restaurants et d'une manière générale assez peu de lien est fait entre la production locale et la restauration ;
- Une forme de « **concurrence** » apparaît avec le développement des magasins de détail de produits locaux : certains producteurs qui fournissaient les restaurants sont « drainés » par ces nouveaux acteurs.

Les circuits de distribution

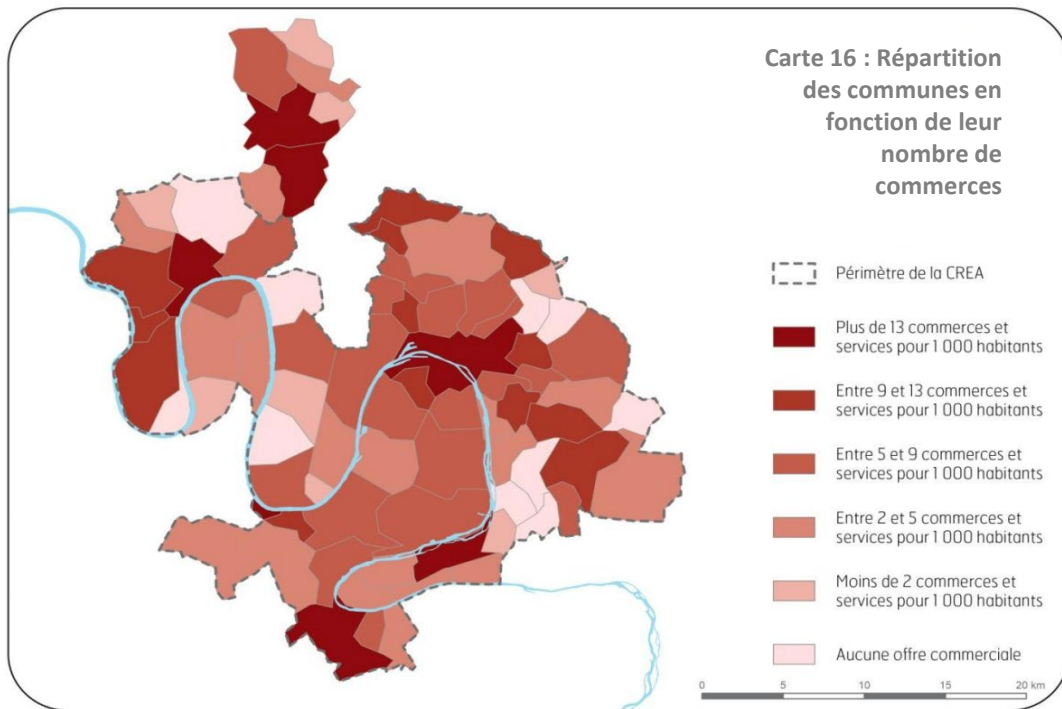
Au niveau national, en termes de parts de marché, les grandes surfaces d'alimentation générale commercialisent **près des deux tiers des produits alimentaires hors tabac**. Leur part de marché sur ces produits s'élevait à **65,5% en 2015**. La part des petites surfaces alimentaires (supérettes, alimentations générales, commerces de surgelés) est restée stable et s'établissait à **7,4%**. Celle des commerces alimentaires spécialisés, y compris l'artisanat commercial, s'élevait quant à elle à **18,8%**. Les ventes hors magasin de produits alimentaires représentaient **5,7%** des ventes totales de produits alimentaires en 2015.



Graphique 54 : Répartition des parts de marché en 2011 et 2015 sur les produits alimentaires hors tabac en France
Source : Rapport des comptes du commerce, Insee, 2016

Ce schéma national se retrouve à l'échelle de la Métropole, comme le montrent les données 2018 de l'observatoire du commerce.

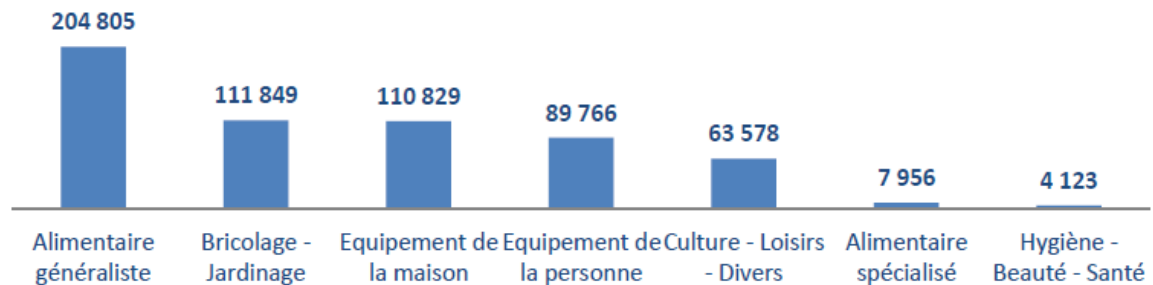
Les lieux de consommation sous des formes diverses sont concentrés majoritairement au sein des polarités commerciales dont la répartition suit celle de la population et des grands axes de circulation. **Les grandes surfaces commerciales structurent la consommation des ménages : plus des deux tiers des ménages fréquentent un supermarché ou un hypermarché au moins une fois par semaine et s'y rendent pour y effectuer la grande majorité de leurs achats alimentaires.**



Cartographie : © CCI de Rouen, DOEE / ER, 2011

L'alimentaire constitue le premier secteur commercial sur le territoire de la Métropole.

Au niveau de la répartition des **surfaces de vente par secteur d'activité**, on note que la catégorie de l'alimentaire généraliste est prédominante, en occupant une surface 25 fois supérieure à celle de l'alimentation spécialisée (204 805 m² contre 7 956 m²), comme le graphique 53 le montre.



Le ratio entre le nombre de commerces et de services de proximité et la démographie des communes montre **une bonne adéquation entre la répartition des commerces et la population** et fait apparaître une **certaine polarisation des commerces sur des communes qui constituent des pôles d'équipements et de services pour des bassins de vie plus larges** (Rouen, Elbeuf, Tourville-la-Rivière, Barentin/Pavilly, Duclair, La Bouille).

Les commerces de plus de 1000 m² de surface de vente sont encore plus concentrés sur les grandes polarités urbaines et suivent un axe nord-sud traversant le bassin de vie rouennais comme le montre la carte.

Au niveau de **commerces de détail de 300m² et plus**, on note plusieurs tendances :

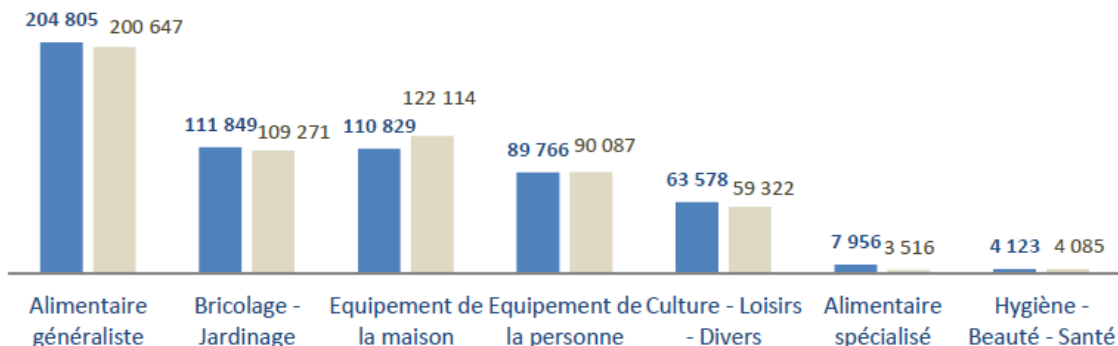
- en effectifs et en surfaces cumulées, le commerce non alimentaire est dominant sur la Métropole **avec 64% des surfaces totales** ;
- en effectifs et en surfaces cumulés, le commerce alimentaire, quant à lui, est également dominé par l'alimentaire généraliste (hypermarchés, supermarchés et supérette...) qui représente **96% des surfaces**.

	Nombre	Nombre (%)	Surface en m ²	Surface en m ² (%)
Alimentaire	110	27%	212 761	36%
Alimentaire généraliste	96	24%	204 805	35%
Alimentaire spécialisé	14	3%	7 956	1%
Non alimentaire	294	73%	380 145	64%
Bricolage - Jardinage	53	13%	111 849	19%
Culture - Loisirs - Divers	53	13%	63 578	11%
Equipement de la maison	78	19%	110 829	19%
Equipement de la personne	101	25%	89 766	15%
Hygiène - Beauté - Santé	9	2%	4 123	1%
Total commerce détail 300 m² et plus	404	100%	592 906	100%

Tableau 10 : Répartition des surfaces de vente cumulées par secteur d'activités (2017, en nombre et en m²)

Source : Observatoire du commerce métropolitain, Métropole Rouen Normandie, 2018

D'après les données de la Métropole Rouen Normandie, au niveau de l'évolution des **surfaces de vente cumulées** par secteur d'activité, on note que l'alimentation généraliste a très légèrement augmenté (0,1%) entre 2011 et 2017, et elle est actuellement de l'ordre de 200k points de vente. Au contraire, l'alimentation spécialisée a connu une augmentation beaucoup plus consistante, et elle **a plus que doublé**.



Graphique 56 : Evolution des surfaces de vente cumulées par secteur d'activité (entre 2011 et 2017-en m²).

Source : Observatoire du commerce Métropolitain – Métropole Rouen Normandie – 05-2018

En ce qui concerne l'évolution **des commerces de détail de 300 m² et plus** par secteur d'activité, on peut observer les tendances suivantes sur le tableau 11 :

	Nombre 2017	Nombre 2011	Surface en m ² 2017	Surface en m ² 2011	Evolution nb 2011 2017 (%)	Evolution surface 2011 2017 (%)
Alimentaire	110	109	212 761	204 163	+0,9%	+4,2%
Alimentaire généraliste	96	100	204 805	200 647	-4,0%	+2,1%
Alimentaire spécialisé	14	9	7 956	3 516	+55,6%	+126,3%
Non alimentaire	294	310	380 145	384 879	-5,2%	-1,2%
Bricolage - Jardinage	53	55	111 849	109 271	-3,6%	+2,4%
Culture - Loisirs - Divers	53	49	63 578	59 322	+8,2%	+7,2%
Equipe ment de la maison	78	96	110 829	122 114	-18,8%	-9,2%
Equipe ment de la personne	101	100	89 766	90 087	+1,0%	-0,4%
Hygiène - Beauté - Santé	9	10	4 123	4 085	-10,0%	+0,9%
Total grandes surfaces commerciales	404	419	592 906	589 042	-3,6%	+0,7%

⇒ Une diminution du nombre de points de vente (-3,6%) et une très légère augmentation de la surface cumulée (+0,66%)

⇒ Seuls les secteurs « alimentaire spécialisé » ont progressé en termes de points de vente et de surface de vente

Tableau 11 : Evolution des commerces de détail de 300 m² et plus par secteur d'activité

Source : Observatoire du commerce métropolitain, Métropole Rouen Normandie, 2018

Le tableau ci-dessous met en évidence également une concentration des commerces, des équipements et des services sur un secteur alimentaire en tête.

	Aubette Robec		Barentin CCAL		Duclair Le Trait		Elbeuf		Plateau Est		Plateau Nord		Rive Gauche		Rouen RD		Rouen RG		Vallée du Cailly		Périmètre étude	
	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %	Evo Nb %	Evo Surf %
Alimentaire	0%	0%	+40%	+10%	+20%	+12%	-13%	+6%	0%	+2%	+8%	+7%	+4%	+2%	+7%	+4%	0%	+3%	-23%	0%	+0,9%	+4,2%
Alimentaire généraliste	0%	0%	33%	6%	20%	12%	-21%	3%	0%	2%	0%	3%	0%	1%	0%	-2%	0%	3%	-23%	0%	-4,0%	+2,1%
Alimentaire spécialisé	-	-	50%	90%	-	-	100%	293%	0%	0%	100%	333%	33%	60%	100%	316%	-	-	-	-	+55,6%	+126,3%
Non alimentaire	0%	0%	+3%	+6%	+25%	+9%	+4%	+9%	-7%	-7%	-8%	-4%	-9%	-6%	-11%	-6%	-13%	-19%	-29%	-27%	-5,2%	-1,2%
Bricolage - Jardinage	0%	0%	75%	27%	0%	0%	-10%	6%	0%	0%	-20%	-6%	0%	10%	-14%	-6%	-33%	-13%	-33%	-34%	-3,6%	+2,4%
Culture - Loisirs - Divers	0%	0%	20%	19%	Creation	Creation	100%	62%	0%	0%	0%	0%	-17%	-17%	-10%	-11%	50%	13%	0%	0%	+8,2%	+7,2%
Equipe ment de la maison	-	-	-6%	-3%	-	-	-19%	1%	-20%	-25%	0%	0%	-25%	-39%	-40%	-25%	0%	-7%	-40%	-31%	-18,8%	-9,2%
Equipe ment de la personne	0%	0%	-4%	1%	-	-	15%	13%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	10%	6%	-27%	-37%	-33%	-28%	+1,0%	-0,4%
Hygiène - Beauté - Santé	-	-	0%	0%	-	-	0%	0%	-	-	-	-	-	-	-17%	2%	0%	0%	-	-	-10,0%	+0,9%
Total grandes surfaces commerciales	0%	0%	+5%	+6%	+22%	+10%	0%	+8%	-5%	-2%	0%	+2%	-3%	-2%	-8%	-4%	-10%	-12%	-26%	-10%	-3,6%	0,7%

Tableau 12 : Evolution détaillée des grandes surfaces commerciales au niveau du territoire de la Métropole

Source : Observatoire du commerce métropolitain, Métropole Rouen Normandie, 2018

D'après le tableau 12 page précédente, 5 principaux constats peuvent être observés :

- ⇒ Les secteurs « Barentin CCAL » (5%) et « Duclair-Le Trait » (+22%) sont les seuls secteurs géographiques ayant connu une progression du nombre de points de vente exploités par une grande surface commerciale
- ⇒ Les secteurs « Barentin CCAL » (6%), « Duclair » (10%), « Elbeuf » (8%) et « Plateau Nord » (2%) sont les seuls secteurs géographiques ayant connu une progression du nombre de m² exploités par les grandes surfaces commerciales
- ⇒ Les secteurs « Rouen RG » et « Vallée du Cailly » sont les secteurs géographiques ayant connu les plus fortes diminutions en termes de nombre de points de vente et de m² exploités par les grandes surfaces commerciales
- ⇒ En termes de nombre de vente et de surface cumulée, ce sont les secteurs « Barentin CCAL », « Elbeuf », « Plateau Nord », « Rive Gauche » et « Rouen RD » que l'on observe une progression des activités « alimentaires spécialisées »

Au niveau de la répartition **des grandes surfaces alimentaires**, d'après les données de la Métropole Rouen Normandie en 2017, il y a trois points à souligner :

- Les grandes surfaces alimentaires **représentent 93% des points de vente et 99% de la surface de vente alimentaires généralistes de « 300 m² et plus »**
- Les **hypermarchés représentent seulement 20% des points de vente mais concentrent plus de la moitié de la surface de vente (59%) des grandes surfaces alimentaires**
- **La densité commerciale (nb m² pour 1000 habitants) des supermarchés et des discounters alimentaires est équivalente à celle observée au niveau national. Par contre, celle concernant les hypermarchés est nettement supérieure (380 contre 335), ce qui induit que l'on constate sur le territoire de la Métropole une densité commerciale globale des grandes surfaces alimentaires supérieure à celle observée au niveau national**

Tableau 13 : Répartition des grandes surfaces alimentaires

Source : Observatoire du commerce métropolitain, Métropole Rouen Normandie, 2018

	Nombre	Nombre (%)	Surface en m ²	Surface en m ² (%)
Grande surface alimentaire	89	93%	202 485	100%
Hypermarché (> 2 400 m ²)	18	19%	121 154	59%
Supermarché (Entre 400 et 2 400 m ²)	39	41%	53 688	26%
Hard – Discount (> 300 m ²)	32	33%	27 643	13%
Supérette 300 m² - 400 m²	7	7%	2 320	1%
Total alimentaire généraliste 300 m² et plus	96	100%	204 805	100%

Tableau 14 : Densité commerciale des grandes surfaces alimentaires sur le territoire

Source : Observatoire du commerce métropolitain, Métropole Rouen Normandie, 2018

	Nombre	Surface en m ²	Densité commerciale (nb m ² pour 1 000 hbts) Métropole Rouen	Densité commerciale (nb m ² pour 1 000 hbts) France Métropolitaine
Grande surface alimentaire	89	202 485	380	335
Hypermarché (> 2 400 m ²)	18	121 154	219	173
Supermarché (Entre 400 et 2 400 m ²)	39	53 688	110	111
Hard – Discount (> 300 m ²)	32	27 643	51	50

La Métropole a connu une baisse des drives et des grandes surfaces, mais la situation en 2011 montrait alors une surdensité. Par ailleurs, on note une forte baisse des discounters sur le territoire. Selon l'Observatoire de la Métropole (2018), l'évolution des grandes surfaces alimentaires sur la période 2011-2017 est caractérisée par une baisse au niveau du nombre des grandes surfaces alimentaires (-5,3%) et par une augmentation de la surface (+1,9%), comme le montre le tableau 15 ci-dessous.

La localisation et les formats de vente de cette offre alimentaire évoluent donc sur la Métropole. On constate, comme dans de nombreuses autres agglomérations françaises, l'implantation nouvelle de petites surfaces et supermarchés en centralité urbaine.

Ce retour dans les zones urbaines des enseignes de grands groupes témoigne de la prise en compte par ces derniers des évolutions des comportements d'achat dans ce domaine, qui vont vers une recherche de proximité, une simplification de l'offre et d'une anticipation des mutations de l'équipement commercial à venir.

Tableau 15 : Evolution détaillée des grandes surfaces alimentaires entre 2011 et 2017

Source : Observatoire du commerce métropolitain, Métropole Rouen Normandie, 2018

	Nombre 2017	Nombre 2011	Surface en m ² 2017	Surface en m ² 2011	Evolution nb 2011 2017 (%)	Evolution surface 2011 2017 (%)
Grandes surfaces alimentaires	89	94	202 485	198 632	-5,3%	+1,9%
Hypermarché (> 2 400 m ²)	18	18	121 154	115 486	0,0%	+4,9%
Supermarché (Entre 400 et 2 400 m ²)	39	32	53 688	78 274	+21,9%	+25,2%
Hard – Discount (> 300 m ²)	32	44	27 643	34 872	-27,3%	-20,7%

Source : CCI RM – Recensement terrain juillet 2017 / Traitement : CCI RM

Le tableau met en évidence :

- la diminution d'un quart des points de vente sur le secteur « Hard discount » (-27%), soit une diminution nette de 12 points de vente. La difficulté de ce secteur est en réalité une tendance nationale ;
- au niveau géographique les secteurs « Rouen RG » et « Vallée du Cailly » sont les secteurs géographiques ayant connu les plus fortes diminutions ;
- la progression de près d'un quart des points de vente du secteur « supermarché », passant ainsi de 32 à 39 points de vente ;
- forte progression des grandes surfaces alimentaires spécialisées (Biocoop, Planète Bio, etc).

Les pratiques d'achat varient sensiblement d'une enseigne à l'autre, notamment en fonction des obligations d'achats des magasins auprès de leurs centrales nationales/régionales.

D'une manière générale, en France, **la capacité à sécuriser des volumes importants est fondamentale, les ruptures ne sont pas acceptables en GMS**. La grande distribution en France s'engage de plus en plus sur des approvisionnements de proximité et toutes les grandes enseignes de distribution mènent des projets exploratoires pour développer des partenariats locaux. **Pour autant, à ce jour, leurs approvisionnements locaux ne vont pas au delà de 5% de leurs achats.**

La carence de l'offre, particulièrement sur les produits transformés et une organisation logistique encore inadéquate chez les producteurs, sont considérées comme les principales difficultés au niveau d'approvisionnement en ce qui concerne les circuits courts..

L'enquête menée en Gressard Consultants (2016) auprès de 10 GMS rouennaises montre que la quasi- totalité (90%) des magasins offrent produits bio et parfois locaux :

« Nous avons une gamme de produit bio, notamment fruits et légumes, mais aussi des produits laitiers. »

Cependant, la quantité des produits bio /locaux représente encore un pourcentage réduit, ainsi comme un gérant le souligne :

« Ce n'est pas possible de quantifier, c'est trop compliqué d'estimer les volumes en produits locaux. Ça peut être 2, 3, 4, 5 % »

« Aujourd'hui je suis alimenté à 100% par ma base carrefour pour ma gamme en produits bio, qu'on ne trouve pas dans la région »

Tous les magasins de réseaux « intégrés » ont une gamme de produits bio qui sont référencés au niveau de leur centrale d'achat, tandis que les magasins de réseaux « indépendants » mettent plus l'accent sur l'offre de produits locaux, car ils disposent d'une plus grande liberté pour leurs achats « en direct ». Les GMS sont à **la recherche de sourcing sur le territoire pour des produits locaux et bio**. La majorité recherche une gamme de produits diversifiée (pas qu'en maraichage). Ainsi un gérant affirme : *« Notre gamme de produits locaux, c'est majoritairement dans le secteur maraicher. Mais on souhaiterait diversifier notre offre »* .

Le rapport « PIPAME » de 2016 soulignait que *« les perspectives de croissance des approvisionnements en circuits courts sont assez prometteuses et reposeront, en dehors des leviers cités précédemment, sur la mise en place d'ateliers de transformation (légumeries, ateliers de découpe, conserveries...) à proximité des distributeurs et des producteurs pour vendre des produits issus des circuits courts. »*

Si l'on regarde le tableau 16 à gauche, on voit clairement que le **détail spécialisé, en effectifs, affiche une baisse de 3%**. Toutefois, cette baisse est toujours moindre que pour l'alimentaire généraliste (-6%).

Au-delà de cette baisse globale, l'analyse individuelle des types de magasin de détail spécialisé est intéressante et permet de dégager quelques tendances :

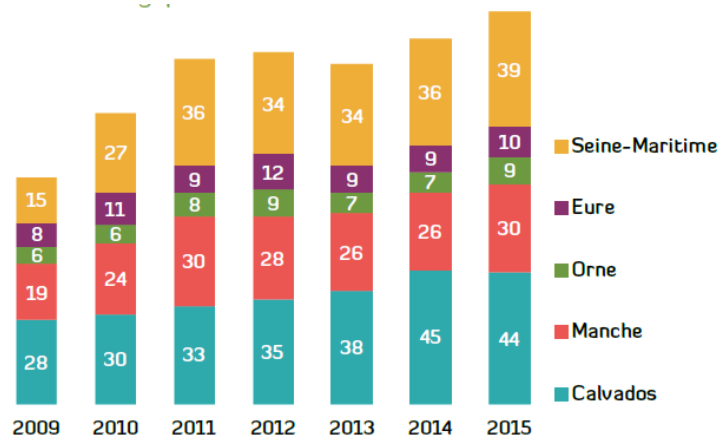
- un phénomène de gentrification de la population : développement accru de la catégorie « alimentaire divers » (+25%) et produits surgelés (+20%) ;
- une faible dynamique des commerces traditionnels : boulangeries et boucheries notamment, mais également poissonneries, malgré la proximité de la côte de la mer Manche.

En 2015, l'Agence Bio recensait 132 distributeurs de produits biologiques en Normandie, dont 39 en Seine-Maritime, deuxième département derrière le Calvados. La progression en termes d'effectif est de 7%, soit légèrement inférieure à la moyenne française.

	Nombre (2017)	Nombre (2011)	Evolution 2011 2017 (nb)	Evolution 2011 2017 (%)
Alimentaire spécialisé	639	656	-17	-3%
Boulangerie - Pâtisserie	250	268	-18	-7%
Boucherie - Charcuterie	138	169	-31	-18%
Primeur	46	43	3	7%
Poissonnerie	13	16	-3	-19%
Produit surgelé	12	10	2	20%
Boissons alcoolisé	37	32	5	16%
Chocolaterie - Confiserie	28	26	2	8%
Alimentaire divers (bio, vrac, fromagerie, traiteur, etc.)	115	92	23	25%
TOTAL COMMERCE DETAIL ALIM	885	918	-33	-4%

Tableau 16 : Evolution détaillée du nombre de commerces d'alimentaires spécialisés entre 2011 et 2017

Source : Observatoire du commerce métropolitain, Métropole Rouen Normandie, 2018



Graphique 57 : Evolution du nombre de distributeurs bio entre 2009 et 2017

Source : Agence bio

Synthèse

Sur la base des effectifs, l'alimentaire est le premier secteur commercial de la Métropole de Rouen :

- La Métropole montre une **bonne adéquation de son tissu commercial et de sa densité de population** : on observe une certaine polarisation des commerces sur des communes qui constituent des pôles d'équipements et de services pour des bassins de vie plus larges (Rouen, Elbeuf, Tourville-la-Rivière, Barentin/Pavilly, Duclair, La Bouille) ;
- Les établissements d'alimentation générale restent dominants bien qu'en baisse (-4% des effectifs entre 2011/2017) sur la Métropole mais on note un **développement de l'alimentaire spécialisé (+55,6%)**
- Ce dynamisme de l'alimentaire spécialisé est d'autant plus visible sur les secteurs « Barentin CCAL », « Elbeuf », « Plateau Nord », « Rive Gauche » et « Rouen RD » que l'on observe une progression des activités « alimentaires spécialisées » ;
- Phénomène de **gentrification de la population** : développement accru de la catégorie « alimentaire divers » qui concerne les magasins bio, de producteurs, vrac, les fromageries et traiteurs **(+ 25%)** et des produits surgelés ;
- A contrario, on note une **faible dynamique des commerces traditionnels** : boulangeries et boucheries notamment, mais également poissonneries, malgré la proximité de la côte de la mer Manche.
- La Métropole a connu une **baisse des drives et des grandes surfaces**, mais cette baisse constitue davantage un rééquilibrage suite à la **surdensité identifiée en 2011** ;
- On constate, comme dans de nombreuses autres agglomérations françaises, **l'implantation nouvelle de petites surfaces et supermarchés en centralité urbaine** ;
- Malgré le profil social du territoire, l'Observatoire a pu montrer la diminution d'un quart des points de vente sur le secteur « Hard discount » **(-27%)**, à l'image de la tendance nationale ;
- La grande distribution, qui concentre **86% des pratiques d'achat** sur le territoire d'après l'enquête Ménages-Déplacement du CEREMA en 2017, ne se fournit qu'à hauteur de **5% maximum en produits locaux**.

Les initiatives de proximité

Au niveau national, les acteurs des circuits de proximité se développent. La part des circuits courts dans la production agricole commercialisée était de l'ordre de 12 à 13% en 2015 (ce qui correspond à une progression d'environ 0,5 point par an depuis 2010) et en 2015 elle correspondait en France à un chiffre d'affaires de l'ordre de 7,8 milliards d'euros.

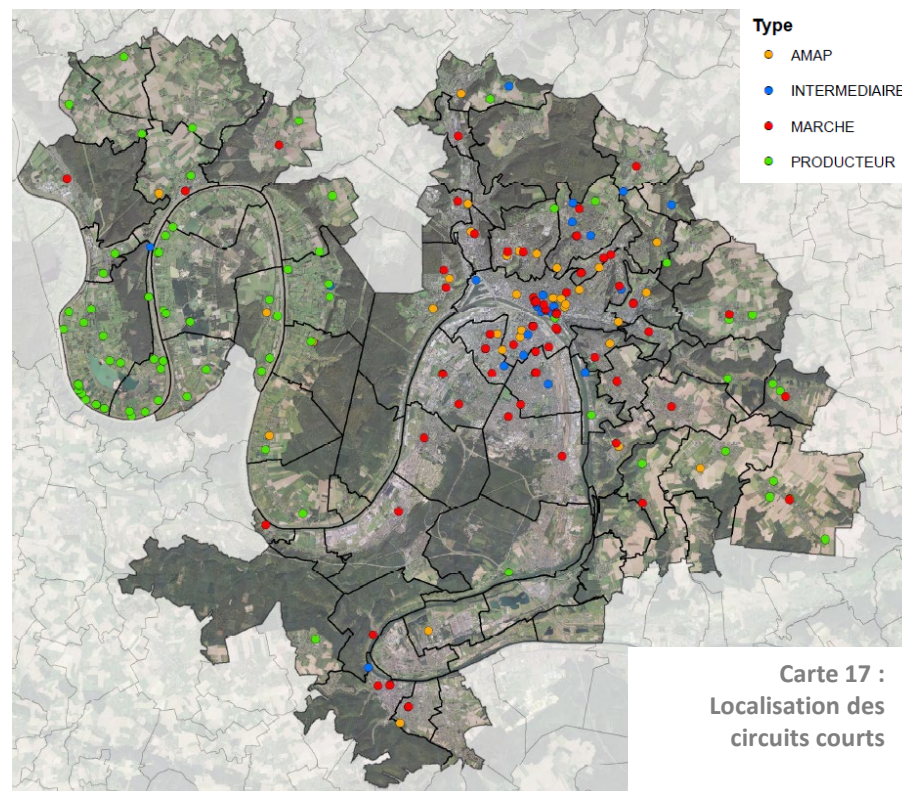
Au-delà de ce dynamisme acté, il faut noter que tous les secteurs ne se développent pas à la même vitesse pour toutes les filières et a fortiori sur tous les territoires. Les produits animaux et laitiers sont moins commercialisés en circuits courts par rapport au miel, aux fruits et légumes et au vin, vu qu'ils présentent plus de difficultés en termes de transformation et de conservation.

La Métropole de Rouen dispose de nombreuses initiatives qui rendent disponible pour les consommateurs des produits alimentaires de qualité et de proximité. Au total, dans la Métropole de Rouen il y a 136 acteurs qui font partie des circuits courts et qui sont repartis de la manière suivante :

- **33 AMAP (dont 13 nouveaux)**
- **82 producteurs (dont 29 nouveaux)**
- **21 intermédiaires (dont 4 nouveaux)**

La cartographie des circuits de proximité permet d'identifier la localisation des marchés sur le territoire. Ceux-ci sont particulièrement concentrés sur la rive droite et dans le centre de Rouen.

A l'échelle de la ville de Rouen on recense 13 marchés et au total plus de **70 marchés** s'installent dans la Métropole. Certaines zones sont bien moins fournies : notamment les communes de l'ouest (secteur de Seine Austreberthe).



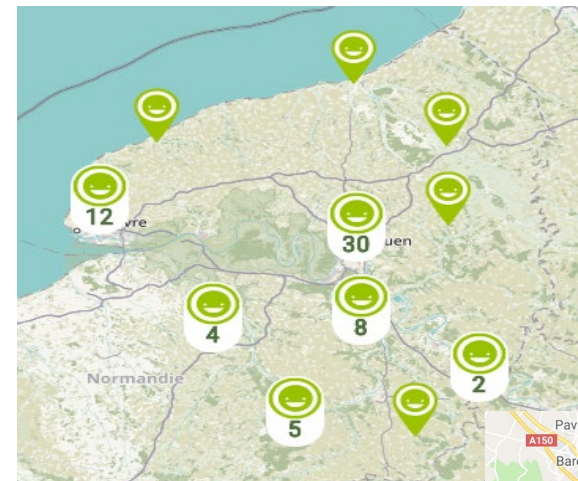
La Haute-Normandie compte aujourd’hui **62 AMAP**, la première s’étant créée à Rouen en 2004 suite à une présentation faite par un membre de l’association Les Défis Ruraux.

Le Réseau des AMAP de Haute-Normandie a été conçu avec l’objectif de créer un partenariat entre les producteurs, les consommateurs, les AMAP et les institutions publiques ainsi que de renforcer le développement des AMAP à travers l’appui à la création, la mutualisation des expériences, etc. Le Réseau a bénéficié de l’appui financier du FSE (Fond Social Européen) en 2013, de la Région Normandie et du Département de Seine-Maritime en 2015 et plus récemment, en 2016, de la Métropole. Le réseau travaille étroitement avec les organisations agricoles et rurales de la Région (ABN, Les Défis Ruraux, Terre de Liens, etc.) ainsi que les réseaux de l’économie sociale et solidaire (Adress, Cres, etc.).

Selon le Réseau AMAP de Haute-Normandie, en novembre 2016, il y avait 2254 membres des AMAPS pour 60 AMAP, soit une moyenne de 35 ‘amapiens’ par AMAP, les trois quarts se situant dans le département de la Seine-Maritime. La carte ci-contre en haut montre la localisation des AMAP en Haute Normandie. On peut noter que la majorité est localisée autour des grandes villes, comme Rouen (50%) et le Havre (20%).

On comptabilise environ 120 producteurs répartis sur le territoire livrant aux AMAP. Ils se localisent en général dans un rayon de moins de 100 kilomètres.

Comme indiqué précédemment, la Métropole compte **33 AMAP**, soit **presque 1 AMAP pour 1400 habitants, qui distribuent environ 500 paniers par semaine**. Près de 640 personnes sont adhérentes aux AMAP de la Métropole et plus de 78% d’entre eux consomment un panier par semaine.



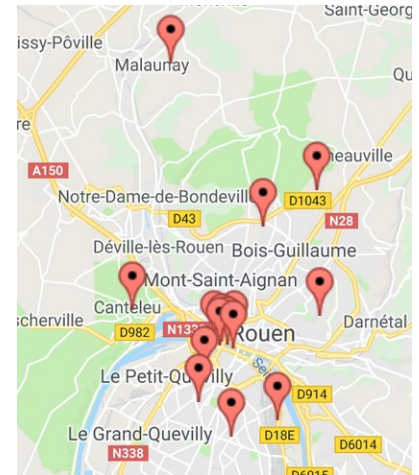
Carte 18 : Localisation des AMAP



Outre les AMAP, la Métropole dispose d'un tissu dense d'intermédiaires constituant autant d'acteurs améliorant la disponibilité d'une offre de produits locaux pour les consommateurs du territoire. A la différence des AMAP, qui ont surtout des produits phares comme les fruits et les légumes, les intermédiaires proposent une offre plus variée de produits qui généralement inclut viande, poisson, produits laitiers etc. Ce type d'offre élargie constitue une stratégie de vente qui vise attirer un plus grand nombre des consommateurs. Comme une gérante le souligne :

« qui vient chez nous trouve une grande variété de produits, pas seulement des produits alimentaires mais aussi du thé, café, même de la lessive... c'est donc pratique pour le consommateur.. il peut tout acheter chez nous et il ne doit pas se déplacer pour aller ailleurs.. c'est comme aller à un supermarché »

Parmi ces intermédiaires, nous pouvons retrouver des modes d'achats variés, adaptés aux habitudes de chacun :



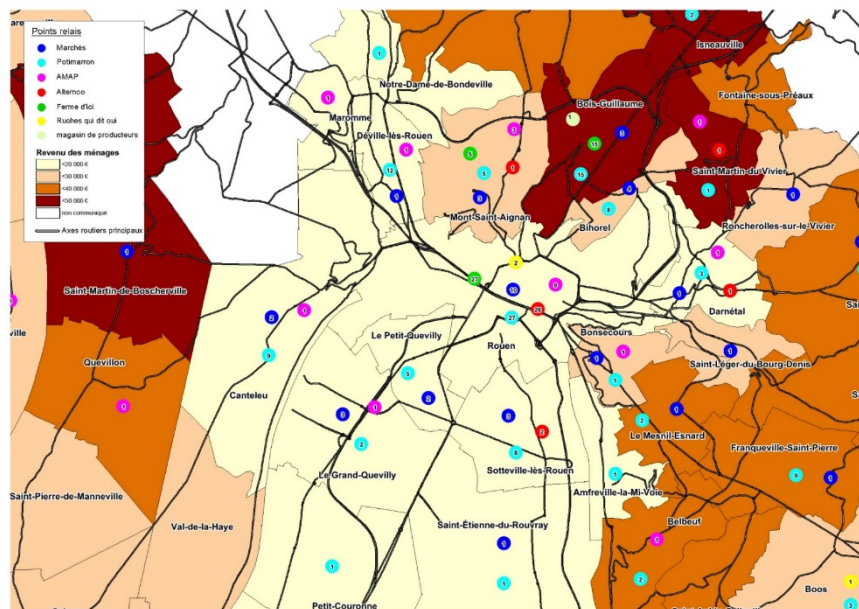
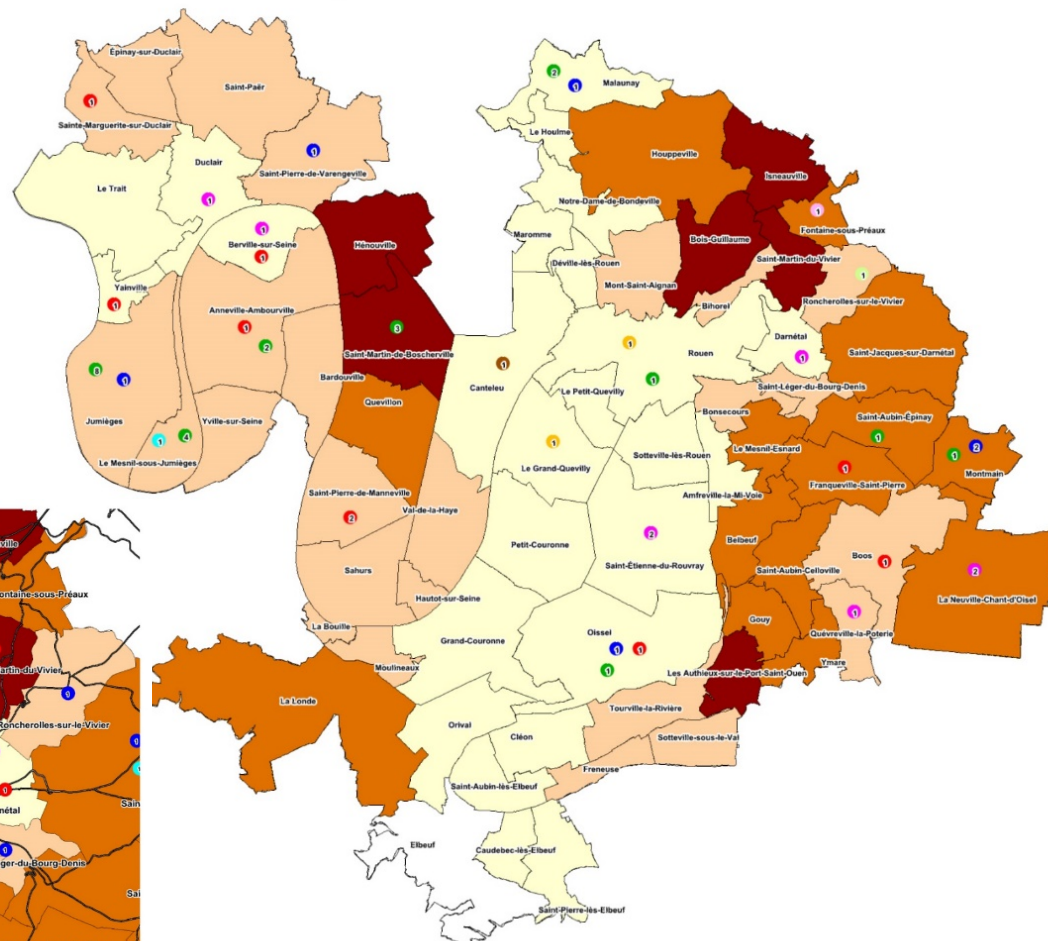
- **Des outils de commande en ligne**, généralement avec point de retrait de la commande : la Métropole compte par exemple deux **Ruches Qui Dit Oui** (rive gauche et rive droite), ou encore la boutique en ligne d'**Alternoo, Locale et Facile** (Bois-Guillaume). Un acteur majeur est également présent, **Potimarron**, qui proposent 82 points relais en Haute-Normandie avec 9 villes de la Métropole représentées. Potimarron est présent dans des zones ayant une population aisée telles que Rouen, Bois-Guillaume, Mesnil-Esnard mais aussi dans des zones plus défavorisées telles qu'Elbeuf, Cléon et Grand Couronne.
- **Des magasins de détail de la grande distribution, qui peuvent proposer en partie des produits locaux** : c'est le cas de la Biocoop du Rouennais ou encore de La Vie Claire (Rouen) ;
- **Des épiceries spécialisées dans les produits locaux** maillent relativement bien le territoire avec plusieurs magasins : De la Ferme à l'Assiette (Sotteville-lès-Rouen), Alternoo (Rouen), Au Bon Air Biomonde (Rouen), Potimarron (Rouen), La Ferme d'Isnel (Isneuveille), Le Marché de Nicolas (Saint-Martin-de-Boscherville)
- **Une coopérative de consommateurs, les Robins des Bio** : Les Robins des Bio se définissent comme une boutique bio, paysanne, locale, alternative et conviviale dans le bassin de vie d'Elbeuf sur Seine. Cette initiative a choisi le format juridique de la SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif) et propose ses produits en magasin, auquel s'ajoute un système de vente en ligne et de livraison sur Points Relais et en Drive. La gamme proposée se compose de produits alimentaires (légumes, fruits, viande, produits laitiers, produits cidricoles, bière, huile...) et non alimentaires (hygiène, artisanat...). Au-delà de l'activité de commercialisation, la SCIC est également un lieu socio-culturel qui propose des animations, telles que des soirées conviviales, des ateliers divers, des concerts...



Localisation des initiatives de proximité sur le territoire



Les points de vente à la ferme



Outre les considérations d'alimentation locale et de qualité en restauration collective ou le développement de mesures sur la protection du foncier, certaines communes de la Métropole portent d'ores-et-déjà des actions compatibles avec un projet alimentaire territorial.

Citons par exemple :

- La **commune de Cléon** qui développe depuis 3 ans des arbres fruitiers en remplacement des arbres non productifs. Plusieurs projets de jardins partagés sont en cours. Ces deux axes sont le support d'ateliers et événements de sensibilisation et d'éducation alimentaire, par exemple au moment des récoltes ;
- La **commune de Saint-Léger-du-Bourg-Denis** développe de la production alimentaire sur des surfaces communales, sous l'impulsion de la mairie, pour approvisionner à hauteur de 300 kg de fruits et légumes/an la cuisine. Le projet porte sur 300 m² de terrain, une serre...

Parmi les difficultés rencontrées par les acteurs des circuits de proximité en vue d'accroître leur présence et d'avoir un impact sur le marché on peut citer :

- **Une offre limitée et incomplète qui limite l'expansion du marché** : l'offre des produits n'est pas toujours considérée suffisante en quantité et variété pour répondre aux attentes de la clientèle, tant sur le type de produits que le mode de production.

« Notre offre est incomplète. On a du mal avec certains volumes de viande tels que le veau, l'agneau et les moutons...C'est difficile de s'approvisionner en volailles découpées. On rentre du poulet entier. Il existe des ateliers de découpe de volailles chez certains éleveurs. Le frein est le prix sur ces morceaux découpés. Le nerf de la guerre c'est le prix ».

- **Des difficultés à se faire connaître des consommateurs** : le manque de visibilité vis-à-vis des clients potentiels représente aussi un obstacle. Certains acteurs considèrent qu'il faut des *« gros investissements pour faire connaître l'offre et développer la promotion »*, ce qui n'est pas toujours facile pour des initiatives relativement petites et qui viennent d'apparaître sur le marché. Un autre gérant affirme que les ressources humaines et financières sont limitées pour mettre en place une campagne de communication véritablement efficace. Les réseaux sociaux restent un canal fortement utilisé.
- **Atteindre la population moins aisée n'est pas toujours évident** : les produits fermiers sont moins consommés dans les quartiers défavorisés à cause du prix et de l'accessibilité géographique. Un des facteurs qui frêne les intermédiaires ou les producteurs à s'installer dans un quartier à faible revenu est le constat que le nombre des produits et le prix moyen d'un panier sont beaucoup plus faibles dans ces quartiers par rapport aux quartiers plus aisés. Un gérant souligne que *« l'image des produits locaux doit changer pour pouvoir atteindre plus efficacement ce groupe de la population »*.

Synthèse

La Métropole affiche une bonne dynamique de développement des acteurs et initiatives positionnés sur l'alimentation de proximité, et bien souvent de qualité.

- **33 AMAP**, soit presque 1 AMAP pour 1 400 habitants ;
- plus de **70 marché** mais il faut noter que tous ne proposent pas une offre variée de produits de proximité ;
- un **tissu dense d'intermédiaires** positionnés sur des segments complémentaires : livraisons/commande en ligne, épiceries spécialisées dans les produits locaux... ;
- une offre qui touche toutefois majoritairement les populations les plus aisées et qui reste **assez peu implantée dans les QPV**. Dans ces zones, elle est peu diversifiée : les marchés restent l'offre principale, avec Potimarron qui couvre relativement bien le territoire ;
- les **intermédiaires manquent d'offre agricole de proximité et les acteurs font face à des problématiques de performance logistique et de notoriété qui freine leur développement commercial**
- des projets structurants qui doivent démontrer leur rentabilité : **le box des producteurs**

4 - La consommation alimentaire sur le territoire de la Métropole

4.4 - Analyse AFOM de l'offre alimentaire sur le territoire de la Métropole

Analyse AFOM des pratiques de consommation alimentaire sur le territoire

Atouts

- La Métropole représente un marché alimentaire important estimé à 469kt et 762 M€ /an
- Constat d'une baisse des pratiques d'achats auprès de la GMS et du Hard-discount
- Hausse des achats dans les magasins d'alimentation spécialisé (bio, vrac, producteurs..) et sur les marchés : phénomène de gentrification

Faiblesses

- Les circuits GMS et Hard-Discount représentent toujours 86% des pratiques d'achat or il disposent d'une offre très limitée en produits de proximité
- La proximité reste le principal critère de sélection des lieux d'achat tandis que la qualité des produits n'arrive qu'en 4^e position
- La prévalence de l'obésité reste préoccupante sur le territoire : elle toucherait 25% de la population adulte contre 17% en moyenne en France.

Opportunités

- Développement d'une offre de détail spécialisée positionnée sur une offre de qualité/locale
- Bien que les périodes d'achats se déstructurent, les 2/3 des achats auprès des petits commerces sont effectués sur Rouen RD, ce qui en fait une zone intéressante pour d'éventuelles actions de sensibilisation/promotion de l'alimentation locale et de qualité
- Des tendances de fond identifiées à l'échelle française sont encourageantes et peuvent laisser penser qu'une partie de la population MRN est concernée : baisse de la consommation de protéines animale...

Menaces

- Augmentation de la précarité
- Au national, des tendances montrent une baisse du suivi des recommandations du PNNS, en particulier chez les jeunes générations, les familles à bas revenus et faibles niveaux d'étude
- Déstructuration des pratiques d'achat alimentaire sur le territoire, recherche de lieux d'achat proche (= praticité, lien avec le rythme de vie)
- De nombreuses initiatives locales reposent sur le e-commerce, or cette pratique ne concernerait encore qu'un nombre limité de communes : 75% des achats via internet sont localisés sur la commune de Rouen (sur les 2 rives) et les 2 secteurs de plateaux est-Aubette et nord-Cailly (revenus les plus hauts)

Analyse AFOM de la problématique d'accessibilité

	Atouts	Faiblesses
Précarité		<ul style="list-style-type: none"> Taux de pauvreté de 16,4% sur la Métropole, c'est 1,7 points de plus qu'en France métropolitaine Insécurité alimentaire estimée à plus de 7 000 ménages
Aide alimentaire	<ul style="list-style-type: none"> Des acteurs nombreux et bien répartis sur le territoire Des modalités d'aides variées : maraudes, épicerie, paniers, chèques... Présence de la Banque Alimentaire et d'acteurs en réseau indépendants > résilience Développement des épicerie sociale et solidaires, un format plébiscité par les acteurs 	<ul style="list-style-type: none"> Constations d'une hausse des besoins Manque de coordination des acteurs de l'aide alimentaire et divergence de visions Problématiques de stockage, notamment sur le frais Peu de lien direct avec la production agricole et l'IAA sur l'approvisionnement Equilibre des rations difficile à obtenir : surreprésentation des produits sucrés notamment
	Opportunités	Menaces
Précarité	<ul style="list-style-type: none"> Une offre de proximité présente dans les principales zones de précarité, via les marchés et quelques acteurs comme Potimarron 	<ul style="list-style-type: none"> Taux de pauvreté de 16,4% sur la Métropole, c'est 1,7 points de plus qu'en France métropolitaine Insécurité alimentaire estimée à plus de 7 000 ménages
Aide alimentaire	<ul style="list-style-type: none"> Proximité de plateformes GMS 	<ul style="list-style-type: none"> Problématiques d'approvisionnement : tissu IAA faible et peu d'offre F&L Doublement des volumes de la banque alimentaire en 5 ans Dépendance à l'action bénévole qui est vieillissante Développement d'une offre de discounters qui constitue une concurrence sur l'approvisionnement Gaspillage de produits ne correspondant pas aux attentes et besoins des bénéficiaires Difficulté des associations à mobiliser les bénéficiaires sur des ateliers de cuisine par exemple, ou de la sensibilisation

Analyses AFOM de la Restauration Hors Domicile

	Atouts	Faiblesses
Restauration collective	<ul style="list-style-type: none"> • Un marché représentant 14,6 millions de repas/an et consomme environ 3 100 tonnes de denrées • Des acteurs ayant une forte part de marché sont impliqués dans l'approvisionnement local (SIREST...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Peu d'offre bio directement sur la Métropole, des fournisseurs localisés davantage dans la Manche et le Calvados • De nombreuses petites communes ont recours aux SRC ce qui implique de prévoir des éléments sur les produits de qualité et de proximité dans les contrats
Restauration commerciale	<ul style="list-style-type: none"> • Forte densité des établissements de restauration : 3 restaurants/1 000 habitants 	<ul style="list-style-type: none"> • Développement d'une offre de restauration rapide qui représente 45% des Ets, alors même qu'on observe une prévalence de l'obésité importante sur le territoire
	Opportunités	Menaces
Restauration collective	<ul style="list-style-type: none"> • Développement d'acteurs importants et structurants de l'approvisionnement de proximité : Local et Facile, Nos Paysans Normands... • Projet de Loi EGA : critères sur la qualité et la proximité • Rôle social de la restauration collective : accès à une alimentation saine pour tous 	<ul style="list-style-type: none"> • Dans un contexte de production locale < la demande : le marché des consommateurs en direct reste plus intéressant pour de nombreux producteurs : ce marché captera une bonne partie de la production
Restauration commerciale	<ul style="list-style-type: none"> • Dynamisme du tourisme sur le 76 et mise en avant du patrimoine culinaire • Présence d'un label Chef & Terroir, bien que peu développé sur le territoire 	<ul style="list-style-type: none"> • Sur l'approvisionnement, les Cash & Carry sont des acteurs majeurs mais proposent une offre locale très limitée • Certains restaurateurs n'hésitent pas à se rendre à Rungis Peu d'offre de proximité directement tournée vers la clientèle des restaurateurs : cela demande une démarche de leur part peu facilité par le marché

Analyses AFOM des circuits de distribution

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Rééquilibrage de l'offre en grande surface qui était en surdensité auparavant• On estime que 90% des GMS ont une offre en produits de proximité, bien que limitée• Développement accru de la catégorie « alimentaire divers » (+25%) et produits surgelés (+20%) synonyme de gentrification mais en accord avec les tendances de consommation• 13 marchés sur la ville de Rouen (<5%)	<ul style="list-style-type: none">• La densité commerciale (nb m² pour 1000 habitants) des supermarchés et des discounters alimentaires est équivalente à celle observée au niveau national. Par contre, celle concernant les hypermarchés est nettement supérieure (380 contre 335)• Grandes surfaces : des acteurs mineurs de l'offre de proximité (maximum 5%, estimé à l'échelle française)• Des problématiques d'approvisionnement en produits de proximité, notamment bio et maraîchers
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Des achats alimentaires opérés de plus en plus dans les magasins de détails, notamment en produits de proximité• Développement d'une offre commerciale dans les centres urbains répondant au critère de "proximité" des lieux d'achats des consommateurs	<ul style="list-style-type: none">• La gentrification des commerces associée à la baisse des commerces de hard-discount limite l'offre réellement "accessible" pour les populations à bas revenus et pourraient accroître la précarité alimentaires, et de fait, les sollicitations des acteurs de l'aide alimentaire (à modérer dans la mesure où de les MDD des hypermarchés et supermarchés peuvent remplacer en partie)

Analyses AFOM des initiatives de proximité

Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none">• Un bonne diversité d'initiative offrant plusieurs modes de commercialisation/d'achat : vente en ligne/points relais/livraison/détail...• 33 AMAP approvisionnant plus de 600 personnes, 70 marchés	<ul style="list-style-type: none">• Difficultés à se faire connaître : besoins marketing et commerciaux• Difficultés à toucher les populations plus précaires (image des produits de proximité) et diversité moindre dans les zones à bas revenu
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none">• Un potentiel de consommation de +400 kt et une demande en croissance pour des produits de qualité et de proximité• Gentrification de certains quartiers	<ul style="list-style-type: none">• Manque de compréhension des consommateurs sur ce qu'est une offre locale et de qualité/ et ce qu'elle n'est pas

4 - La consommation alimentaire sur le territoire de la Métropole

4.5 - Enjeux et premières pistes de travail identifiées pour le PAT de la Métropole

Enjeux :

- Enrayer la progression du surpoids et de l'obésité sur le territoire
- Développer une offre de qualité et de proximité dans une diversité de lieux d'achats, en lien avec les tendances observées
- Améliorer l'accessibilité des produits alimentaires de qualité et de proximité
- Améliorer la performance de la politique sociale de la Métropole car elle impactera nécessairement l'alimentation des personnes en précarité (accès au logement, intégration des migrants...)
- Développer les liens entre l'amont et le maillon industriel pour faciliter l'approvisionnement et améliorer l'équilibre alimentaire
- Améliorer la qualité des produits consommés par les bénéficiaires de l'aide par deux leviers principaux : l'amélioration de la diversité et qualité des produits sourçés par les acteurs de l'aide alimentaire et la sensibilisation aux pratiques alimentaires
- Mettre en cohérence l'offre de restauration avec les problématiques de santé
- Sensibiliser les communes à l'introduction de produits bio et locaux et accompagner cette démarche
- Optimiser les livraisons : Un autre souci exprimé par les acteurs des circuits courts est celui d'améliorer la performance logistique, par exemple en développant la collecte des produits autour de certains points afin de faire gagner du temps aux producteurs et de minimiser leurs coûts de déplacement. Cependant, la mise en place de points de collecte multiples n'est pas toujours rentable car il faut atteindre un certain volume pour amortir les coûts.
- Améliorer la performance environnementale des circuits courts. En cohérence avec les soucis environnementaux qui caractérisent l'idéologie de l'alimentation de proximité, une préoccupation des acteurs des circuits courts est de réduire l'empreinte écologique de leurs déplacements ainsi que les coûts de transport.

Pistes de travail :

- Organiser des campagnes de sensibilisation avec les acteurs de la santé sur la problématique de surpoids
- Accroître la consommation de produits de proximité pourrait aussi être atteint à travers l'utilisation des tickets alimentaires.
- Restreindre le développement de la restauration rapide
- Accompagner le développement des initiatives de proximité en favorisant leur implantation dans des zones précaires (QPV..)
- Penser l'offre de proximité en fonction des pratiques d'achat et de circulation de la population (=praticité) > travail en lien avec la logistique
- Animer et améliorer le lien entre fournisseurs et acteurs de l'aide alimentaire, par exemple le MIN avec qui la BA pourrait travailler davantage ou en sensibilisant les industriels/producteurs à donner (mise en avant d'outils existants comme Solaal,...)
- Sensibiliser les bénéficiaires à l'alimentation : Mise en commun des forces de sensibilisation, notamment au travers des ateliers cuisine proposés ?
- Améliorer la gestion des bio déchets
- Légiférer/réglementer/encadrer le développement de l'offre de restauration rapide sur le territoire
- Sensibiliser/améliorer la qualité des produits proposés dans les établissements de restauration collective
- Poursuivre l'accompagnement des communes quant à l'introduction de produits locaux et bio
- Sensibiliser et éduquer davantage des consommateurs : Faire comprendre aux consommateurs les spécificités entre les différentes formes de bio est très important selon les acteurs du circuit de proximité. Selon les acteurs du circuit de proximité interrogés, les consommateurs devraient être aussi sensibilisés davantage sur le fait que les prix des produits locaux de qualité sont justement plus élevés, ce qui permettrait de mettre davantage en valeur leur qualité. Elargir son marché et sa clientèle : La recherche des débouchés supplémentaires permettrait d'élargir le marché et diversifier le portefeuille des clients représente aussi un enjeu important pour les acteurs des circuits courts.
- Mettre en place des systèmes de vente plus adaptés aux populations en difficulté est une stratégie contemplée par des intermédiaires. Un d'entre eux propose la création d'un système de drive, pour atteindre les ouvriers qui n'ont pas le temps et l'envie d'aller faire des courses après une dure journée de travail
- Conforter le projet de Box des Producteurs implanté sur le MIN de Rouen

5 - La structuration des filières alimentaires sur le territoire de la Métropole

5.1 - La transformation

Le contexte général

En Normandie, l'industrie agro-alimentaire est très liée à l'agriculture à l'Ouest, tandis qu'elle dépend davantage de la présence des ports à l'Est et notamment en Seine-Maritime. Le linéaire côtier normand a permis également le développement d'une industrie des produits de la mer en proximité des côtes.

Avec 827 établissements et 25 000 salariés en 2014, l'industrie agroalimentaire est un acteur clé de l'économie normande, **5^{ème} employeur industriel de la région**.

La Normandie est la région où les effectifs de l'agroalimentaire ont le moins diminué ces 10 dernières années.

L'agroalimentaire est le secteur industriel qui a été le moins touché par la baisse de l'emploi.

Les 1^{er} secteurs de l'industrie agro-alimentaire en Normandie sont, en terme de chiffre d'affaire et d'effectifs salariés, sont :

- **le lait, 33% du CA, + de 4 200 salariés (2014)**
- **la viande, 11% du CA, + de 4 250 salariés (2014)**
- **le café, cacao, confiserie : 36% du CA, + 5 100 salariés (2014)**

On observe pour les 2 1^{er} secteurs une prédominance de grands groupes (Danone, Nestlé, Lactalis, Savencia, Novandie / Bigard, Elivia, Société Normande de Volailles. Il sont essentiellement localisés à l'Ouest où l'élevage est le plus présent.

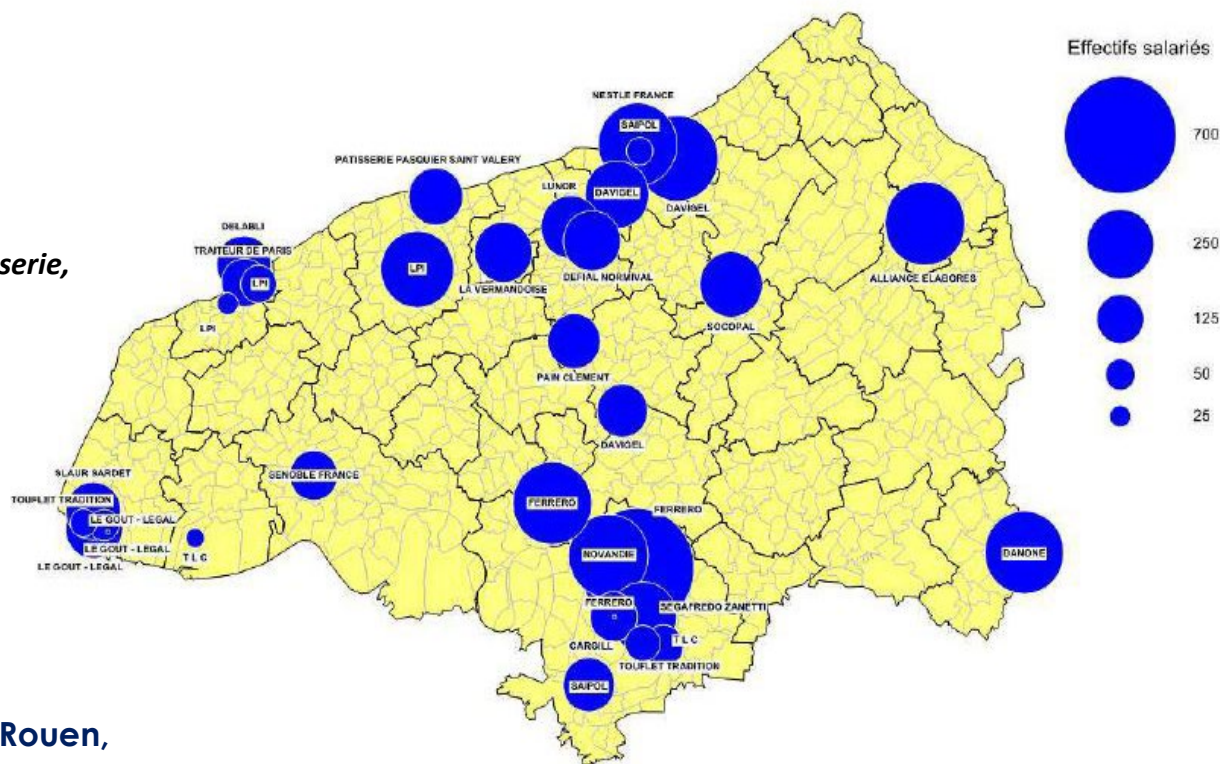
Le Département dispose du 1^{er} complexe portuaire français avec 2 ports d'envergure internationale (Le Havre et Rouen) ayant permis l'ancrage et le développement d'activités spécifiques :

- **Boissons, spiritueux, cafés, thé**

29 ent., 1 210 emplois

- **Confiserie, chocolaterie, pâtisserie, desserts**

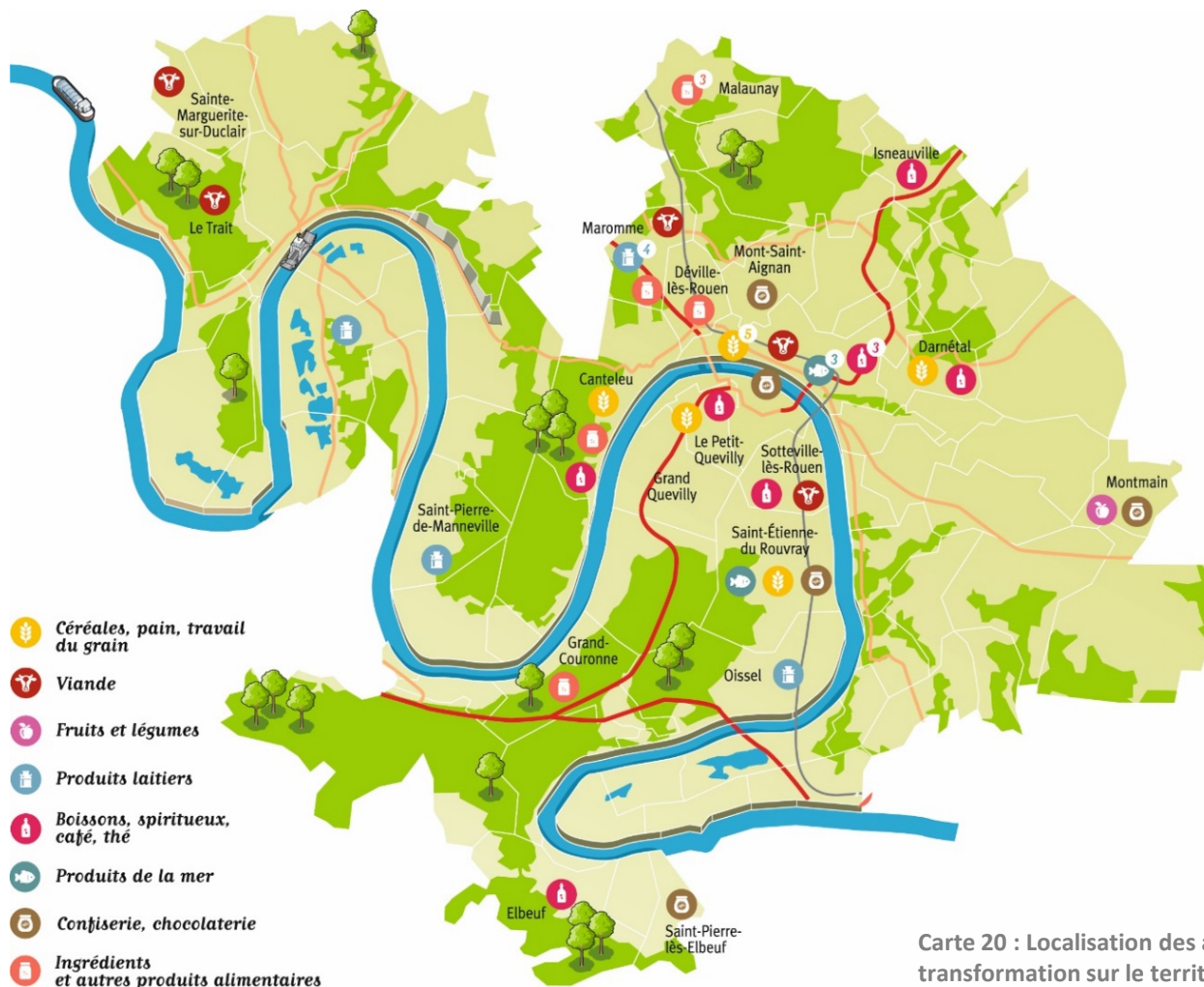
20 ent., 1 903 emplois



**Le Grand Port Maritime de Rouen,
1^{er} port français pour l'agro-alimentaire,
1^{er} port exportateur de céréales.**

Carte 19 : Localisation des établissements appartenant à des entreprises de plus de 100 salariés

Source : La filière industrielle agro-alimentaire en Seine-Maritime, Seine-Maritime Expansion, Mars 2012



En 2012, la Métropole concentrait le 1/3 des établissements et emplois de l'agro-alimentaire du département.

On dénombre 2 leaders mondiaux sur le territoire :

- Nexira (Rouen), leader mondial de la gomme arabique, gomme tirée de certains acacias et utilisée comme épaississant alimentaire ;
- Nutriset (Malaunay), leader dans l'élaboration d'aliments luttant contre la malnutrition dans les pays en développement.

Carte 20 : Localisation des acteurs de la transformation sur le territoire de la Métropole

Source : Normandy Food, Agence Bio, Métropole Rouen Normandie, mai 2018

La filière de transformation du lait

La Normandie compte 40 établissements de transformation laitière sur son territoire. 3 types d'entreprises se distinguent :

- **les entreprises multi-produits de dimension nationale ou européenne, avec spécialisation des entreprises par produit**
- **les entreprises de dimension régionale spécialisées sur 1 ou 2 produits**
- **les entreprises de dimension régionale multi-produits**

Les grosses entreprises sont essentiellement localisées au nord de la région alors que le sud concentre plus de PME.

Seulement 4 laiteries sont localisées en Seine-Maritime offrant ainsi moins de marge de manœuvre aux éleveurs dans le choix de leur contrat laitier.

Ces dernières années, fusions, absorptions, agrandissements ou encore diversification d'activité ont été plus fréquents dans le bassin normand que dans les autres bassins. Ainsi, la moitié des entreprises de collecte a disparu depuis 10 ans contre moins d'1 sur 10 pour les entreprises alliant transformation et collecte.

Les entreprises de transformation fabriquent essentiellement des yaourts : **la Seine-Maritime et l'Eure fabriquent 87% des yaourts de la région.**

La sécurisation des approvisionnements et des débouchés est primordiale pour les entreprises privées. Les coopératives cherchent à mieux valoriser le lait collecté. De nouvelles stratégies basées sur la diversification de l'activité se développent. Les coopératives se regroupent et investissent dans la transformation, notamment la fabrication de lait en poudre qui est exportée en Chine.

Carte 21 : Localisation des laiteries en Normandie

Source: Chambre d'Agriculture, 2018



Quelques chiffres clés en Seine-Maritime

- **87%** de la collecte est transformée par des groupes privés
- **3 leaders** : Danone, Eurial Ultra frais, Novandie
- **609 millions de litres de lait livrés à l'industrie** (+5,3% depuis 2000)
- **3^{ème} coopérative laitière européenne** sur la Métropole (Maromme)
- **18 producteurs de lait bio**

Aujourd'hui, dans le département, la part de la transformation fermière représente **1,7% du total transformé**. En région, la commercialisation des produits laitiers transformés à la ferme reste faible (3% contre 5% en France) même s'il est observé une augmentation du nombre d'installations de production-transformation depuis 2009.

Les crises laitières ont conduit certains producteurs laitiers à développer leurs modes de commercialisation en direct, afin de diversifier leurs sources de revenus. Dans ce cadre, il est observé une professionnalisation des exploitants qui, pour dégager plus de valeur ajoutée sur l'exploitation, travaillent davantage à **temps plein sur des ateliers toujours plus grands**. Toutefois, le **manque de main d'œuvre qualifiée est un facteur limitant** pour le développement de cette activité de diversification.

Pour d'autres, les systèmes évoluent. Les races laitières étant plus performantes, les producteurs ont tendance à diminuer leur cheptel de vaches laitières au profit de vaches allaitantes.

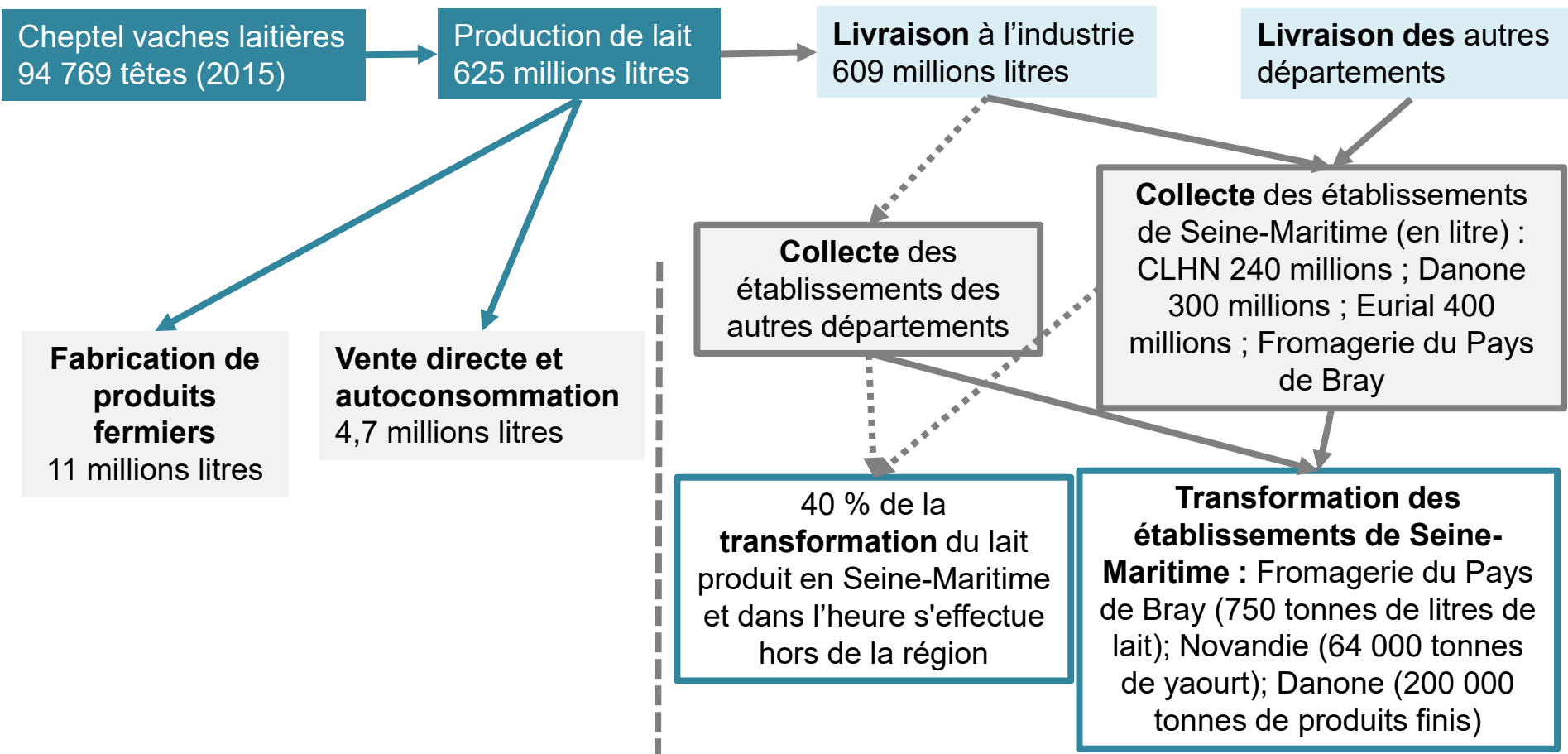
Les circuits de commercialisation de ces produits fermiers sont variés :

- vente directe à la ferme ou sur les marchés de plein vent
- vente en magasin spécialisé / collectif
- vente en restauration collective
- vente en AMAP
- vente en GMS

La grande distribution semble représenter un débouché très prometteur, car, s'adaptant sans cesse aux attentes et exigences de la clientèle, elle oriente et développe son offre en produits locaux. Elle peut ainsi constituer une opportunité intéressante, pour les producteurs qui cherchent à limiter les temps de vente et de livraison.

Toutefois, ce circuit de distribution soulève des questionnements :

- Quelle rémunération ? faibles marges pour les producteurs, qui nécessite de commercialiser de gros volumes pour être rentable
- Quelle visibilité pour le consommateur ? multiplication des marques et labels locaux et de qualité, qui brouillent les messages, manque de transparence sur la provenance locale des matières premières
- Quelle valorisation des produits locaux ? tous les produits n'ont pas trouvé preneur localement (ex. du lait différencié qui part à l'exportation en Chine)



Source: Agreste, données DISAR, Seine-Maritime, 2017

La filière de transformation de la viande

La Normandie compte 13 établissements d'abattage sur son territoire.

3 types d'abattoirs se distinguent :

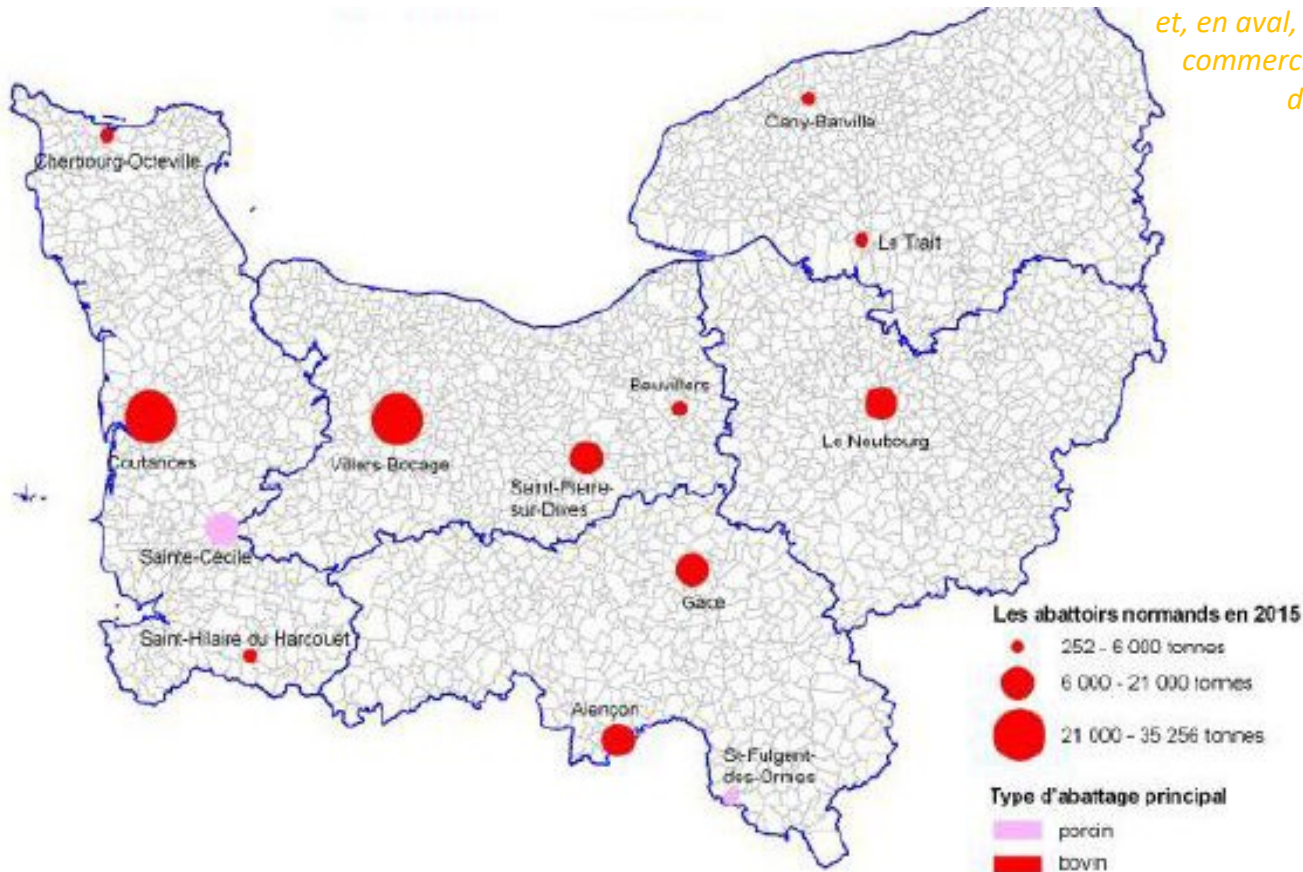
1. les abattoirs rattachés à des groupes nationaux, s'approvisionnant à grande échelle et spécialisés dans une seule espèce voire dans des animaux spécifiques. La plupart intègre dans leur activité les dernières étapes de la transformation comme la fabrication de steaks hachés ce qui leur permet de fournir la grande distribution, la RHD, les entreprises agroalimentaires et des marchés à l'export ;
2. les abattoirs régionaux fabriquant des produits haut de gamme ;
3. les abattoirs locaux travaillant toute la carcasse et vendant soit à des artisan-bouchers ou proposant uniquement des prestations de découpes.

L'abattage et la transformation de viande ne représentent toutefois que 18% des effectifs de l'agro-alimentaire en Normandie contre 40% dans les régions leaders que sont la Bretagne et le Pays de la Loire.

Les chiffres clés

- 2^{ème} région française pour la production de gros bovins
- 5^{ème} région française pour l'abattage de gros bovins (339 000 gros bovins abattus en 2014)
- 9^{ème} région productrice de poulets de chair (4% de l'effectif national)
- Plus de la 1/2 des gros bovins élevés en Normandie abattue en Bretagne
- Seulement 1/4 de l'élevage porcin normand abattu en région
- Seulement **5,3%** des emplois du secteur de la viande

« Le maintien du maillage des abattoirs est une nécessité car les abattoirs sont des équipements charnières indispensables, en amont, à la préservation d'activités d'élevage et, en aval, aux unités de transformation, de commercialisation et de services dans le domaine de la viande. »



Carte 22 : Localisation des 13 abattoirs normands

Source : La filière industrielle agro-alimentaire en Seine-Maritime, Seine-Maritime Expansion, Mars 2012

La filière volaille

La filière volaille est dominée en Normandie par les poulets de chair (**52% des effectifs en 2015**) suivis par les poules pondeuses (**20% des effectifs**). En 15 ans, la production de poulets de chair a augmenté de 15%, contre seulement 5% au national. La consommation ne cesse d'augmenter, la volailles étant la 2^{ème} viande la plus consommée en France avec 26,6 kg/an/habitant. Cette bonne place s'explique notamment par son prix accessible et ses petits conditionnements.

Toutefois, les acteurs de la filière, on fait remonter qu'il y avait un manque d'abattoirs industriels de volailles en Normandie. Globalement, on compte **1 seul outil par département s'articulant autour de filières longues (France ou Europe)**. Le plus gros acteur, SNV, groupe LDC, est implanté dans l'Orne. Sur la Seine-Maritime, seule la Société Cauchoise de Volaille dispose d'une activité industrielle.

Du fait du manque d'outils, la production normande alimente donc les unités de transformation des régions limitrophes de la Normandie (notamment les établissements Secoué, en Mayenne), ce qui constitue un handicap pour la labellisation sous signe de qualité (exigence d'abattre à proximité de l'exploitation).

Cependant, une multitude d'exploitations pratique l'abattage à la ferme et valorise ses produits en circuits courts.

Entre les grandes unités industrielles et les ateliers de transformation à la ferme, on dénombre, dans la région, quelques abattoirs de taille intermédiaire (2 000 à 5 000 volailles par semaine). Les débouchés de ces producteurs ou de ces volaillers sont principalement axés vers les supermarchés locaux, avec un référencement en direct.

Certaines races locales sont plébiscitées par les acheteurs telle que la poule de Gournay (volaille mixte : pondeuse et volaille de chair) qui bénéficie d'une valorisation commerciale au niveau local (vente directe ou en boucherie).

La France maintient sa position de 1^{er} pays d'œufs de consommation de l'Union Européenne. La Normandie est la 6^{ème} région productrice en 2015 (4% de la production nationale). On observe un regain d'intérêt des consommateurs pour les œufs qui restent une protéine animale peu chère.

L'élevage de canard et d'oie reste quant à lui marginal.

La filière du foie gras ne regroupe que quelques dizaines d'atelier en Normandie. Les produits sont écoulés essentiellement en vente directe et sur les marchés. La restauration est également un des débouchés.

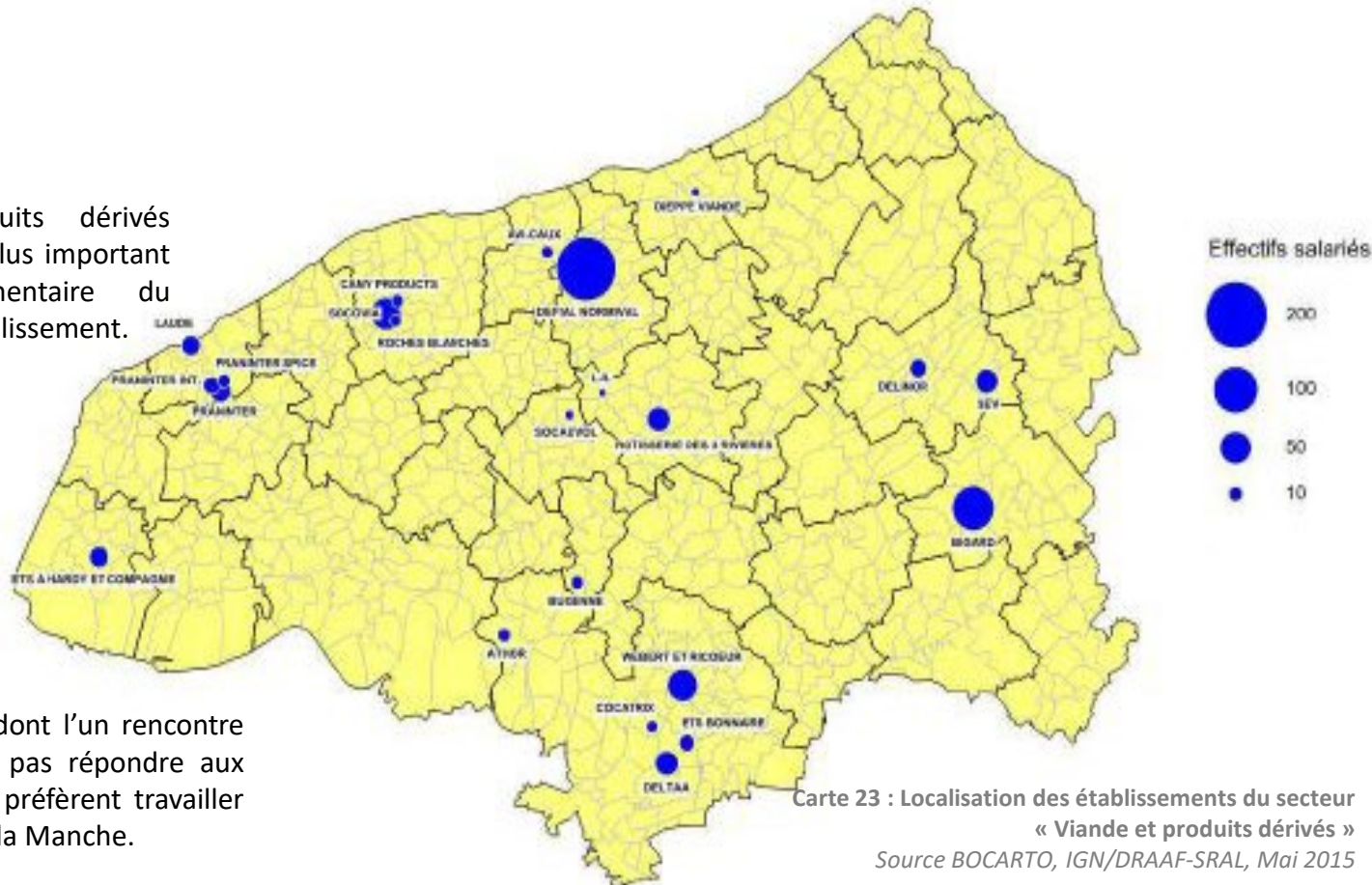
Il s'agit également d'une filière très liée à la saisonnalité (fêtes de fin d'année). L'objectif des groupements de producteurs est donc de réussir à développer la consommation sur toute l'année.

La viande et produits dérivés

L'activité viande et produits dérivés représente le 2nd secteur le plus important dans l'industrie agro-alimentaire du département en termes d'établissement.

Les éleveurs souhaitant commercialiser en vente directe recherchent des abattoirs de proximité réalisant des prestations de qualité.

A ce jour, ce service n'est proposé que sur 2 abattoirs dont l'un rencontre des difficultés et ne semble pas répondre aux attentes des producteurs qui préfèrent travailler avec des abattoirs situés dans la Manche.



Ce fonctionnement avec des abattoirs éloignés des sites des exploitations induit plusieurs impacts négatifs :

- **émissions de gaz à effet de serre plus importantes que si l'abattage était effectué par un abattoir de proximité**
- **bien-être animal qui peut être mis en question du fait d'un transport sur une longue distance**
- **prix de vente plus important pour absorber les coûts de transports**

Le projet d'abattoir de Forges-lès-Eaux pourrait répondre aux attentes des producteurs et des acheteurs souhaitant un outil de proximité et de qualité pour l'abattage des porcins, ovins et bovins.

La vente en circuits courts des produits carnés reste limitée du fait de multiples contraintes :

- **Coût élevé pour l'aménagement d'un atelier de transformation à la ferme**
- **Importantes normes sanitaires à respecter**
- **Manque de main d'œuvre qualifiée sur ce secteur comme pour la transformation du lait (conditions de travail difficiles / secteur peu rémunérateur)**
- **Evolution des comportements alimentaires, tendance à la diminution des consommations de viande (veganisme, végétarisme)**

Les préoccupations des acheteurs se portent essentiellement sur la traçabilité et la qualité des produits carnés locaux. Du côté des éleveurs, il y a une nécessité de bien valoriser l'intégralité des animaux abattus.

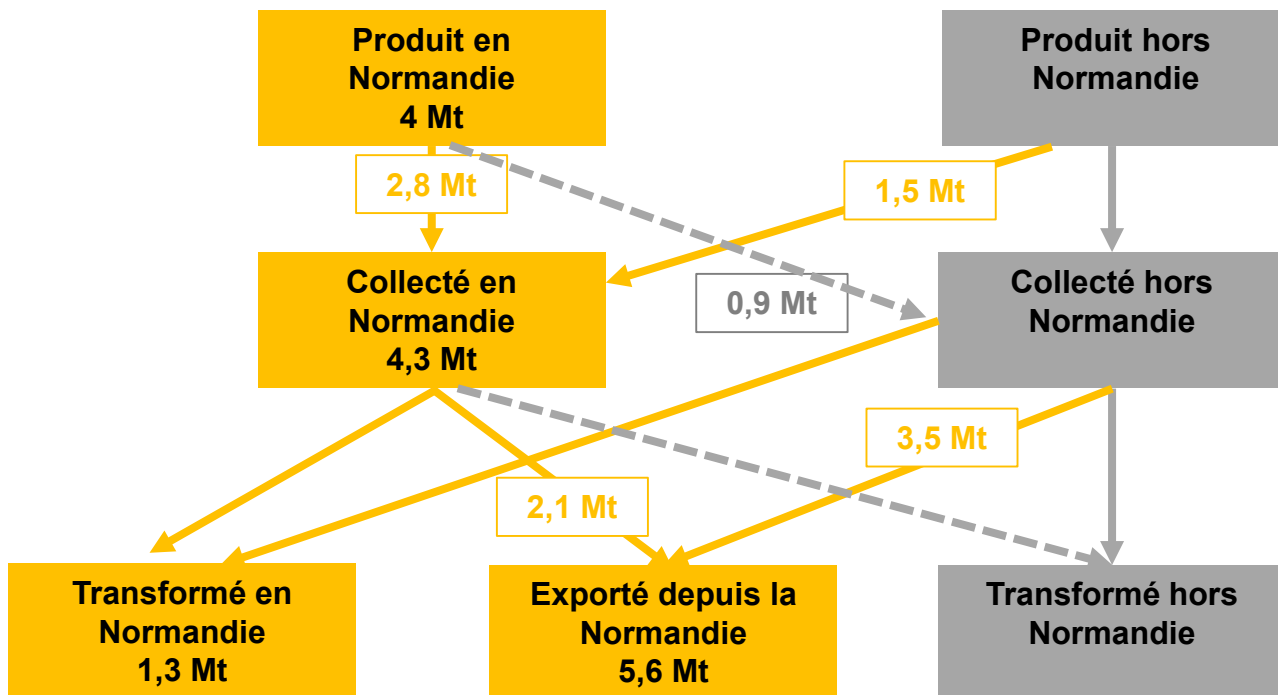
L'interprofession intègre ces éléments et travaille avec l'ensemble des acteurs de la filière pour produire une viande de qualité et valorisée dans son intégralité. Des filières se structurent avec des cahiers des charges pour valoriser les éleveurs s'inscrivant dans ces dynamiques (ex. : Filière qualité Race Normandie, Marque éleveurs de Normandie).

La restauration hors domicile apparaît comme un levier intéressant pour développer les circuits courts et encourager la transformation fermière à condition de bien prendre en compte les considérations exposées ci-dessus.

La filière de transformation des céréales

L'activité portuaire conduit à une industrie du grain peu développée et davantage tournée vers l'exportation.

60% des céréales exportées hors UE transitent par le port de Rouen. Ces cultures viennent de Normandie (36%), du Centre Val de Loire (25%), d'Ile de France (19%) et des Hauts de France (12%).



2,1 Mt de blé tendre, chargés sur les ports normands, proviendraient de silos implantés en Normandie, soit ½ de la production régionale.

Pour autant, il est noté que les filières locales comme la filière « Pain Normand » peinent à se structurer.

Schéma : reconstitution des flux de blé tendre sur la campagne 2014-2015

Source : Les filières grandes cultures en Normandie, plus de 20 000 emplois directs et indirects, DRRAF – SRISE de Normandie, décembre 2017

Des entreprises valorisent les céréales locales :

- le groupe Soufflet (minoterie et malterie à Canteleu) spécialisé dans la collecte, le négoce et la transformation de céréales. 400 agriculteurs se sont engagés avec Soufflet pour une farine qui conjugue qualité, traçabilité et de l'environnement.
- la semoulerie de Normandie (Rouen) spécialisée dans la transformation de céréales (pâtes, semoule...). L'entreprise privilégie l'utilisation du blé dur pour la fabrication des pâtes aux œufs.
- Toufflet tradition (Saint-Etienne-du-Rouvray) fournisseur de pain dédié à la restauration collective, hôtelière et commerciale. L'entreprise a développé une chaîne de production bio pour répondre à la demande de ses clients.
- Obongoo (Rouen) spécialisé dans le pain bio pour la RHD.
- le Petit Minotier (Darnétal) confectionnant des pains sans gluten pour le grand public.

Pour développer l'offre, il est nécessaire de travailler sur l'ensemble de la filière, du producteur au consommateur en passant par les coopératives comme Cap Seine qui cherche de nouveaux débouchés en circuits courts et réfléchit à la transformation locale.

OBONGOO, une entreprise locale en croissance

2015 : 2 salariés, 20 000 pains par jour

2018 : 15 salariés, présente sur 60 000 plateaux repas journaliers

Transformation de 1 600 T de blé par an

CA de 1 M € (triplement en 3 ans)

½ des débouchés sur la Métropole

RHD = 70% des débouchés

2019 : projet de développement d'une nouvelle unité de production de pain bio pour répondre à la demande des acheteurs normands

Le saviez-vous ?

Pour cultiver 10 ha de blé bio, il faut en réalité convertir 40 ha en rotation avec des cultures connexes (luzerne, maïs, lin, pomme de terre) et donc trouver des débouchés pour ces cultures.

La filière de transformation des fruits et légumes

La Normandie compte un faible nombre d'établissements industriels dans ce secteur mais abrite tout de même :

- le siège du leader français en matière de production de légumes de 5^{ème} gamme (cuisson vapeur sous vide) : **Lunor**, situé à Luneray (76)
- ainsi que des unités de production et transformation du groupe coopératif **Agrial**
 - Soléco/Florette de Lessay, spécialisée dans la transformation et la commercialisation de légumes frais prêts à l'emploi (salade, 4^{ème} gamme)
 - Créaline à Lessay, spécialisée dans la préparation de purées 5^{ème} gamme et soupes chaudes et froides prêtes à l'emploi
 - Eclor, leader français, spécialisée dans la confection de jus de fruits et de cidre commercialisés sous les marques Ecusson, Loïc Raison et Kerisac

De plus petites unités de transformation dites « artisanales » sur la production de cidre plus particulièrement se maintiennent face au leader Agrial.

Aucune unité de transformation « artisanale » en légumes n'existe malgré la présence de plusieurs porteurs de projets potentiels. Le projet de **légumerie/conserverie du pôle régional bio des Hauts Prés** (27) suscite beaucoup d'intérêt de la part des acheteurs (RHD notamment) mais rencontre encore des difficultés à se structurer.

Pour ce qui est de la valorisation des fruits en jus ou cidre, la Métropole accueille sur son territoire le dernier transformateur artisan de pommes à cidre, de poires à jus et boissons alcoolisées, la cidrerie Ponpon basée à Darnétal. Elle produit chaque année 100 000 T de boissons grâce à des partenariats noués avec 10 producteurs essentiellement situés sur la Seine-Maritime et Eure.

La commercialisation des produits (cidre dont présence d'une gamme bio en fort développement, jus de fruits et spiritueux) se fait essentiellement en magasin (magasin de produits du terroir). L'exportation, vers les pays du Nord notamment, tend également à se développer depuis plusieurs années.

Si la Cidrerie ne rencontre pas de difficultés particulières, la question de la logistique de proximité semble être un frein au développement de la vente en RHD locale : hôtellerie, café...

Comme pour la viande et les produits laitiers, certaines exploitations valorisent également leurs fruits et légumes par de la transformation et commercialisation de proximité (vente à la ferme, dans les restaurants, les épiceries fines...).

Les fruits

Des producteurs fermiers de pommes à cidre sont présents sur le territoire. La moyenne de production est située entre 20 000 et 30 000 bouteilles par an.

Par ailleurs, la valorisation des surplus de pommes à couteau tend à se développer via la confection de jus. Cette transformation est généralement assurée par le Pressoir de Normandie situé à Grosseoeuvre (27). C'est le cas par exemple pour le « Verger de Belaître » sur Quevillon.

Dans une moindre mesure, il existe quelques petites unités de transformation à la ferme, telles que Le Fruitier du Mesnil à Mesnil-sous-Jumièges qui confectionne confitures et pâtes de fruits.

Les légumes

A ce jour, il n'existe pas d'outils de transformation collectif, sur le territoire de la Métropole ou ses environs, bien que la demande augmente pour la RHD qui est confrontée à des problématiques de stockage et de travail des produits bruts.

La filière de transformation des produits de la mer

En 2014, l'industrie de la transformation de produits halieutiques représentait plus de 1 200 emplois dans le département de Seine-Maritime. Elle s'appuie sur plusieurs établissements d'envergure, implantés à proximité immédiate du littoral et des ports de pêche.

Malgré d'importantes quantités de produits pêchés et débarqués sur le littoral normand, les entreprises du secteur (mareyeurs, transformateurs) s'approvisionnent aussi en dehors du territoire (Boulogne-sur-Mer). Certaines profitent de la proximité des ports de pêche, pour importer des produits halieutiques non-présents sur les côtes normandes, telles que Delpeyrat (Sasseville, 200 emplois) spécialisée dans le saumon fumé.

Les activités de transformation en Seine-Maritime, sont essentiellement assurées par les mareyeurs qui se diversifient (16 entreprises de mareyage recensées). Il y a peu de transformations plus élaborées, ou à plus forte valeur ajoutée, telle que les conserves.

« Les produits de la mer locaux ne sont pas assez valorisés alors que la Normandie est la 2^{ème} région maritime et la 1^{ère} en production de coquillages et qu'elle possède beaucoup de ressources maritimes. »

Après achat, préparation/transformation et conditionnement par les entreprises de mareyage, les produits sont expédiés vers les grossistes, les poissonniers et **de plus en plus vers la grande distribution**. La livraison tend à s'effectuer de plus en plus loin, particulièrement vers l'Île de France et le Nord-Ouest de la France. La conservation et la logistique constituent par conséquent des enjeux majeurs.

A ce titre, 4 entreprises sont implantées sur le territoire :

- 3 entreprises de mareyage directement installées sur le MIN de Rouen, qui a entrepris des travaux de rénovation du « Pavillon de la Marée » en 2015
- l'entreprise Ybert et Fils localisée au sud de la Métropole, à proximité de l'autoroute A13.

Les démarches de qualité et durables

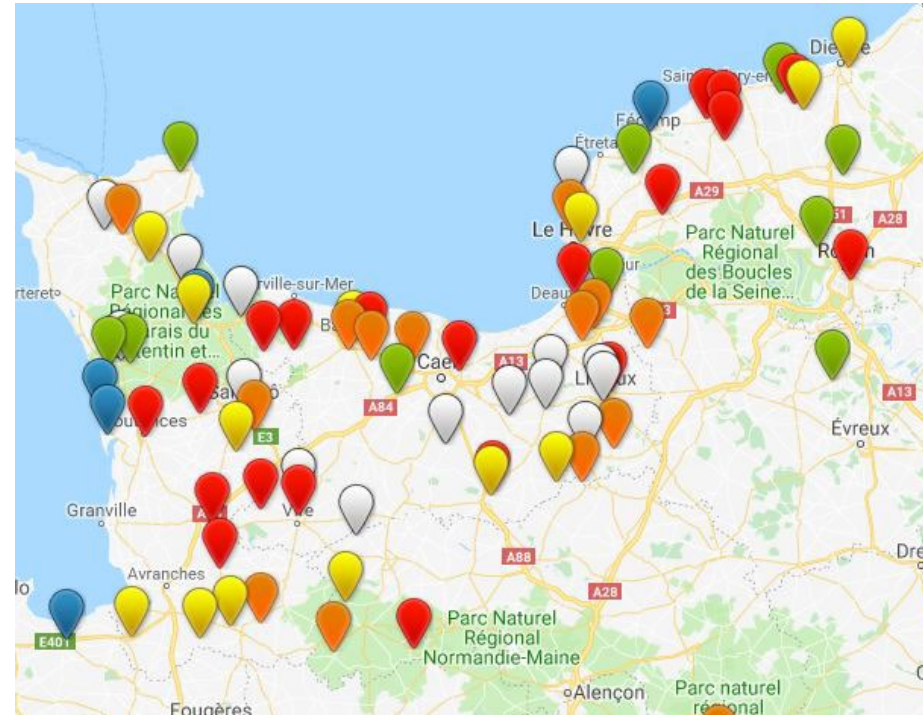
En Normandie, la marque « Saveurs de Normandie » (ex Gourmandie) a été créée en 2003 par l'IRQUA-Normandie (Institut Régional de la Qualité Agroalimentaire de Normandie) pour garantir la typicité régionale des 400 produits agroalimentaires agréés selon les 3 principes suivants :

- **origine normande** : produit fabriqué en Normandie et qui privilégie les matières premières régionales,
- **savoir-faire** : respect des règles d'hygiène, traçabilité...,
- **saveur** : produit approuvé par un panel de consommateurs.

Saveurs de Normandie, c'est 100 entreprises adhérentes et 17 000 emplois agroalimentaires et agricoles dans la région.

La carte met en évidence que les adhérents sont moins nombreux en Seine-Maritime et dans l'Eure. Toute La Charcuterie (TLC) est la seule entreprise adhérente sur le territoire de la Métropole.

De nouvelles marques régionales font également leur entrée pour les produits laitiers : « Cœur de Normandy », « Vachement Normand » et permettent de mieux rémunérer les producteurs adhérents.



Carte 24 : Localisation des entreprises adhérentes à « Saveurs de Normandie »

Source : <https://www.saveurs-de-normandie.fr/les-entreprises-adherentes/>

Synthèse

La Normandie dispose de nombreux outils de transformation mais ceux-ci pourraient davantage s'inscrire sur le territoire :

- **13** abattoirs, **40 sites** de transformation du lait, **5** cidreries dont une cidrerie artisanale implantée sur le territoire de la Métropole, plusieurs outils de transformation des céréales...
- Certaines filières de transformation (notamment viande), restent **fragiles**. L'abattoir ATHOR situé au Trait (76, MRN) rencontre des difficultés depuis quelques années et ne semble pas répondre aux attentes des producteurs pratiquant la vente à la ferme. Sa fermeture pourrait mettre, à mal la filière de transformation bovine.
- La **réouverture** de l'abattoir de Forges-les-Eaux, devant avoir lieu d'ici la fin d'année **2018**, arrive à point nommé. Elle devrait en effet permettre de conforter l'offre d'abattage en Seine-Maritime notamment pour le porc (seulement ¼ des porcs normands abattu en région). Le choix de pratiquer le « travail à façon » (=prestation d'abattage-découpe) sera également une opportunité pour le développement de la vente en circuits courts.
- Certains **groupes industriels sont présents sur le territoire de la Métropole en particulier en filière lait, sur les produits exotiques ou encore de transformation des céréales**. Ces dernières ne s'approvisionnent pas toutes auprès d'opérateurs locaux et la valorisation n'est pas non plus forcément faite en priorité sur le territoire normand.
- Quelques outils de transformation de légumes, comme par exemple l'entreprise Lunor située à Luneray (76), sont présents mais **il n'existe pas d'outils de transformation « artisanaux »** alors que la demande, tant du côté des producteurs et des acheteurs publics, existe. Le projet de légumerie/conserverie situé sur le pôle bio des Hauts-Près à Val de Reuil (27) pourrait être une belle opportunité pour les acteurs du territoire métropolitain.
- La transformation fermière existe mais reste **relativement faible et peu organisée** (pas de groupement de producteurs sur le territoire pour le moment). Malgré cela, **les habitants de la Métropole peuvent trouver une gamme intéressante de produits transformés** : 9 exploitations en viande (bovine, porcine, ovine) et de la volaille, 5 en produits laitiers (vache, chèvre), quelques producteurs de confitures, pâtes de fruits, biscuits ou encore des sirops et enfin, quelques producteurs arboricoles (jus).

D'une manière générale, les têtes de réseaux et interprofession font le constat d'un manque de valorisation des produits locaux transformés sur le territoire. Des actions de communication commencent à voir le jour mais doivent être renforcées.

5 - La structuration des filières alimentaires sur le territoire de la Métropole

5.2 - Le stade de gros

Dans le contexte logistique du bassin de la Seine-Normandie et par rapport à l'Île-de-France, en région Haute-Normandie, le poids du commerce de gros au sein de l'appareil productif métropolitain est inférieur (3,6 %) : **4 460 établissements emploient 20 500 salariés.**

La Haute-Normandie est une région pour laquelle l'alimentaire structure fortement le stage de gros.

L'activité liée aux biens domestiques est beaucoup moins représentée (12,9 %).. **La part de l'agro-alimentaire est en revanche plus élevée (23 % contre 14,9 % en France métropolitaine).** La part des logisticiens de la Haute-Normandie est beaucoup plus élevée (26,6 %), notamment pour les intermédiaires du commerce (38,7 %) et l'agro-alimentaire (37,9 %).

COMMERCE DE GROS EN HAUTE-NORMANDIE SELON LE DÉPARTEMENT AU 1^{er} JANVIER 2011

	EURE		SEINE-MARITIME		HAUTE-NORMANDIE	
	établissements	emplois salariés	établissements	emplois salariés	établissements	emplois salariés
Commerce de gros d'équipements automobiles	30	250	60	640	90	890
Intermédiaires du commerce de gros	330	390	820	410	1 150	800
Commerce de gros de produits agricoles bruts et d'animaux vivants	160	470	220	660	380	1 130
Commerce de gros de produits alimentaires, de boissons et de tabac	100	560	250	3 030	350	3 590
Commerce de gros de biens domestiques	150	820	320	1 820	470	2 640
Commerce de gros d'équipements de l'information et de la communication	40	60	100	580	140	640
Commerce de gros d'autres équipements industriels	260	1 350	610	4 170	870	5 520
Autres commerces de gros spécialisés	250	1 400	530	3 600	780	5 000
Commerce de gros non spécialisé	80	100	150	200	230	300
Ensemble	1 400	5 400	3 060	15 110	4 460	20 510

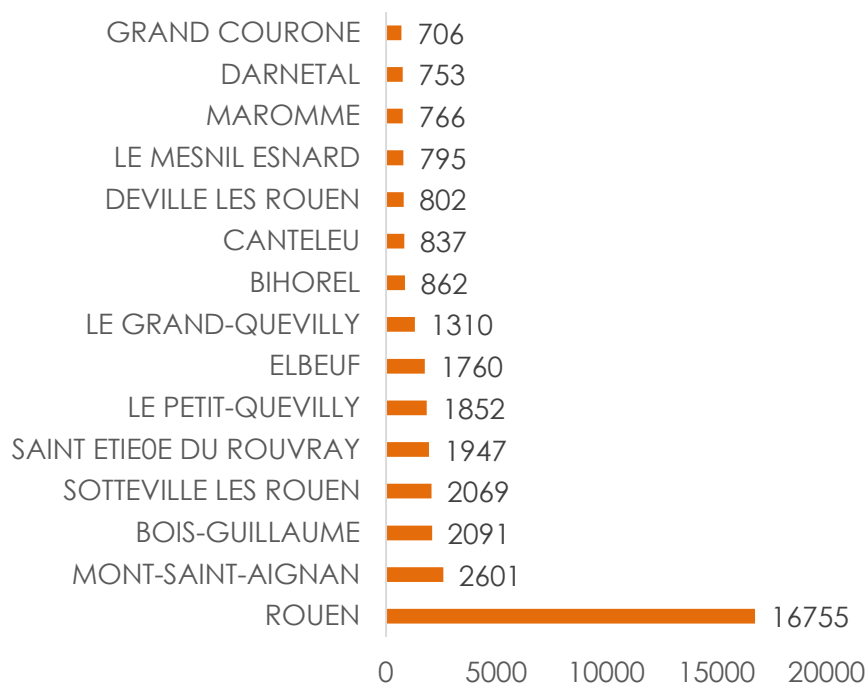
Tableau 17 : Commerce de gros en Haute-Normandie selon le département au 1^{er} janvier 2011

Unité : nombre

Source : Inter-Clap

Dans le contexte de la Métropole, le commerce de gros totalise **2% des activités des établissements économiques** (référencés dans la base Insee SIRENE). **Le tertiaire, l'artisanat et l'ensemble du petit commerce sont dominants.**

Il est intéressant de noter que malgré la présence du MIN de Rouen (voir plus loin), la majorité des établissements sont localisés en dehors de Rouen (70% de l'activité du commerce de gros a lieu en dehors de la commune de Rouen et 65% des effectifs des entreprises de gros alimentaire sont domiciliées en dehors de la commune de Rouen).



Graphique 58 : Répartition de 75% des effectifs des établissements du stade de gros alimentaire sur les communes de la Métropole de Rouen

Source Gressard Consultants, d'après données SIRENE 2017

	Centre-ville de Rouen		Rouen (hors centre-ville)		Métropole (hors commune de Rouen)		Total	
	Etab	%	Etab	%	Etab	%	Etab	%
Tertiaire de bureau	5 582	17%	6 035	19%	20 829	64%	32 446	68%
Artisanat - Services	353	8%	517	12%	3 307	79%	4 177	9%
Petit commerce	2 113	29%	1 131	15%	4 132	56%	7 376	15%
Industrie	171	15%	168	15%	768	69%	1 107	2%
Commerce de gros	130	13%	181	17%	729	70%	1 040	2%
Agriculture	16	2%	46	5%	797	93%	859	2%
Entrepôt-transport	119	13%	167	18%	666	70%	952	2%
Grande distribution	15	15%	11	11%	73	74%	99	0%
Total Général	8 499	18%	8 256	17%	31 301	65%	48 056	100%

Tableau 18 : Répartition des établissements économiques sur le territoire métropolitain

Source : Interface Transport et al. 2018, Etude d'opportunité et de faisabilité d'une Zone de Circulation Restreinte

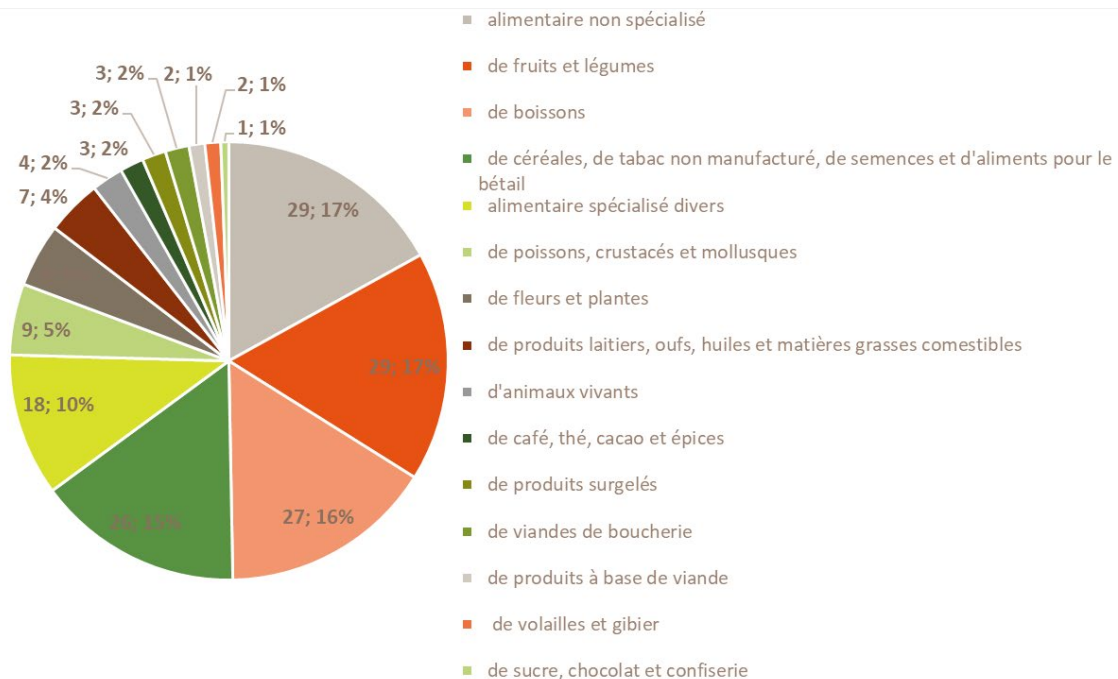
Dans la catégorie agricole et alimentaire de l'activité de gros, l'INSEE recense 171 entreprises. On peut identifier quelques secteurs dominants sur la Métropole de Rouen :

En particulier et en cohérence avec l'orientation agricole du territoire :

- Le commerce de gros de céréales, portée par les coopératives et les négoce du territoire
- Le commerce de fleurs et plantes ressort et est en lien avec la diversification des activités du MIN de Rouen et l'activité horticole du territoire ;

En revanche, certains secteurs ne traduisent pas ou peu ce profil agricole/agroalimentaire :

- Le commerce de gros des fruits et légumes : nous verrons que c'est la présence du MIN de Rouen qui tire cette tendance et plus généralement le réseau de primeur du territoire.
- Les boissons : ce secteur est partout présent en France ;



Graphique 59 : Répartition des secteurs d'activité du stade de gros sur la Métropole de Rouen

Source Gressard Consultants, d'après données SIRENE 2017

Le **MIN de Rouen** est un outil de développement économique créé en 1969 par la puissance publique pour organiser et réguler le commerce de gros des produits alimentaires au niveau local et régional.

Sur les 20 hectares de terrain appartenant à la collectivité qui lui ont été concédés jusqu'en 2034, le MIN abrite 60 entreprises regroupées en six « secteurs » d'activités et offrant plus de 800 emplois permanents (600 il y a 10 ans), abrités dans 57 000 m² de bâtiments construits et aménagés au prix de 25 millions d'investissements au cours des 15 dernières années.

La Société d'économie mixte (SEM) qui gère le MIN de Rouen fonctionne depuis sa création sur un modèle économique de foncière, sans subvention publique directe (hors investissements) et présente des comptes équilibrés mais qui ne dégagent que très peu de possibilités d'investissement à long terme.

Le MIN est **un élément fort de la commercialisation des produits frais dans la Région Rouennaise** :

- Il offre aux 5 000 acheteurs référencés près de 80 000 tonnes de produits frais représentant un chiffre d'affaires annuel global de près de 300 millions € ;
- Il constitue la centrale d'achat du commerce indépendant, donc le garant d'une certaine pluralité de la distribution des produits alimentaires en Normandie ;
- Enfin, promoteur d'un circuit court (le carreau des producteurs avec une trentaine d'abonnés), le MIN participe à la promotion de la consommation locale des productions régionales.

Sur les 15 dernières années la SEM du MIN a mis en place une stratégie de diversification qui s'est traduite par une densification du site, l'accueil de nouveaux opérateurs des secteurs agroalimentaire et des fleurs, des services et le développement significatif de l'emploi et de la valeur ajoutée générée par le site.

- **20 hectares** de terrain concédés jusqu'en 2034,
- **57.000 m²** de bâtiments construits
- **60 entreprises** (F&L, Marée, Fleurs, produits carnés, produits divers, produits BIO, petite transformation, services...)
- Une **30^{aine}** de producteurs
- 800 emplois permanents
- Près de **80 k tonnes de produits frais**
- 300 millions € de CA annuel global
- 5 000 acheteurs référencés

Approvisionnement du MIN de Rouen :

- La plupart des 80.000 tonnes de produits alimentaires qui transitent chaque année sur le MIN de Rouen sont acheminées par voie routière depuis les principales zones de production et/ou le MIN de Rungis. Les distances sont grandes entre Rouen et les principales zones d'approvisionnement, souvent largement supérieures à 1.00km ;
- Seules les bananes (5.000t/an) arrivent par conteneurs à la mûrisserie depuis le Port de Rouen distant de quelques centaines de mètres seulement ;
- Pour les fruits et légumes, le MIN de Rouen est « en bout de ligne » dans les circuits d'approvisionnement majoritairement en provenance du sud.

Un intégration difficile dans le tissu de production local, notamment pour les maraîchers : d'après la chambre d'agriculture de Seine-Maritime, le MIN de Rouen n'est plus une opportunité de commercialisation considérée comme prioritaire par les producteurs de Normandie.

Secteurs	% CA
Fruits et légumes	35%
Produits alimentaires divers	20%
Services	18%
Marée	11%
Fleurs	6%
Produits carnés	3-4%
Logistique	3%
Traiteur	2,5%

Tableau 19 : Répartition des secteurs d'activité sur le MIN de Rouen

Source Gressard Consultants, 2016

5 - La structuration des filières alimentaires sur le territoire de la Métropole

5.3 - La logistique : portuaire, fluviale, routière

Le contexte régional

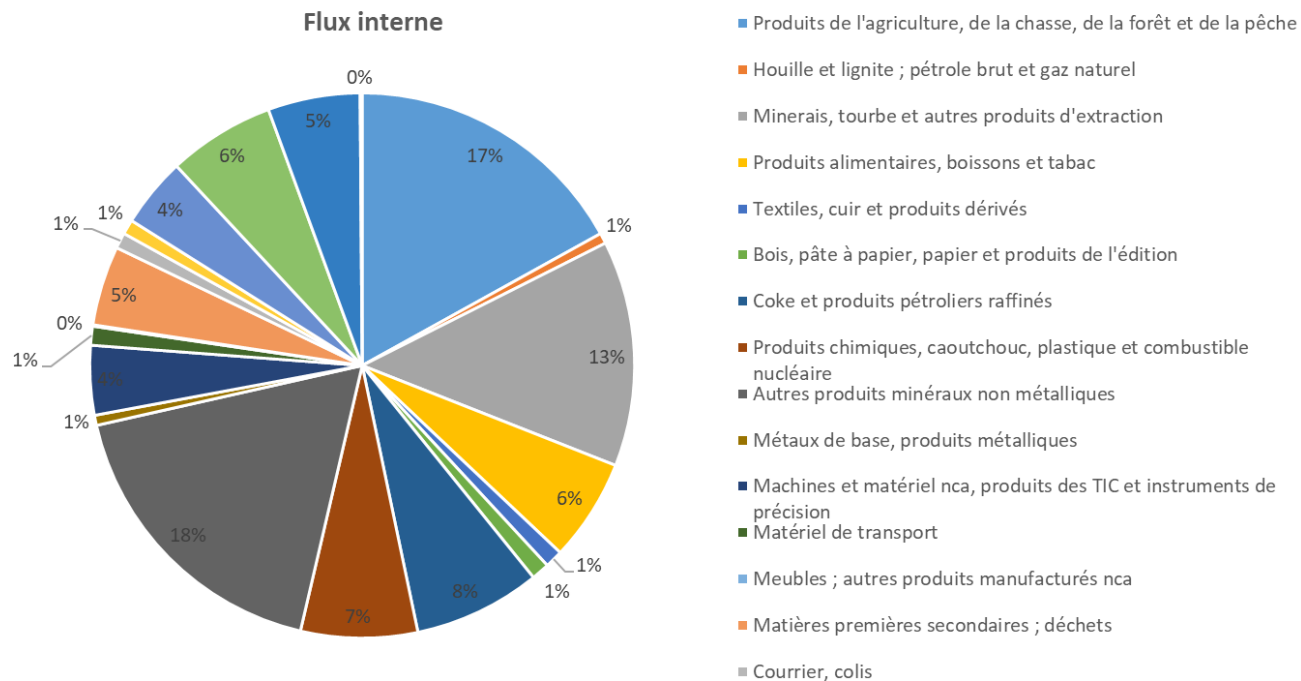
La région est globalement exportatrice de produits, si l'on se base sur les flux entrants/sortants. En entrée, on constate une forte part des produits de l'agriculture, de la chasse, de la forêt et de la pêche, ainsi que des produits agroalimentaires. Ces deux catégories pèsent 40% des flux entrants. L'existence des ports de Rouen et du Havre est à relier à ces flux entrants : la voie fluviale représente 27% des flux entrants pour les deux catégories citées sur la Haute-Normandie. En sortie, ces deux secteurs ont une importance moindre, inférieure à 20%.



Graphique 60 : Répartition des flux entrant et sortant

Source Gressard Consultants, d'après la base Transport national par région, données Haute-Normandie, SOeS, SitraM, 2017

A l'échelle régionale, des flux internes existent également. L'agriculture et l'agroalimentaire y ont également une bonne place, à hauteur de 23%. Il est probable que ces flux, en particulier les flux agricoles, soient poussés par l'activité céréalière de la région et les dynamiques de collecte opérées par le maillon des coopératives et du négoce.



Graphique 61 : Répartition des flux internes

Source Gressard Consultants, d'après la base Transport national par région, données Haute-Normandie, SOeS, SitraM, 2017

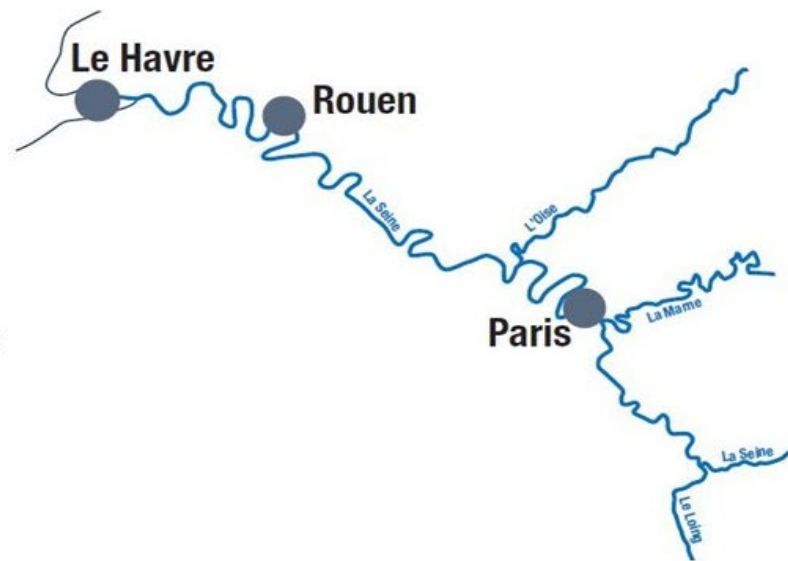
La logistique portuaire : HAROPA et le Port de Rouen

A une échelle infrarégionale, le Port de Rouen constitue un outil logistique central du territoire. En effet, la Métropole est dotée d'un complexe portuaire de premier plan : le Port de Rouen est l'un des 3 ports constitutif d'HAROPA, avec Le Havre et Paris. HAROPA est aujourd'hui le 5^{ème} ensemble portuaire Nord-Européen.



Carte 25 : HAROPA

Source : HAROPA, 2017. Ports et transport fluvial, des solutions durables en Île-de-France,



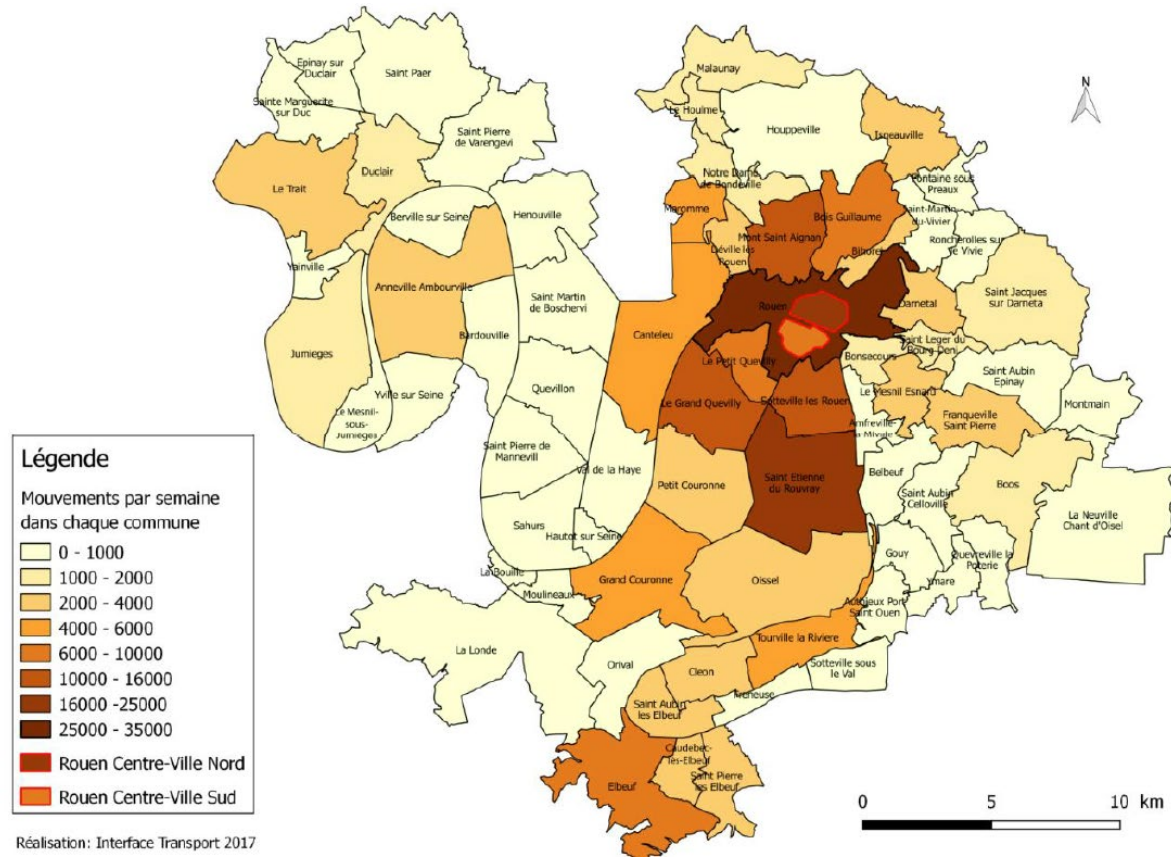
- Chiffres-clés**
- 1^{er} port européen exportateur de céréales
 - 1^{er} port mondial pour l'export des vins et spiritueux
 - Plus de 900 millions de bouteilles en 2012

La logistique routière

Au total, sur le territoire de Métropole Rouen Normandie, d'après le modèle Freturb, ce sont près de 42 000 mouvements qui seraient générés par jour, soient plus de 222 000 mouvements par semaine.

La commune de Rouen est, sans surprise, la plus génératrice de mouvements du fait notamment de ses entreprises tertiaires, commerces de gros et commerces de détails.

Elle se distingue largement des communes avoisinantes puisqu'elle génère, en incluant son centre-ville, quatre fois plus de mouvements que la seconde commune la plus génératrice en mouvements, Saint-Etienne-du-Rouvray, dont les mouvements marchandises sont notamment liés aux commerces de gros, établissements tertiaires et activités d'entrepôts transport.



Carte 26 : Estimation des mouvements de marchandises sur le territoire de la Métropole Rouen Normandie
Source : Interface Transport et al. 2018, Etude d'opportunité et de faisabilité d'une Zone de Circulation Restreinte

D'après le modèle Freturb, 25% des établissements économiques du centre-ville sont des activités dites de petits commerces. Cette appellation regroupe toutes les activités commerciales ayant pignon sur rue y compris les commerces franchisés ou succursalistes de plusieurs centaines de m² SHON. Plus d'un quart (29 %) des petits commerces de la Métropole se situent dans le centre-ville.

Les petits commerces désignent ici les établissements suivant : *Boucherie, boulangerie, alimentation générale, café, hôtel et restaurant, commerce d'habillement, pharmacie, librairie.*

79% des petits commerces du centre-ville sont implantés dans la partie Nord de celui-ci. Les principales activités commerciales présentes dans le centre-ville sont des cafés-hôtels restaurants (CHR), d'autres commerces de détail et des commerces d'habillement. A elles trois, ces activités représentent 80 % du total des établissements commerciaux du centre-ville

D'après le modèle Freturb, les établissements les plus générateurs de mouvements de marchandises sur la Métropole sont principalement les établissements tertiaires (34%), les petits commerces (24%), le commerce de gros (15%) et l'artisanat et services (9%).

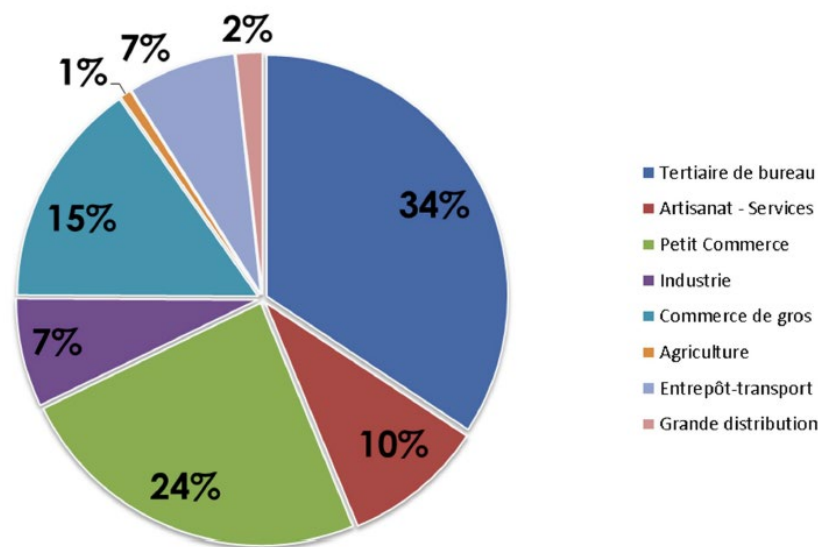
Graphique 62 : Répartition des établissements les plus générateurs de mouvements de marchandises

Source Gressard Consultants, d'après la base Transport national par région, données Haute-Normandie, SOeS, SitraM, 2017

	Centre-ville de Rouen		Rouen (hors centre-ville)		Métropole (hors commune de Rouen)		Total	
	Mvts/sem	%	Mvts/sem	%	Mvts/sem	%	Mvts/sem	%
Tertiaire de bureau	12 290	16%	13 990	18%	49 815	65%	76 095	34%
Artisanat - Services	1 376	7%	2 402	11%	17 200	82%	20 978	9%
Petit commerce	13 344	25%	8 352	16%	31 698	59%	53 394	24%
Industrie	958	6%	1 487	9%	13 682	85%	16 127	7%
Commerce de gros	1 913	6%	5 560	17%	26 139	78%	33 613	15%
Agriculture	30	2%	85	5%	1 530	93%	1 646	1%
Entrepôt-transport	1 192	7%	2 809	17%	12 084	75%	16 085	7%
Grande distribution	449	11%	315	8%	3 171	81%	3 936	2%
Total Général	31 553	14%	35 000	16%	155 320	70%	221 873	100%

Tableau 20 : Répartition des mouvements de marchandises sur le territoire métropolitain selon le type d'établissement économique

Source : Interface Transport et al. 2018, Etude d'opportunité et de faisabilité d'une Zone de Circulation Restreinte



Dans ce contexte, si l'on se focalise sur les activités liées à l'alimentation (hors agriculture, 1% des mouvements sur MRN), FRETURB évalue à 1474 les mouvements hebdomadaires, soit **1% des mouvements hebdomadaires totaux**, toutes activités confondues. L'impact logistique de l'alimentation semble alors très limité dans le contexte de la Métropole de Rouen.

Si l'on zoom sur les secteurs qui représentent 80% des mouvements « alimentaires », 6 classifications ressortent.

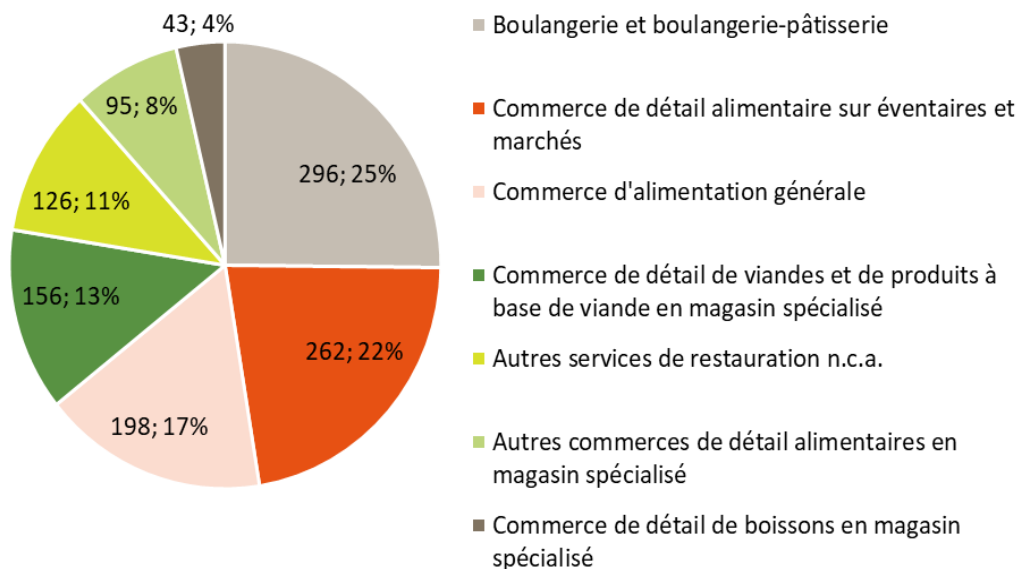
La boulangerie et le détail alimentaire liés aux marchés de plein vent dominant. Le commerce d'alimentation général vient ensuite, en lien avec le développement des supérettes notamment en centre-ville.

A ce jour, la Métropole a enclenché plusieurs réflexions portant sur la logistique dans son ensemble mais pouvant impacter le secteur alimentaire. A termes, **une stratégie globale sur la logistique sera structurée**. Elle s'appuiera sur un diagnostic en cours d'élaboration, plusieurs démarches existantes et le soutien de projets d'envergure nationale, dont la Métropole est lauréate. Citons :

- Dans le cadre des travaux liés aux projets du T4 et cœur de Métropole, les élus ont souhaité offrir des alternatives aux transporteurs, dans la mesure où l'accès à certaines rues commerciales sont réduites. Un accompagnement est donc en cours, notamment avec le développement d'Espaces de Livraison de Proximité ;
- Une charte logistique est à l'étude ;

Graphique 63 : Répartition des secteurs qui représentent 80% des mouvements hebdomadaires des activités alimentaires sur la Métropole de Rouen

Source : Gressard Consultants d'après données FRETURB Interface Transport, 2018



- La Métropole est lauréate de deux appels à projets :
 - ✓ **TIGA** : l'axe d'entrée est l'innovation, elle pourra se traduire notamment par de la logistique intelligente du dernier kilomètre (solutions de livraison de marchandises par drone, création d'un espace de logistique...) ; urbaine/Développement de business model innovants) ;
 - ✓ « **Ville Respirable en 5 ans** » : mise en place de quartiers laboratoires (faire la démonstration sur des projets d'innovation et des zones de test logistique).

Initiative locale : TerraLéo s'associe à Toutenvélo pour sa logistique

- Situé à Rouen, TerraLéo, est un projet de collecte et recyclage de déchets alimentaires, auprès des restaurations collectives (entreprises, collectivités).
- Les collectes seront conséquentes : « plus de 300 kilos par chargement ». Un partenariat avec l'entreprise rouennaise **Toutenvélo** sera engagé, pour conduire ces opérations.

Synthèse

Le bassin Seine-Normandie est une importante région logistique. L'activité repose sur plusieurs composantes : le Port de Rouen et plus généralement HAROPA, le MIN de Rouen, un ensemble de zones et plateformes logistiques :

- Les flux logistiques dressent le profil d'une **région exportatrice nette**. Le Port de Rouen exporte à lui seul quelques 8 M de tonnes de céréales / an. Des flux internes existent également
- **La voie fluviale représente 27% des flux entrants** pour les produits agricoles et agroalimentaires sur la Haute-Normandie
- Le commerce de gros totalise **2%** des activités des établissements économiques de la Métropole. Si une partie du commerce de gros alimentaire est bien présent sur le MIN de Rouen, ce dernier ne concentre pas la totalité du gros.
- Sur les **171 entreprises de gros du secteur agro-alimentaire**, 4 grandes filières dominent : les F&L et les boissons (tendance française), les céréales et les fleurs (spécificité du territoire et le MIN de Rouen pour l'horticulture)
- Le MIN de Rouen représente **80 k tonnes** de produits frais par an et un chiffre d'affaires global d'environ 300 M€ réalisés auprès de quelques 5 000 clients référencés. Une 30aine de producteurs y est présente, mais la dynamique est plutôt à la baisse ;
- Un projet de **box producteurs** est en cours et vise à redynamiser le lien entre le MIN et la production locale, tout en offrant une solution logistique aux clients du territoire ;
- Sur les routes de la Métropole de Rouen, ce sont **222 000 mouvements qui sont générés par semaine** mais l'alimentation pèse seulement **1%** des mouvements hebdomadaires totaux, toutes activités confondues. Les secteurs boulangeries pâtisseries, marchés et alimentation générale pèsent **64%** de ce trafic.

5 - La structuration des filières alimentaires sur le territoire de la Métropole

5.4 - Analyse AFOM des filières

Analyse AFOM de la transformation

Atouts

- Présence du Port de Rouen : 1^{er} port céréalier, port spécialisé dans l'importation de produits transformés sur le territoire (thé, cacao, café...)
- Présence de nombreux élevages bovins avec des filières de transformation et commercialisation structurées et pourvoyeuses d'emplois
- Bon maillage des abattoirs normands (bovins, ovins, caprins)
- Forte technicité des exploitations en grandes cultures et contexte pédoclimatique favorable
- Multitude de sites de transformation à la ferme pour les volailles
- Diversité des produits issus de la mer
- Nombre important d'entreprises de mareyage qui diversifient leur activité sur la Seine-Maritime
- De nombreuses exploitations agricoles réalisant de la transformation à la ferme et de la vente directe
- MIN de Rouen avec valorisation des produits de la mer et le développement d'un box de producteurs fermiers
- RHD et GMS qui s'engagent dans l'approvisionnement en produits locaux

Faiblesses

- Agriculture locale spécialisée et orientée vers l'export
- Profession agricole peu orientée vers l'action collective
- Manque d'abattoirs gros bovins en Seine-Maritime : ½ abattu en Bretagne (externalités négatives liées au transport longue distance)
- Des outils de transformation de la viande qui ne satisfont pas toujours les clients
- Manque de débouchés pour les cultures entrant dans les rotations de blé bio
- Manque d'abattoirs de proximité pour la volaille
- Manque de valorisation des productions locales
- Manque de lien entre l'activité de pêche et celles du mareyage et transformation locale
- Faible production générale de produits BIO
- Nombre important d'appellations normandes mais peu connues et peu consommés par la population

Opportunités

- Demande locale forte pour le développement d'abattoirs locaux pratiquant notamment le travail à façon
- Entreprises locales qui recherchent des produits locaux pour développer leur activité avec structuration de filières de qualité notamment
- Forte consommation d'œufs et de poulets de chair
- Peu d'entreprises de transformation spécialisées dans les produits de la mer haute valeur ajoutée
- Maillage des abattoirs qui doit être renforcé par l'ouverture de l'abattoir de Forges-les-Eaux
- Demande de produits locaux et de qualité de plus en plus forte de l'ensemble des acteurs et notamment de la part de la RHD
- Développement de l'offre en produits locaux et des débouchés avec le box des producteurs fermiers sur le MIN
- Augmentation des conversions bio pour répondre à la demande locale

Menaces

- La présence du Port de Rouen qui peut limiter le développement de filières locales notamment sur la production de farine locale
- Profession agricole peu organisée face à la demande croissante de la RHD
- Attente de produits de qualité et notamment produits sous signe de qualité dont en BIO
- Diminution de la consommation de certains produits caractérisant le territoire : viande, cidre
- Développement de nombreuses marques locales qui ne sont pas bien perçues par les consommateurs
- Trop faible valorisation des produits locaux
- Développement de la concurrence entre les producteurs

Analyse AFOM du stade de gros

	Atouts	Faiblesses
Stade de gros	<ul style="list-style-type: none"> • 65% des effectifs des entreprises de gros alimentaire sont domiciliées en dehors de la commune de Rouen • MIN : Une offre qui se diversifie et qui pèse aujourd'hui 80 kt de produits alimentaires, 5000 acheteurs et 300 k€ de CA global 	<ul style="list-style-type: none"> • Les fruits et légumes en gros : une filière qui trouve difficilement son approvisionnement de proximité • MIN : Origine des approvisionnements souvent > 100 km • MIN : Situation "en bout de chaîne" notamment sur les F&L venant des bassins de production du sud de la France • Le MIN ne mobilise pas tout le stade de gros : 65% des effectifs des entreprises de gros alimentaire sont domiciliées en dehors de la commune de Rouen
Logistique	<ul style="list-style-type: none"> • Des outils importants : MIN de Rouen, Port de Rouen • Plateformes logistiques (GMS notamment) • L'alimentaire pèse très peu dans les mouvements logistiques totaux • L'alimentation représenterait seulement 1% des mouvements hebdomadaires totaux sur MRN. Les secteurs boulangeries pâtisseries, marchés et alimentation générale pèsent 64% de ce trafic. 	<ul style="list-style-type: none"> • Flux : la région est exportatrice nette et structurée pour l'exportation • 18% des flux d'exportation régionaux concernent l'alimentaire • Concentration des mouvements sur Rouen • La présence d'HAROPA et sa place rend difficile le développement de boucles alimentaires locales, notamment en céréales • La voie fluviale peu mobilisées dans les boucles alimentaires locales ? • Les flux logistiques génèrent 222 000 mouvements par semaine sur MRN : la majorité étant concentrés sur Rouen et son centre-ville

	Opportunités	Menaces
Stade de gros	<ul style="list-style-type: none"> • Renouveau stratégique sur le MIN de Rouen • MIN : Des projets en cours (box fermier...) s'inscrivent dans un renouveau stratégique du MIN et une meilleure intégration dans le système alimentaire local : ils répondent à un réel besoin 	<ul style="list-style-type: none"> • Attractivité de Métro et Promocash pour les clients restaurateurs notamment • Développement de formats de proximité qui jouent le rôle de grossiste
Logistique	<ul style="list-style-type: none"> • La Métropole est lauréate de 2 AAP : TIGA et Ville respirable en 5 ans • Une stratégie est en cours d'élaboration et visera à étudier l'intérêt de solutions logistiques, en particulier concernant la logistique du dernier km 	<ul style="list-style-type: none"> • Flux : la région est exportatrice nette et structurée pour l'exportation • 18% des flux d'exportation régionaux concernent l'alimentaire • Concentration des mouvements sur Rouen • La présence d'HAROPA et sa place rend difficile le développement de boucles alimentaires locales, notamment en céréales • La voie fluviale peu mobilisées dans les boucles alimentaires locales ? • Les flux logistiques génèrent 222 000 mouvements par semaine sur MRN : la majorité étant concentrés sur Rouen et son centre-ville

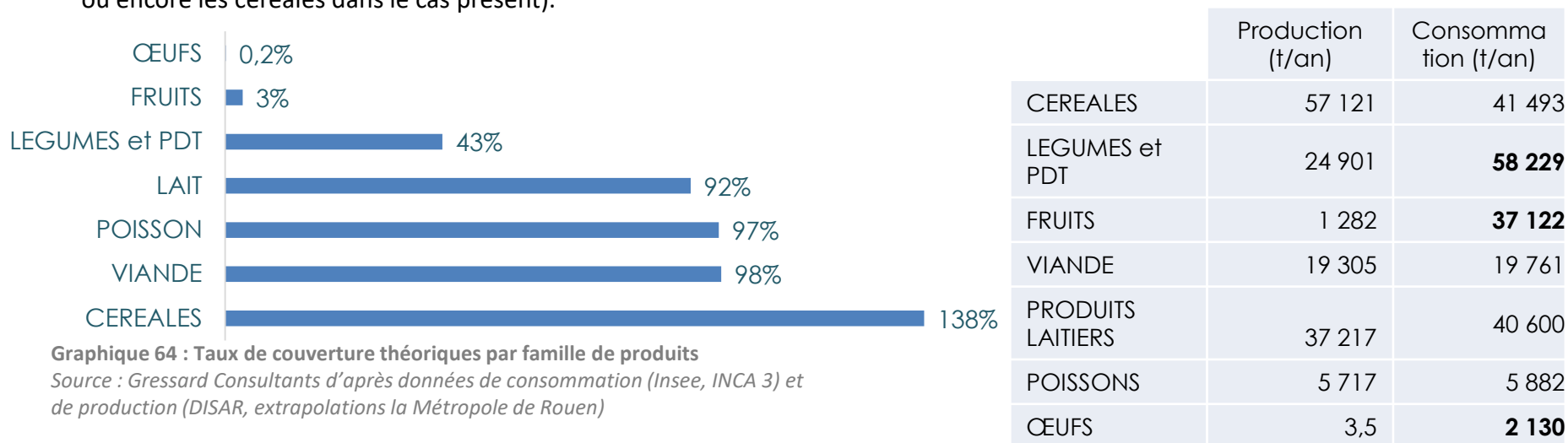
6 - Synthèse : le système alimentaire de la Métropole, quels enjeux ?

L'autonomie théorique du territoire

Cette première approche permet de comparer la production totale, par filière, à la consommation d'un territoire. Elle ne prend en compte aucun flux de produits, comme si « théoriquement », tout ce qui est produit sur le territoire y est consommé, et inversement.

Cette approche, purement théorique, n'est bien entendue pas suffisante. Toutefois, elle reste intéressante, en particulier :

- lorsque les taux de couverture sont faibles, cela veut dire que même si tous les flux sont concentrés sur le territoire, il existe une marge de progrès sur l'autonomie ;
- pour les filières dont on sait qu'elles sont fortement exportatrices du territoire (comme c'est le cas par exemple pour la viande, le lait ou encore les céréales dans le cas présent).



Graphique 64 : Taux de couverture théoriques par famille de produits

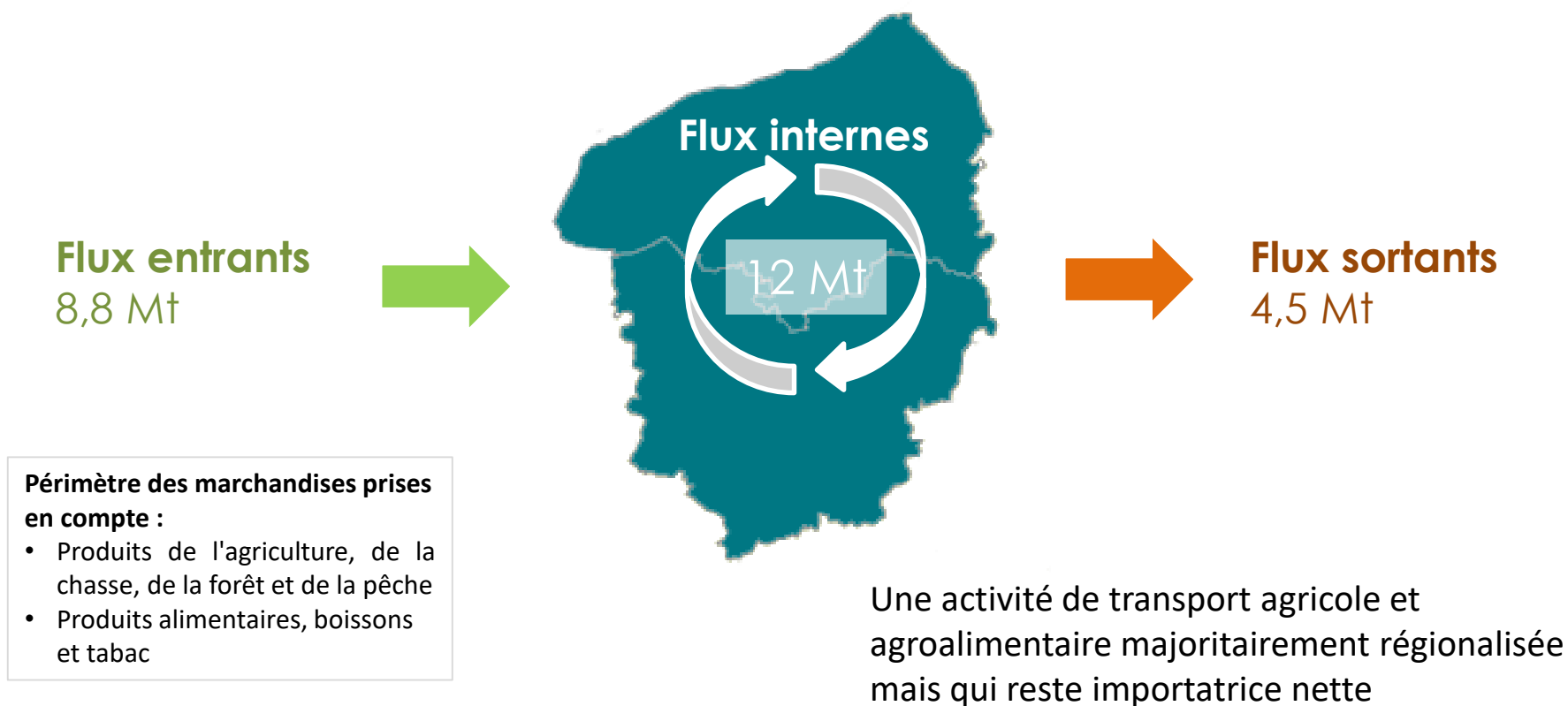
Source : Gressard Consultants d'après données de consommation (Insee, INCA 3) et de production (DISAR, extrapolations la Métropole de Rouen)

Appliquée à la Métropole, on constate que 3 principales filières peuvent être concernées par le développement des surfaces et des productions :

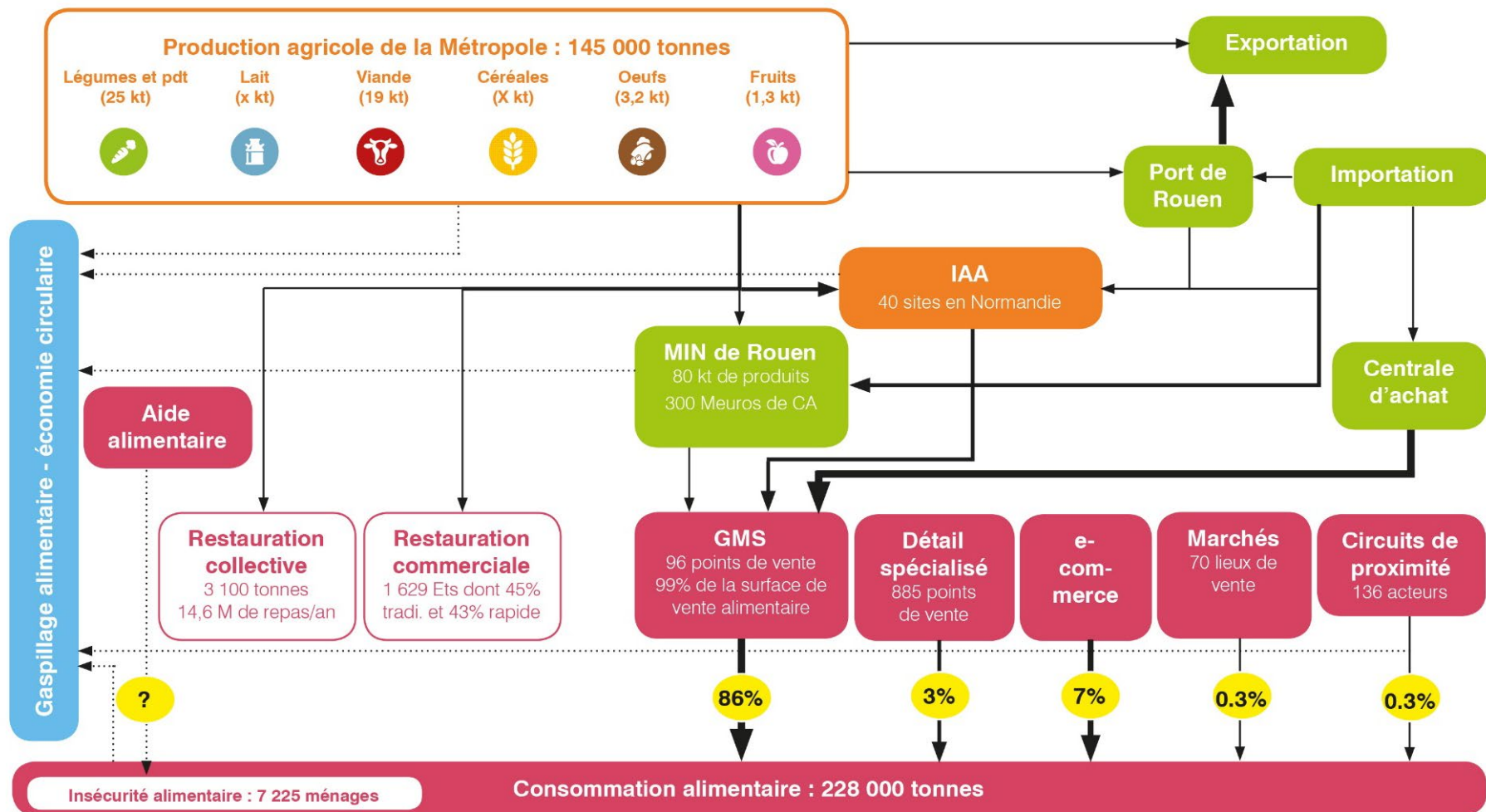
- les œufs
- les fruits
- la catégories légumes et pommes de terres

Pour les autres catégories, dont les taux de couverture sont assez bons mais dont on sait qu'elles sont structurées pour l'exportation, c'est la question de la reterritorialisation de l'aval de la filière qui se pose.

Les flux à l'échelle régionale



Les flux à l'échelle de la Métropole



Plus d'infos sur
www.metropole-rouen-normandie.fr

CONTACT

Amélie Arnaudet

Responsable agriculture et administration

Tél. 02 35 52 92 54

amelie.arnaudet@metropole-rouen-normandie.fr

Réalisé par



Avec le soutien de

