



Circuits alimentaires de proximité

PROJET DE TERRITOIRE PAYS DE SOURCES ET VALLÉES
DIAGNOSTIC MOBILISATION ACCOMPAGNEMENT 2017/18

Compte-rendu de l'évaluation de la demande et de l'offre locale en produits de proximité (phase 1 de l'étude)



PROJET DE TERRITOIRE PAYS DE SOURCES ET VALLÉES
DIAGNOSTIC MOBILISATION ACCOMPAGNEMENT 2017/18

I- Carte d'identité du Pays de Sources et Vallées	7
Regard sur le territoire et sa population	7
Regard sur les niveaux de vie	9
Regard sur les projets de territoire	12
Regard sur l'environnement	16
Regard sur les enjeux entre agriculture et environnement	17
II - Contexte du système alimentaire	27
Contexte agricole et alimentaire en Picardie	27
Contexte agricole et alimentaire en Pays de Sources et Vallées	29
Etat des circuits-courts	34
III - Analyse statistique	35
Regard sur les consommateurs du territoire	35
Profil des répondant(e)s	35
Comportements alimentaires passés et actuels des répondant(e)s	36
Regard sur les producteurs du territoire	46
Synthèse des enquêtes terrain	66
Annexes	68
Cahier des charges de l'agriculture durable	68
Les 12 points clés du cahier des charges, pour des systèmes d'élevage de ruminants plus économes et autonomes...	68
Graphiques	69
Graphique 1 : structure en âge des répondant(e)s / enquête consommateurs	69
Graphique 2 : Répartition Hommes & Femmes des répondant(e)s / enquête consommateurs	69
Graphique 3 : typologie des ménages / enquête consommateurs	70
Graphique 4 : Niveau de diplôme des répondants / enquête consommateurs	70
Graphique 5 : Composition du foyer des répondants / enquête consommateurs	71
Graphique 6 : Diriez-vous que vous achetez des produits alimentaires qui viennent (cultivés, élevés, fabriqués), de près de chez vous (80km) / enquête consommateurs	71
Graphique 7 : Si "autre que jamais", à quel endroit les achetez-vous (plusieurs réponses possibles) / enquête consommateurs	72

Graphique 8 : Depuis deux ans, diriez-vous que vous consommez ces produits locaux (comportement passé) / enquête consommateurs	72
Graphique 9 : Diriez-vous que dans les 6 prochains mois vous allez en consommer... (Comportement futur) / enquête consommateurs	73
Graphique 10 : En moyenne, combien de fois cuisinez-vous des produits frais ? / enquête consommateurs	73
Graphique 11 : En moyenne, combien de fois consommez-vous des plats préparés ? / enquête consommateurs	74
Graphique 12 : Quels sont les trois types de plats que vous consommez le plus (plusieurs réponses possibles) / enquête consommateurs	74
Graphique 13 : En moyenne, pour un de ces plats préparés, vous dépensez / enquête consommateurs	75
Graphique 14 : Prenez-vous parfois vos repas au restaurant/brasserie ? / enquête consommateurs	75
Graphique 15 : Si oui, seriez-vous intéressé par des plats élaborés à partir de produits locaux ? / enquête consommateurs	76
Graphique 17 : Quelles sont les raisons qui vous incite à acheter des produits alimentaires de proximité ? (3 réponses acceptées maximum) / enquête consommateurs	76
Graphique 18 : Si je vous dis "aliment de qualité", quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit ? (Merci d'en choisir 5) / enquête consommateurs	77
Graphique 18 : Y a-t-il des raisons qui freinent votre consommation de produits alimentaire de proximité ? (plusieurs réponses possibles) / enquête consommateurs	77
Graphique 19 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Légumes / enquête consommateurs	78
Graphique 20 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Fruits classiques / enquête consommateurs	78
Graphique 21 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Fruits rouges / enquête consommateurs	79
Graphique 22 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Viandes rouges / enquête consommateurs	79
Graphique 23 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Volailles / enquête consommateurs	80
Graphique 24 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Oeufs / enquête consommateurs	80

Graphique 25 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Lait/ enquête consommateurs	81
Graphique 26 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Produits laitiers transformés / enquête consommateurs	81
Graphique 27 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats préparés - pommes de terres / enquête consommateurs	82
Graphique 28 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats cuisinés - viandes / enquête consommateurs	82
Graphique 29 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats cuisinés - poissons / enquête consommateurs	83
Graphique 30 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats cuisinés - Pizzas, quiches, tourtes/ enquête consommateurs	83
Graphique 31 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats cuisinés - Légumes / enquête consommateurs	84
Graphique 32 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Pains / enquête consommateurs	84
Graphique 33 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Pâtisseries / enquête consommateurs	85
Graphique 34 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Charcuterie / enquête consommateurs	85
Graphique 35 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Spécialités locales / enquête consommateurs	86
Graphique 36 : Pour vos futures consommations personnelles, quels modes d'achat de produits locaux pourriez-vous utiliser ? / enquête consommateurs	86
Graphique 37 : Pour vos futures consommations personnelles, quels modes d'achat de produits locaux pourriez-vous utiliser ? / enquête consommateurs	87
Graphique 38 : Êtes-vous prêt à faire un détour sur votre trajet habituel pour réaliser vos achats alimentaires ? / enquête consommateurs	91
Graphique 39 : Si oui, de combien de temps ? / enquête consommateurs	92
Graphique 40 : Par rapport aux produits que vous achetez actuellement, quelle différence supplémentaire de prix vous paraît acceptable pour l'achat de produits locaux ? / enquête consommateurs	92
Graphique 41 : Profils - Âge / enquête producteurs	93
Graphique 42 : Nombre d'employés dans l'exploitation / enquête producteurs	93
Graphique 43 : Mode de production / enquête producteurs	94

Graphique 44 : Taille de l'exploitation / enquête producteurs	94
Graphique 45 : Type d'exploitation / enquête producteurs	95
Graphique 46 : Exploitation de type élevage / enquête producteurs	95
Graphique 47 : Présence d'outils de transformation / enquête producteurs	95
Graphique 48 : Types d'outils de transformation sur l'exploitation / enquête producteurs	96
Graphique 49 : Production de produits alimentaires à destination de l'alimentation humaine / enquête producteurs	96
Graphique 50 : Vente de produits alimentaires à destination de l'alimentation humaine à moins de 80 km / enquête producteurs	97
Graphique 51 : Type de commercialisation des produits / enquête producteurs	97
Graphique 52 : Type de débouchés commerciales / enquête producteurs	98
Graphique 53 : Freins potentiels pour la vente de produits alimentaires de proximité / enquête producteurs	98
Graphique 54 : Conditions nécessaires pour réussir dans la vente de produits alimentaires de proximité / enquête producteurs	99
Graphique 55 : Evolution des modes de production / enquête producteurs	99
Graphique 56 : Si évolution vers quel mode de production / enquête producteurs	99
Graphique 57 : Intérêt pour de nouveaux débouchés sur l'alimentation humaine / enquête producteurs	100
Graphique 58 : Intérêt sur les débouchés spécifiques à l'alimentation humaine / enquête producteurs	100
Graphique 59 : Manière de développer ces débouchés / enquête producteurs	101
Graphique 60 : Si de nouveaux débouchés, quel développement de nouvelles productions / enquête producteurs	101
Graphique 61 : Type de production à développer en cas de nouveaux débouchés locaux / enquête producteurs	102
Graphique 62 : Manière de développer la production / enquête producteurs	102
Graphique 63 : Travail avec d'autres exploitants agricoles / enquête producteurs	103
Graphique 64 : Nombre de partenaires pour ceux travaillant avec d'autres exploitants agricoles / enquête producteurs	103
Graphique 65 : Type de coopération avec les autres exploitants agricoles / enquête producteurs	103
Graphique 66 : Accompagnement et conseil sur l'exploitation / enquête producteurs	104

Graphique 67 : Intitulé de l'organisme accompagnateur / enquête producteurs	104
Graphique 68 : Pour les non accompagnés, souhait ou non de l'être / enquête producteurs	105
Graphique 69 : Terres concernées par les dispositifs de gestion de l'eau et/ou préservation faunistique et floristique / enquête producteurs	105
Graphique 70 : Mesures d'accompagnement spécifiques / enquête producteurs	106
Graphique 71 : Volonté de participation ultérieure à l'étude / enquête producteurs	106

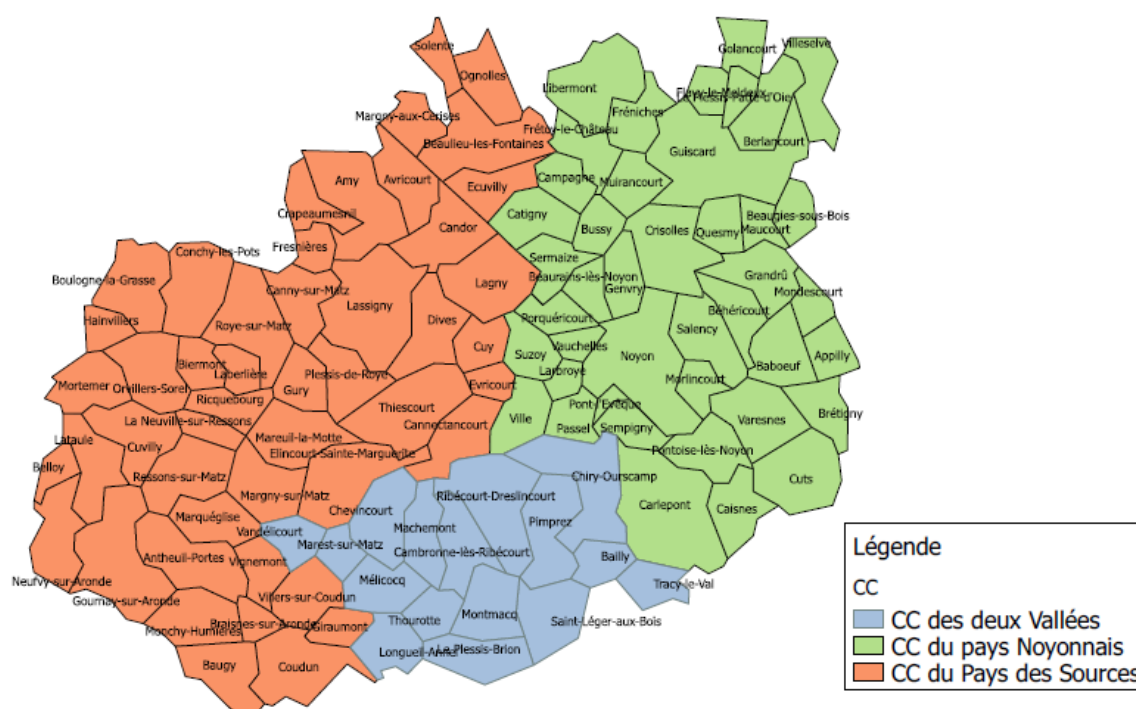
I- Carte d'identité du Pays de Sources et Vallées

Regard sur le territoire et sa population

Le Pays de Source et vallées est un territoire situé dans l'Oise, qui s'étend sur une superficie de 73 614 km², et regroupe trois communautés de communes :

- La communauté de communes des Deux Vallées
- La Communauté de communes du Pays des sources
- La communauté de communes du Pays Noyonnais

Le Pays de Sources et Vallées

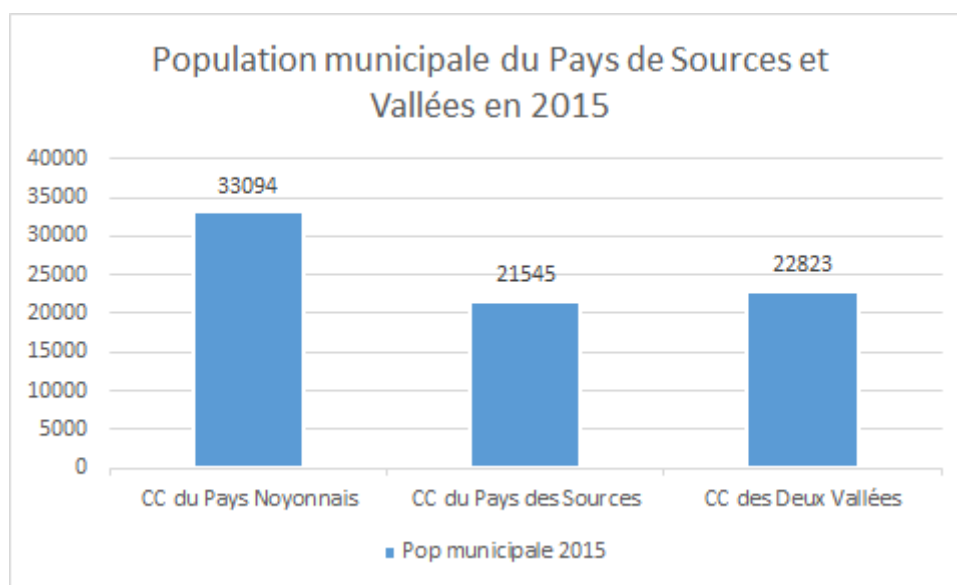


Ces trois EPCI comptabilisent 106 communes et cinq cantons :

	Superficie (km ²)	Nombre d'habitants	Nombre de communes
Deux Vallées		22 832	16
Pays Noyonnais		33 021	42
Pays des Sources		21 340	48
TOTAL	731,9	79 257	106

Territoire rural, le Pays de Sources et Vallées présente des terres propices à l'activité agricole, notamment grâce à la qualité de son réseau hydrographique, malgré des difficultés économiques qui touchent tous les secteurs.

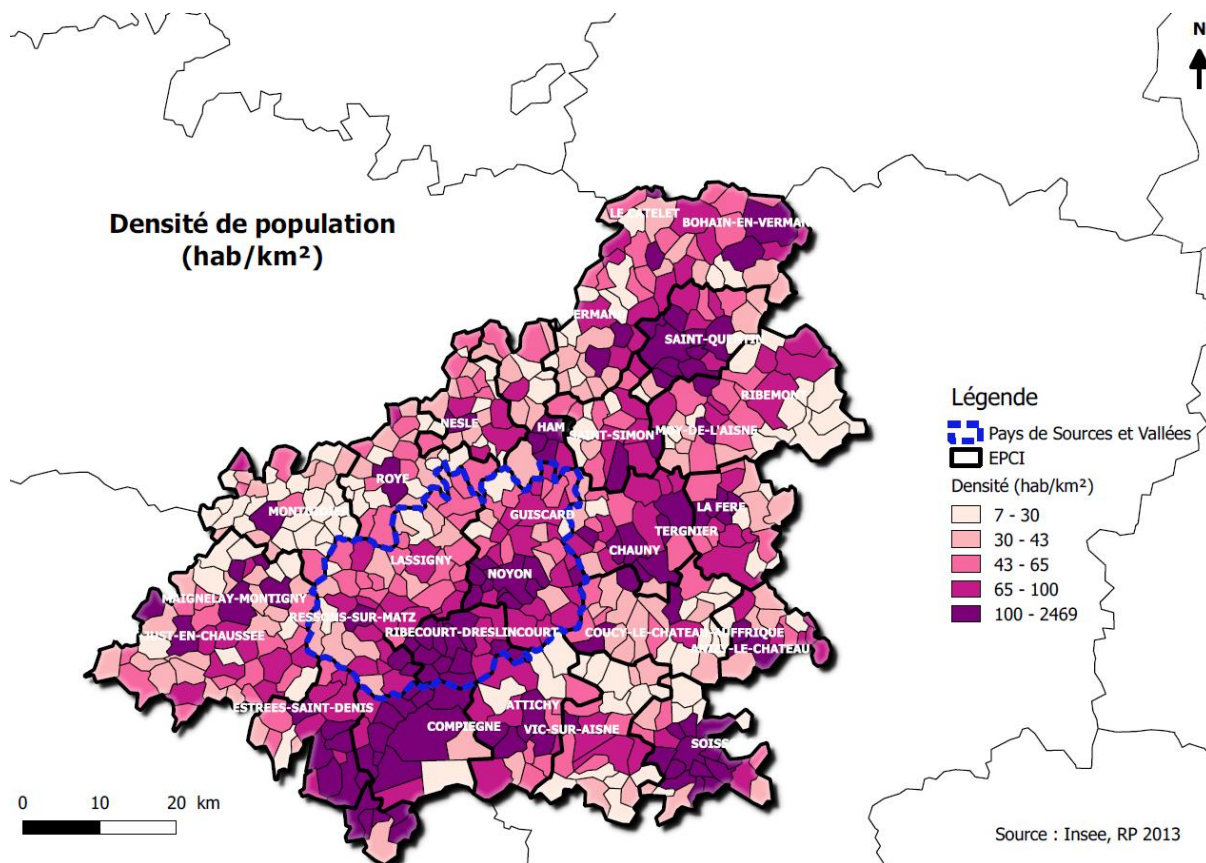
La population du territoire s'élève à 77 462 habitants en 2015 (données issues de la Bdd population municipale de l'INSEE 2015), et se répartit de la manière suivante sur les trois communes :



Source: INSEE / collectivites-locales.gouv.fr / DATA France

Les tranches d'âges les plus représentées sur le territoire du Pays de Sources et Vallées sont celles des moins de 14 ans, et des 30 - 59 ans, ce qui tend à indiquer la présence de nombreuses familles. A l'inverse, le territoire semble peu attractif pour les étudiants et jeunes actifs. La population du territoire est par ailleurs globalement plus jeune que dans l'ensemble de la Picardie. L'EPCI présentant la proportion la plus importante de personnes âgées est la Communauté de Communes des Deux Vallées. Mais d'une manière générale, un vieillissement de la population est constaté ces dernières années, soulevant des problématiques liées à la dépendance, l'isolement social et médical, la mobilité.

La population du territoire est plus dense autour de quelques pôles : Noyon, Thourotte, Cambronne-les-Ribécourt et Ribécourt-Dreslincourt; mais globalement le pays de Sources et Vallées présente une densité de population peu élevée (104 habitants par km²).



Conception/réalisation ExtraCité, d'après les données de l'Observatoire des territoires, INSEE RP 2013

Regard sur les niveaux de vie

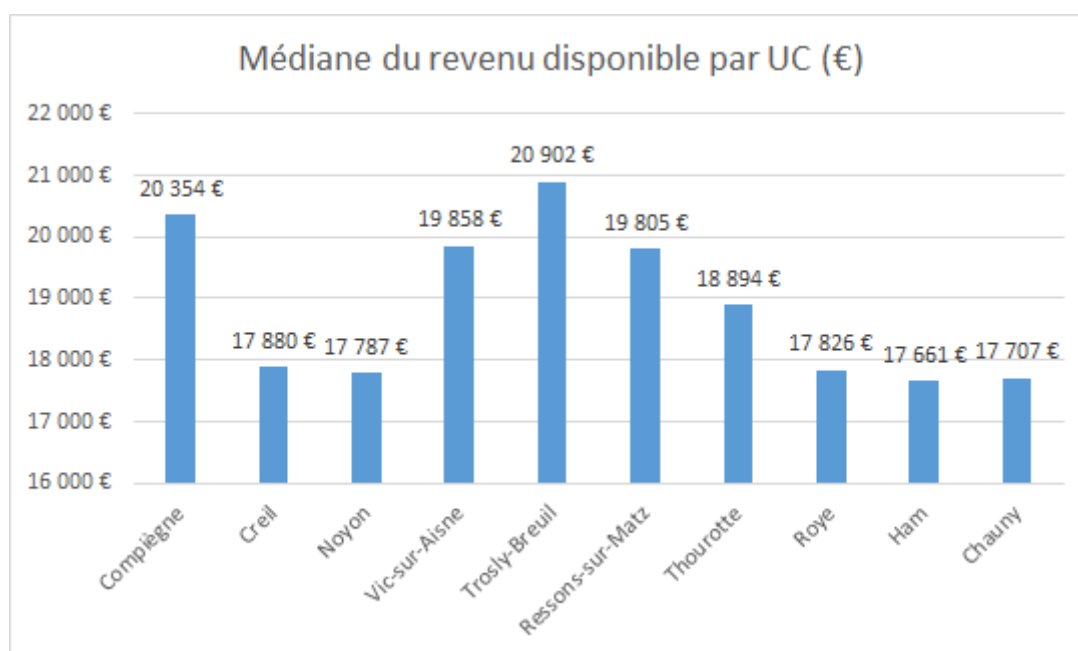


Figure 1 : Médiane du revenu disponible par UC (en euros) en 2012

Source : Observatoire des territoires, Insee, Filosofi 2012

Le revenu disponible d'un ménage comprend les revenus d'activité (nets des cotisations sociales), les revenus du patrimoine, les transferts en provenance d'autres ménages et les prestations sociales (y compris les pensions de retraite et les indemnités de chômage), nets des impôts directs.

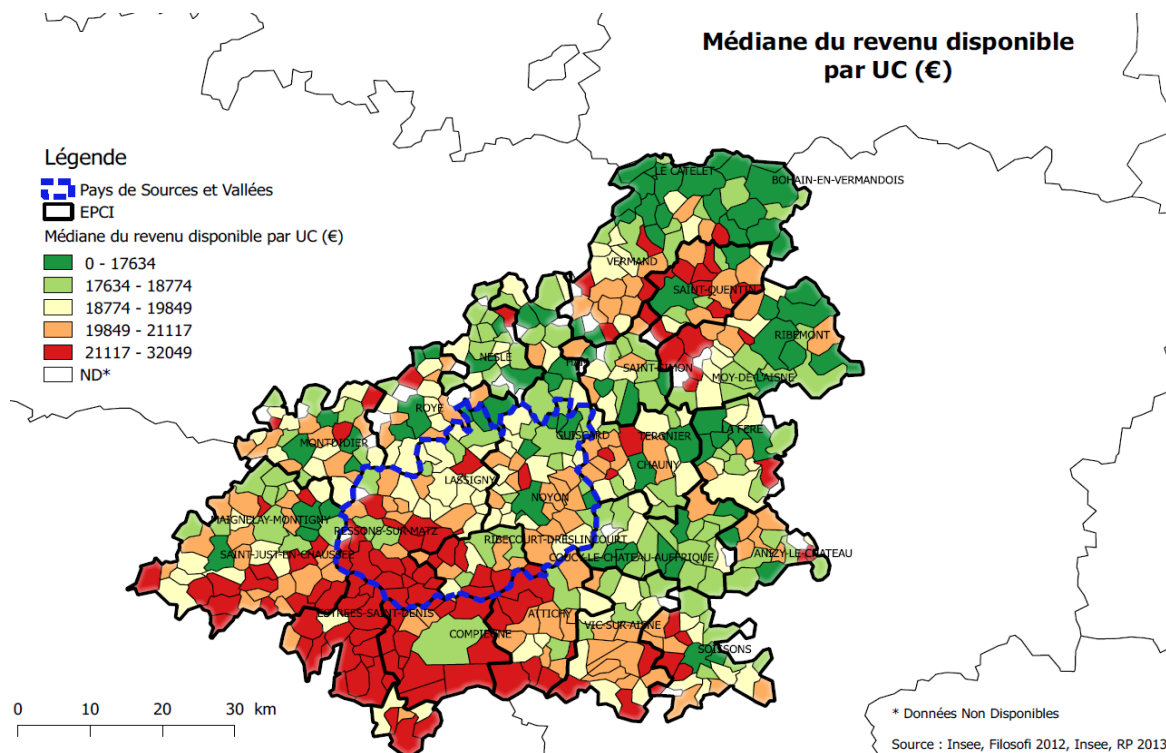
Le revenu disponible par UC indique le niveau de vie d'une population, il correspond à la quantité de biens et services qu'un ménage dispose.

A l'aide du graphique, on peut voir que les bassins de vie de Compiègne et Trosly-Breuil ont un niveau de vie élevé tandis que le bassin de vie de Noyon a un niveau de vie relativement faible.¹

La médiane est plus représentative pour mesurer la richesse que la moyenne car elle représente le seuil du revenu disponible pour lequel 50% de la population gagne moins et 50% de la population gagne plus : en résumé, la médiane sépare la population en deux parties d'effectif égal tandis que la moyenne est influencée par les valeurs extrêmes ce qui peut fausser l'interprétation. Cet indicateur de richesse de la population nous indique que le Sud du territoire, vers Compiègne, est plus riche, tout en apportant une précision concernant Compiègne : La ville de Compiègne n'est pas aussi riche que ses voisines, une hypothèse peut être que Compiègne est une ville universitaire, donc elle concentre des étudiants qui n'ont que peu de revenu. Cela est vérifié par les données du recensement de l'INSEE de 2011, la tranche des 15-29 ans est la plus représentée au sein de la Communauté d'Agglomération de Compiègne tandis que sur le territoire du PSV, ce sont les tranches 0-14 ans, 30-44 ans et 45-59 ans qui sont les plus nombreuses.

Sur Noyon, qui est l'un des deux pôles de densité de population, le revenu disponible médian s'élève à 17 787,3 euros. Globalement, le territoire présente une forte proportion de revenus faibles ou moyens. (Le revenu disponible médian en France est de 20 954 €, Eurostat 2013)

¹ NB : La figure 1 présente une analyse de la médiane du revenu disponible par UC à l'échelle du bassin de vie. De fait, si aucune des villes situées au sein de la Communauté de Communes des Deux Vallées n'apparaît, c'est que l'EPCI est partagé entre deux bassins de vie, celui de Compiègne et celui de Noyon. Toutefois, à titre indicatif, nous avons ajouté la ville de Thourotte



Conception/réalisation ExtraCité, d'après les données de l'Observatoire des territoires

En outre, on peut constater en consultant l'indice de Gini² du territoire que le Pays de Sources et Vallées présente des inégalités dans la distribution des revenus au sein de la population.

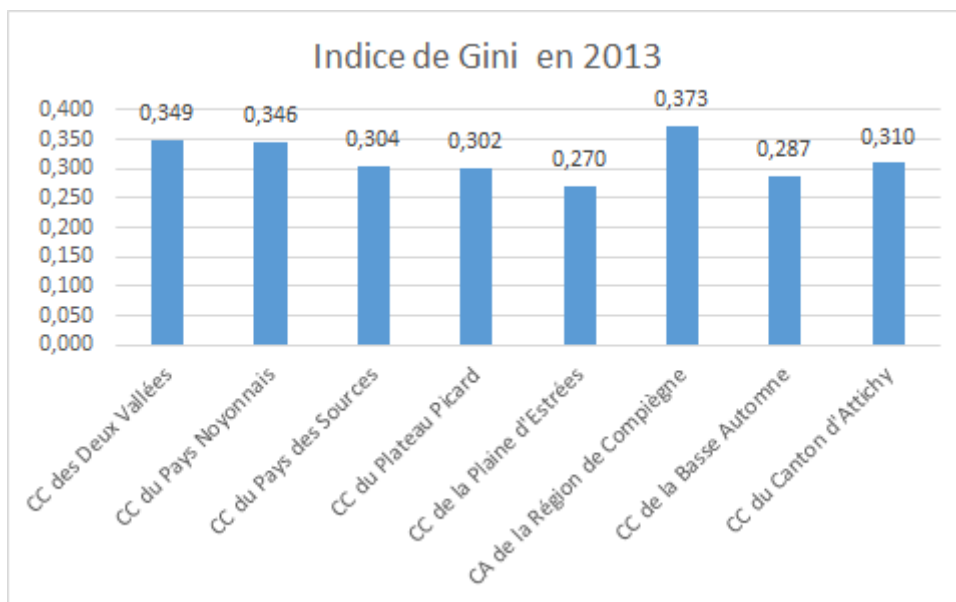


Figure 2 : Indice de Gini des EPCI du Pays de Sources et Vallées et des EPCI voisines en 2013

Source: INSEE Filosofi 2013 (© Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav-CCMSA, Fichier localisé social et fiscal)

² N.B : L'indice de Gini révèle les inégalités de revenus et niveaux de vie en variant entre 0 et 1, 0 figurant l'égalité parfaite, et 1 étant la situation la plus inégalitaire

Par ailleurs, la répartition des CSP montre un nombre important de retraités, d'ouvriers, employés et de personnes sans activité : le territoire présente une population globalement peu qualifiée. L'indice du chômage se situe dans les 10% (Recensement de la population 2012), ce qui est plus élevé que la moyenne départementale.

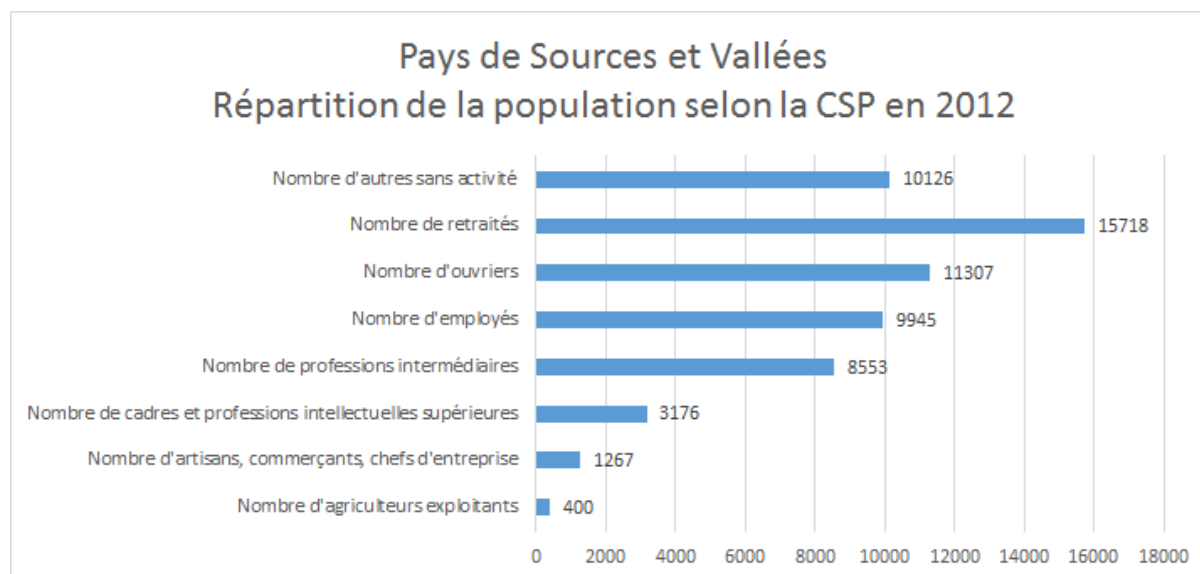


Figure 3 : Répartition de la population selon les CSP au Pays de Sources et Vallées en 2012

Source: dataFrance, Recensement de la population 2012

Regard sur les projets de territoire

- Le programme LEADER 2014 - 2020

Le Pays de Sources et Vallées, qui avait déjà participé au programme européen LEADER sur 2000-2006 et 2007-2013, a déposé en 2015 sa candidature pour la période 2014-2020. Dans ce cadre, différentes **réunions de concertation** ont été organisées afin « *d'établir un diagnostic partagé et d'identifier les priorités de développement et le plan d'action correspondant* ». La région a émis un avis favorable en juillet 2015. Un montant minimum de 1 786 630 euros a été alloué au territoire. Le programme inclut un « *objectif de valoriser les productions locales auprès des professionnels, des touristes et des habitants* », ce qui se traduit par la perspective des **circuits courts**.

- La politique de l'eau

Depuis 2009, le Pays de Sources et Vallées affiche une stratégie forte dans ce domaine qui se traduit par les orientations du programme LEADER et une politique volontariste des élus. Le programme LEADER a permis un soutien financier, une expertise technique et le fonctionnement d'une cellule de coordination de la politique de l'eau. Les opérations menées incluent un **diagnostic hydromorphologique et écologique**, une étude de **prélocalisation des zones à dominante humide**, et des travaux de **restauration de Marais**. En septembre et octobre 2015, des **commissions thématiques sur l'eau** ont permis de « *faire le point sur l'avancement des projets, liés d'une part à la préservation et la sécurisation de l'alimentation* ».

en eau potable, la maîtrise et la réduction des flux de pollution, et d'autre part à des rivières et des milieux aquatiques, ainsi qu'à la préservation et la restauration des zones humides ». En outre, le Pays de Sources et Vallées a lancé un **Contrat Global pour l'Eau** et s'est associé avec le Pays Chaunois pour étudier le lancement d'une **gouvernance GEMAPI** (Gestion des Milieux Aquatiques et de Prévention des Inondations) en 2016.

- La politique énergétique

En 2010, le Pays a lancé un **Plan Climat Energie territorial** (PCET) pour participer à la lutte contre le réchauffement climatique. Les actions menées incluent la création d'un **Service Public de l'Efficacité Energétique** (SPEE) accompagnant notamment les ménages dans la rénovation et l'innovation de leur logement, et la mise en place de **Primes Énergie – Certificat d'Économies d'Énergie (CEE)**. Cependant, le Pays de Sources et Vallées estimant que son rôle « *en tant que pilote du PCET n'a pas pu être réellement affirmé* », la compétence en matière d'énergie est abandonnée en 2015.

- La coopérative AGORA : GIEE (groupements d'intérêt économique et environnemental) de la Vallée de l'Aronde

La coopérative regroupe 12 exploitations qui travaillent à la mise en place de pratiques agro-écologiques innovantes afin de gérer durablement la qualité de l'eau.

- Etude de faisabilité autour d'une AMAP entre la ville de Noyon et la CCPN.
- Deux SAGE (Schéma d'Aménagement et de Gestion des eaux)

A eux deux cependant, ils ne couvrent qu'une infime partie du territoire du Pays de Sources et Vallées. Le premier SAGE est celui de Haute Somme qui concerne 9 communes avec 4 enjeux : gestion qualitative de la ressource en eau, gestion quantitative de la ressource en eau, prévention des risques naturels, gestion et protection des milieux aquatiques et développement des usages de l'eau à caractère touristique. Le deuxième SAGE concerne l'Oise Aronde, sur 10 commune, avec 7 enjeux : prévention et gestion des risques, gestion et protection des milieux aquatiques, gestion qualitative, gestion quantitative, optimisation de la gestion des grands aménagements hydrauliques, recherche d'une plus grande cohérence avec l'aménagement du territoire, encadrement du SAGE. Des travaux sont actuellement en cours pour mettre en place d'ici 2018 un SAGE à l'échelle de l'Unité Oise Moyenne qui regroupe le Pays de Sources et Vallées et le Pays Chaunois.

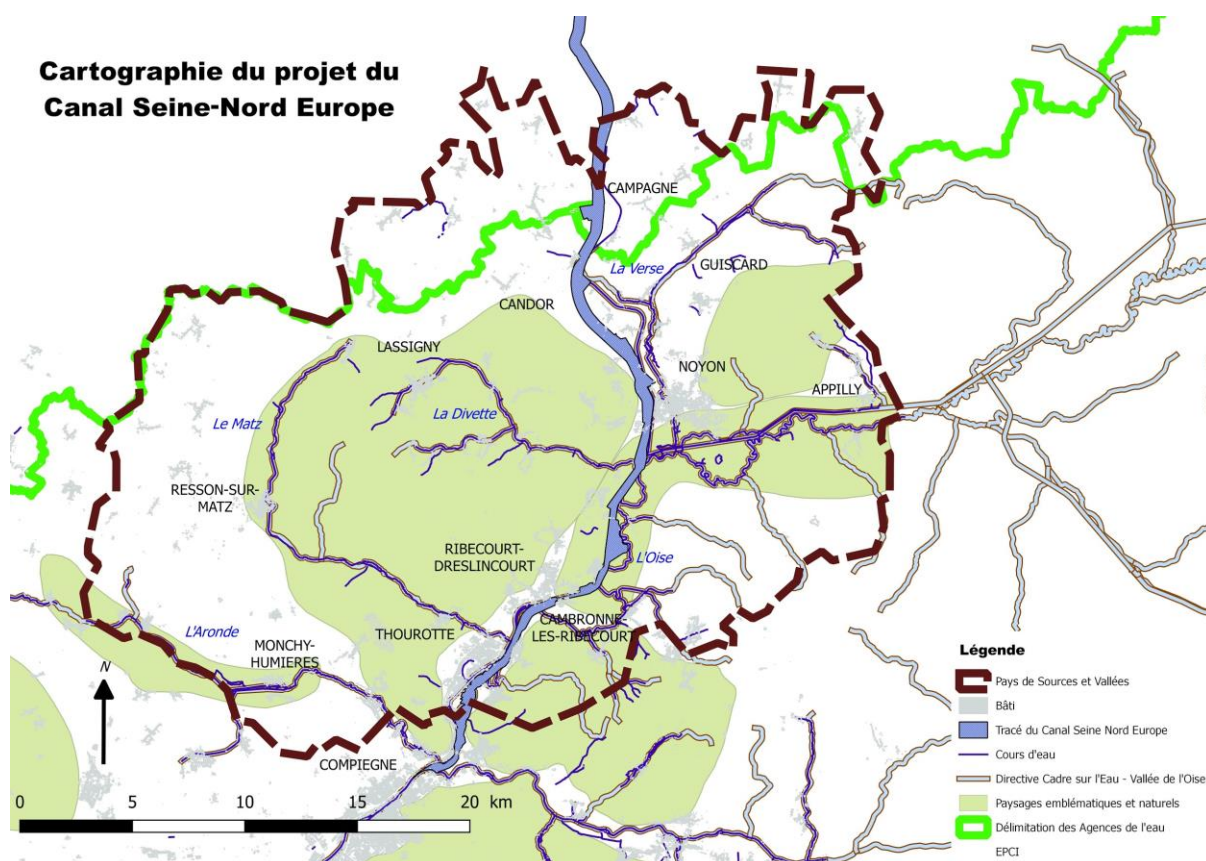
- Le Plan Régional de l'Alimentation (PRALIM) piloté par la DRAAF, qui décline le Plan national de l'Alimentation (PNA)

- Le projet du Canal Seine-Nord

Ce Canal Seine Nord Europe s'étendra sur 107 kilomètres entre Compiègne et Aubencheul-au-Bac aura une profondeur d'eau de 4.5 mètres et une largeur en surface de 54 mètres. Il comportera six écluses et une soixantaine de ponts. Sa construction risque d'impacter les cours d'eaux locaux ainsi que les affluents de l'Oise (notamment dans leurs tracés). En parallèle, il est supposé pouvoir avoir un effet majeur sur la limitation des crues dans l'Oise. Le Canal Seine Nord amènera la construction de trois écluses sur le territoire de Sources et Vallées : une à Cambronnes-les-Ribécourt, une à Noyon et la troisième à Campagne. De plus,

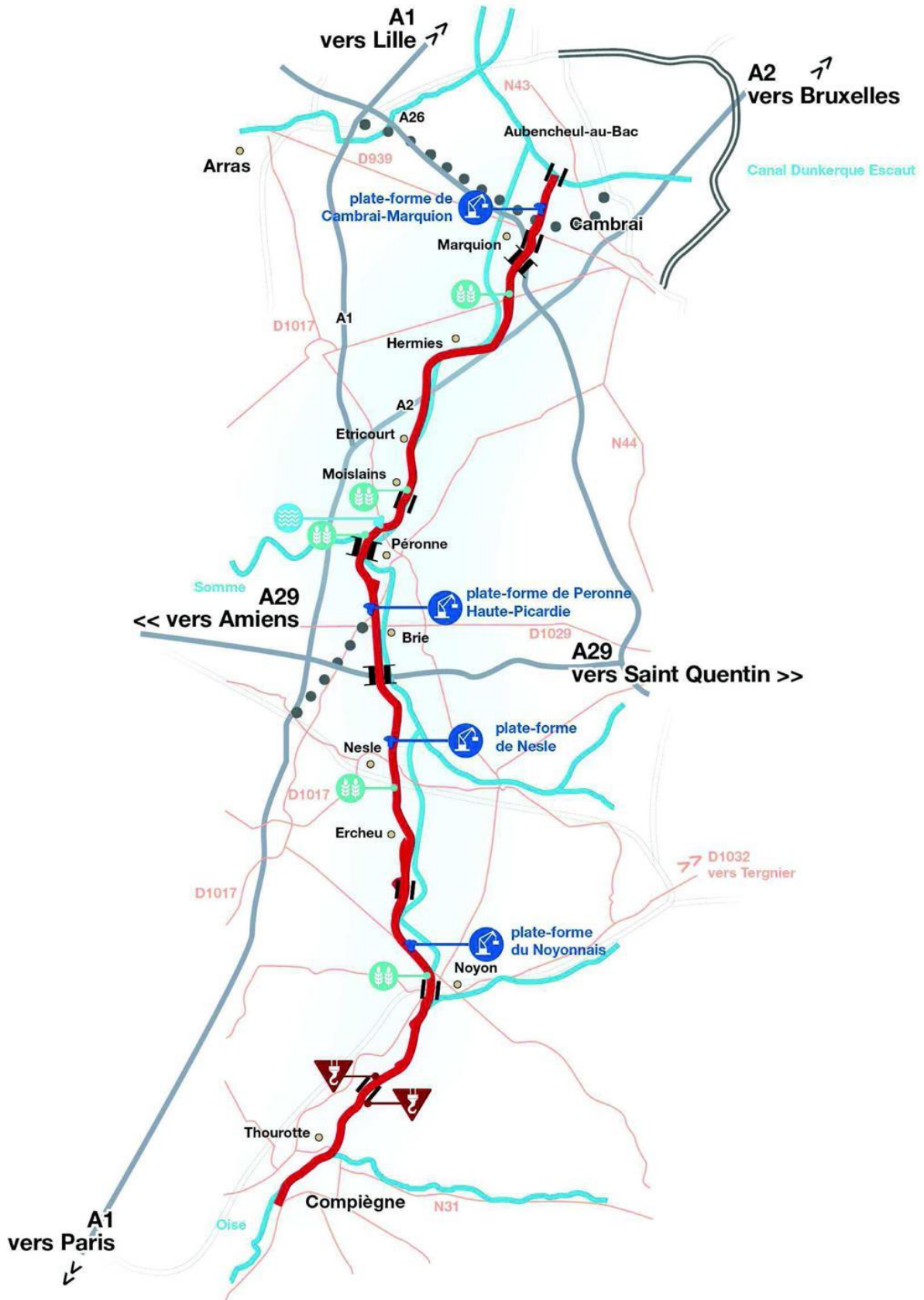
il traversera entre Compiègne et Noyon les abords d'une zone de protection spéciale de la biodiversité. Concernant le tracé exact du futur canal Seine Nord Europe, il fait l'objet d'une cartographie détaillée grâce aux données récupérées auprès des Voies Navigables de France (VNF) et de la Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (DREAL)³.

Le tracé du canal impactera le foncier agricole et il convient d'être attentif aux mesures compensatoires prévues dans le cadre de ce projet. En effet, la recomposition parcellaire qui s'en suivra va impacter durablement les exploitations concernées et leur modèle économique. Une consolidation des débouchés rémunérateurs pour ces entreprises devra faire l'objet d'une attention particulière.



Conception/réalisation ExtraCité, d'après les données de la DREAL (Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement) et de VNF

³ Concernant l'emplacement des écluses, la carte du site officiel du canal Seine Nord Europe détaille précisément le tracé du projet : <https://www.canal-seine-nord-europe.fr/Projet>



Source: Le Moniteur

Regard sur l'environnement

Le territoire du Pays de Sources et Vallées présente un certain nombre de richesses sur le plan environnemental, du fait de la présence de massifs boisés, de tourbières, de marais, de gîtes à chauves-souris et de divers écosystèmes alluviaux, etc. Maillé par les cours d'eau (ce qui rend la ressource précieuse et centrale, à la fois source et sujette de risques), le Pays de Sources et Vallée présente une biodiversité riche et diversifiée. Sur le territoire on peut relever la présence de plusieurs Zones Naturelles d'intérêt écologique faunistique et floristique (ZNIEFF) : notamment le cours de la Mèze (proche de Noyon), les forêts de l'antique massif de Beine, le massif de Thiescourt, les prairies inondables de l'Oise de Brissy-Hamégicourt à Thourotte...

Le Pays de Sources et Vallées fait aussi partie d'une zone Natura 2000⁴ en Zone de Protection Spéciale (ZPS) Directive Oiseaux (Moyenne Vallées de l'Oise) ainsi qu'en Zones Spéciales de Conservation ou Sites d'importance communautaire (ZSC - Directive Habitat) au niveau des prairies alluviales de l'Oise de la Fère à Sempigny. La Vallée de l'Oise de Thourotte à Vendeuil est d'ailleurs classée Zones Importante pour la Conservation des Oiseaux (ZICO). On peut relever la présence de plusieurs corridors écologiques qui traversent le territoire.

Espèces	Nicheur	Migrateur	Hivernant
Plongeon catmarin		X	
Grèbe esclavon		X	X
Butor étoilé		X	X
Bihoreau gris	X	X	
Aigrette garzette		X	
Grande Aigrette		X	X
Cigogne noire		X	
Cigogne blanche	X	X	
Spatule blanche		X	
Cygne chanteur		X	X
Canard pilet		X	X
Harle piette		X	X
Bondrée apivore	X		
Milan noir		X	
Milan royal		X	
Busard des roseaux	X		
Busard Saint-Martin	X		

Busard cendré	X	X	
Balbusard pêcheur		X	
Faucon émerillon		X	
Faucon pèlerin		X	
Râle de genêt	X		
Grue cendrée		X	
Avocette élégante		X	
Pluvier doré		X	
Combattant varié		X	
Chevalier sylvain		X	
Sterne pierregarin	X		
Sterne naine	X		
Guifette noire		X	
Martin pêcheur d'Europe	X		
Gorgebleue à miroir	X		
Pie grièche écorcheur	X		

Espèces présentes sur le territoire.

Source : http://www.donnees.picardie.developpement-durable.gouv.fr/patnat/liste_patnat.php

⁴ Dans le but de préserver la biodiversité biologique et de valoriser un territoire, un réseau de sites appelés "Natura 2000" a vu le jour. "Il repose sur la base juridique de deux directives : la directive « oiseaux » (1979) et la directive « Habitats Faune Flore » (1992). Ce réseau regroupe environ 25000 sites écologiques. Ces espaces sont désignés, par arrêt ministériel, en **zone spéciale de conservation** (ZSC) ou en **zone de protection spéciale** (ZPS).

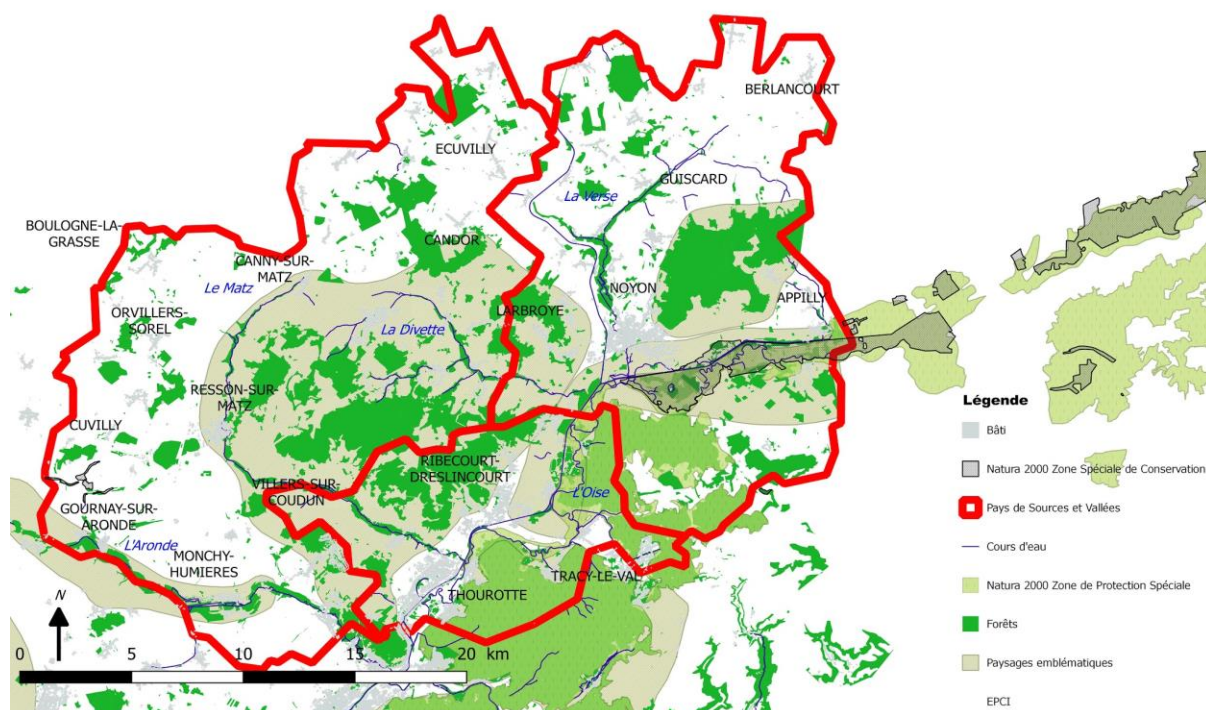
- Les ZPS concernent la conservation des oiseaux sauvages d'après la Directive Oiseaux de 1979 ;
- Les ZSC visent à préserver les espèces et habitats naturels d'intérêts communautaires d'après la Directive Habitats de 1992.

Ce réseau est issu majoritairement des informations issues des inventaires des zones d'intérêt communautaire pour les oiseaux (ZICO) et des zones naturelles d'intérêt écologique, faunistique et floristique (ZNIEFF) (source : <http://www.zones-humides.eaufrance.fr/reglementation/espaces-naturels-protectes/natura-2000-zsc-zps-0>)

En outre de ces différents zonages, la préservation du patrimoine naturel figure au cœur de la charte du Pays de Sources et Vallées. C'est dans cet état d'esprit que le territoire s'est engagé en 2012 dans un PCET. Il dispose également d'un Contrat Global d'Actions pour l'eau qui entend permettre notamment la préservation qualitative de l'eau de surface et souterraine et la préservation de l'eau potable.

Regard sur les enjeux entre agriculture et environnement

Cartographie de l'environnement général du Pays de Sources et Vallées

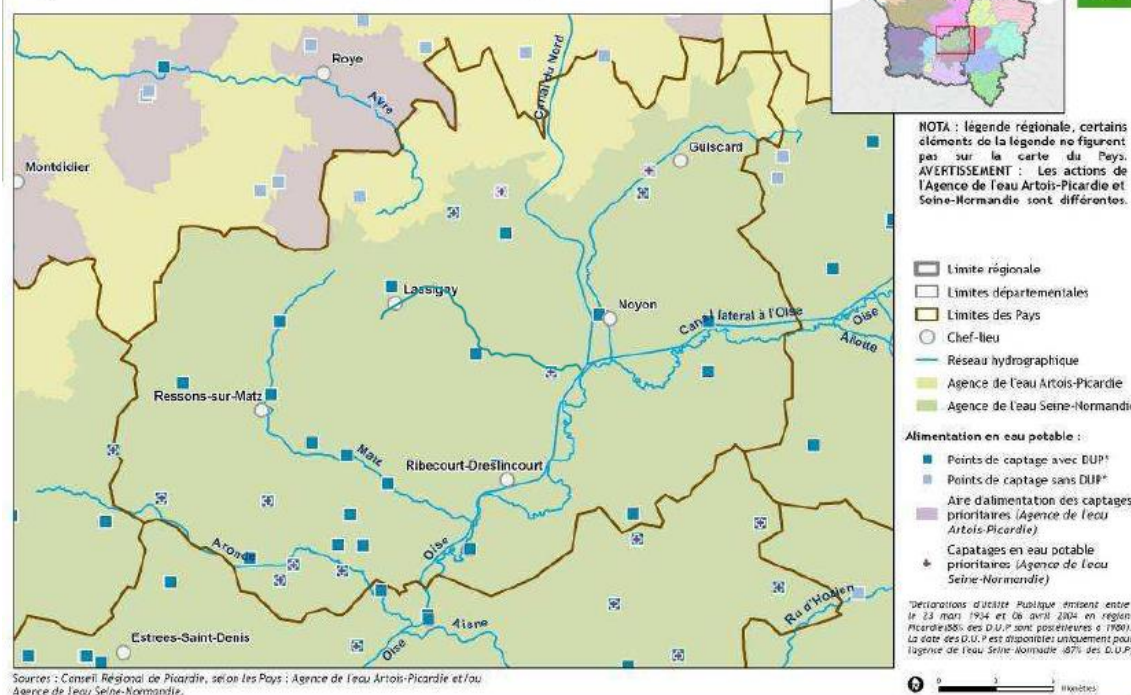


Conception/réalisation ExtraCité, d'après les données de la DREAL (Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement)

Le Plan Climat Energie Territorial (PCET) 2012-2014 a mis en valeur le fait que l'agriculture sur le territoire pèse pour 25% des émissions de CO₂. Sur le sujet, plusieurs problématiques peuvent être soulevées : celle de l'acheminement des denrées agricoles vers les points de ventes ou pôles urbains, celle des modalités de culture, celle aussi des types de production. Dans les cultures en effet, les GES proviennent d'abord de la fertilisation azotée (59%) puis de la consommation d'énergie des engins agricoles (25%) et enfin des résidus de culture (16%). En élevage, les émissions non-énergétiques sont aussi les plus importantes (97% du total).

Un deuxième enjeu environnemental relatif aux pratiques agricoles sur le territoire du Pays de Sources et Vallées est celui de l'eau. En effet, le territoire est parcouru par un réseau hydrographique important, de nombreuses rivières, de nombreuses zones de captage.

Pays "Sources et Vallées" : la ressource en eau



Source : Conseil Régional de Picardie, selon les Pays : Agence de l'Eau Artois-Picardie et Agence de l'Eau Seine-Normandie

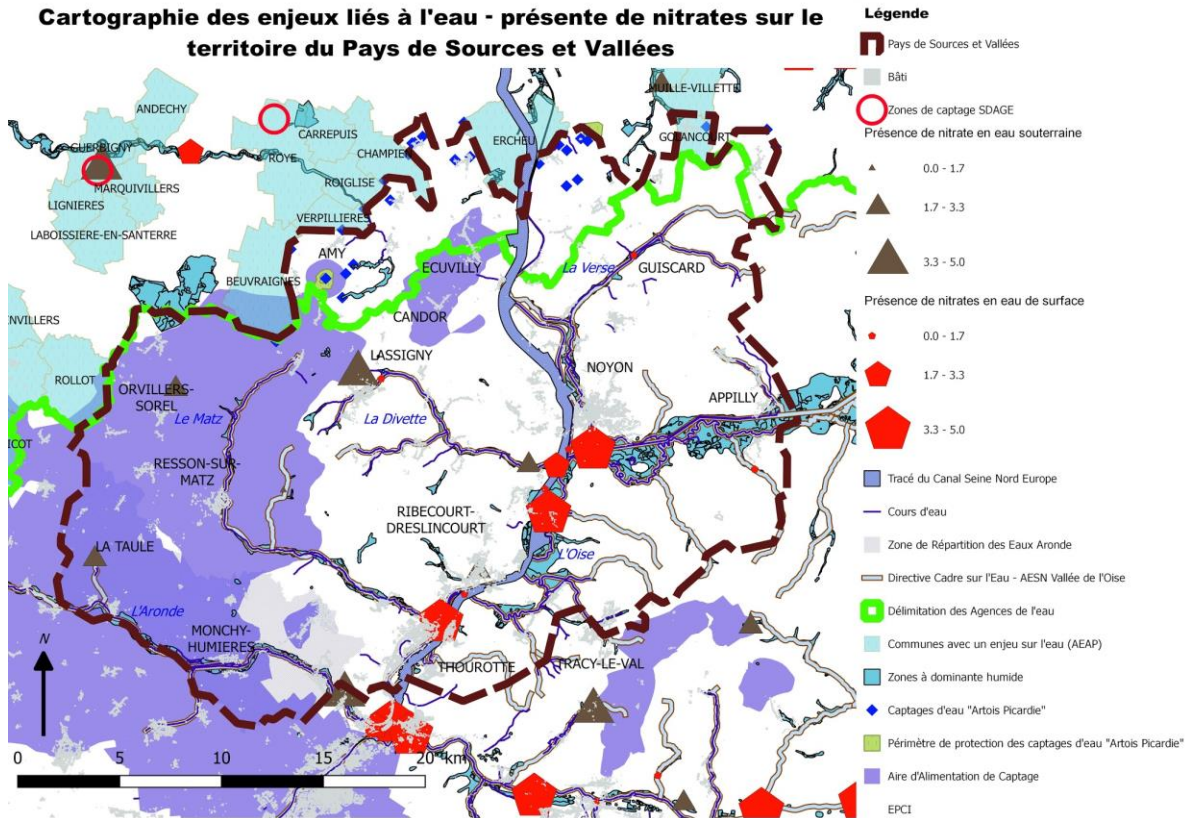
Sur le Pays de Sources et Vallées, la qualité de l'eau est globalement mauvaise, car les nappes et cours d'eau sont contaminés par les pesticides, les nitrates, le phosphore... Malgré les mesures mise en œuvre, le Pays de Sources et Vallée fait face à des problèmes vis à vis de l'eau qui sont à la fois qualitatifs et quantitatifs : en outre des pollutions il a été noté une baisse importante des nappes phréatiques et étiages de rivières, dus aux aléas climatiques mais également aux activités agricoles et industrielles, notamment aux pompages. Les eaux impactées sont de deux natures : les eaux souterraines (dans les nappes) et les eaux de surfaces (les rivières).

La carte ci-dessous révèle les zones, à la fois souterraines et de surface, sur lesquelles la présence de nitrates se fait la plus flagrante. On peut ainsi relever que Noyon, Ribécourt-Dreslincourt, Thourotte, font face à un enjeu concernant la présence très importante de nitrates dans leurs eaux de surface et notamment dans l'Oise.

Du côté de Lassigny, Orvillers-Sorel et La Taule/Gournay-sur-Aronde, ce sont les eaux souterraines qui sont impactées. Ces eaux sont situées en aire d'alimentation de captage⁵, ce qui pose question pour la qualité de l'eau et ses usages.

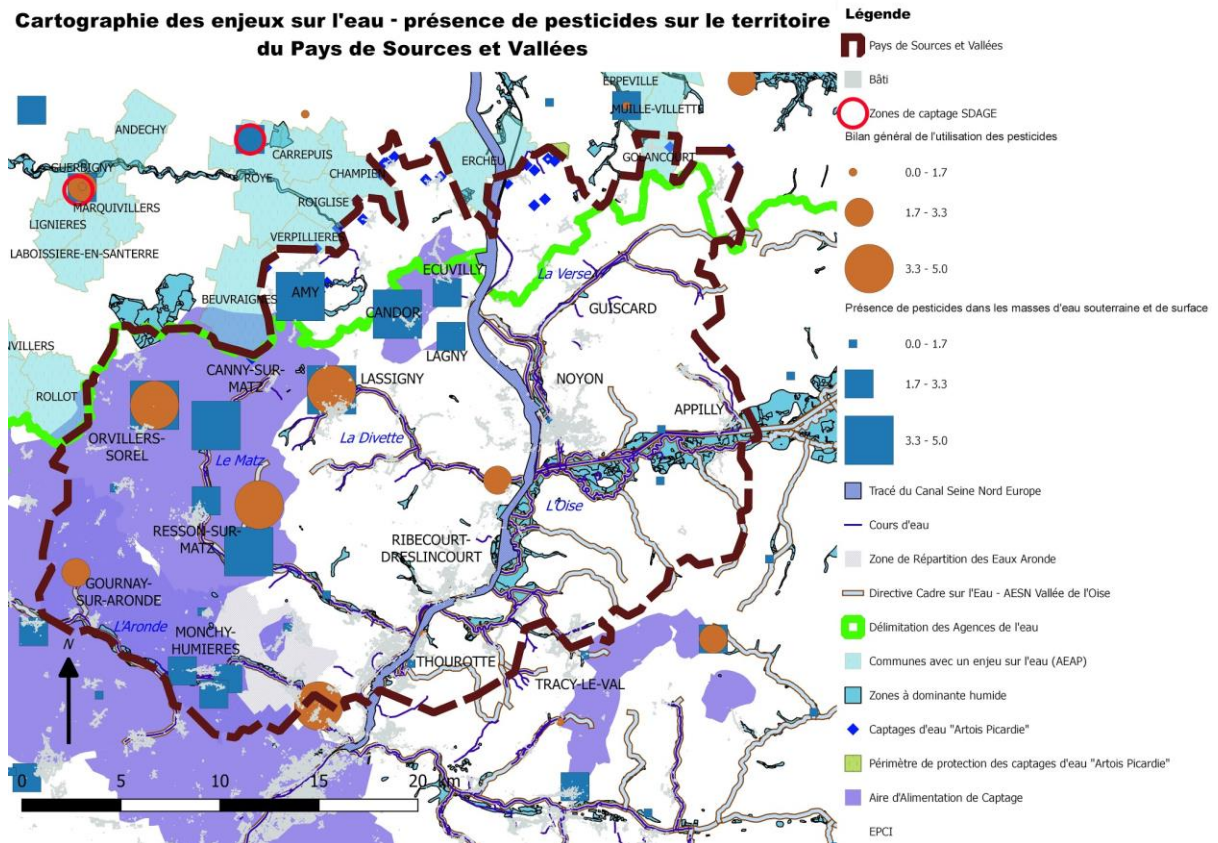
⁵ Selon la loi sur l'eau de 2006, une aire d'alimentation de captage (AAC) ou bassin d'alimentation de captage désigne "l'ensemble des surfaces où toute goutte d'eau tombée au sol est susceptible de parvenir jusqu'au captage, que ce soit par infiltration ou par ruissellement". En vertu de cette définition, la délimitation de l'AAC doit a minima inclure les différents niveaux de [Périmètre de protection des captages \(PPC\)](http://sigessn.brgm.fr/spip.php?article83) et venir s'articuler avec les dispositifs de protection déjà existants de manière cohérente et complémentaire (source : <http://sigessn.brgm.fr/spip.php?article83>)

Cartographie des enjeux liés à l'eau - présence de nitrates sur le territoire du Pays de Sources et Vallées



Conception/réalisation ExtraCité, d'après les données de la DREAL (Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement)

Cartographie des enjeux sur l'eau - présence de pesticides sur le territoire du Pays de Sources et Vallées

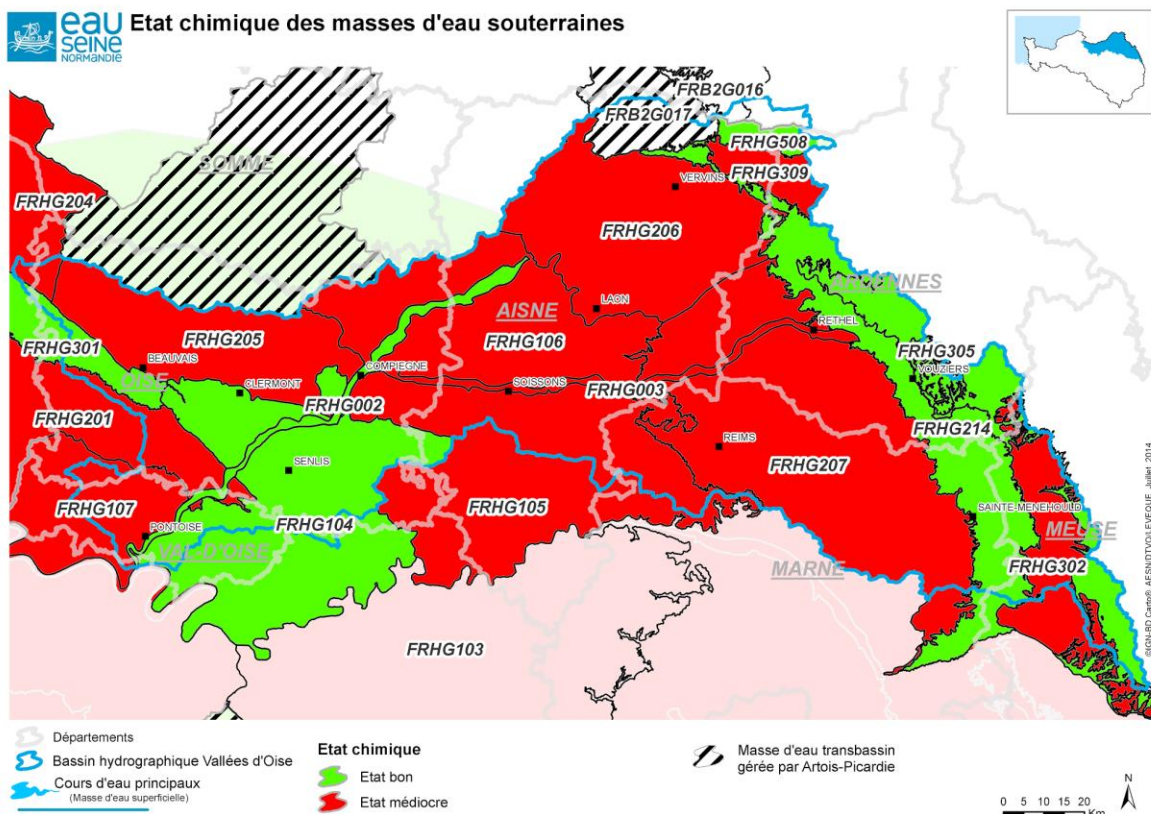


Conception/réalisation ExtraCité, d'après les données de la DREAL (Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement)

La seconde carte ci-dessus révèle les présences en pesticides dans les eaux souterraines et de surface. On peut constater que l'enjeu est d'autant plus fort du côté des aires d'alimentation de captage et des rivières qui les traversent.

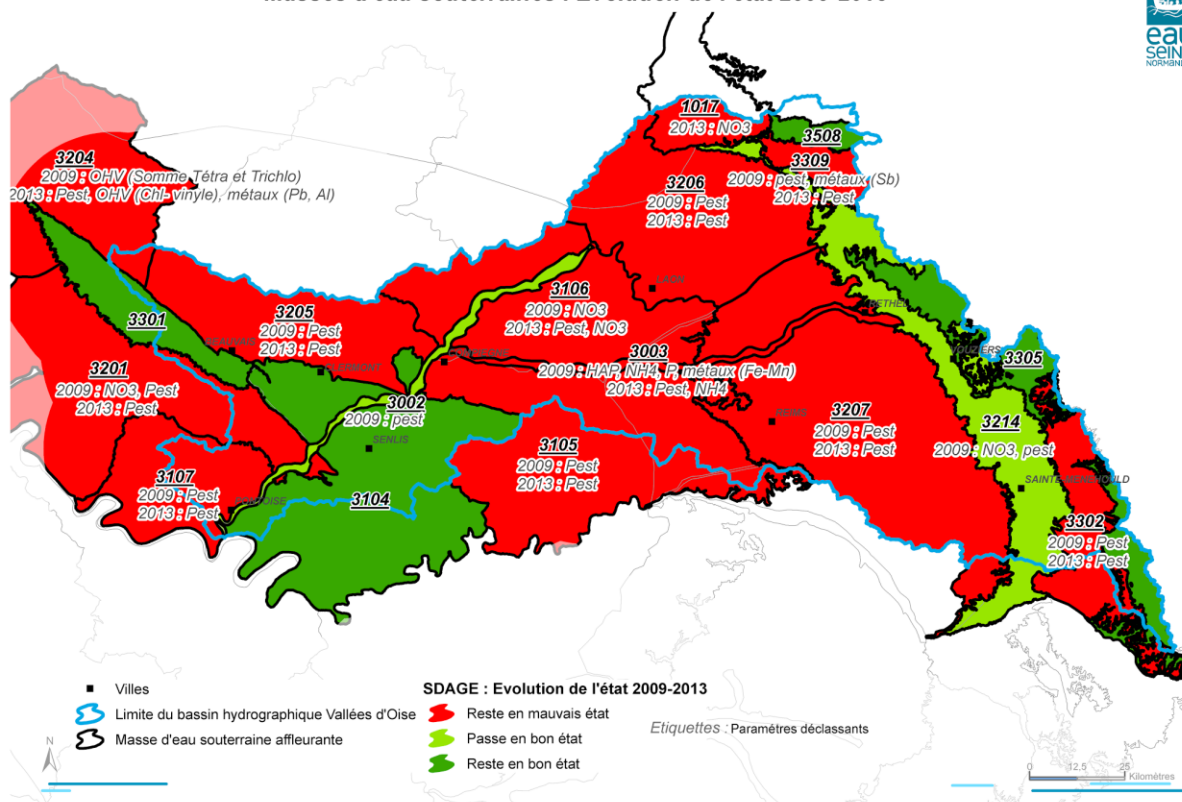
Les communes d'Amy, de Candor, De Canny-sur-Matz, d'Orvillers-Sorel, de Lassigny et de Resson-sur-Matz sont celles qui font face aux plus gros impacts localisés. Un peu au-delà des frontières du Pays de Sources et Vallées, deux zones de captage SDAGE, à Marquivillers et Carrepuis, sont également touchées par une présence importante de pesticides.

Au regard de ces deux cartes, l'enjeu particulier de la commune de Lassigny peut être noté : cette commune est la seule du territoire qui soit impactée à la fois par une forte présence de Nitrates (dans ses eaux souterraines) et une forte présence de pesticides dans ses eaux souterraines et de surface. La présence de ces substances dans l'eau remet fortement en question sa qualité et créer des risques liés aux usages de la ressource. La carte ci-dessous permet d'ailleurs de visualiser l'état qualitatif de l'eau sur le territoire du Pays.



Source : Agence de l'Eau Seine-Normandie : Etat chimique des masses d'eau souterraines

Masses d'eau souterraines : Evolution de l'état 2009-2013

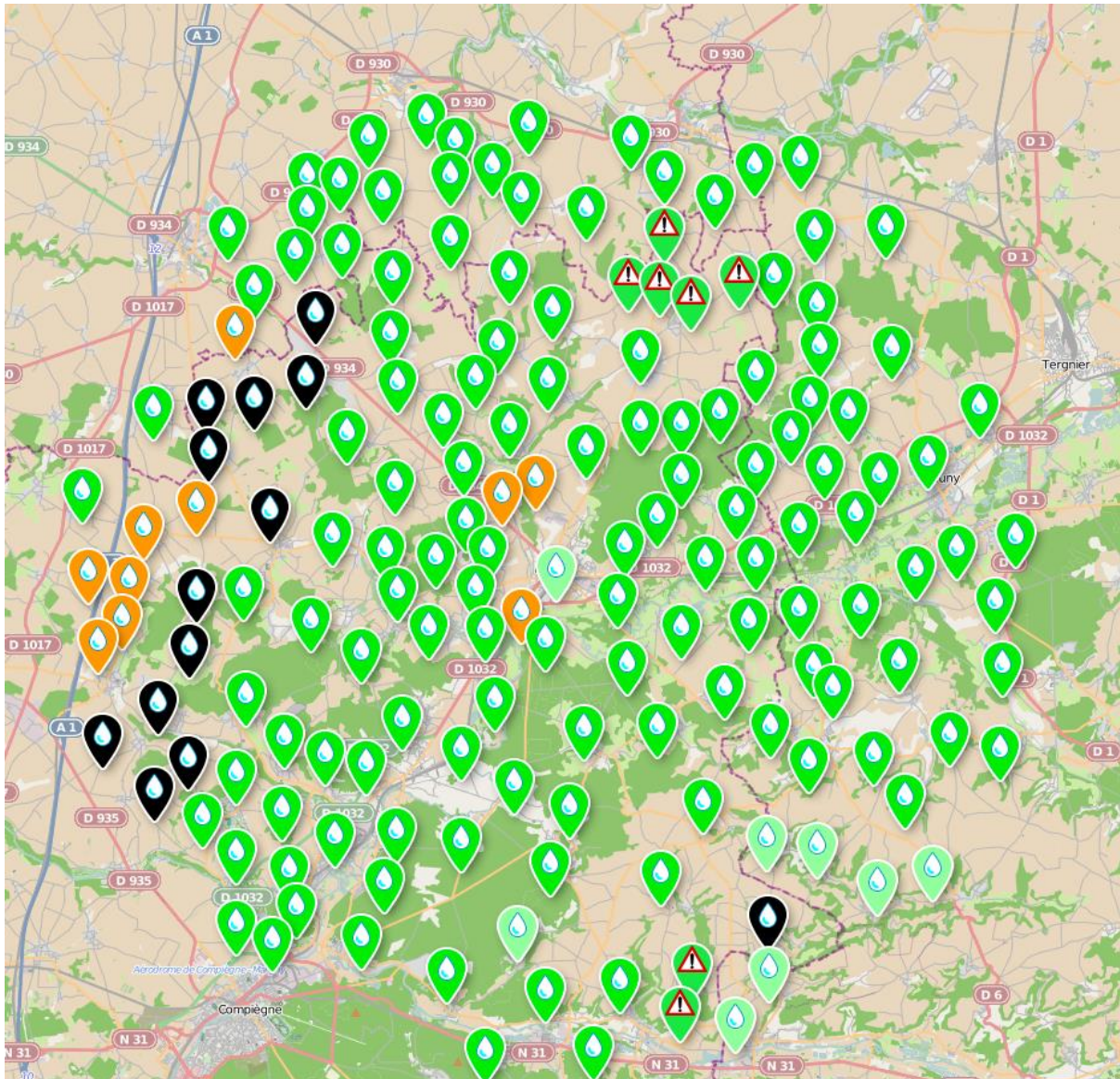


Source : Agence de l'Eau Seine-Normandie : Etat chimique des masses d'eau souterraines

Même si de 2009 à 2013 des améliorations de la qualité de l'eau dans certaines zones (notamment à l'Est du territoire) sont à noter, la qualité reste globalement médiocre.

Une carte générée par le site "Que Choisir" atteste également de la présence de pesticides et de nitrates dans les eaux souterraines et de surface sur l'ensemble du territoire du Pays de Sources et Vallées, mais aussi d'autres types de polluants (solvants industriels, arsenic, etc.)⁶.

⁶ Point de vigilance quant à l'interprétation de la cartographie : après consultation de la Délégation Territoriale de l'Oise de l'Agence Régionale de Santé (ARS) des Hauts-de-France, la carte susmentionnée ne renseigne ni sur l'origine de la donnée ni sur les unités pour la quantité de pesticides et/ou de nitrates. De fait, elle ne procède pas d'une démarche scientifique et ne peut être comprise que dans une optique de vision générale des enjeux liés à l'eau sur le territoire du Pays de Sources et Vallées.



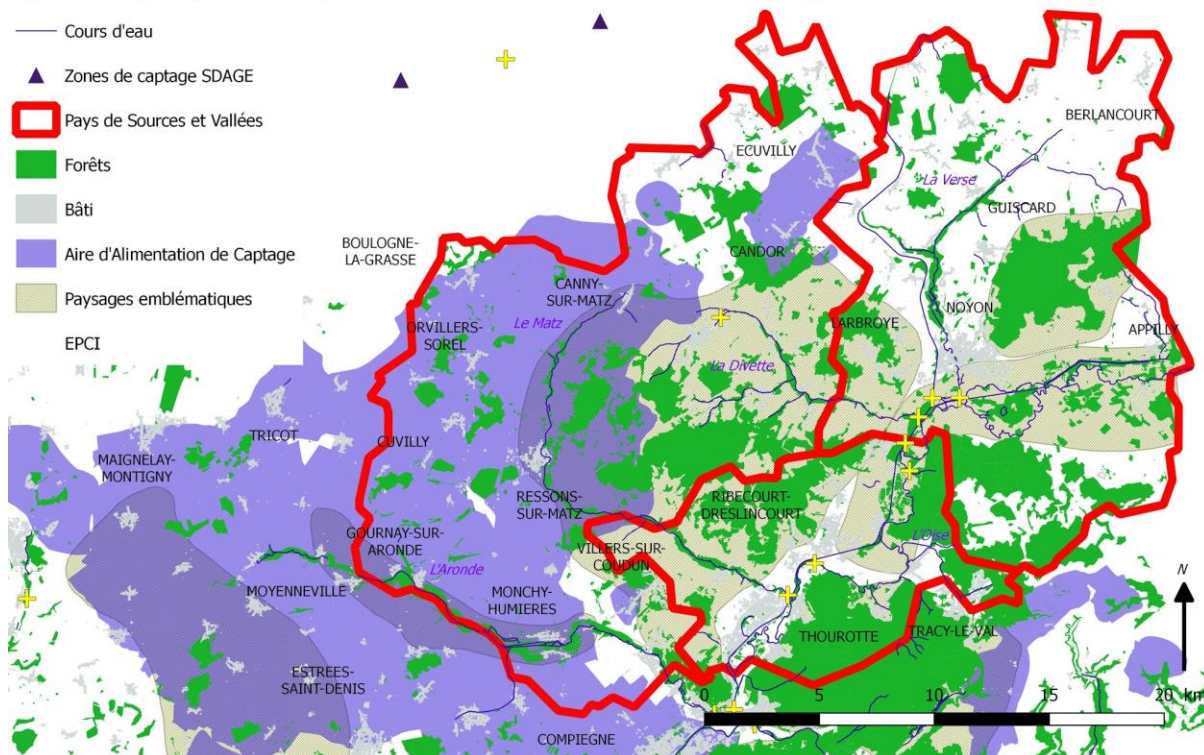
Source : site officiel "Que Choisir" : carte interactive de la qualité de l'eau

Les études montrent donc que l'agriculture a des **impacts importants sur l'eau de surface aussi bien que souterraine** : pollutions aux pesticides, nitrates et autres produits des traitements agricoles ; prélèvements pour l'irrigation ; impacts sur les sols puis sur l'eau (érosion, ruissellement...). Au global, dans la vallée d'Oise, 11 masses d'eau souterraines sur 12 sont déclassées par les pesticides. La préservation de l'eau sur les aires d'alimentation de captages est donc une problématique centrale sur l'ensemble du territoire.

Légende

- + Etat d'usage des pesticides
- Cours d'eau
- ▲ Zones de captage SDAGE
- Pays de Sources et Vallées
- Forêts
- Bâti
- Aire d'Alimentation de Captage
- Paysages emblématiques
- EPCI

Carte des Aires d'Alimentation de Captage d'eau (AAC) présents sur le territoire du Pays de Sources et Vallées



Conception/réalisation ExtraCité, d'après les données de la DREAL (Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement)

Les rivières sont également en tant que telles des milieux sensibles : riches de biodiversités, elle sont des milieux de vie à part entière qu'il est important de préserver, en quantité comme en qualité. Est également à noter la sensibilité particulière des têtes de bassins, qui seront plus ou moins impactées en fonction du type d'agriculture qui les entourent (à priori, une prairie sera moins réceptrice de pesticides, et moins sujette au ruissellement, ce qui participera à préserver le bassin, tandis que de grandes cultures lui seront plus néfastes à ce niveau). Cet impact différencié en fonction de l'environnement global des eaux de surface est également valable pour les rivières : en cas de précipitations, un bassin versant pentu et cultivé dans le sens de la pente va concentrer rapidement les intrants et les sédiments vers la rivière au contraire d'un bassin versant occupé par des prairies et/ou des forêts qui vont ralentir le ruissellement et favoriser l'infiltration et l'autoépuration.

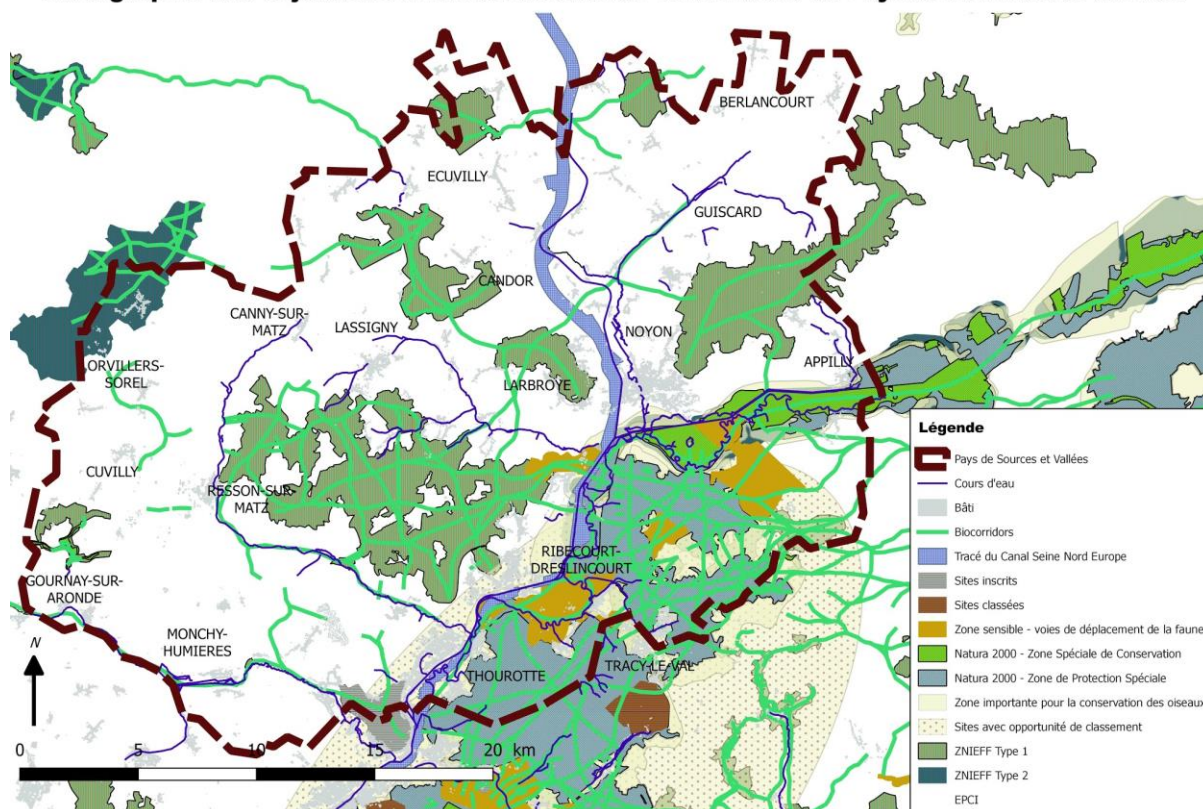
Un troisième enjeu qui peut être mis en avant est donc celui de l'érosion des sols : la perte des bocages et des haies, les surfaces en labours, entraînent en effet une fragilisation des sols qui deviennent plus sensibles à l'érosion et aux ruissellements, augmentant les risques de perte de terres arables et d'inondations. Sur un territoire tel que le Pays de Sources et Vallées, qui est façonné pour partie par les cours d'eau, cet enjeu est d'une importance non négligeable.

Enfin, l'agriculture conventionnelle impacte la biodiversité : les intrants chimiques limitent la biodiversité sur les surfaces cultivées. Ainsi l'agriculture intensive peut impacter les rongeurs, oiseaux, insectes, notamment les insectes pollinisateurs tels que les abeilles.

Cet enjeu a son importance, d'autant plus que le bassin de l'Oise amont accueille 136 des 163 espèces animales recensées sur la liste rouge de Picardie, dont 61 sont caractéristiques des zones humides et aquatiques. Ces mêmes zones sont par ailleurs le refuge de 83 espèces végétales d'intérêt patrimonial.

Le maillage du Pays de Sources et Vallées en corridors écologiques (lieu de vie et de passage, permettant les déplacements et migrations des espèces animales), notamment sur la partie Sud du territoire, en fait un lieu de vie et de passage pour la biodiversité : la conservation de ces milieux est de fait un enjeu important.

Cartographie des enjeux liés à la biodiversité sur le territoire du Pays de Sources et Vallées

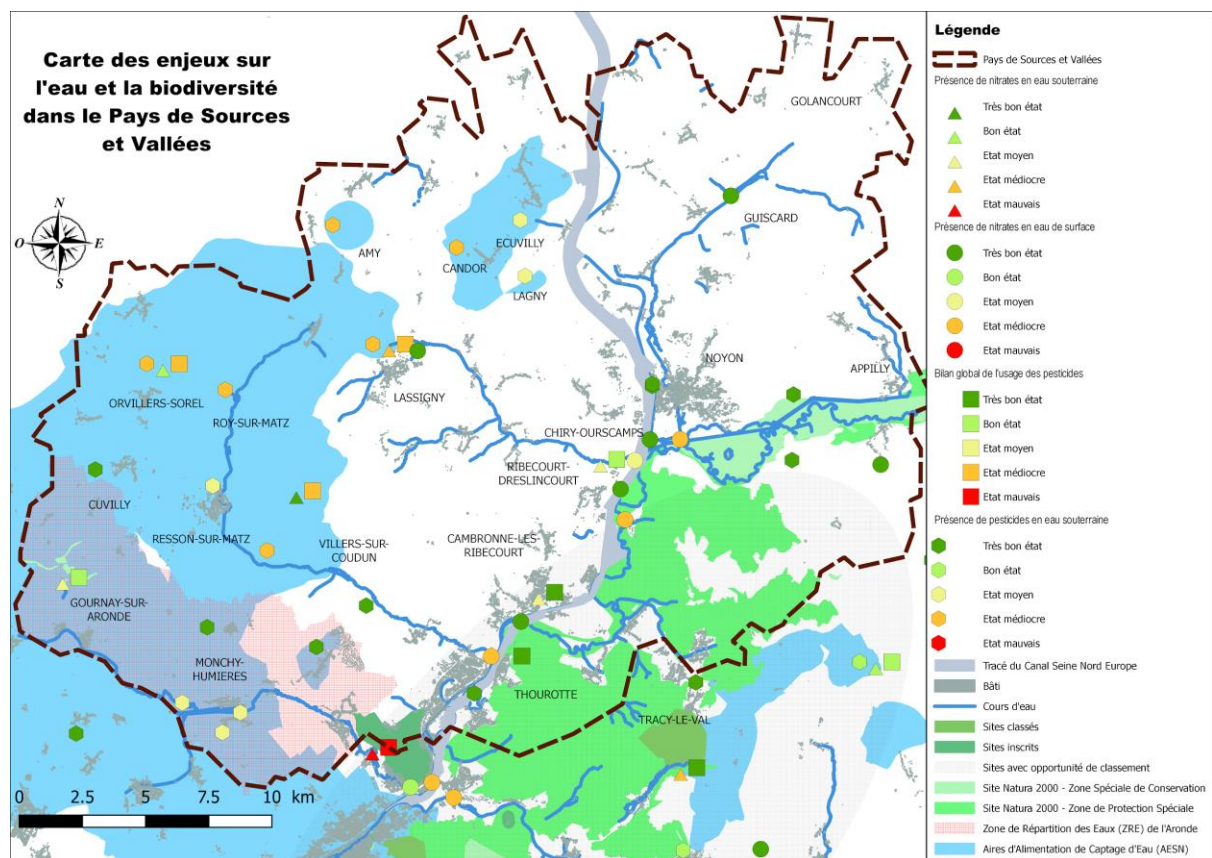


Conception/réalisation ExtraCité, d'après les données de la DREAL (Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement)

En outre de ces corridors écologiques, le Pays de Sources et Vallées est également émaillé de zones particulières pour la biodiversité. Notamment, on note la présence de plusieurs Zones Naturelle d'intérêt Ecologique, Faunistique et Floristique (ZNIEFF) qui sont des espaces naturels inventoriés en raison de leur caractère remarquable. Les ZNIEFF de type 1, les plus nombreuses sur le territoire, sont des zones de superficie réduite, homogènes d'un point de vue écologique et abritant au moins une espèce et/ou un habitat rare ou menacé, ayant un grand intérêt fonctionnel pour les dynamiques écologiques locales. La ZNIEFF de type 2,

présente en bordure Nord-Ouest du territoire, est un grand ensemble riche en potentialités biologiques, exerçant un rôle fonctionnel dans les cohérences écologiques et paysagères. Au Sud du territoire sont également présente plusieurs zones classées Natura 2000. Parmi elles, il y a d'une part des zones spéciales de conservation (ZSC) qui sont des sites naturels ou semi-naturels désignés par le droit européen et présentant un patrimoine naturel exceptionnel. D'autre part, il y a des zones de protection spéciales (ZPS) des oiseaux sauvages, qui sont des zones dont la détermination s'appuie sur les inventaires scientifiques des zones importantes pour la conservation des oiseaux, ou ZICO.

Au regard de son profil territorial, le Pays de Sources et Vallées présente donc un enjeu important de préservation des milieux particuliers et de la biodiversité de son territoire.



Conception/réalisation ExtraCité, d'après les données de la DREAL (Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement)

A retenir :

Le territoire présente une densité de population plutôt faible mis à part autour de l'axe Noyon-Compiègne au sud du territoire. On peut noter que traditionnellement les points de vente en circuits alimentaire de proximité (CAP) sont plutôt concentrés près des zones à haute densité de population, soit à proximité des centres urbains.

Les personnes retraitées sont surreprésentées sur le territoire, ce qui peut être une chance pour le projet dans la mesure où cette classe d'âge est demandeuse de produits alimentaires locaux et qualité.

Le pouvoir d'achat est plus important sur le sud du territoire du Pays et également sur l'agglomération de Compiègne. Cela rejoint la remarque sur la densité de population et donne un indice pour de futures implantations de point de vente de produits issus de CAP. On peut noter une convergence de projets de territoires favorables au développement des CAP sur le Pays (LEADER, PCET, projets liés à la qualité de l'eau, PRALIM, ...) qui sont autant d'opportunités de financer des projets et d'encourager les initiatives en CAP.

A l'est de l'Axe Noyon-Compiègne, le territoire présente un certain nombre de zones remarquables pour la biodiversité, qui sont protégées, ou observées. Ce territoire mérite une attention particulière pour le développement de futurs projets qui devront être compatibles avec la plus grande vulnérabilité de ces espaces.

Les eaux de surfaces et eaux souterraines sont marquées par des qualités jugées médiocres ou mauvaises. L'impact des nitrates et des pesticides est notoire. L'enjeu sera ici d'encourager à l'évolution des pratiques agricoles et particulièrement sur les aires de captage en eau potable. L'utilisation raisonnée de la ressource en eau est également un enjeu dans la mesure où une baisse du niveau des nappes phréatiques est observée.

II - Contexte du système alimentaire

Contexte agricole et alimentaire en Picardie

Occupation du sol

Le Pays de Sources et Vallée s'inscrit au cœur du territoire picard. La Picardie réserve une large place à l'activité agricole, qui bénéficie de conditions naturelles favorables : terres fertiles, climat tempéré, relief générant de faibles contraintes géographiques... La superficie agricole picarde s'élève à 69% de la surface totale régionale, alors que sur l'ensemble du territoire métropolitain cette proportion n'est que 54%. En contrepartie, la part de surface utilisée par la forêt (18%) est plus faible en Picardie que la moyenne nationale de 28%, malgré certains grands massifs forestiers présents en particulier dans l'Oise et l'Aisne.

Structuration agricole

Le paysage agricole est dominé par les grandes exploitations.

Nombre d'exploitations commercialisant en circuit court selon la dimension économique de l'exploitation dans l'Oise		
	Oui	Non
Grandes exploitations	175	1 750
Exploitations moyennes	83	684
Petites exploitations	92	574
Ensemble des exploitations (hors viticulteurs)	350	3 008
Champ : exploitations hors viticulteurs		

Source : Agreste - Recensement agricole 2010

L'économie agricole

Sur le plan économique, l'agriculture et l'industrie agroalimentaire emploient 4,4% des salariés picard (pour une moyenne nationale de 3,2%) et 22% du total des picards pour les emplois non-salariés (pour une moyenne nationale de 18%).

La première production picarde est le blé tendre : la Picardie fournit 700 millions d'euros de blé de 2009 à 2011. Le deuxième poste agricole en Picardie est la betterave, vient ensuite le lait de vache, suivi des pommes de terre, du colza et de légumes.

La Picardie produit 700 millions d'euros de blé tendre
Valeur des principaux produits de l'agriculture en Picardie
Moyenne sur les années 2009, 2010 et 2011
Montants en millions d'euros

	Valeur des produits agricoles en Picardie		
	M€	%	Part (%) France
Blé tendre	702	24,1	12,5
Betteraves industrielles	305	10,4	34,1
Lait et produits laitiers de vache	269	9,2	3,6
Pommes de terre	265	9,1	19,6
Oléagineux	222	7,6	8,6
Vins de Champagne	179	6,1	6,8
Légumes frais	174	6,0	6,1
Autres biens et services	803	27,5	1,9
TOTAL	2 918	100,0	4,4

Source : Comptes de l'agriculture 2009, 2010, 2011 provisoire

(Source : Plan Régional de l'Agriculture Durable de Picardie - Partie Diagnostic)

Les exploitations picardes sont très majoritairement spécialisées dans les grandes cultures. En 2010, 57% des exploitations de Picardie sont dans ce cas (tandis que la moyenne nationale est de 24%). Ces grandes cultures sont souvent associées à l'industrie, pour la conservation ou la transformation, avec des usines implantées sur place. En parallèle, l'élevage conserve une place importante, notamment bovin.

Une bonne partie des produits agricoles de Picardie sont destinés à l'exportation :

Les deux tiers des produits agricoles exportés par la Picardie sont des céréales et oléagineux
Exportations de produits agricoles en millions d'euros - Moyenne des trois années 2009 à 2011

	Exportations Picardie			Exportations France (yc Dom)	
	M€	%	Part (%) France	M€	%
Céréales (sauf riz), légumineuses et oléagineux	307,5	67,5	4,3	7 186,8	56,6
Légumes et melons, racines et tubercules	105,9	23,3	6,4	1 664,7	13,1
Equidés vivants	21,2	4,7	22,6	94,0	0,7
Volailles vivantes et œufs	8,9	2,0	3,1	290,2	2,3
Autres produits agricoles	11,8	2,6	0,3	3 472,6	27,3
TOTAL	455,4	100,0	3,6	12 708,3	100,0

Source : Douanes

Enfin, la Picardie est également caractérisée par sa faible part de SAU en agriculture biologique : seules 1.3% des exploitations sont en cours de conversion ou pratiquent l'agriculture biologique. Par ailleurs, les signes d'identification de la qualité et de l'origine sont

peu développés sur le territoire picard, et les circuits courts et de proximité sont globalement réservés à certaines productions spécifiques. Ce faible développement des circuits alimentaires de proximité s'explique en partie par la nature des productions agricoles du territoire, majoritairement composées de produits destinés à l'industrie agro-alimentaire : la betterave pour le sucre, la pomme de terre et le blé pour les industries féculières et blé, le lait pour l'industrie laitière... Les produits qui sont retrouvés dans les ventes en circuits courts sont plutôt les fruits, les œufs, la volaille, les légumes... Pour tous ces produits, la vente directe à la ferme reste le mode de commercialisation le plus répandu dans le cadre d'un circuit court. Pour soutenir les démarches de proximité, la Picardie a développé une marque collective "Terroirs de Picardie".

Au-delà des question agricole, l'alimentation est un enjeu d'importance au niveau de la Picardie. Par exemple, si la France compte 20% de personnes en situation d'obésité, la Picardie est aujourd'hui l'une des régions les plus touchées, derrière le Nord-Pas-de-Calais et la Champagne-Ardenne.

Contexte agricole et alimentaire en Pays de Sources et Vallées

Comme au niveau national, la tendance est à l'agrandissement des exploitations, au bénéfice des grandes et moyennes exploitations.

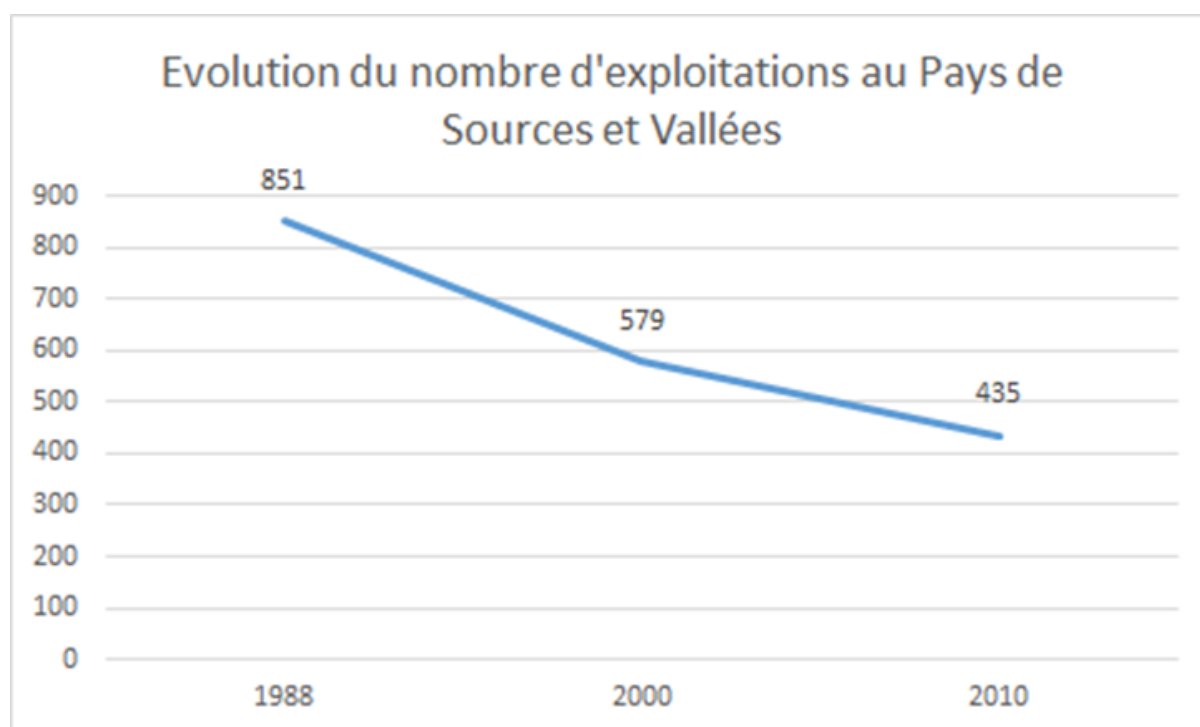


Figure 4 : Evolution du nombre d'exploitations au Pays de Sources et Vallées entre 1988 et 2010

Source : ExtraCité d'après Agreste - Recensements Agricoles, les résultats communaux en Picardie, 2010, 2000 et 1988

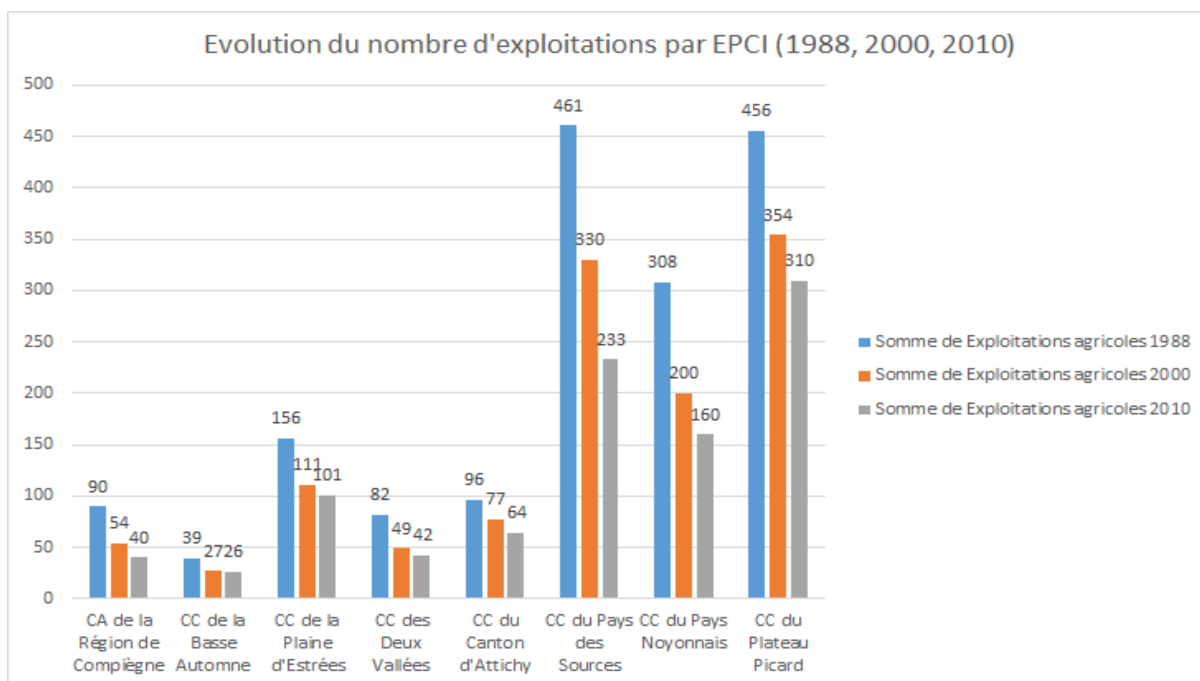


Figure 5 : Evolution du nombre d'exploitations agricoles par EPCI au Pays de Sources et Vallées entre 1988 et 2010

Source : Agreste - Recensements Agricoles, les résultats communaux en Picardie, 2010, 2000 et 1988

On peut relever que cette situation n'est pas favorable au développement de la commercialisation en circuits courts. En effet, selon les analyses de l'AGRESTE, (RA 2010), le circuit court est surtout le fait des petites exploitations et dans une moindre mesure des moyennes et grandes exploitations. Sur le territoire de Sources et Vallées. Aussi, au dernier recensement agricole (2010), seules 5% des exploitations du territoire déclarent commercialiser tout ou partie de leur production en circuits courts (contre 20% au niveau national).

En 2010, la superficie agricole utilisée couvrait jusqu'à 56.8% du territoire. 435 exploitations agricoles étaient ainsi recensées, et parmi elles, 22 producteurs utilisaient les circuits courts comme moyen de commercialisation.

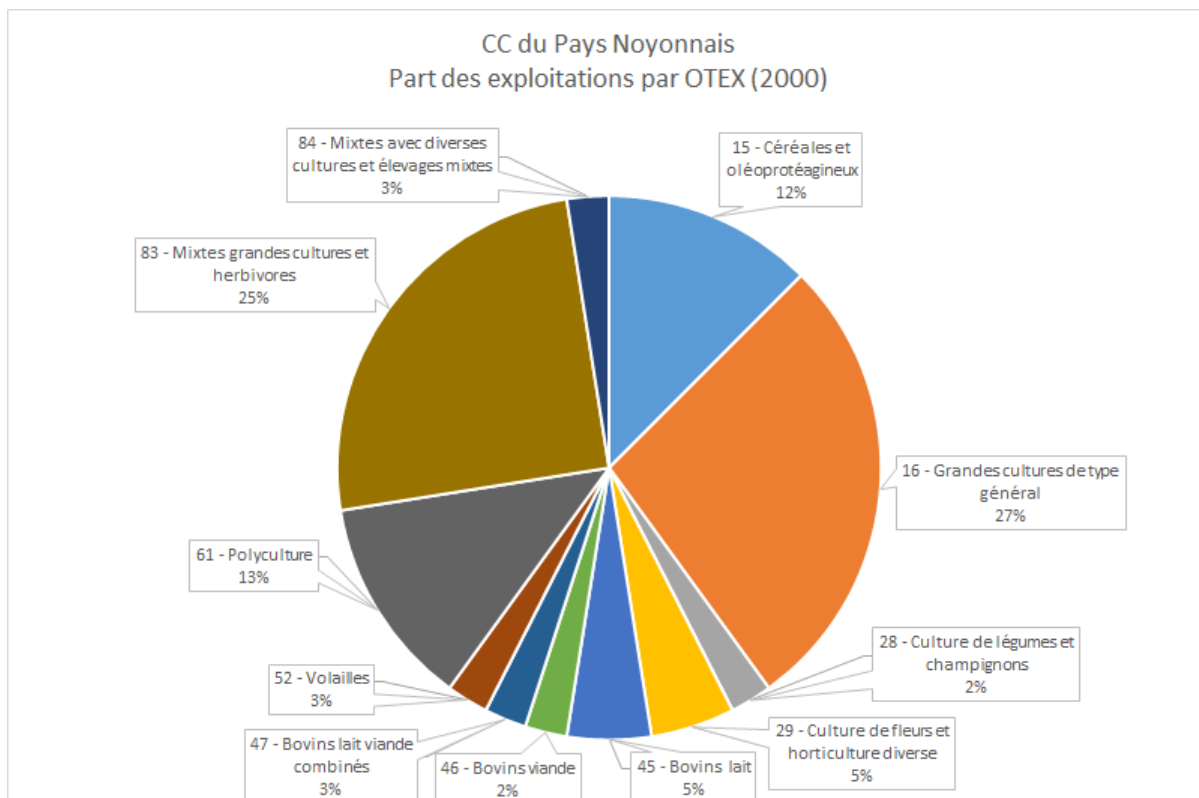


Figure 6 : Part des exploitations agricoles par OTEX en 2000 sur le territoire de la Communauté de Communes du Pays Noyonnais (CCPN)

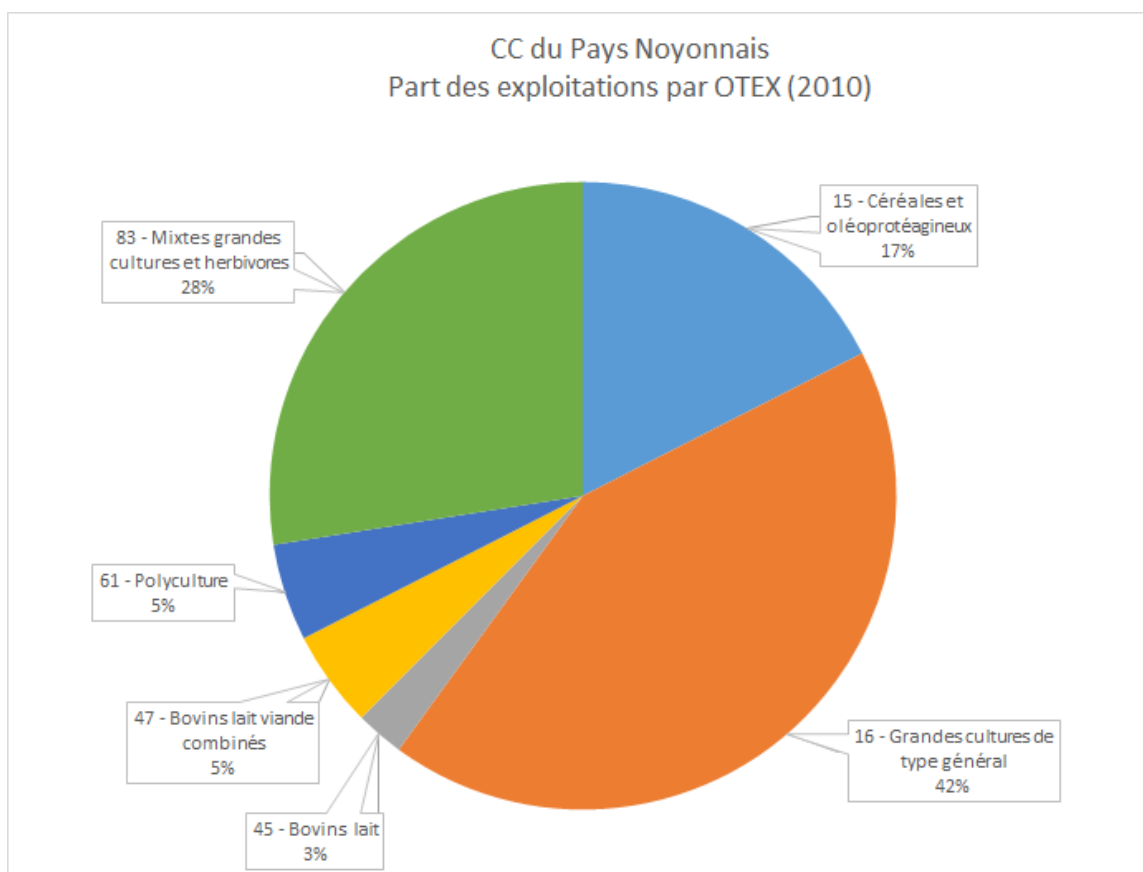


Figure 7 : Part des exploitations agricoles par OTEX en 2010 sur le territoire de la Communauté de Communes du Pays Noyonnais (CCPN)

Les exploitations du CC du Pays Noyonnais étaient moins “diversifiées” en 2010 qu’en 2000.

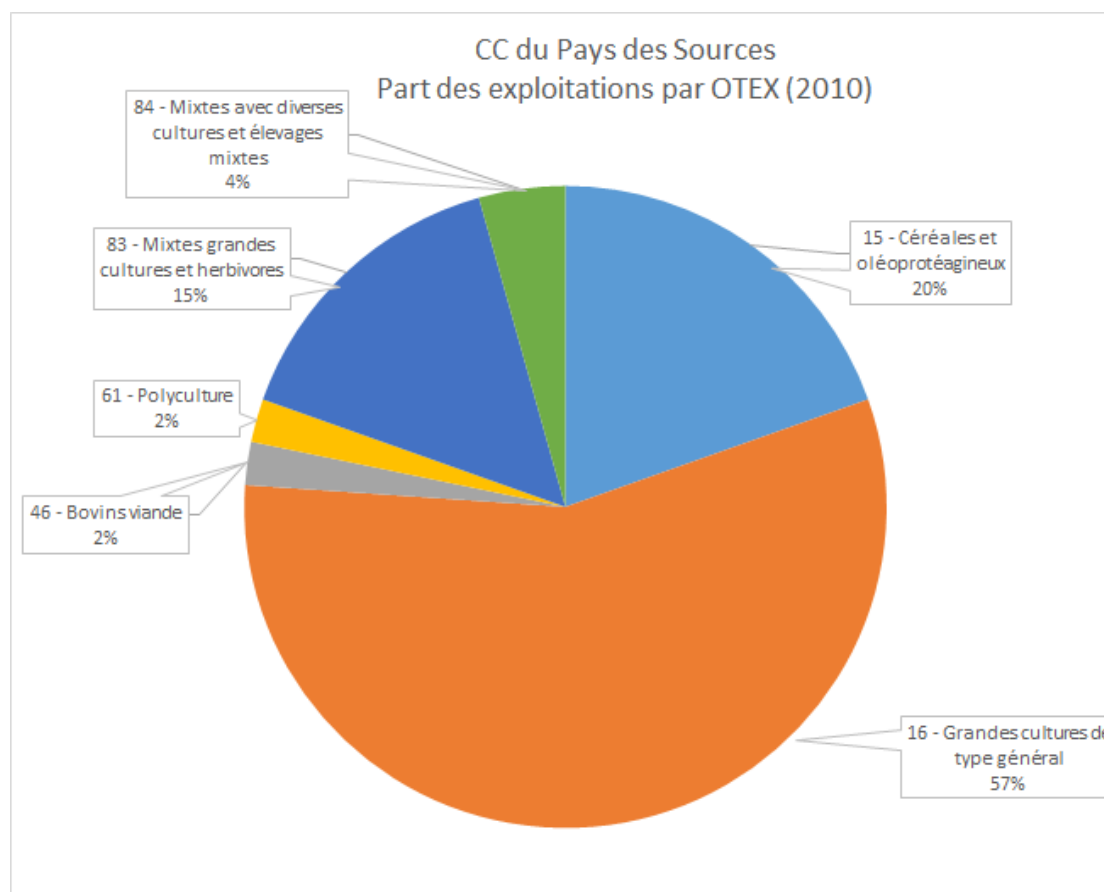


Figure 8 : Part des exploitations agricoles par OTEX en 2010 sur le territoire de la Communauté de Communes du Pays des Sources (CCPS)

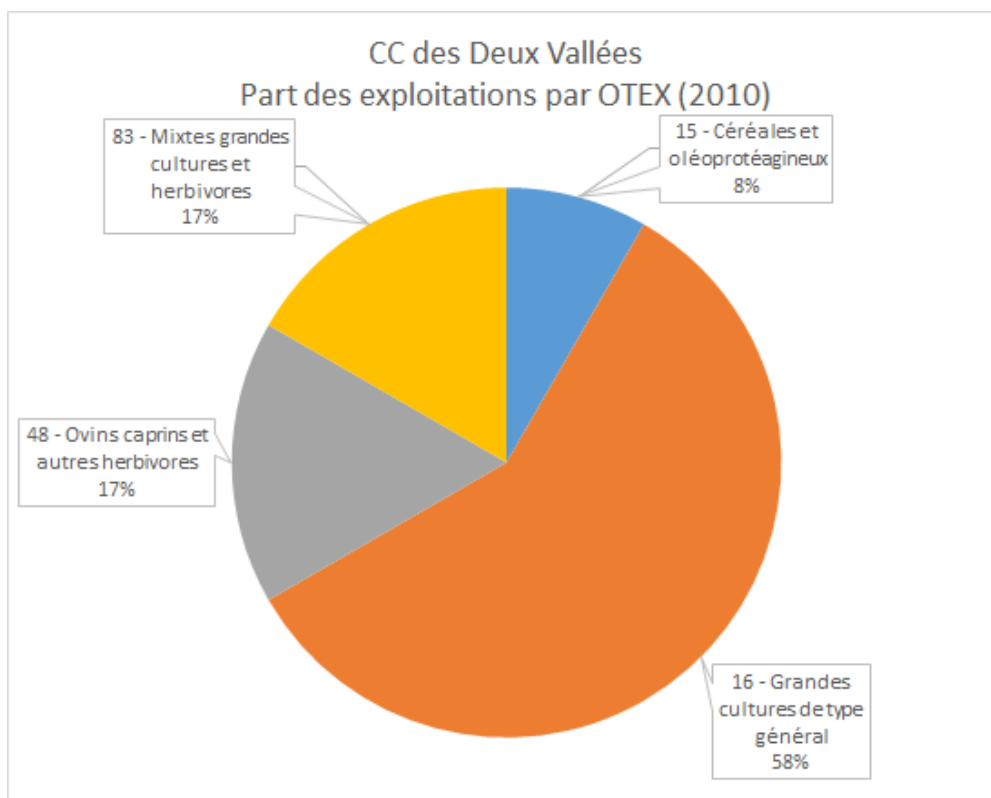


Figure 9 : Part des exploitations agricoles par OTEX en 2010 sur le territoire de la Communauté de Communes des Deux Vallées (CCDV)

Le Pays est plutôt orienté vers les grandes cultures (d'ailleurs cette évolution se poursuit actuellement notamment sur la CC du Pays Noyonnais), les cultures de céréales et d'oléoprotéagineux, quelques exploitations en polyculture ou polyélevage. L'élevage occupe d'ailleurs une place importante dans l'occupation de la SAU du territoire.

Dans le cadre du programme LEADER, des réunions de concertation ont permis de souligner les *“forces et faiblesses de l'économie agricole, et les enjeux importants liés au **maintien de cette économie**, à l'amélioration de sa **compétitivité** et à la **valorisation des ressources et produits locaux**”*.

Les forces et faiblesses qui ont ainsi pu être identifiées sont les suivantes :

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> ● Richesses naturelles ● Identité territoriale ● Attractivité résidentielle et touristique ● Bon réseau hydrographique ● Conditions d'occupation des sols propices aux activités agricoles 	<ul style="list-style-type: none"> ● Légère diminution des emplois dans le secteur agricole ● Légère diminution de la superficie employée dans le secteur agricole ● Faible valorisation des produits locaux

L'un des produits phares du Pays de Sources et Vallées sont les **fruits rouges** dont la culture est bien présente sur le territoire. D'ailleurs, un « Marché aux fruits rouges » se déroule annuellement au pied de la cathédrale de Noyon depuis le XIXe siècle. Ce produit local est globalement bien connu des consommateurs (cf. enquête consommateurs).

Etat des circuits-courts

Les données récoltées par le Pays de Sources et Vallées montrent cependant la **faible valorisation des produits locaux**, qui apparaît comme une contradiction face à la demande de plus en plus importante « *d'aliments sains dont ils connaissent l'origine* » de la part des consommateurs.

Le Pays estime ainsi que « *les potentiels de développement économique, social, touristique liés aux ressources naturelles n'apparaissent pas pleinement utilisés* »⁷. Dans la fiche thématique sur l'eau réalisée pour la région Picardie en 2008, une piste de travail envisagée pour « valoriser une économie respectueuse de l'environnement » était la suivante : « *Accompagnement d'une agriculture durable, permettant la protection des milieux aquatiques : prairies de fauche, commercialisation de produits locaux, diversification agro-touristique...* » (p. 27)⁸.

De fait, si le développement de circuits alimentaires de proximité est un enjeu pour le monde agricole, il concerne et répond également à de nombreux autres défis et problématiques du territoire, sur le plan social aussi bien qu'économique, ou environnemental. Les aliments issus de CAP pourraient en effet répondre aux objectifs de l'alimentation durable : proposer une nourriture de qualité, assurant une bonne santé, proposer des produits transparents (reconnaisables, traçables), alimentation diversifiée à même de mettre en avant le patrimoine local.

A retenir :

La tendance sur le territoire du Pays est à la baisse du nombre d'exploitations et à l'augmentation de leur taille moyenne. (Les petites exploitations disparaissent au profit des plus grandes). Statistiquement, on observe que la commercialisation en circuits courts est plutôt le fait des petites et moyennes exploitations. Cela est néanmoins à relativiser car après une année 2016 catastrophique pour les agriculteurs, on observe un intérêt pour les formes de CAP pour tout type d'exploitation en vue de consolider les revenus.

Une remarque cependant, la disparition des petites exploitations a un impact négatif sur l'emploi et sur la structuration du territoire rural.

⁷ Source : CCTP

⁸ https://www.picardie.fr/IMG/pdf/14_fiche_patrimoine_eau_sources_et_vallees.pdf

III - Analyse statistique

Au commencement de l'étude pour des Circuits Alimentaires de Proximité au Pays de Sources et Vallées, le présupposé au regard des données connues au niveau national, était que les consommateurs sont en attente de produits frais, de qualité. Par ailleurs, il était établi dans de nombreux documents examinés que la Picardie, de manière générale, n'était pas un territoire d'agriculture biologique ou durable. Enfin, le diagnostic réalisé dans le cadre du programme LEADER avait révélé qu'un nombre insuffisant d'agriculteurs commercialisent leurs produits dans le cadre de circuits de proximité.

Pourtant, de par sa situation géographique, le Pays de Sources et Vallées présente a priori un potentiel pour le développement d'une identité alimentaire territoriale. C'est ce que l'enquête statistique auprès des consommateurs et producteurs a cherché à vérifier.

Regard sur les consommateurs du territoire

Les objectifs de l'enquête par questionnaire en face à face sont à la fois **d'identifier la perception qu'ont les consommateurs rencontrés** de la consommation en circuits courts, **d'identifier les habitudes de consommation en circuits courts de ces consommateurs**, **d'identifier leurs lieux d'approvisionnement**. Il s'agit également de **cerner les consommateurs enclins à acheter en circuits courts et leurs attentes en termes de consommation locale**.

Profil des répondant(e)s

L'échantillon des 129 personnes interrogées a permis de questionner un panel relativement équitable en termes d'âges⁹, et également en terme de sexe, même si l'échantillon présente un peu plus de femmes que d'hommes¹⁰.

Les catégories socio-professionnelles des répondant(e)s sont ainsi réparties :

⁹ Voir Graphique 1 en Annexe

¹⁰ Voir Graphique 2 en Annexe

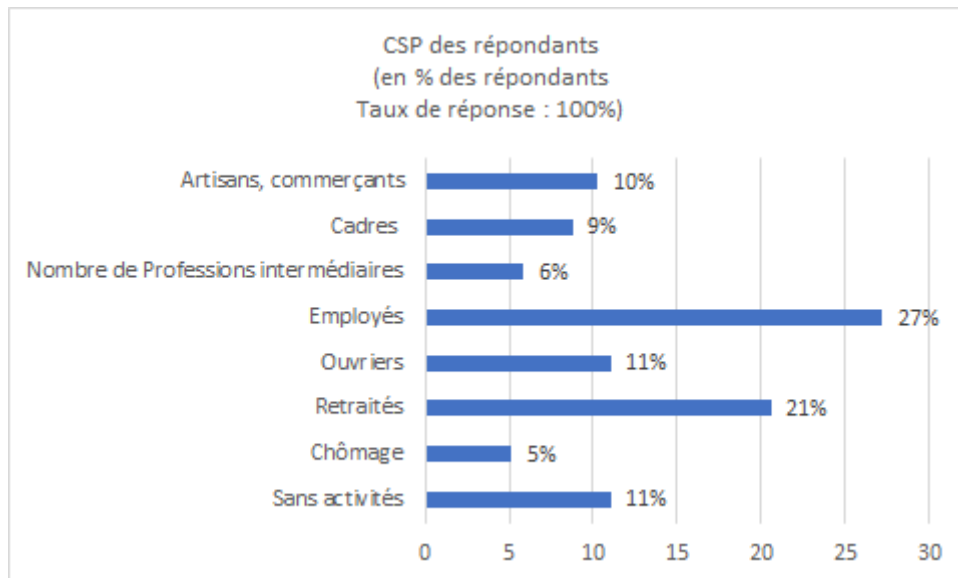


Figure 10 : CSP des répondants

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

Enfin, les typologies de ménages ont montré un nombre plus important de couples avec enfants, de couples sans enfants et de personnes seules, comme le montre le Graphique 3 situé en annexe.

L'analyse des données recueillies au cours de la passation des questionnaires de l'enquête consommateur a pu révéler plusieurs éléments concernant les comportements alimentaires des répondant(e)s.

Comportements alimentaires passés et actuels des répondant(e)s

Dans un premier temps, il est intéressant d'étudier les pratiques actuelles et habituelles des consommateurs : ils ont donc été interrogés sur leur consommation en produits locaux (à savoir cultivés à moins de 80 km de chez eux). La réponse la plus fréquente à cette question est "souvent", suivie de "parfois" et de "très souvent". Nous pouvons en conclure que la plupart des personnes interrogées non seulement ont déjà consommé des produits locaux, mais en consomment régulièrement : en effet, 59% des répondant(e)s consomment des produits locaux souvent voire très souvent. **C'est une proportion très supérieure au niveau national (41% des répondant(e)s consomment des produits locaux souvent voire très souvent selon l'enquête IPSOS CREDOC 2014). Cela constitue un potentiel intéressant de débouchés pour les produits issus de CAP.**

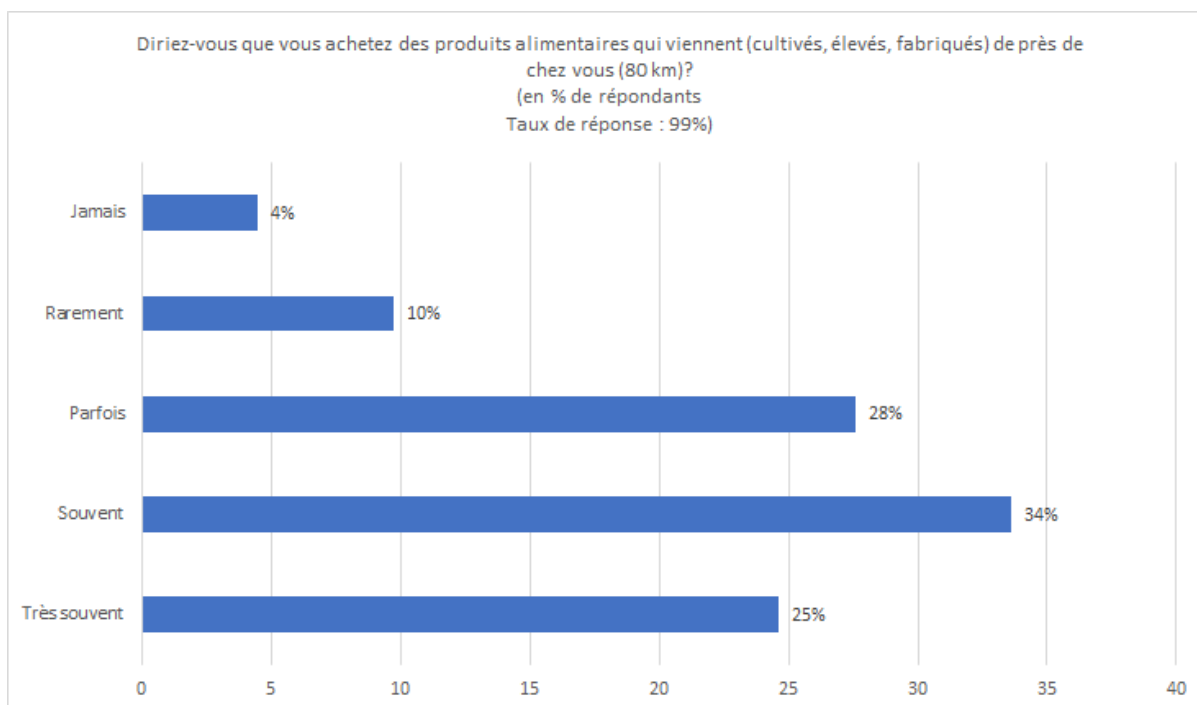


Figure 11 : Fréquence d'achats de produits situés à moins de 80 km des consommateurs

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

De plus, si de nombreux répondants n'estiment pas que leur consommation de produits locaux ait varié ces deux dernières années, il demeure que pour 43% d'entre-eux elle a augmenté¹¹. Cette relative stabilité est une spécificité territoriale si on compare ce résultat au niveau national (69% déclaraient en consommer plus qu'avant)

Une fois établi que les produits locaux intéressent les consommateurs, il est intéressant de comprendre où ceux-ci se les procurent. De fait, l'enquête a permis de révéler que 28% des consommateurs de produits locaux se les procurent dans les grandes ou moyennes surfaces, 21% d'entre-eux se rendent sur les marchés de plein air, et que 18% des consommateurs vont chez un commerçant.

Le supermarché reste donc le tout premier lieu d'approvisionnement pour l'alimentation du quotidien, même si les marchés de plein air connaissent un certain succès. En effet, les avantages pratiques des grandes et moyennes surfaces sont bien connus : centralisant l'ensemble des produits alimentaires dans un seul et même endroit, ils présentent pour les consommateurs un gain de temps et une économie de déplacement. Cet avantage peut être également dans une certaine mesure celui des marchés : la diversité des étals peut permettre de rassembler les achats.

¹¹ Voir Graphique 8 en Annexe

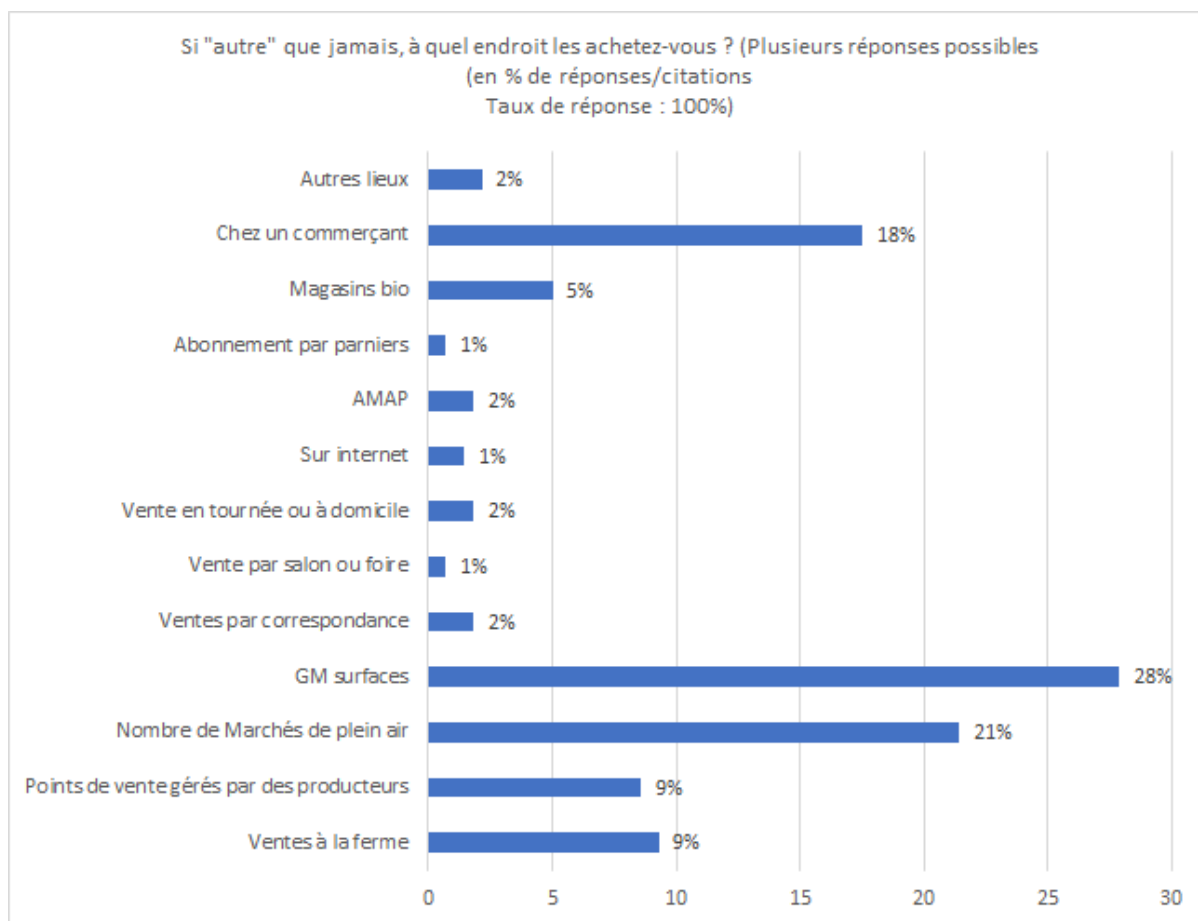


Figure 12 : Lieu d'achat des produits alimentaires de proximité

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

Notre enquête de terrain auprès des consommateurs a également permis de révéler que la consommation de produits alimentaires de proximité des habitants - en particulier les produits frais - est supérieure à celle du reste de la France¹² (pour rappel : 4 Français sur 10 consomment souvent des produits alimentaires de proximité) : les consommateurs sont 64% à cuisiner des produits frais au minimum trois fois par semaine.

¹² Source : http://www.ipsos.fr/sites/default/files/attachments/les_francais_et_le_consommer_local_12_fevrier_2014.pdf
A la question « A quelle fréquence achetez-vous des produits alimentaires locaux, c'est-à-dire des produits cultivés/élevés et fabriqués à proximité de votre domicile », 4 Français sur 10 achètent souvent ce type de produits

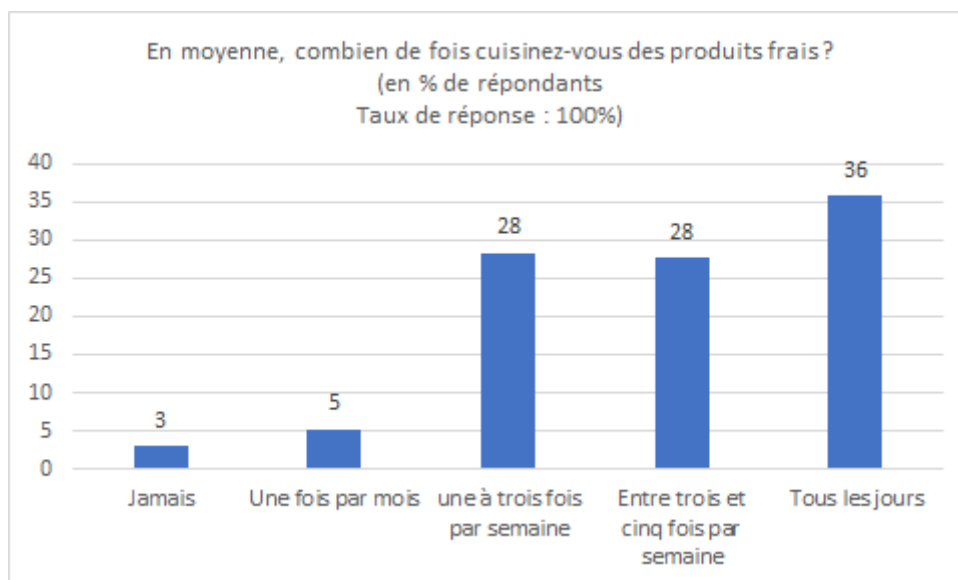


Figure 13 : Fréquence de cuisine des produits frais par les consommateurs

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

Pour ce qui concerne les plats préparés, **les consommateurs apprécient peu les plats préparés, puisque 47% d'entre eux (soit 63 répondants sur l'ensemble de l'échantillon) n'en consomment jamais.**

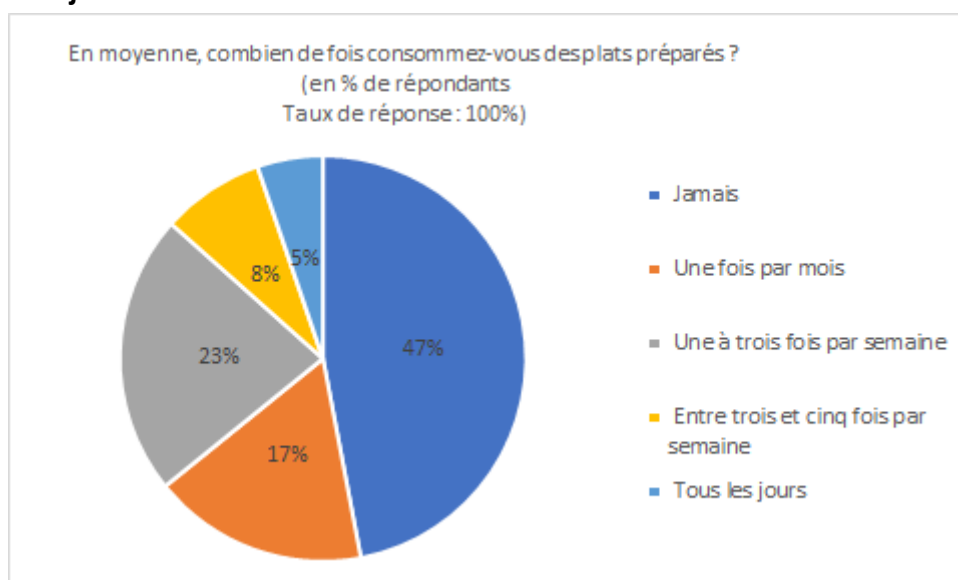


Figure 14 : Fréquence de consommation de plats préparés par les consommateurs

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

La consommation de produits locaux intéresse les habitants y compris au restaurant et en brasserie. Pour les consommateurs y prenant parfois des repas, ils sont **74% d'entre eux à**

souhaiter y trouver des produits locaux (soit 66 répondants de l'ensemble de l'échantillon des consommateurs).

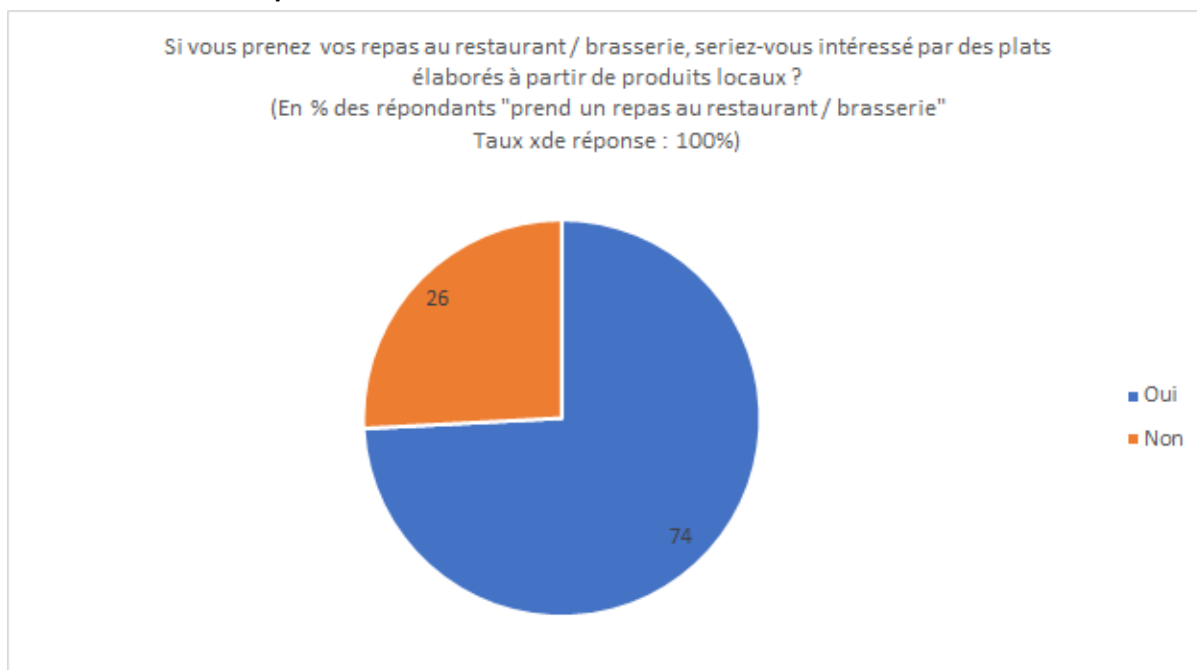


Figure 15 : Intérêt des consommateurs pour une alimentation dans les restaurants/brasseries à base de produits locaux

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

Certains aliments sont vivement appréciés des consommateurs locaux, parmi lesquels les légumes (**77% des consommateurs souhaitent pouvoir acheter localement, soit 88 répondants**) et surtout, les fruits rouges, véritable produit alimentaire local (**76% des consommateurs plébiscitent ce type de produit local**). Il s'agit principalement des plus jeunes générations, puisque ce sont surtout les **15-29 ans qui se déclarent intéressés par cette spécialité locale**.

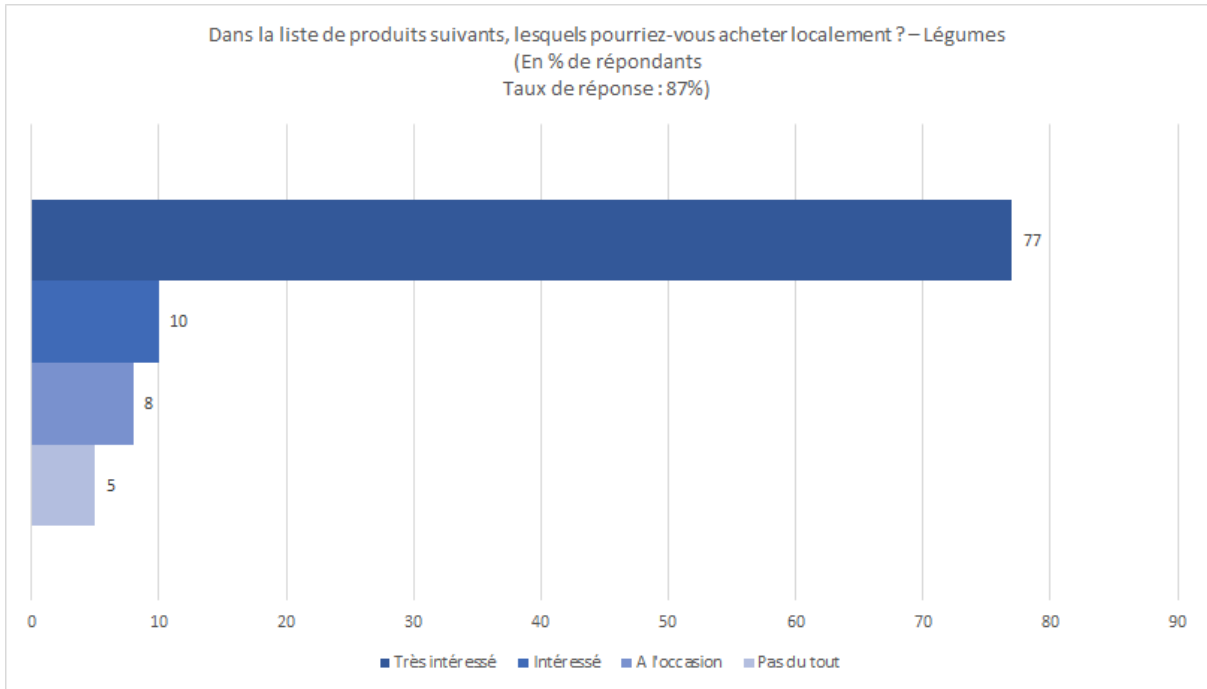


Figure 16 : Intérêt des consommateurs pour une consommation de légumes comme produit local

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

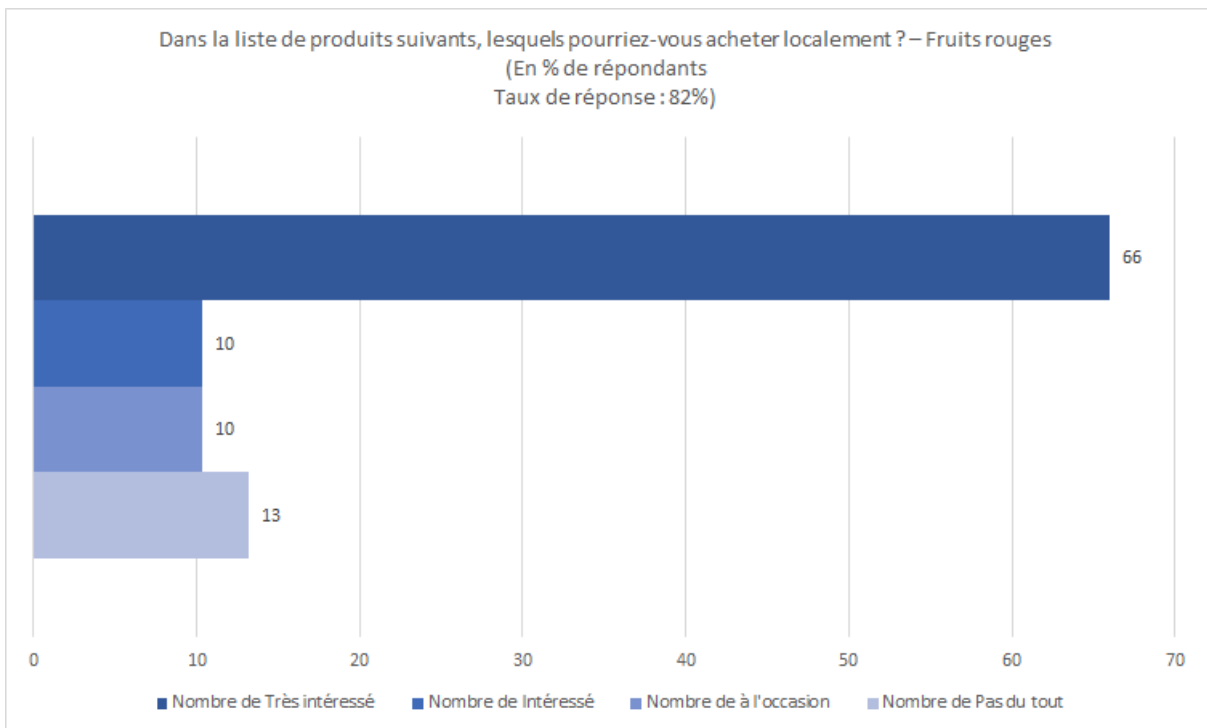


Figure 17 : Intérêt des consommateurs pour une consommation de fruits rouges comme produit local

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

Les motivations à l'achat local

L'emploi local apparaît par ailleurs comme une des motivations supplémentaires aux yeux des consommateurs, en plus de la qualité des produits frais. **Pour 20% des habitants sondés - soit 78 citations - le maintien ou le développement d'activité apparaît être une raison importante pour consommer des produits alimentaires de proximité.**

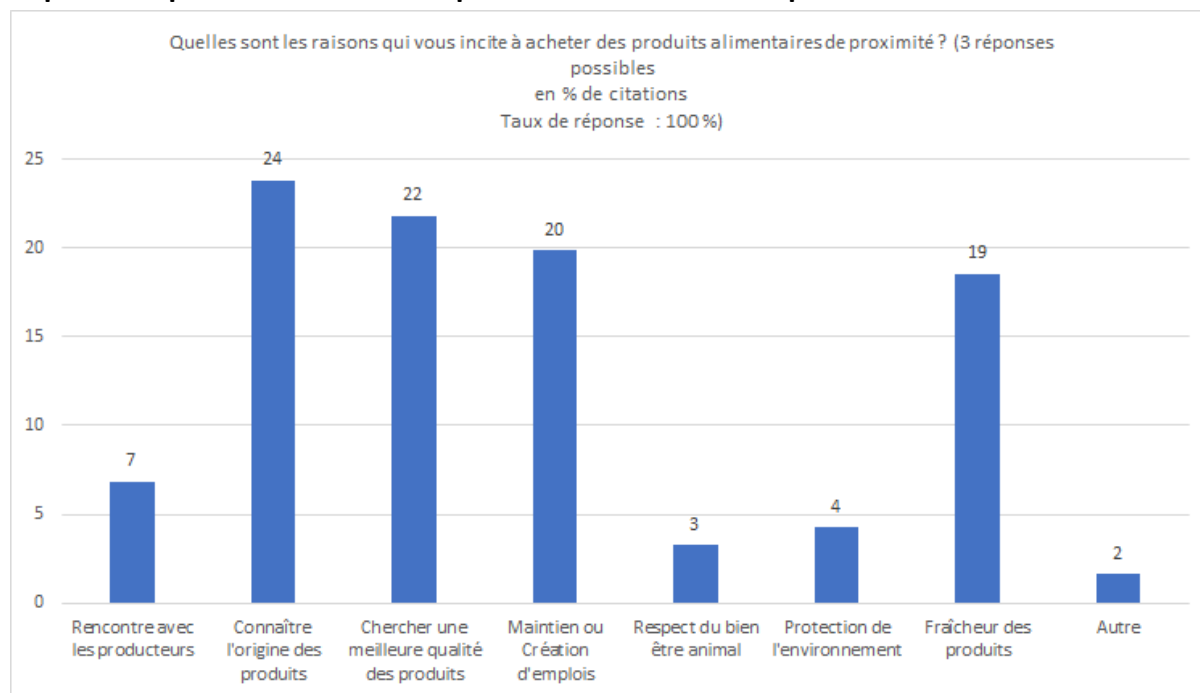


Figure 18 : Motivations d'achat de produits alimentaires de proximité

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

Les consommateurs identifient majoritairement la qualité des produits par **le bio (14%, soit 78 citations), naturel (11%, soit 62 citations) et frais (10%, soit 58 citations).**

Ces données peuvent également être croisées avec une enquête menée à l'échelle nationale par l'institut de sondage CREDOC¹³, qui montre que les aspects "bio", "viande", "légume", "produit", sont des paramètres importants, qui témoignent de la qualité des aliments.

¹³ Source : http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Expo_Milano2015_Consommation.pdf

A la question ouverte « Si je vous dis « aliment de qualité », quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit ... ? » les Français ont mis en avant l'aspect « bio », « produit », « légume », « fruit », « viande » et « bon »

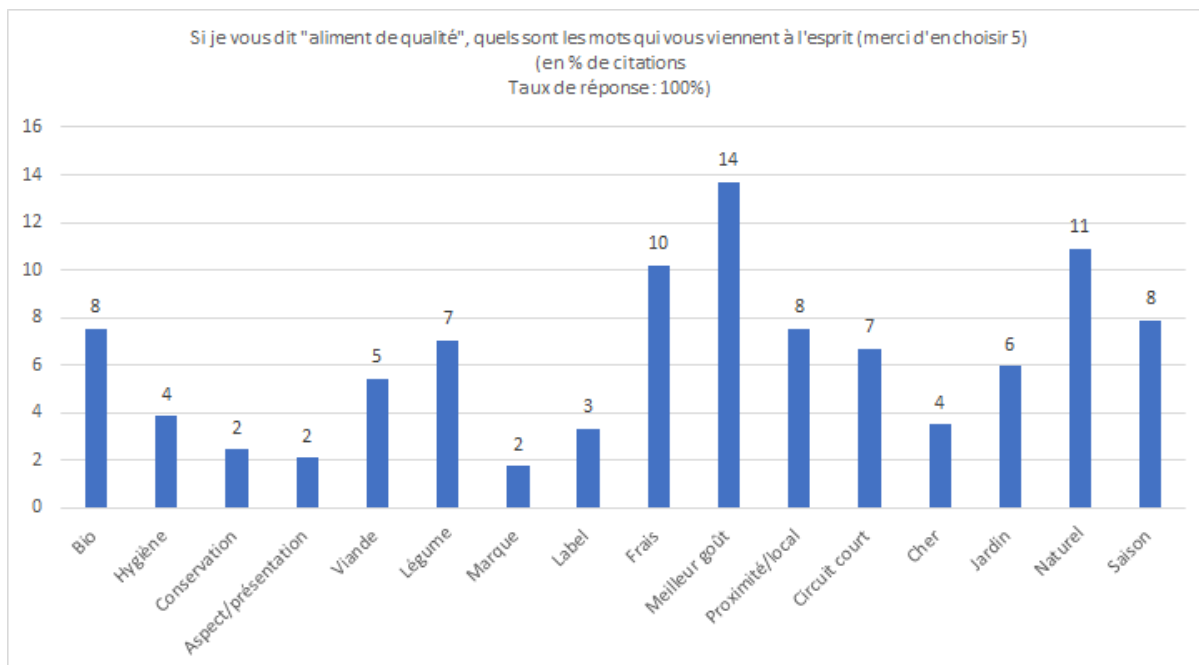


Figure 19 : Conception d'un aliment de qualité pour les consommateurs

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

Les consommateurs se montrent également mobiles et motivés dans leur recherche de qualité pour les produits, **puisque'ils sont 80% (soit 104 répondants sur l'ensemble de l'échantillon) à être faire à un détour sur son trajet habituel spécialement pour consommer des produits alimentaires de proximité, en particulier les 15-29 ans et les plus de 60 ans.**

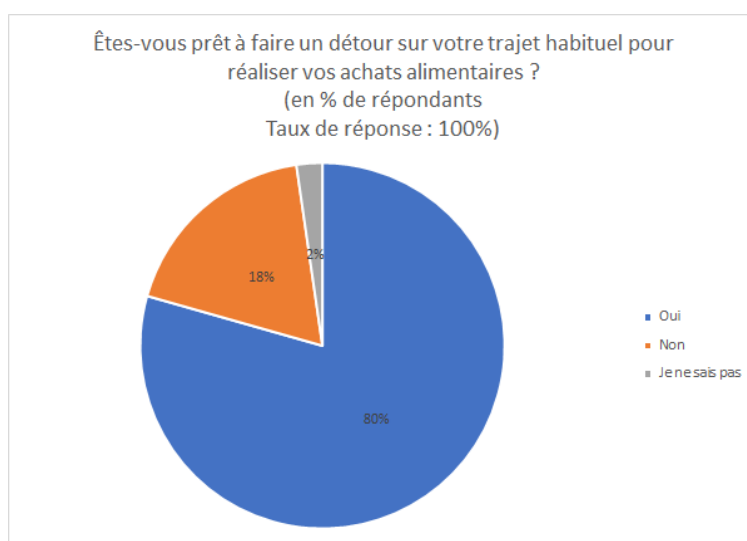


Figure 20 : Part des consommateurs prêts à faire un détour pour acheter des produits locaux

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

Pour acheter des produits frais, les consommateurs sont disposés à se déplacer :

- Auprès de leur commerçant habituel : **80%**

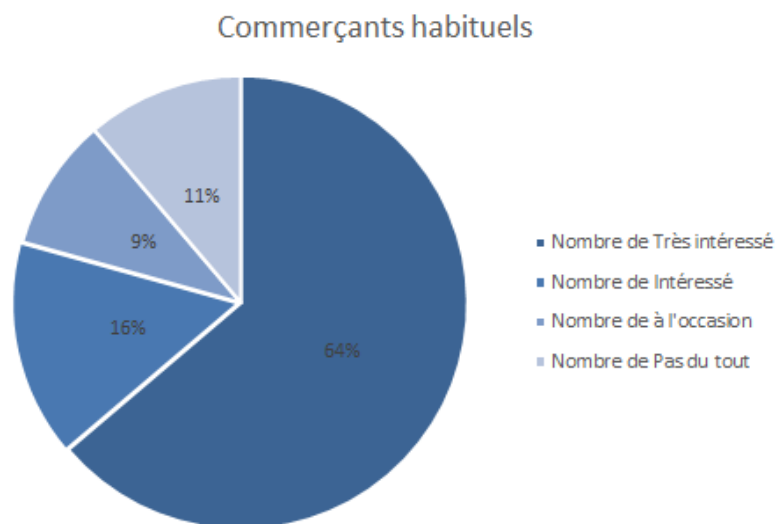


Figure 21 : Part des consommateurs privilégiant le commerçant habituel comme mode d'achat de produits locaux

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

- Dans un point de vente géré par des producteurs : **71%**

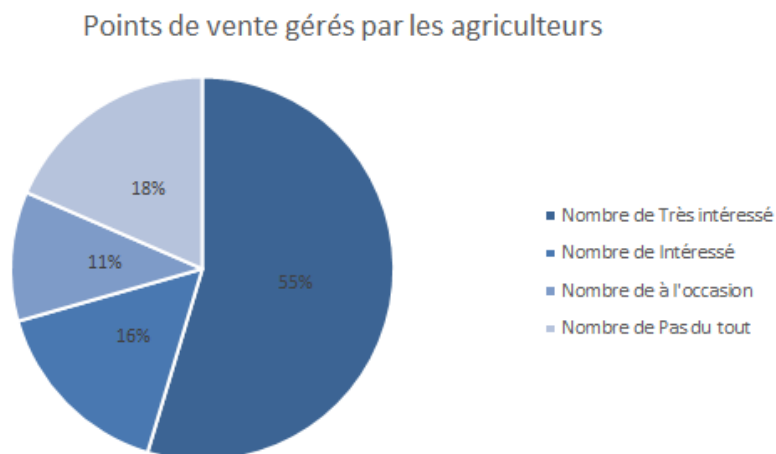


Figure 22 : Part des consommateurs privilégiant les points de vente gérés par les agriculteurs comme mode d'achat de produits locaux

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

- Dans un rayon spécifique du supermarché : **68%**

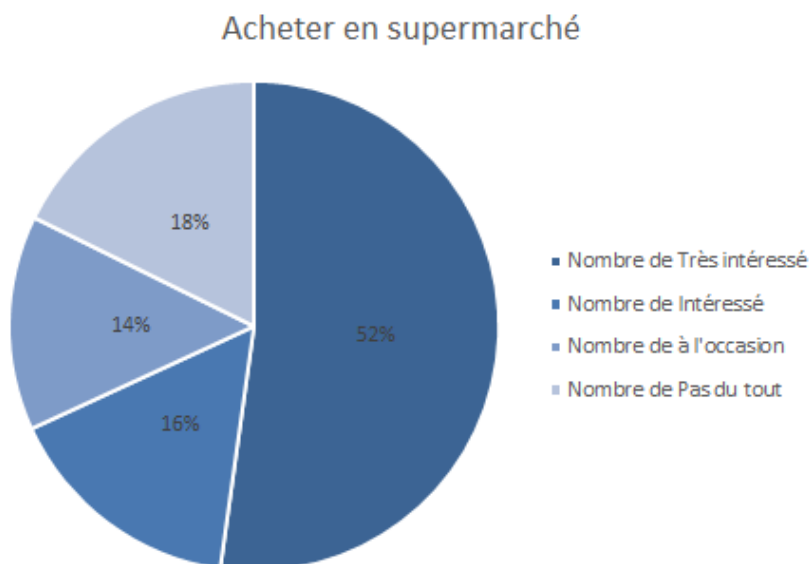


Figure 23 : Part des consommateurs privilégiant les supermarchés comme mode d'achat de produits locaux

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

- Directement à la ferme : **63%**

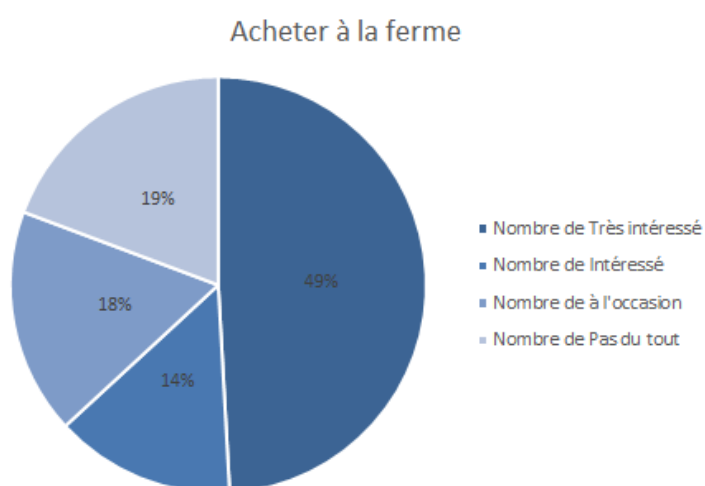


Figure 24 : Part des consommateurs privilégiant l'achat à la ferme comme mode d'achat de produits locaux

Source : données issues de l'enquête par questionnaire en face à face réalisée par Voix Publique

L'enseignement à tirer de cette question est que les consommateurs aimeraient trouver les produits locaux dans leurs lieux d'achats alimentaires habituels. Si ce n'est pas le cas ils sont prêts à allonger leur trajet habituel mais à condition de se rendre dans un lieu où ils seront en face à face avec les producteurs.

A retenir :

Une grande majorité consomme souvent ou très souvent des produits frais locaux, ce qui est supérieur à la moyenne nationale, par contre la tendance de consommation ressort comme assez stable (pour le passé et le futur). Les plats préparés ne font pas partie des attentes.

Le souhait de trouver ces produits sur les lieux d'achat habituels ressort (GMS, Marché et commerçant) mais cela est à relativiser dans la mesure où les lieux de passation ont pu influencer l'échantillon. Pour les achats futurs, le fait d'être en face à face avec le producteur ressort nettement (vente à la ferme, point de vente collectif).

Les produits issus de CAP devront faire mention de leur origine, être de qualité, favoriser l'emploi local, et être frais. La qualité est synonyme de goût, de fraîcheur, de naturel, de frais, de bio est de saison.

La demande potentielle ressort particulièrement sur les légumes, les fruits classiques et rouges, et la viande rouge. Pour les autres produits la demande existe sauf pour les plats préparés.

Les répondants sont prêts à faire un détour de moins de 15 minutes aller-retour pour trouver ces produits et à dépenser moins de 10% supplémentaires par rapport à un produit classique.

Regard sur les producteurs du territoire

L'approfondissement de l'analyse des comportements des consommateurs du Pays de Sources et Vallées nous permet ensuite d'appréhender les enjeux liés aux modes de productions locales et en particulier les pratiques des exploitants agricoles.

Faisant suite à la première enquête de terrain par questionnaire auprès des consommateurs, l'enquête auprès des exploitants agricoles du Pays de Sources et Vallées constitue une étape importante dans la compréhension des paramètres liés à l'offre générale de produits sur le territoire.

Cette enquête téléphonique a permis d'interroger au total 57 agriculteurs du Pays (13% des exploitations du territoire), répartis sur l'ensemble des trois communautés de communes.

Toutefois, malgré une série d'appels téléphoniques pour relancer les exploitants (menée entre le 5 et le 12 juin), presque 100 agriculteurs n'ont pas souhaité ou n'ont pas pu répondre à notre sollicitation. Pour chaque appel téléphonique, 3 créneaux horaires différents ont été utilisés. Ces derniers :

- N'étaient pas joignables (messagerie pour chacune des 5 relances téléphoniques) ;
- Leur numéro n'étaient soit pas attribué (14 agriculteurs), soit il s'agissait d'un numéro de fax (4 agriculteurs) ;
- L'un d'entre eux était décédé ;
- 22 agriculteurs n'ont pas souhaité répondre au questionnaire (4 d'entre eux voulaient cependant le recevoir par courrier électronique).

Au total, ce sont presque 1 000 prises de contact téléphoniques effectuées auprès de 156 agriculteurs (liste de contacts fournie par le Pays de Sources et Vallées), **dont – pour ceux n'ayant pas répondu tout de suite – 6 relances téléphoniques effectuées sur 3 créneaux horaires différents dans la journée et sur 5 jours différents de la semaine.**

A. Mode de production

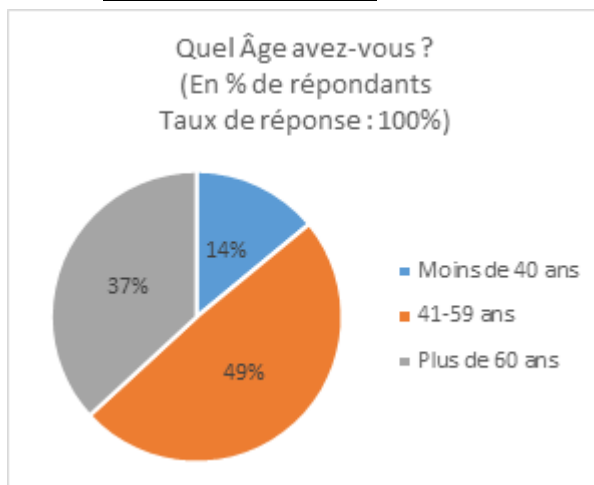


Figure 25 : Âge des exploitants agricoles

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Avec 28 agriculteurs, les 41-59 ans constituent la classe d'âge la plus importante au sein des 57 répondants de l'enquête par questionnaire.¹⁴

On constate que plus de la moitié d'entre eux (63% des exploitations agricoles) travaillent sur une superficie supérieure à 100 hectares.¹⁵

¹⁴ Voir Graphique 41 en Annexe

¹⁵ Voir Graphique 44 en Annexe

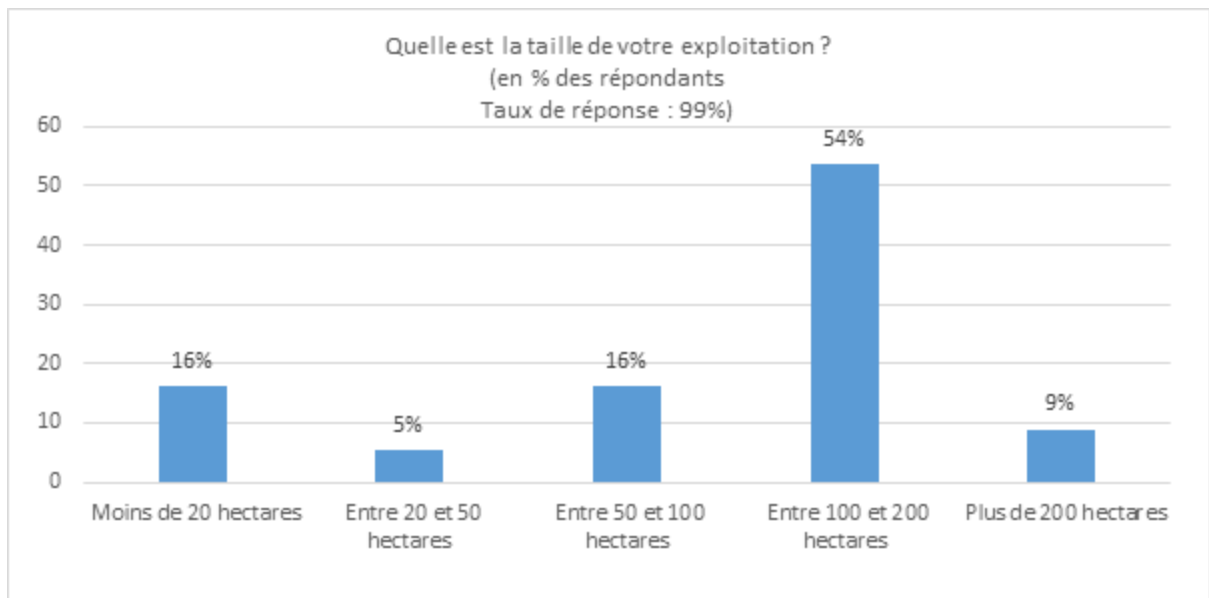


Figure 26 : Superficie agricole des exploitations agricoles

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

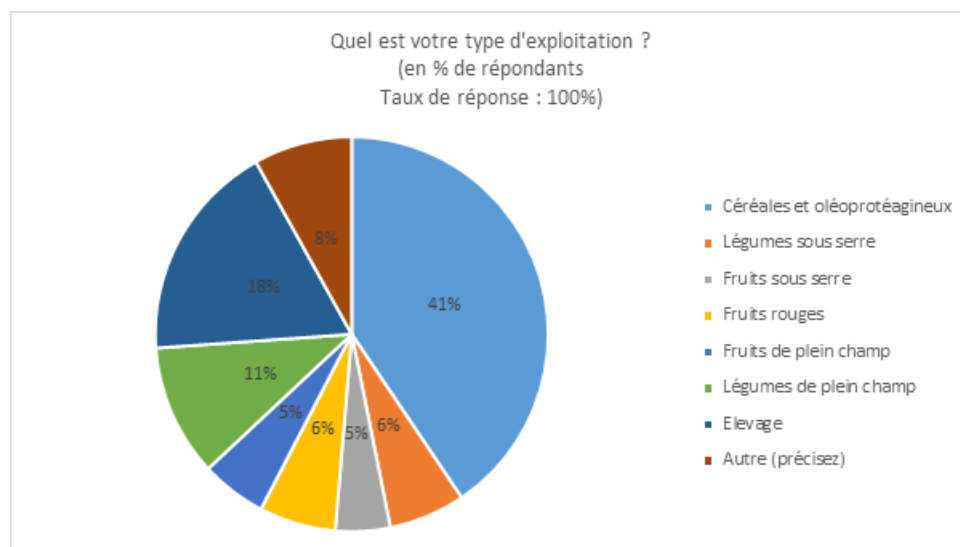


Figure 27 : Type d'exploitation

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

63% des personnes interrogées, soit 36 répondants, produisent actuellement des produits alimentaires à destination d'alimentation humaine.

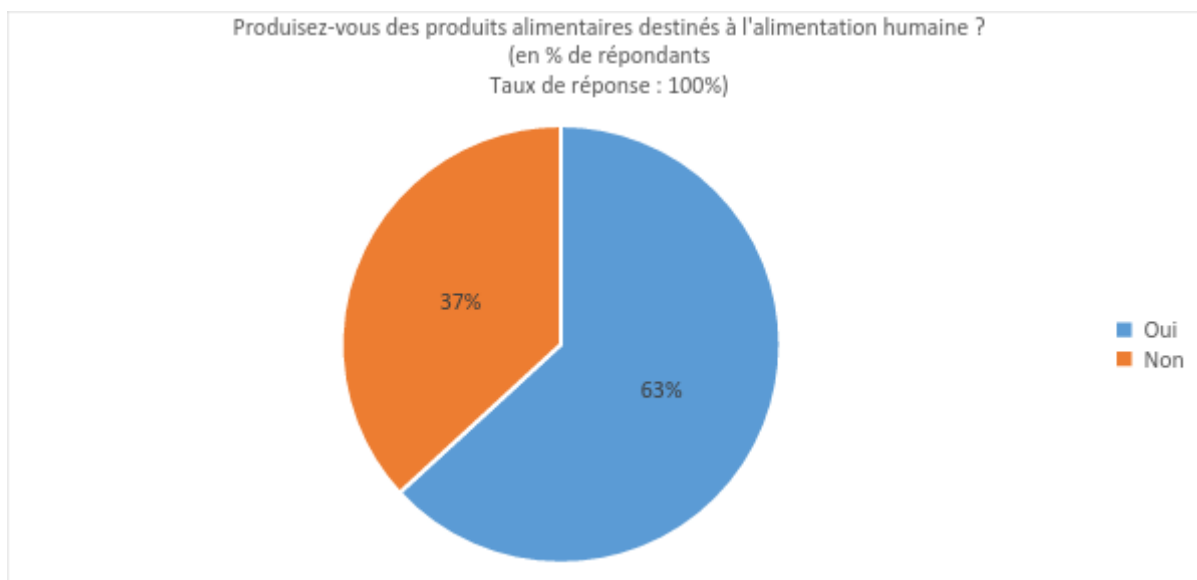


Figure 28 : Part des exploitants agricoles produisant des aliments à destination des humains

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

B. Mode de commercialisation



Figure 29 : Part des exploitants agricoles qui commercialisent leurs produits à moins de 80 km

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Parmi les personnes produisant des aliments de consommation humaine, (*figure 28*), 95% des répondants commercialisent ce type de produits à moins de 80 km de leur exploitation, soit 35 des 37 agriculteurs répondants¹⁶. On constate donc que lorsque la commercialisation de produits à destination humaine est réalisée par l'exploitant, celui-ci privilégie d'ors et déjà largement des ventes de proximité.

¹⁶ Voir Graphique 50 en Annexe

La commercialisation de ces produits s'effectue pour la moitié des répondants en vente directe (48%, 23 des 48 répondants à la question). Si l'on ajoute les 21% d'exploitants agricoles commercialisant leurs produits avec un seul intermédiaire, on peut dire que **69% des agriculteurs produisant des aliments destinés à l'alimentation humaine commercialisent tout ou partie de leur production en circuit court (soit 33 agriculteurs au total)**¹⁷.

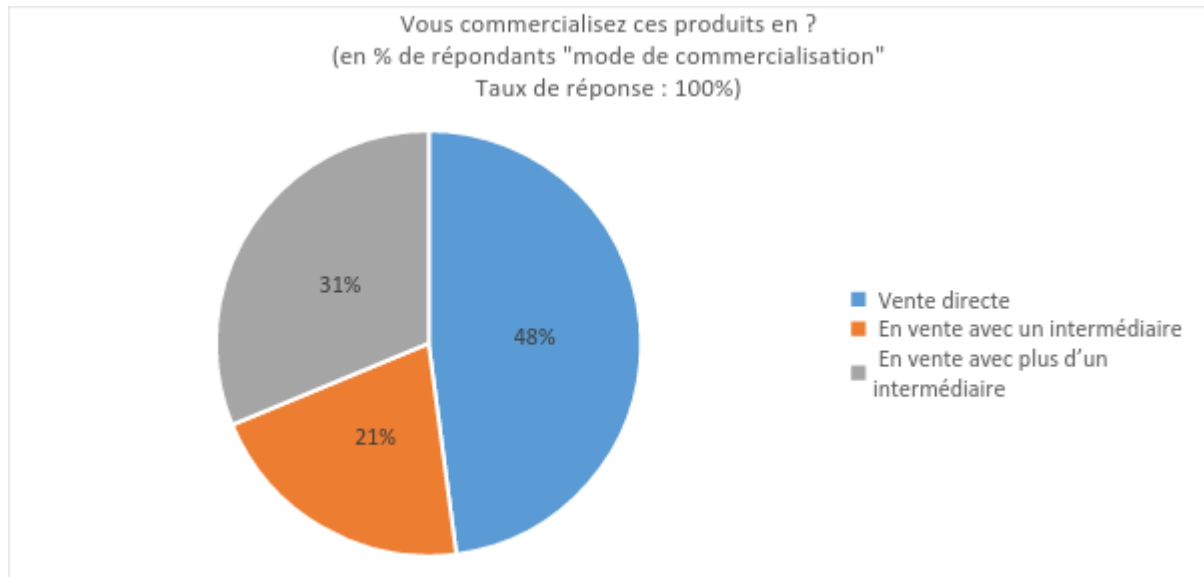


Figure 30 : Modalités de commercialisation des produits d'alimentation humaine

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

¹⁷ Voir Graphique 51 en Annexe

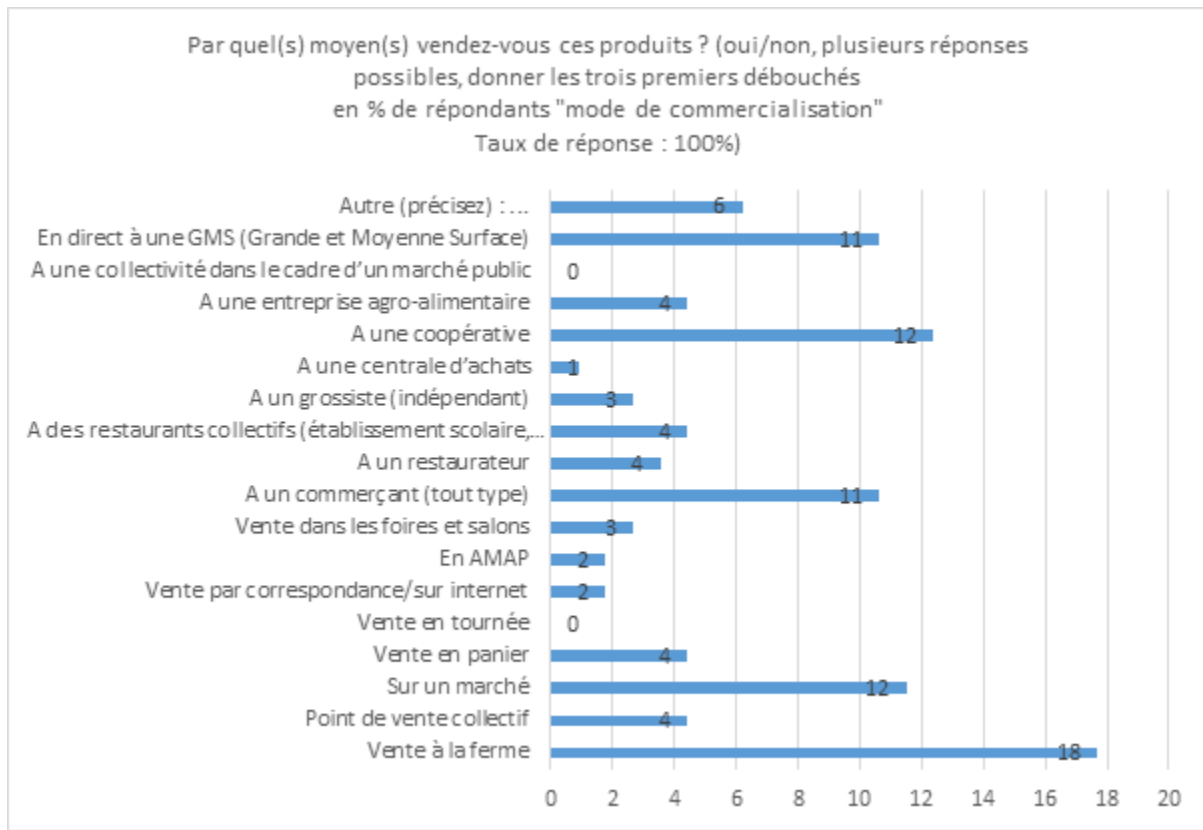


Figure 31 : Mode de commercialisation des produits alimentaires de proximité

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Au regard de la *figure 31*, les trois premiers débouchés de vente de produits en circuits alimentaires de proximité se réalisent via la vente à la ferme (18% des réponses), auprès d'une coopérative (12%) et sur le marché (12%)¹⁸.

Si on analyse de plus près ces réponses, on remarque que la vente directe (entre exploitants et consommateurs) – repérée précédemment comme un mode d'achat utilisé par presque 40% des consommateurs – reste également un mode de commercialisation prisé par les personnes interrogées.

¹⁸ Voir Graphique 52 en Annexe

C. Freins et attentes sur les circuits alimentaires de proximité

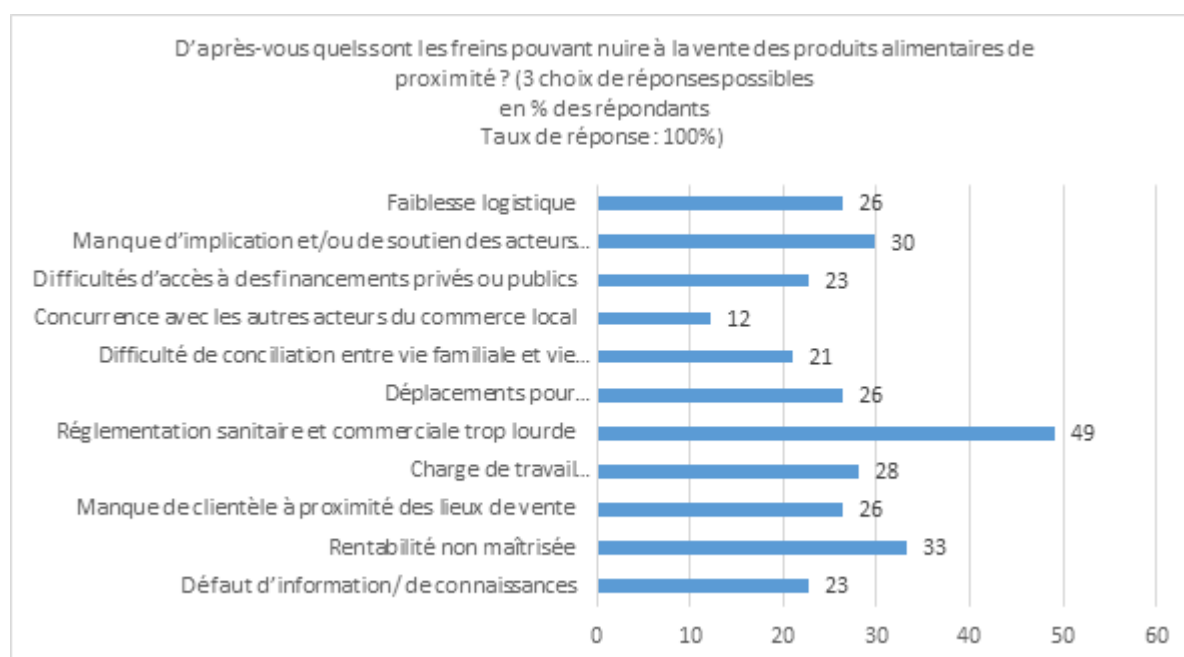


Figure 32 : Freins identifiés comme nuisibles pour la vente de produits alimentaires de proximité

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Pour 49% des exploitants agricoles sondés lors de l'enquête téléphonique, la réglementation sanitaire et commerciale est jugée trop lourde, ce qui constitue un frein assez important et identifié comme nuisible pour le développement de la vente de produits alimentaires de proximité. Les deux autres freins pointés du doigt par les agriculteurs sont un défaut de maîtrise de la rentabilité (33% des agriculteurs, soit 19 agriculteurs) et une charge de travail jugée trop importante (soit 28% des agriculteurs pour 16 agriculteurs)¹⁹. **Ces points sont stratégiques pour les communications futures, ces sujets devront faire l'objet d'un traitement particulier si on souhaite favoriser les formes de ventes en CAP.**

A l'inverse, l'enquête se penchait également sur les conditions de réussite pour la vente de ce type de produits. A l'instar de la question précédente, 3 choix de réponses étaient possibles pour les 57 agriculteurs répondants. Sur ce point, on constate que pour 54% des agriculteurs, la qualité du produit est le facteur numéro un pour le succès d'une vente de produits alimentaires de proximité. Les autres paramètres identifiés comme facteur de réussite sont la sensibilisation des consommateurs (51% des agriculteurs) et la présence d'un bassin de clientèle (35%). A noter que pour 39% des agriculteurs, le soutien financier apparaît comme un élément nécessaire pour la réussite de la vente de produits alimentaires de proximité²⁰.

¹⁹ Voir Graphique 53 en Annexe

²⁰ Voir Graphique 54 en Annexe

La question de la qualité, et donc d'une action visant à mettre en valeur la qualité des productions locales, pourra également être étudiée dans les phases ultérieures.

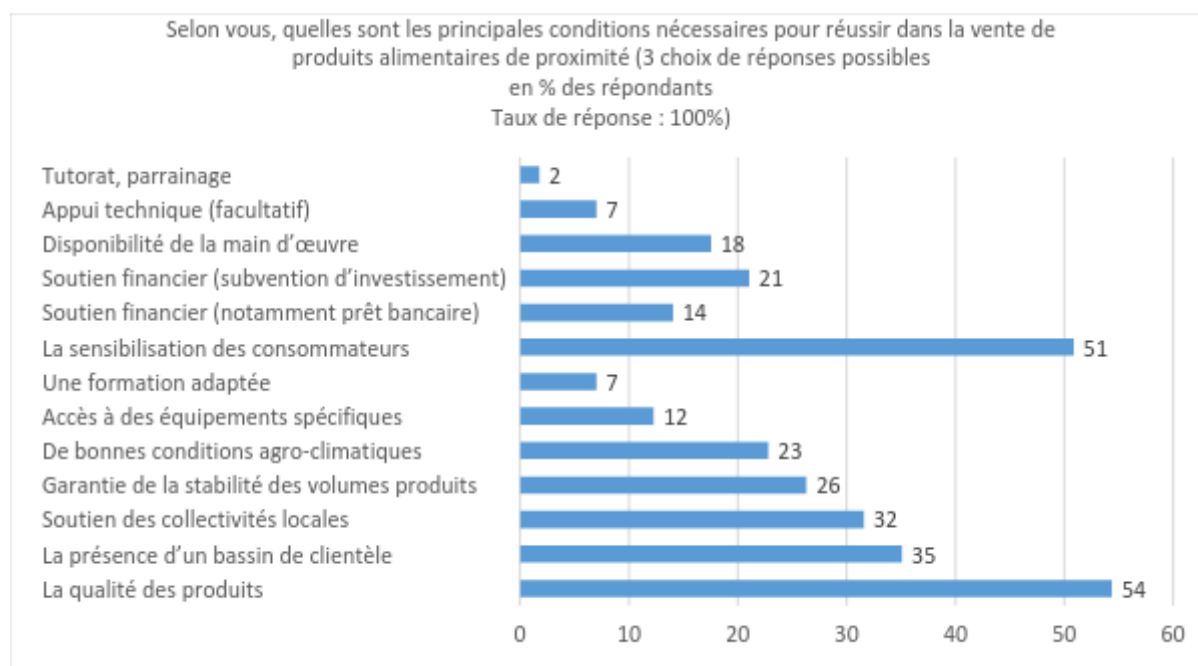


Figure 33 : Conditions nécessaires identifiées comme importante pour la réussite de la commercialisation de produits alimentaires de proximité

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Concernant la qualité du produit, elle est également identifiée comme un élément important aux yeux des consommateurs, puisque 22% des réponses formulées sur les raisons qui poussent à acheter des produits alimentaires de proximité sont la recherche d'une meilleure qualité des produits (ce qui peut se traduire par 52% des consommateurs)²¹. Sur une échelle nationale, l'enquête réalisée par le CREDOC en 2014 traduit également une certaine attente pour les consommateurs de manger des produits de qualité, en particulier un produit brut (viande, légume, poisson), bio et local²².

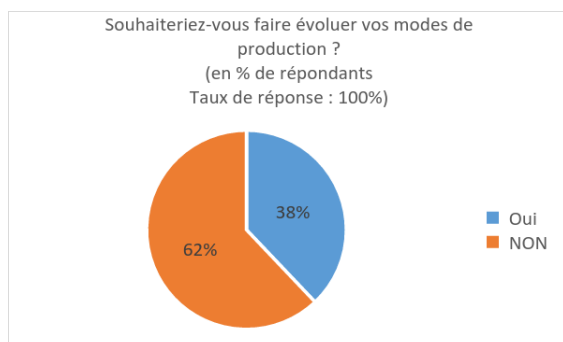
²¹ Source : questionnaire en face à face distribué par Voix publique auprès des consommateurs du Pays de Sources et Vallées

²² Source : http://www.credoc.fr/pdf/Sou/Expo_Milano2015_Consommation.pdf

A la question ouverte « Si je vous dis « aliment de qualité », quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit ... ? » les Français ont mis en avant l'aspect « bio », « produit », « légume », « fruit », « viande » et « bon »

D. Projets de développement de l'exploitation agricole

L'évolution des modes de production ne constitue pas un élément essentiel pour la majorité des exploitants répondants, puisque 62% des 57 agriculteurs (soit 36 agriculteurs) ne cherchent pas à faire évoluer leurs modes de production²³.



Parmi les 38% d'intéressés (soit 22 agriculteurs soit les 57 répondants), ils sont 43% à vouloir se diversifier vers l'agriculture raisonnée ou biologique (soit 12 agriculteurs pour chaque mode de production). Quant à l'agriculture durable, elle ne fait l'objet d'un intérêt que pour 4 agriculteurs sur 57 répondants²⁴.

Figure 34 : Evolution des modes de production agricole

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

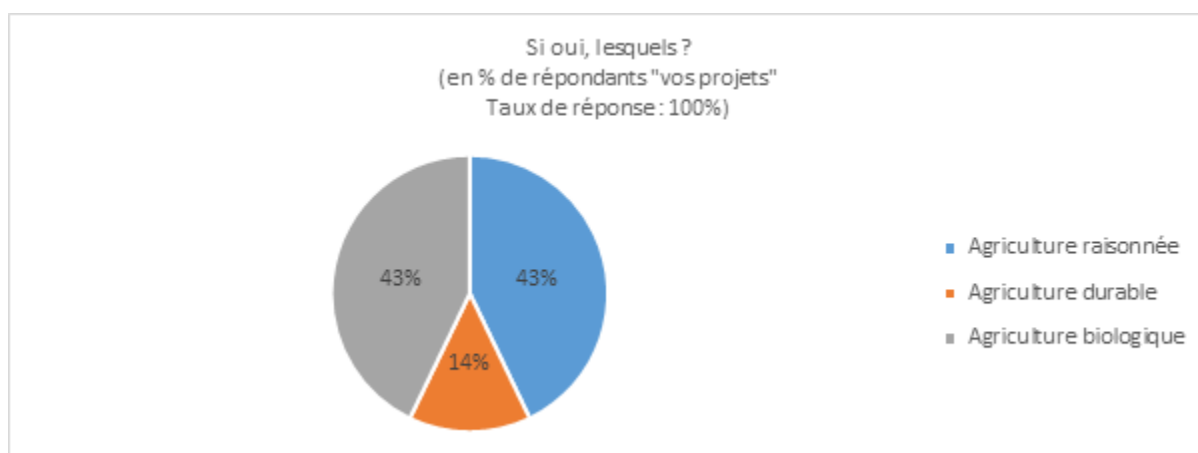


Figure 35 : Mode de production intéressant pour les agriculteurs souhaitant se diversifier

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Pour les exploitants agricoles cherchant à diversifier la nature de leurs débouchés, ils ne sont majoritairement pas intéressés par de nouveaux débouchés locaux à destination d'alimentation humaine (56% des répondants, soit 32 agriculteurs sur les 57)²⁵.

²³ Voir Graphique 55 en Annexe

²⁴ Voir Graphique 56 en Annexe

²⁵ Voir Graphique 57 en Annexe

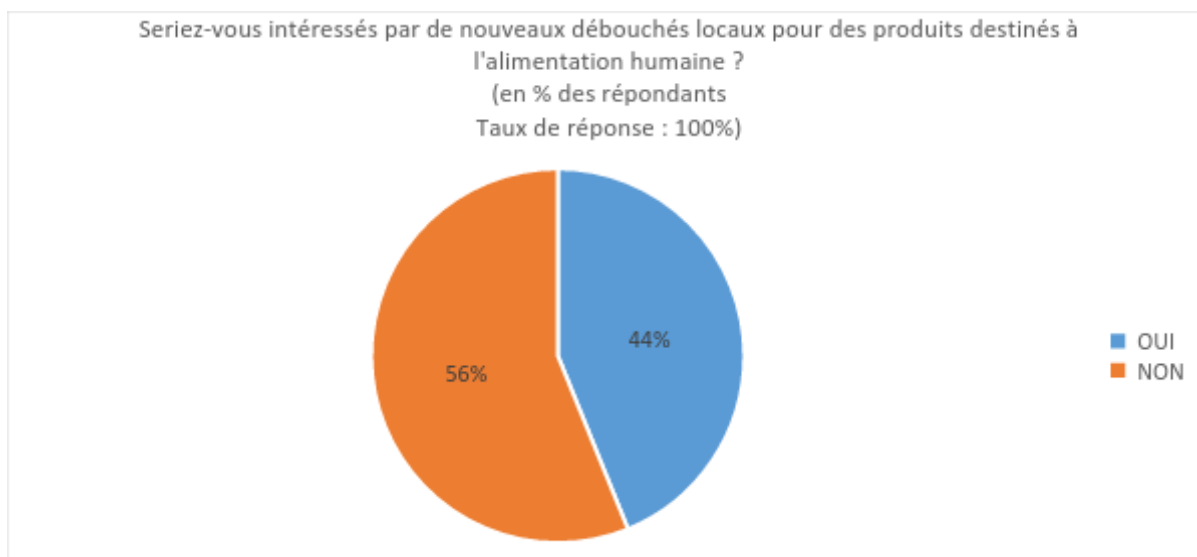


Figure 36 : Intérêt pour la diversification des débouchés locaux en produits destinés à l'alimentation humaine

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Pour les 44% d'intéressés (soit 25 agriculteurs), on remarque que les secteurs porteurs d'intérêt sont les débouchés en AMAP (Agriculture paysanne)²⁶ avec 11 réponses pour les 25 agriculteurs intéressés par de nouveaux débouchés, soit 44% des exploitants souhaitant se diversifier²⁷. Il est intéressant de constater que les modalités AMAP, Point de vente collectif, et vente à la ferme atteignent des scores élevés et cela correspond bien à l'attente des consommateurs d'être en face à face avec le producteur lors de l'acte d'achat. Par ailleurs, la modalité « chez un commerçant », « à un restaurateur », « à une GMS » correspond également au deuxième trait d'identité de la demande développé dans l'analyse du questionnaire consommateur.

Il sera stratégique de s'appuyer sur cette concordance lors des présentations de rendu. Il s'agit d'un axe de développement qui paraît opportun sur le territoire du Pays de Sources et Vallées.

²⁶ Définition AMAP : Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne. Les participants à l'AMAP recherchent des aliments sains, produits dans le respect de l'Homme, de la biodiversité et du rythme de la Nature (Source : site officiel reseau-amap.org).

²⁷ Voir Graphique 58 en Annexe

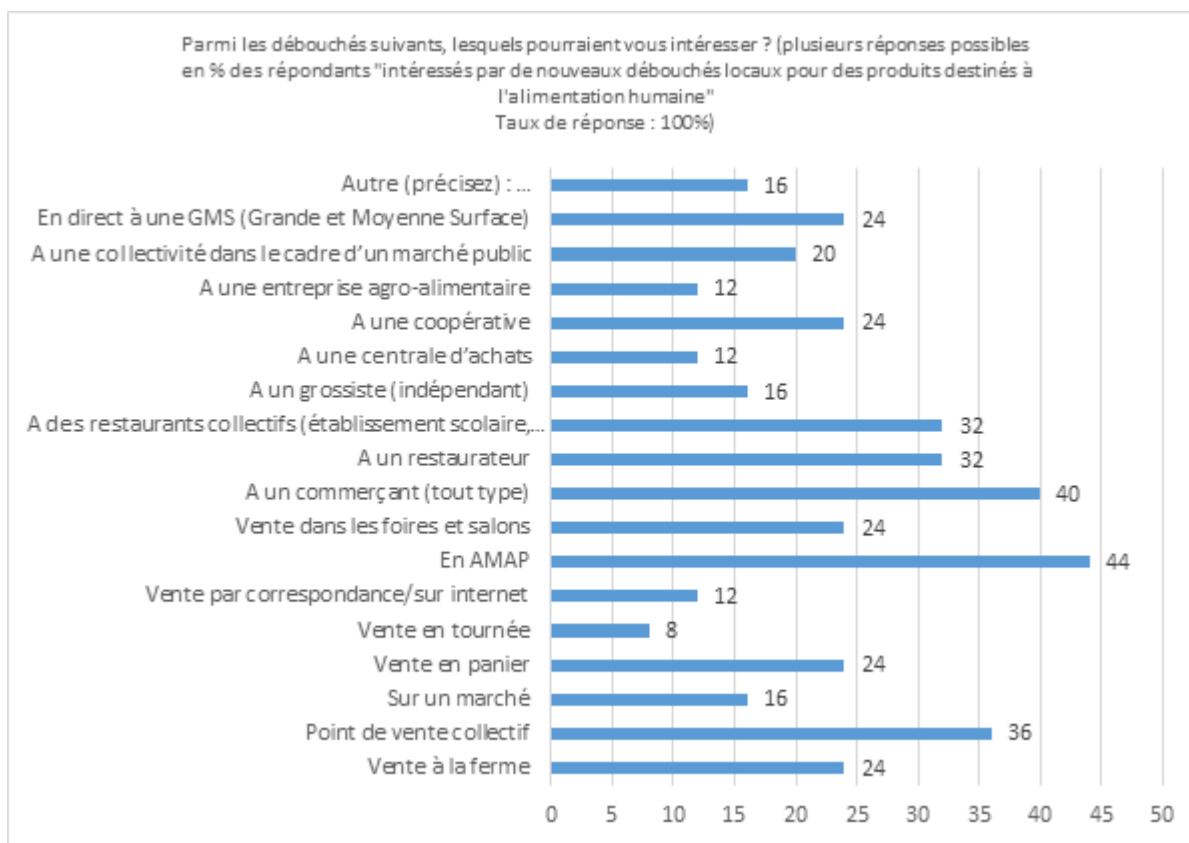


Figure 37 : Nature des débouchés porteurs d'intérêt pour les exploitants cherchant à diversifier leur exploitation agricole

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Ce chiffre doit être comparé à la *figure 31*, qui porte sur les modes de commercialisation des produits agricoles, où seuls 2% des réponses formulées par les agriculteurs montrent que la commercialisation de leur produit se fait actuellement en AMAP²⁸. Cela peut traduire un potentiel pour le développement d'AMAP en matière de modalité de commercialisation future.

Au regard de la *figure 37* la participation à un projet de point de vente collectif constitue le moyen de développement de débouchés le plus intéressant puisque près d'une réponse sur trois va dans ce sens (12 agriculteurs, soit 29% des réponses formulées)²⁹.

²⁸ Voir Graphique 51 en Annexe Cf *figure 8* « mode de commercialisation des produits »

²⁹ Voir Graphique 59 en Annexe

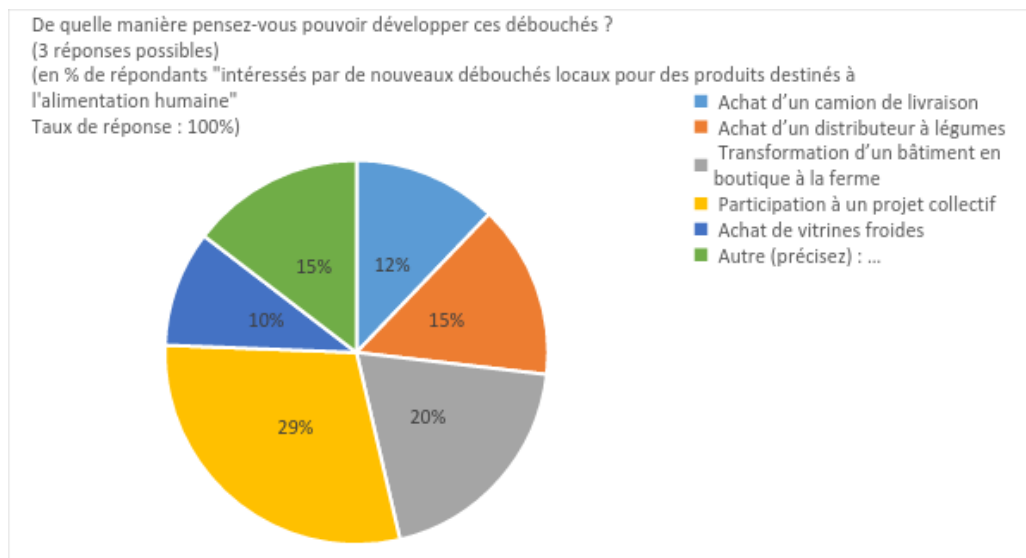


Figure 38 : Manière de développer les débouchés

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Pour les nouvelles productions dans le cadre de nouveaux débouchés locaux, on constate que la majorité des producteurs ne souhaitent pas s'y développer (pour 65% d'entre eux, soit 32 agriculteurs sur les 49 ayant répondu à la question)³⁰.

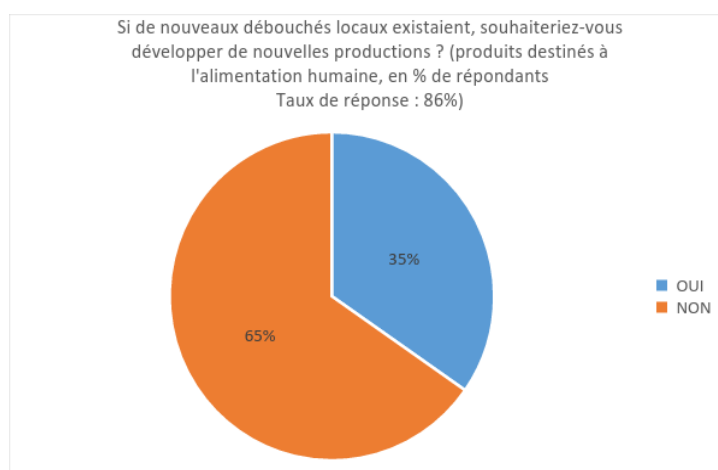


Figure 38 : Part des agriculteurs souhaitant se développer dans de nouvelles productions s'il y a de nouveaux débouchés locaux

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

³⁰ Voir Graphique 60 en Annexe

En outre, on remarque que pour plus d'un exploitant agricole sur 3 (37% des répondants, soit 22 des agriculteurs sondés), même s'il y a des nouveaux débouchés locaux, il n'y a pas d'intérêt à se développer sur une production en particulier. Concernant les fruits rouges, seuls 14 agriculteurs sur 57 (soit 8%) souhaitent se diversifier vers les fruits rouges³¹. A ce sujet, l'enquête consommateur révèle pourtant un intérêt particulier des habitants pour ces fruits (76% des consommateurs sondés, soit 81 personnes, avaient manifesté un intérêt sur l'achat futur de ce type de produit)³².

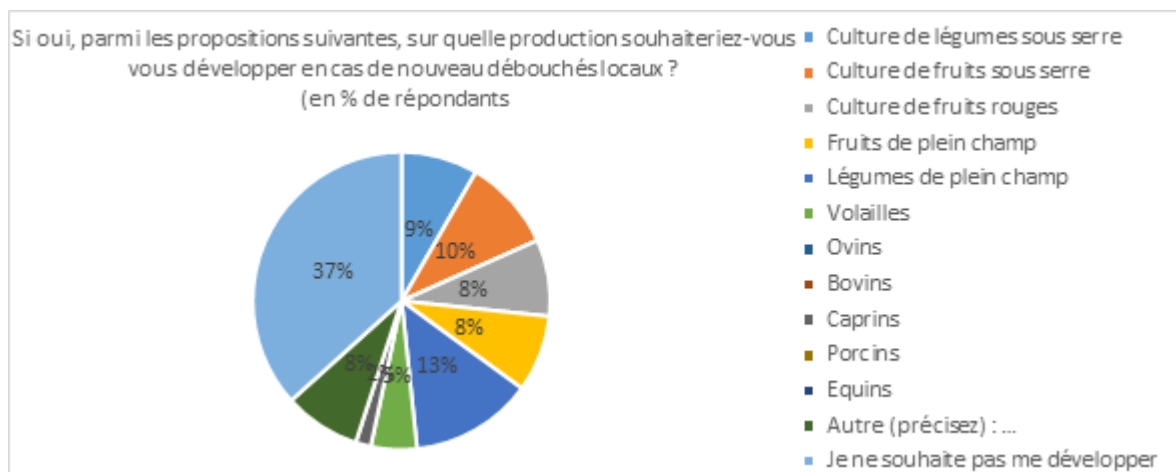


Figure 39 : Nature des développements éventuels si nouveaux débouchés locaux

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

³¹ Voir Graphique 61 en Annexe

³² Voir Graphique 21 en Annexe

E. Pratiques agricoles mutualisées

79% des agriculteurs sondés travaillent en partenariat avec d'autres exploitations agricoles³³. Parmi eux, 75% travaillent avec moins de 5 agriculteurs³⁴. Toutefois, sur les 45 exploitants ayant répondu positivement à la question, seul 36 d'entre eux ont su dire avec combien d'exploitations, soit 20% des répondants ne sachant pas estimer la collaboration collective.

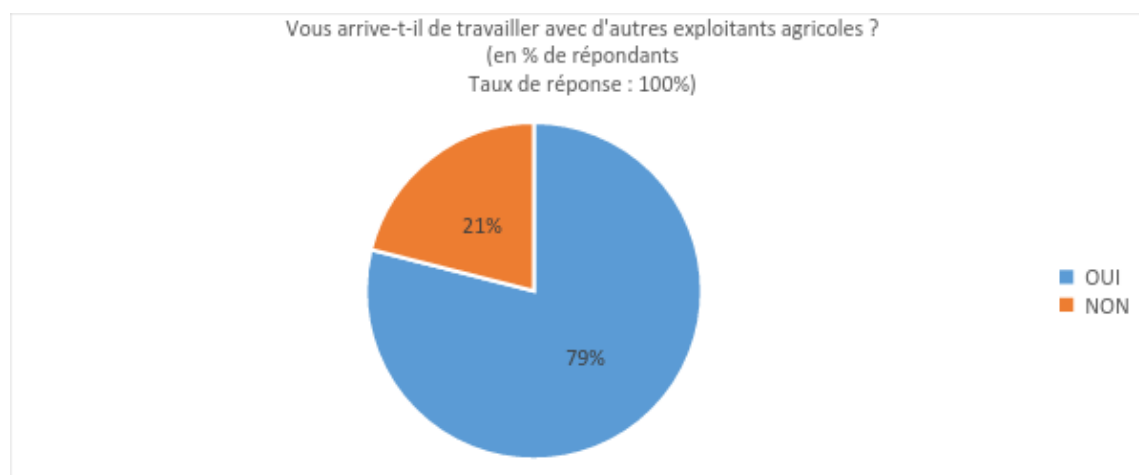


Figure 40 : Travail en collaboration avec d'autres exploitations agricoles

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

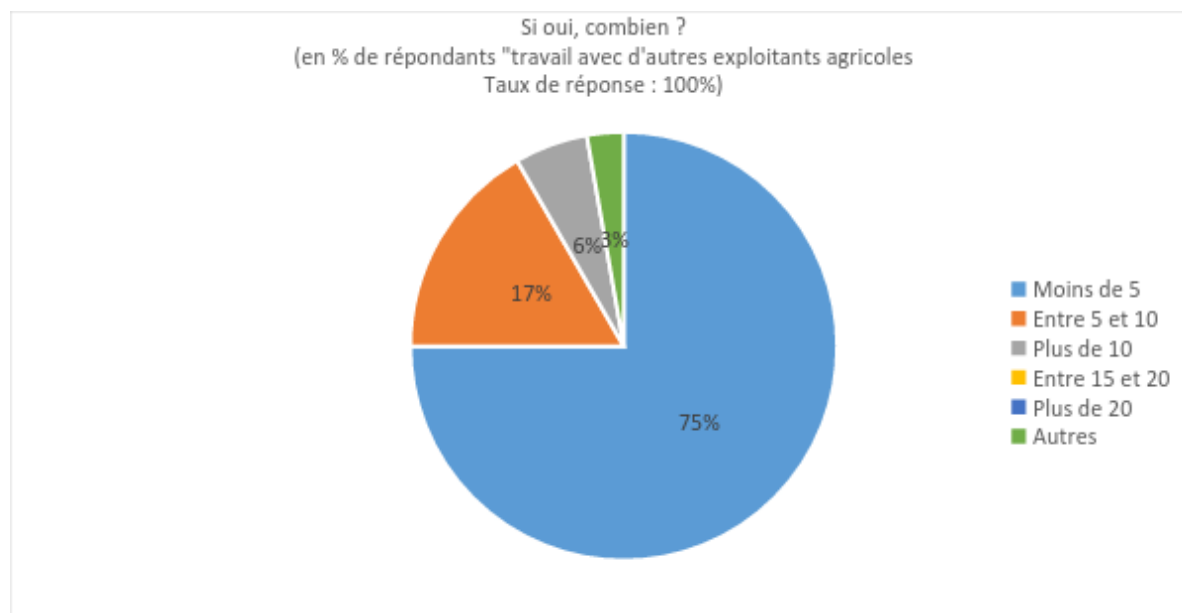


Figure 41 : Nombre moyens d'exploitants agricoles travaillant avec les agriculteurs répondants

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

³³ Voir Graphique 63 en Annexe

³⁴ Voir Graphique 64 en Annexe

L'échange/la mutualisation d'outils agricoles constituent la pratique agricole la plus répandue chez les exploitants travaillant en collectif puisqu'elle constitue 38% des types de travail collectif³⁵.

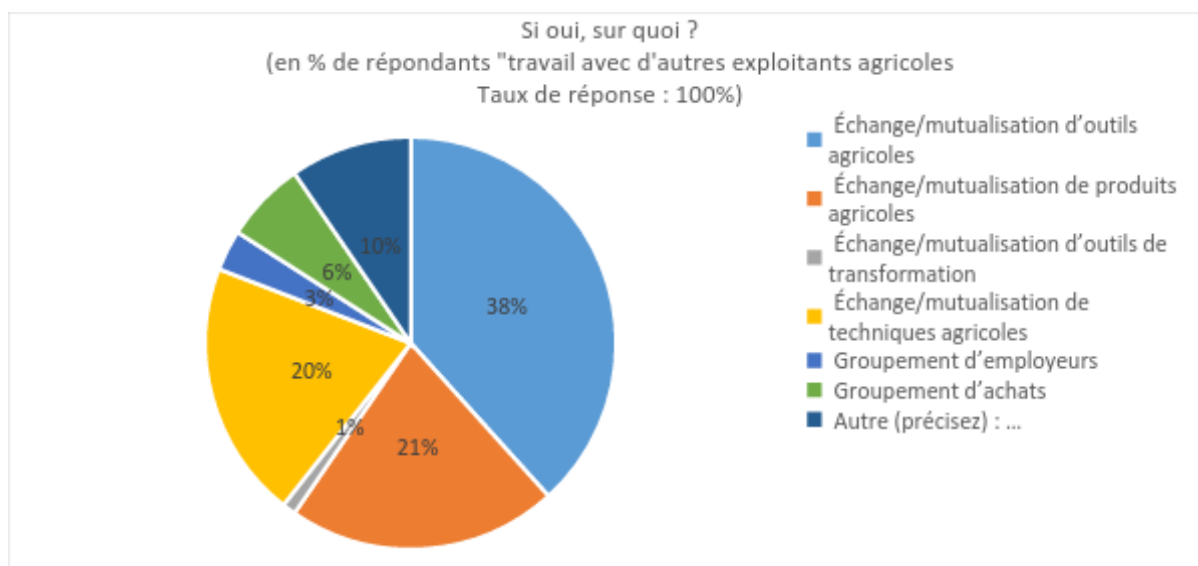


Figure 42 : Nature de la collaboration entre exploitants agricoles

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Les agriculteurs disposent majoritairement d'un accompagnement (89% des exploitants, soit 51 agriculteurs)³⁶.



Figure 43 : Accompagnement sur l'exploitation agricole

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

³⁵ Voir Graphique 65 en Annexe

³⁶ Voir Graphique 66 en Annexe

Pour 94% d'entre eux, il s'agit de la chambre d'agriculture (48 des 51 agriculteurs).

Par ailleurs, pour 47% des agriculteurs répondants à la question (soit 24 personnes), il s'agit d'un organisme non répertorié dans la liste de propositions, comme : coopérative, internet, presse, CER, coopérative AGORA³⁷, ABP, APPNP (association des apiculteurs professionnels en Pays du Nord et Picardie), etc³⁸.

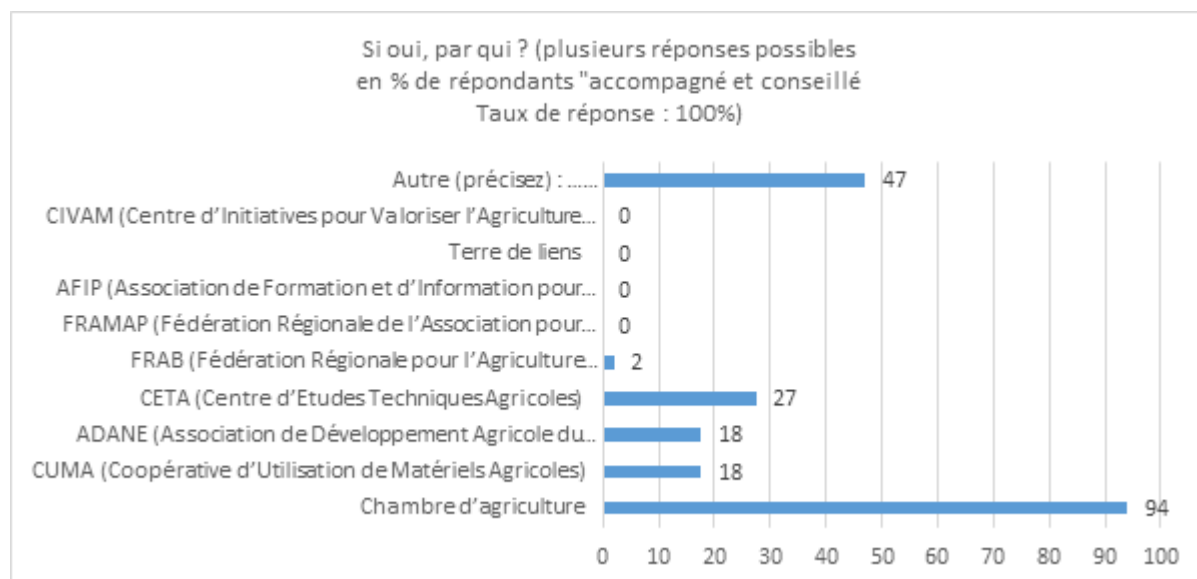


Figure 44 : Organismes en charge de l'accompagnement des exploitants agricoles

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

F. Captage d'eau et suite de l'étude

Sur ce dernier point, on observe un manque global d'informations puisque 40% des 57 agriculteurs répondants ne savent pas si leurs terres sont situées en périmètre de protection rapprochée, sur une aire d'alimentation de captage d'eau ou encore en zone Natura 2000³⁹⁴⁰.

³⁷ A ce titre, la coopérative AGORA a été identifiée comme un GIEE (Groupement d'Intérêt Economique et Environnemental) « Vallée de l'Aronde », dont l'objectif est la mise en place de pratiques agro-écologiques innovantes dans l'optique de gérer durablement la qualité de l'eau

³⁸ Voir Graphique 67 en Annexe

³⁹ Voir Graphique 69 en Annexe

⁴⁰ Définition du réseau Natura 2000 : réseau qui rassemble des sites naturels ou semi-naturels de l'Union Européenne qui ont une grande valeur patrimoniale, au regard de la faune et de la flore qu'ils contiennent

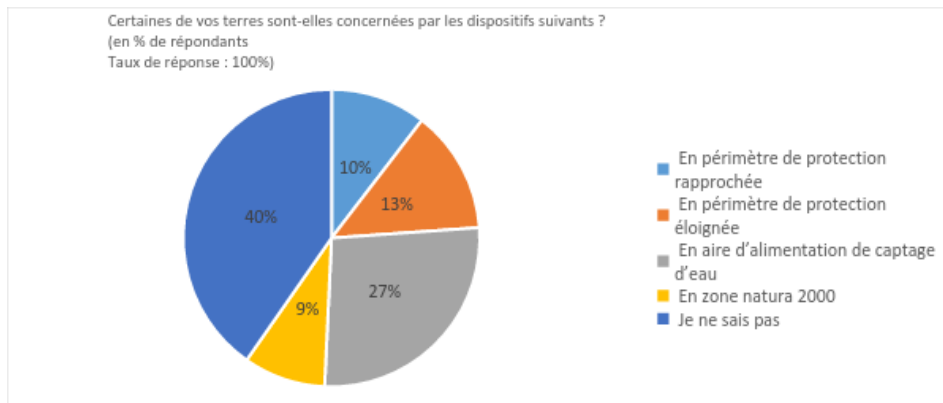


Figure 45 : Connaissance sur la nature du dispositif de gestion d'eau des terres agricoles

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Si l'on affine l'analyse, on remarque que pour les 60% des agriculteurs ayant répondu un ou plusieurs des dispositifs susmentionnés, 57% ne savent pas s'ils ont été accompagnés (figure 46). Fait intéressant, les agriculteurs ont mentionné pour 89% d'entre eux être accompagnés par un des organismes cités dans la figure 44. Cela peut se traduire par le fait que cet accompagnement ne concerne pas spécifiquement la gestion de l'eau ou la nature du terrain d'exploitation.

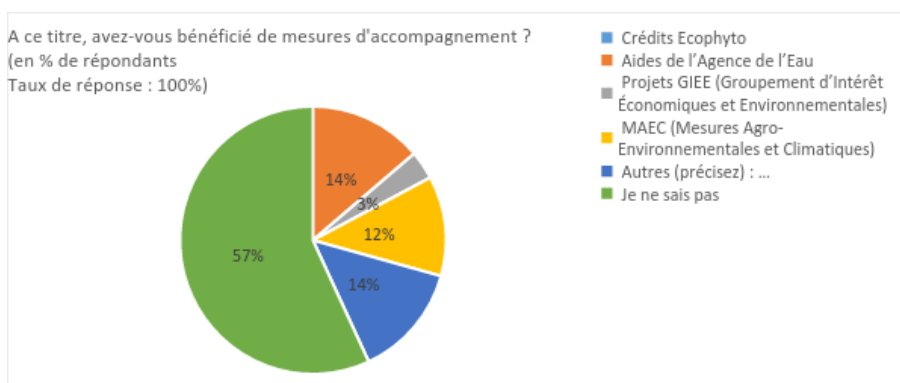


Figure 46 : Connaissance sur la nature de l'accompagnement des exploitants agricoles sur la gestion de l'eau ou sur la valeur patrimoniale de leurs terres

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

Enfin, l'intérêt porté à l'étude est important, puisque 51% des exploitants souhaitent être associés ultérieurement à l'étude en participant directement aux réunions (figure 47).

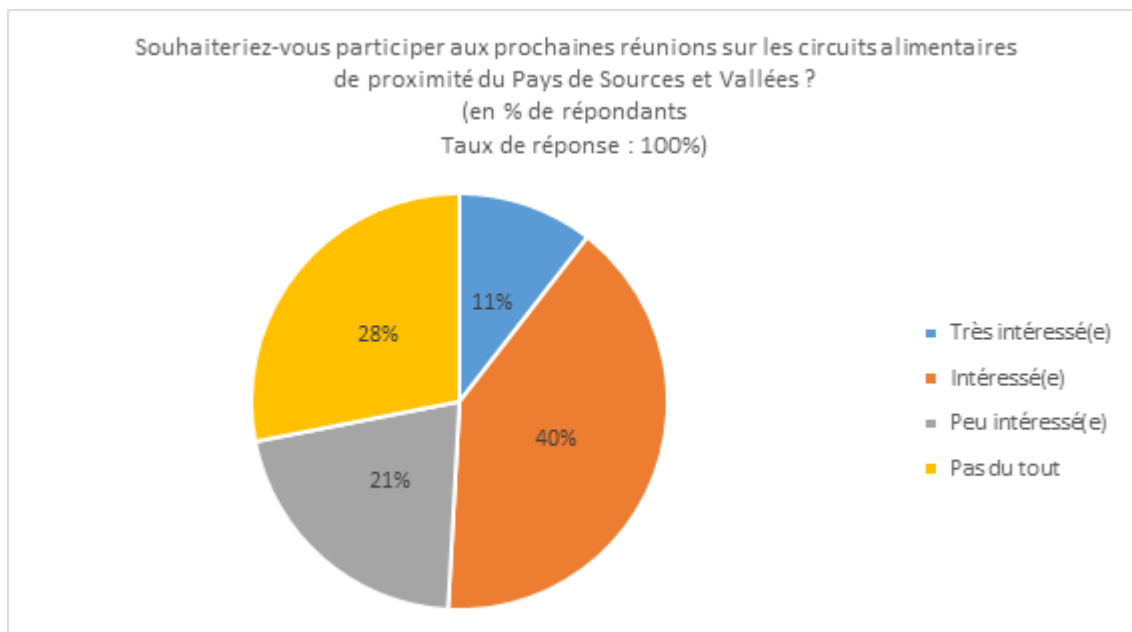


Figure 47 : Intérêt envers l'étude sur les circuits alimentaires de proximité dans le Pays de Sources et Vallées

Source : données issues de l'enquête par questionnaire téléphonique réalisée par Voix Publique

L'apport qualitatif des mobilisatrices : les informations issues des deux enquêtes de terrains

Outre la dimension quantitative et les données chiffrées qui ont permis de construire les éléments graphiques présentés ci-dessus, les deux enquêtes par questionnaire ont révélé des informations intéressantes sur les perceptions des consommateurs et des producteurs locaux.

Au cours de la passation du questionnaire aux habitants, ces derniers ont mis en avant un vif intérêt concernant l'étude et les potentiels retombées qu'elle pouvait entraîner en matière d'agriculture durable. Le travail d'information incarné par la présence de l'équipe mobilisatrice a plusieurs fois été souligné comme une démarche nécessaire par les publics rencontrés. Cette mobilisation des personnes a été également identifiée comme une volonté du territoire de faire réellement avancer les mesures pour la valorisation des circuits alimentaires de proximité.

Au cours des deux journées de passation du questionnaire en face à face⁴¹, les enquêtrices ont relevé chez les consommateurs un attachement à la notion de développement

⁴¹ La passation de l'enquête par questionnaire consommateur a été réalisée par Voix Publique et s'est déroulée le vendredi 14 et le samedi 15 avril. Les consommateurs ont été approchés sur plusieurs sites et à plusieurs moments de la journée : supermarché Leclerc de Lassigny le matin, carrefour de Ressons-sur-Matz l'après-midi, marché et rues piétonnes de Noyon le matin et l'après-midi.

économique et de sauvetage des commerces de proximité dans leur démarche d'acheter des produits locaux, même si beaucoup s'accorde pour dire que l'achat dans les grandes et moyennes surfaces restent un moyen pratique.

Fait intéressant puisqu'évocat des comportements alimentaires locaux, la plupart des personnes rencontrées possèdent un potager ou une ferme, et déclarent cuisiner des produits frais assez régulièrement (en atteste les réponses présentées dans la figure 13 sur la cuisine de produits locaux). Concernant la ville de Ressons-sur-Matz, les habitants ont manifesté leur envie de voir plus de distributeurs de fruits et légumes produits localement (généralement installés dans les supermarchés, très pratiques à leurs yeux). Par ailleurs, malgré leur consommation fréquente, les habitants interrogés pensent souvent que les produits locaux sont plus onéreux que la moyenne.

Enfin, les enjeux du projet ont été bien perçus par les habitants, qui ont pour la plupart été intéressés pour recevoir la newsletter d'informations sur les projets de circuits alimentaires de proximité du Pays de Sources et Vallées.

Pour ce qui concerne l'enquête téléphonique réalisée auprès des exploitants agricoles⁴², les producteurs interrogés ont bien accueilli les enjeux du projet et ont parfois longuement échangé avec les enquêtrices. La majorité des agriculteurs ont montré néanmoins leur mécontentement face à la concurrence qu'exerce les grands et moyennes surfaces.

Certains d'entre eux ont montré un intérêt pour faire évoluer l'exploitation vers une agriculture biologique, avec toutefois une incertitude quant aux volumes et aux prix.

Quelques exploitants agricoles ont travaillé avec les AMAP ou encore avec le groupement d'achat "La Ruche Qui Dit Oui", même si certains ont exprimé des regrets par rapport aux marges trop élevées dudit groupement.

D'autres ont tenu à exprimer de la colère envers les acteurs locaux et les collectivités territoriales, en disant ressentir un manque de soutien ("trop de réunion pour peu de résultats").

⁴² Pour rappel, celle-ci a eu lieu du lundi 5 au jeudi 8 juin et a mobilisé 57 producteurs

A retenir :

L'âge de l'échantillon indique qu'il y aura prochainement une problématique en matière de transmission d'exploitation. Il s'agit d'un enjeu important pour pérenniser le réseau des petites et moyennes exploitations sur le territoire. Un rapprochement avec Terre de liens et/ou la Chambre d'Agriculture pourrait être envisagé pour faciliter la reprise.

Les attentes principales des producteurs portent sur le soutien de leur activité à travers des aides financières mais surtout à travers un accompagnement technique sur la réglementation sanitaire, la consolidation de leur modèle économique (identification et captation de clientèle, accompagnement à la communication/marketing sur la notion de qualité, ...) et sur les solutions logistiques.

40% des répondants sont prêt à faire évoluer leur mode de production vers des modèles plus vertueux, ce qui est cohérent avec leur volonté de proposer des produits de qualité.

35% sont prêts à faire évoluer leur offre en produit alimentaire ce qui est un potentiel certain en matière de CAP.

Le travail collectif et/ou la mutualisation entre agriculteurs existe déjà mais sur les questions du matériel, et des produits agricoles ou encore sur les techniques de production. Il sera intéressant de s'appuyer sur ces pratiques pour aller plus loin et envisager des pratiques de commercialisation collective, des outils de transformation mutualisés, etc.

La connaissance des répondants sur les dispositifs de protection de la biodiversité et de la ressource en eau est relative. C'est un point de progrès pour la suite du projet.

Plus de la moitié des producteurs interrogés sont favorables à leur intégration dans le projet de CAP porté par le Pays, ce qui pourrait constituer le noyau dur de la démarche.

Synthèse des enquêtes terrain

Les consommateurs de tout âge sont intéressés par les produits frais/locaux et achètent déjà local. La traçabilité ainsi que la qualité sont pour eux les premières motivations de consommation. Le critère qualité se retrouve également côté agriculteurs et qu'il faut bien valoriser.

Si la majorité des agriculteurs interrogés ne souhaitent pas modifier leur mode de production, 43% d'entre eux sont intéressés par les modes de production bio ou raisonnés.

Les deux principaux freins identifiés par les consommateurs sont le surcoût occasionné par l'achat de ce type de produits mais aussi le manque d'information. La sensibilisation des consommateurs fait aussi partie des conditions de réussite pour les agriculteurs, suivie d'un soutien financier et d'un bassin de clientèle suffisant.

Si presque la moitié des agriculteurs interrogés pratique la vente directe, la réglementation sanitaire et commerciale constitue un frein pour autant d'agriculteurs, ainsi que le manque de maîtrise de la rentabilité et de soutien, la charge de travail et le problème de logistique.

Les consommateurs s'approvisionnent surtout au sein des grandes et moyennes surfaces et commerces mais cependant prêts à faire un détour pour consommer des produits alimentaires de proximité. Pour les consommateurs, l'achat en face à face est prisé, tout comme pour les agriculteurs.

On remarque un point d'intérêt convergent entre les consommateurs et les agriculteurs concernant les AMAP et les points de vente collectifs. A noter sur la dimension de mise en collectif des exploitants : les mutualisations d'outils de transformation, de commercialisation et/ou de matériels et logistiques demeurent très rares sur le territoire. Il n'existe pas de point de vente collectif autre que l'AMAP de Chiry-Ourscamp (bio).

Sur la commercialisation, les agriculteurs vendent leurs produits majoritairement à la ferme (18%), auprès d'un intermédiaire (21%), de coopératives et sur les marchés (12%), ou encore à un commerçant (11%).

Les consommateurs et producteurs veulent bien acheter/produire des légumes. Néanmoins, les attentes témoignées par les consommateurs sur les fruits rouges ne suscitent pas le même attrait du côté des producteurs, qui sont peu enclins à diversifier leur production (8% seulement).

¼ des consommateurs interrogés souhaiteraient trouver produits locaux dans restos

Concernant la thématique de l'eau, on observe un manque d'information et de sensibilisation des agriculteurs sur la problématique des zones de captage d'eau.

L'étude menée sur le territoire du Pays de Sources et Vallées trouve un écho majoritairement favorable, puisque les agriculteurs sont pour beaucoup intéressés par la mission et manifestent un désir de participation active pour les rencontres ultérieures.

Annexes

Cahier des charges de l'agriculture durable

Document du réseau agriculture durable - ou réseau CIVAM (né de la fusion entre la FNCIVAM et l'AFIP).

Les 12 points clés du cahier des charges, pour des systèmes d'élevage de ruminants plus économes et autonomes...

Système fourrager à base d'herbe :

- 3/4 de la SFP (surface fourragère principale) en herbe.
- OGM, farines animales, antibiotiques et hormones interdits.
-

Fertilisation :

- Azote organique inférieur à 140 unités par hectare.
- Azote minéral inférieur à 50 unités par hectare sur prairie
- et à 100 unités par hectare sur céréales.

Protection des cultures :

- Un seul fongicide sur céréales.
- Traitement maximal en herbicide à 2/3 de la dose homologuée.
- Régulateurs de croissance et insecticides interdits.

Assolements :

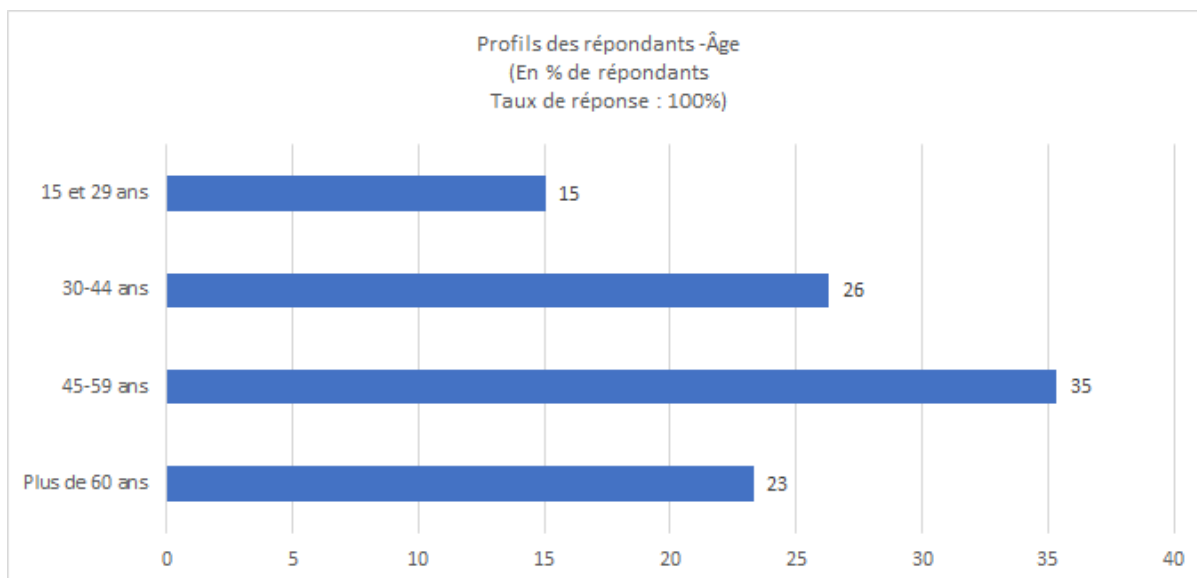
- Sols nus interdits en hiver.
- Rotations minimales de 3 ans.
- Drainage des bas-fonds interdit.
- Mise en herbe des terrains humides et des bords de cours d'eau.

Paysage :

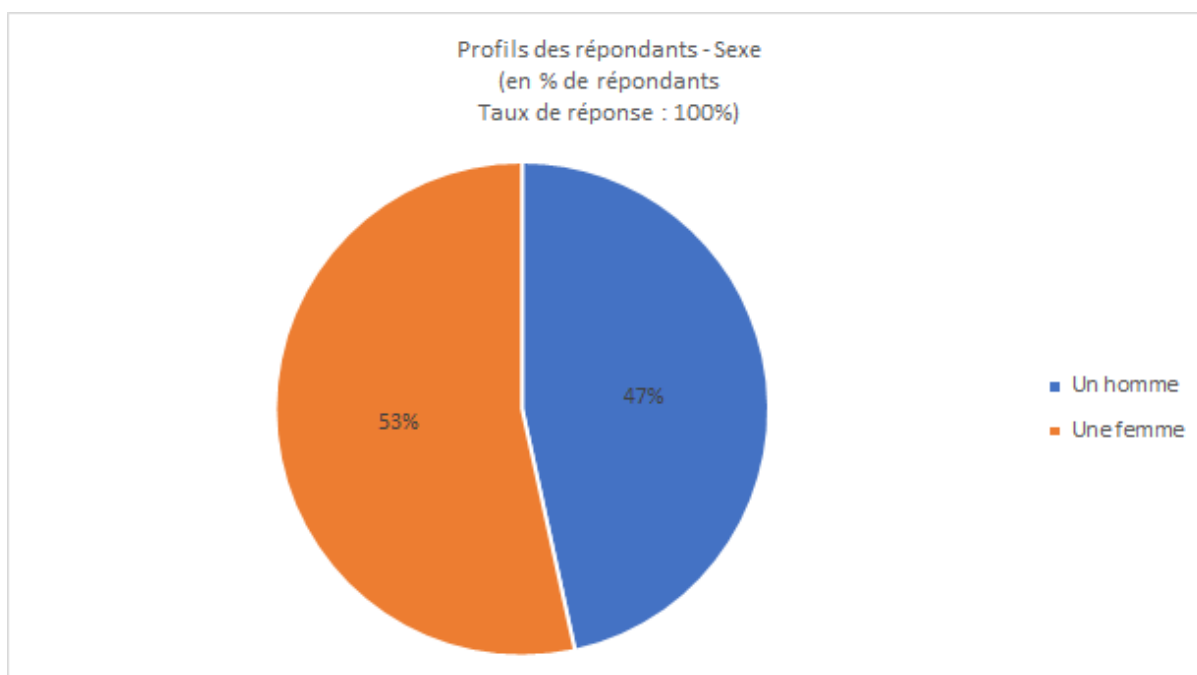
- Minimum de 150 mètres de haies par hectare de SAU
- (Surface agricole utile) en zone herbagère.

Graphiques

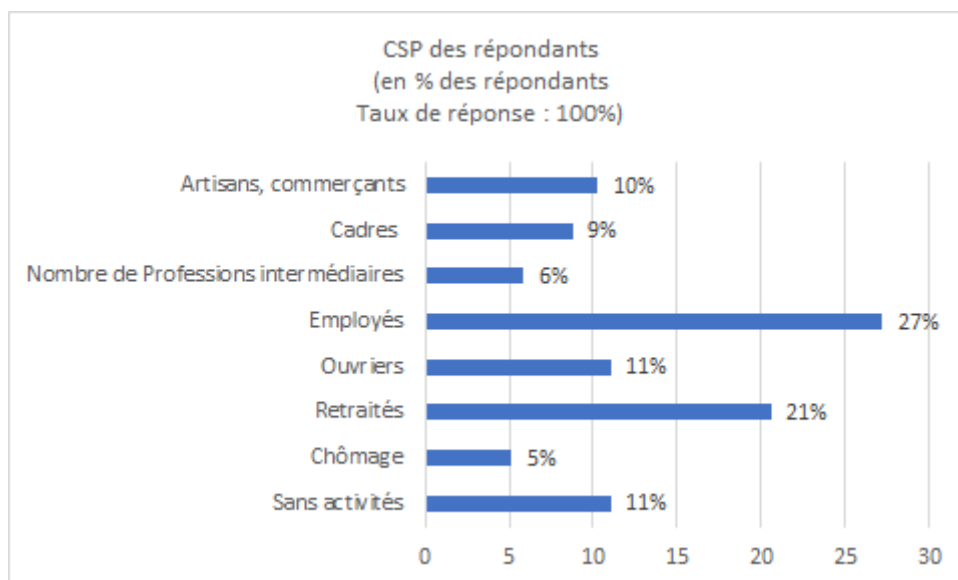
Graphique 1 : structure en âge des répondant(e)s / enquête consommateurs



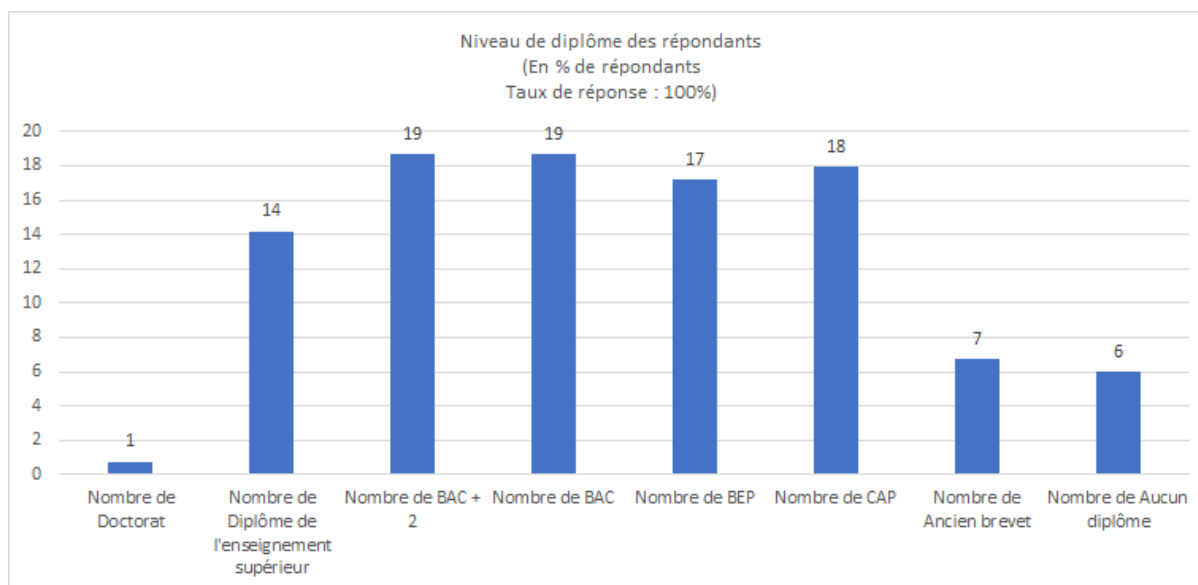
Graphique 2 : Répartition Hommes & Femmes des répondant(e)s / enquête consommateurs



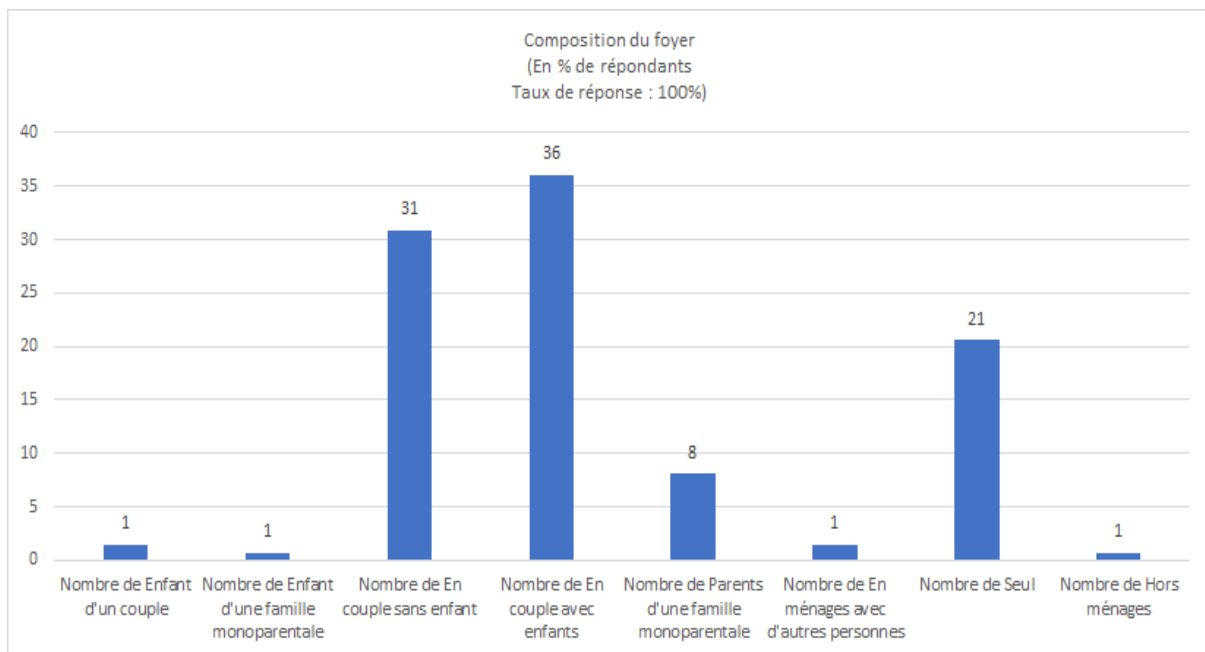
Graphique 3 : typologie des ménages / enquête consommateurs



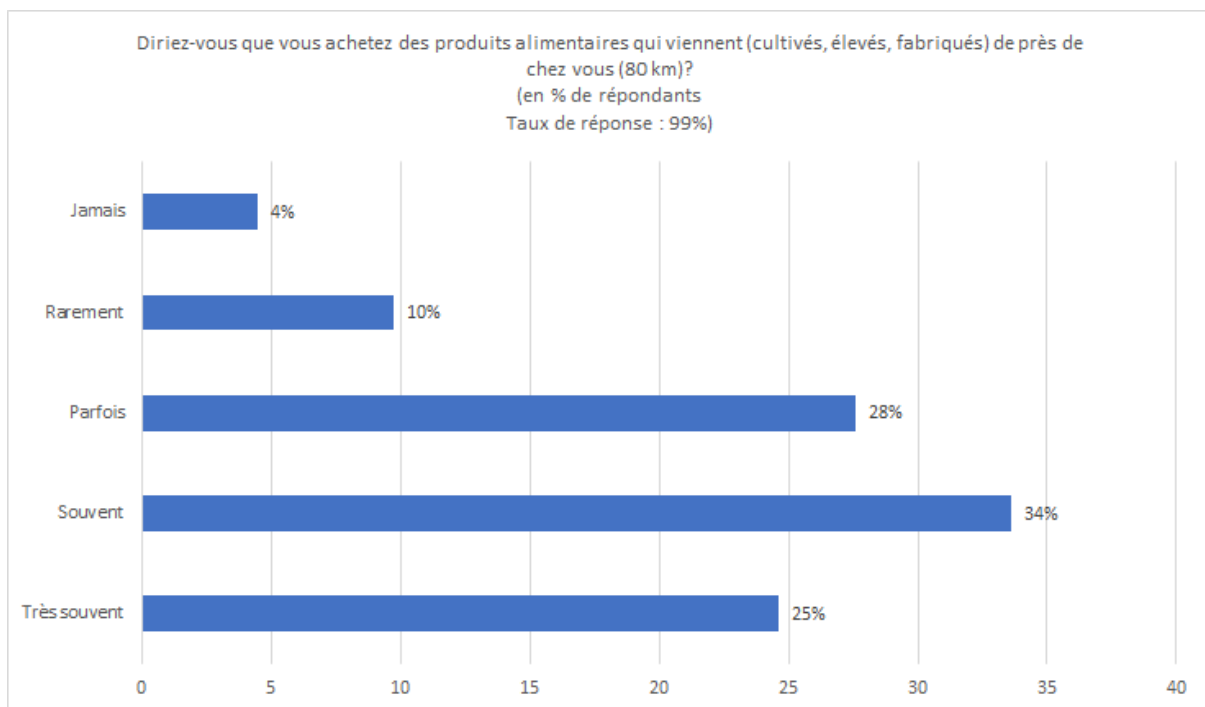
Graphique 4 : Niveau de diplôme des répondants / enquête consommateurs



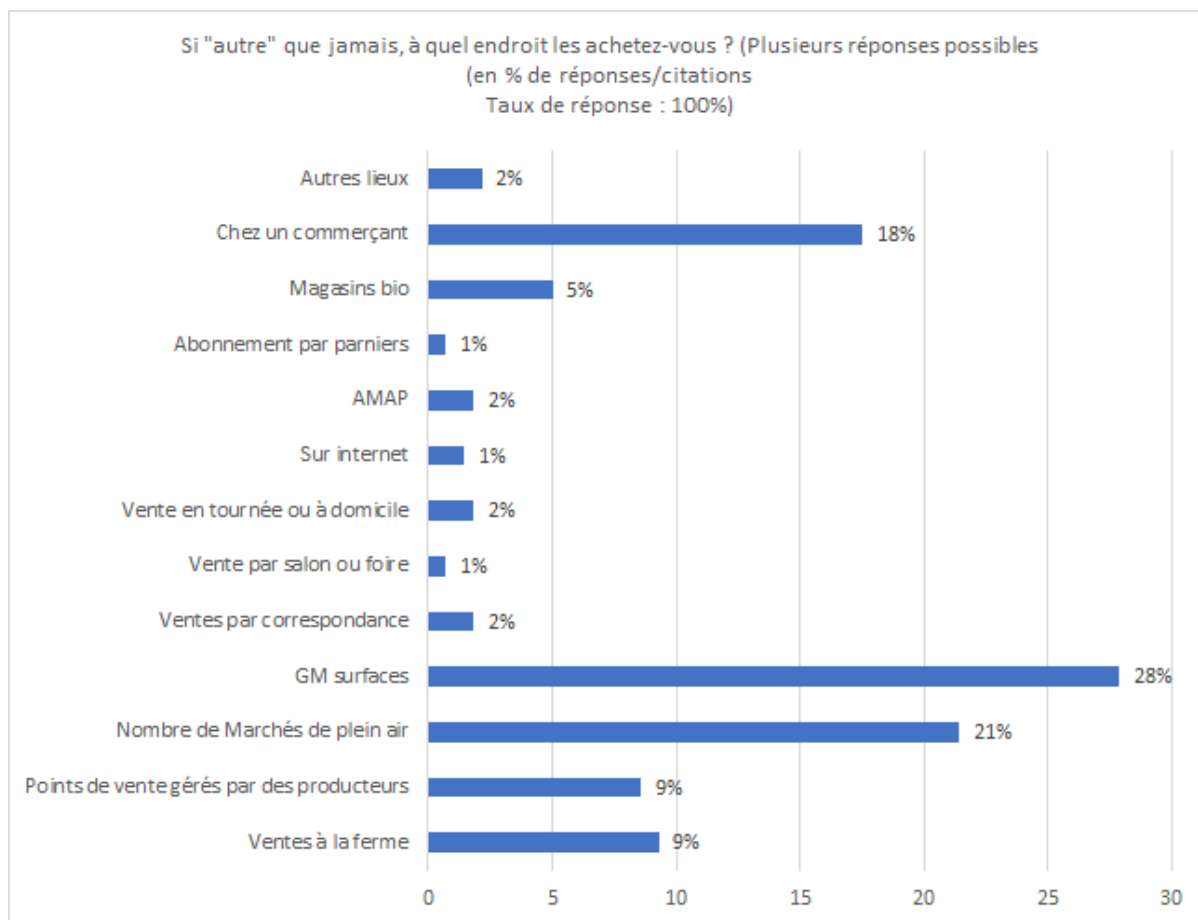
Graphique 5 : Composition du foyer des répondants / enquête consommateurs



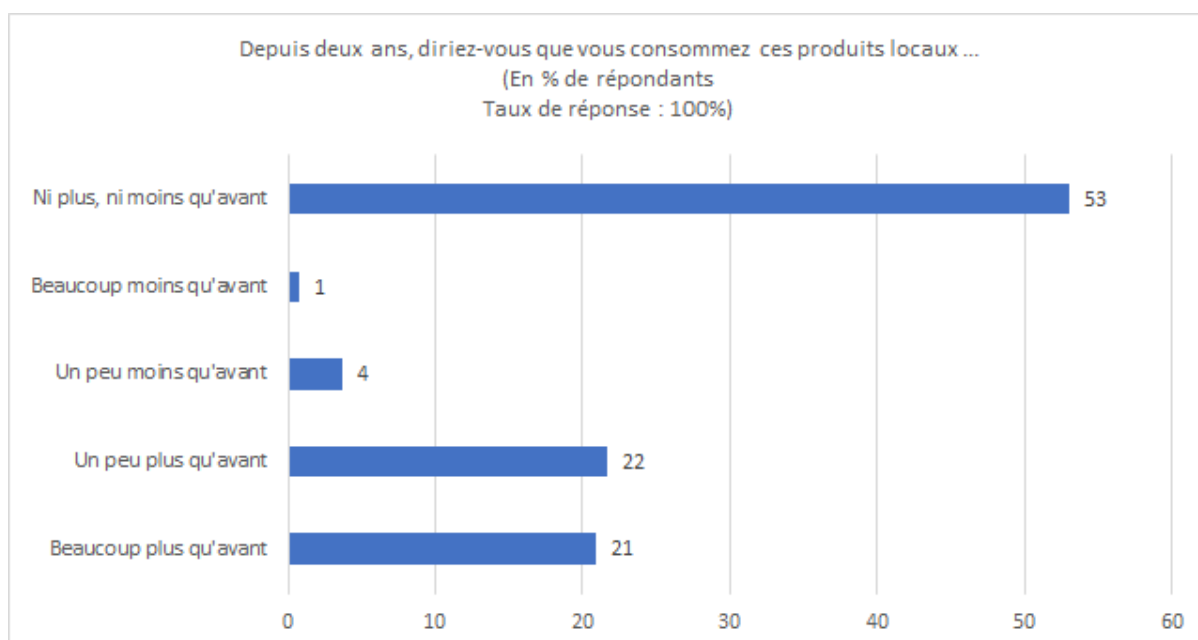
Graphique 6 : Diriez-vous que vous achetez des produits alimentaires qui viennent (cultivés, élevés, fabriqués), de près de chez vous (80km) / enquête consommateurs



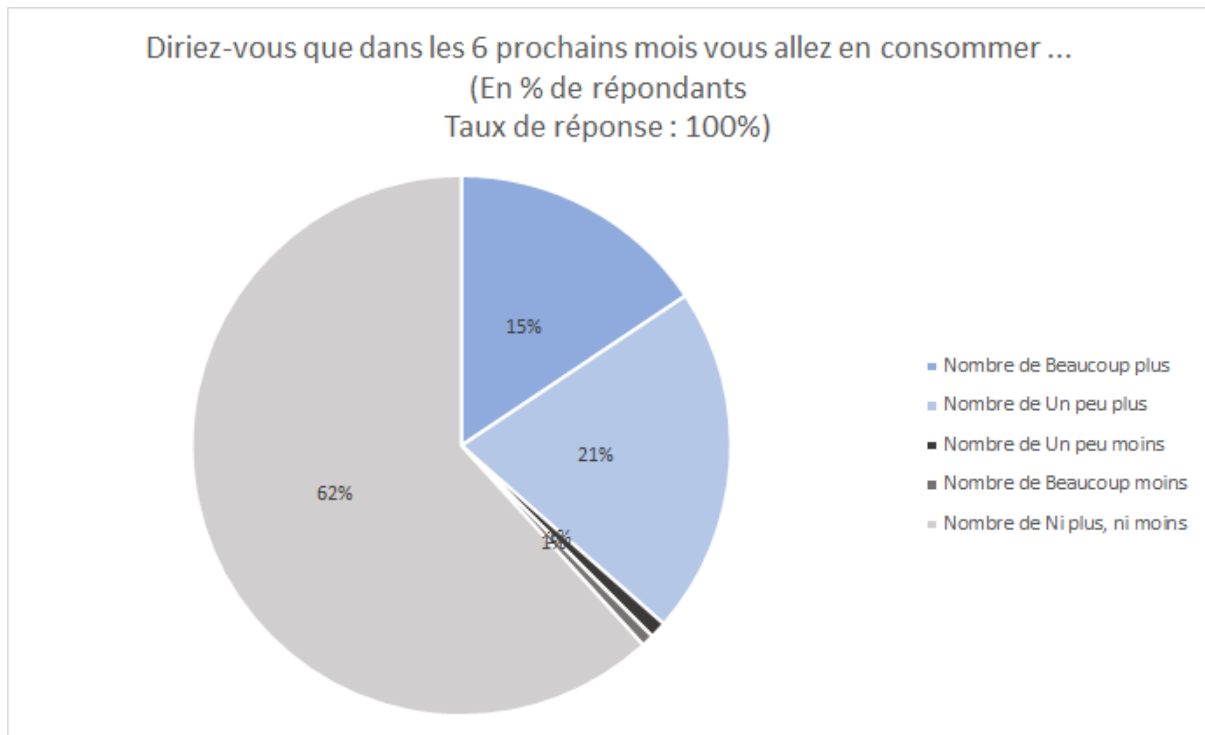
Graphique 7 : Si “autre que jamais”, à quel endroit les achetez-vous (plusieurs réponses possibles) / enquête consommateurs



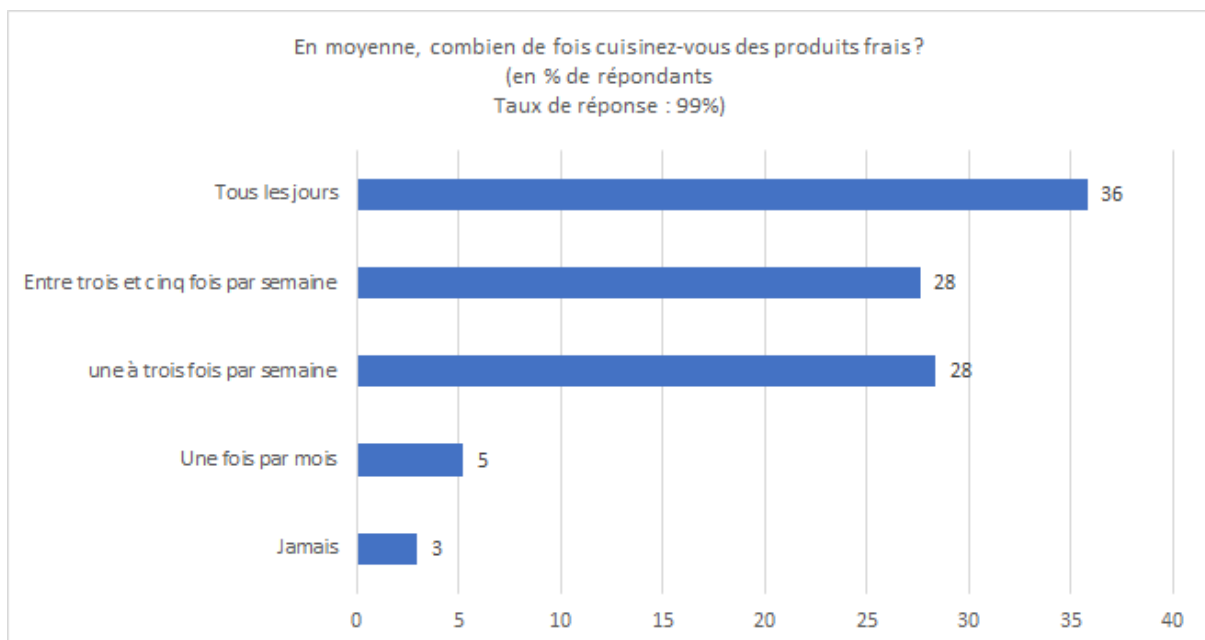
Graphique 8 : Depuis deux ans, diriez-vous que vous consommez ces produits locaux (comportement passé) / enquête consommateurs



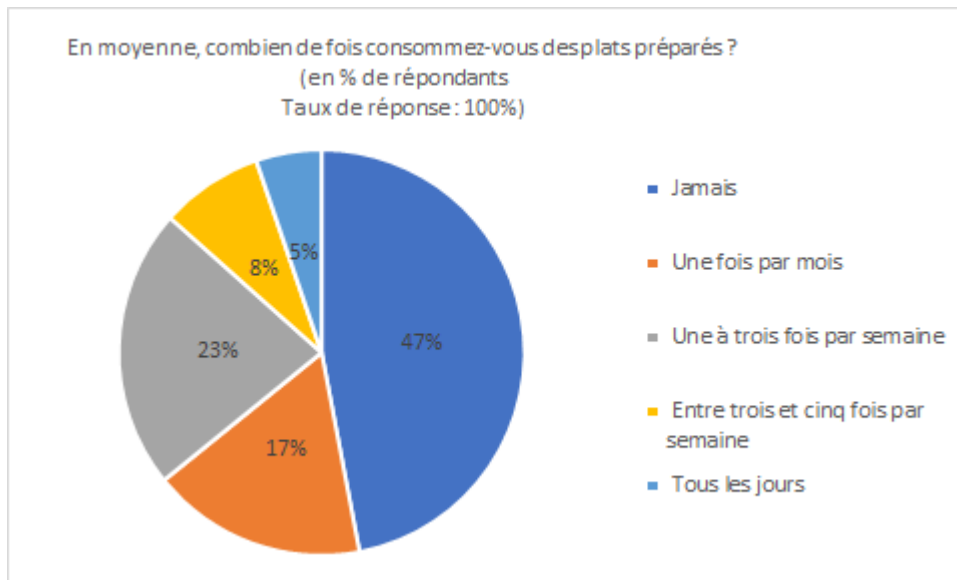
Graphique 9 : Diriez-vous que dans les 6 prochains mois vous allez en consommer... (Comportement futur) / enquête consommateurs



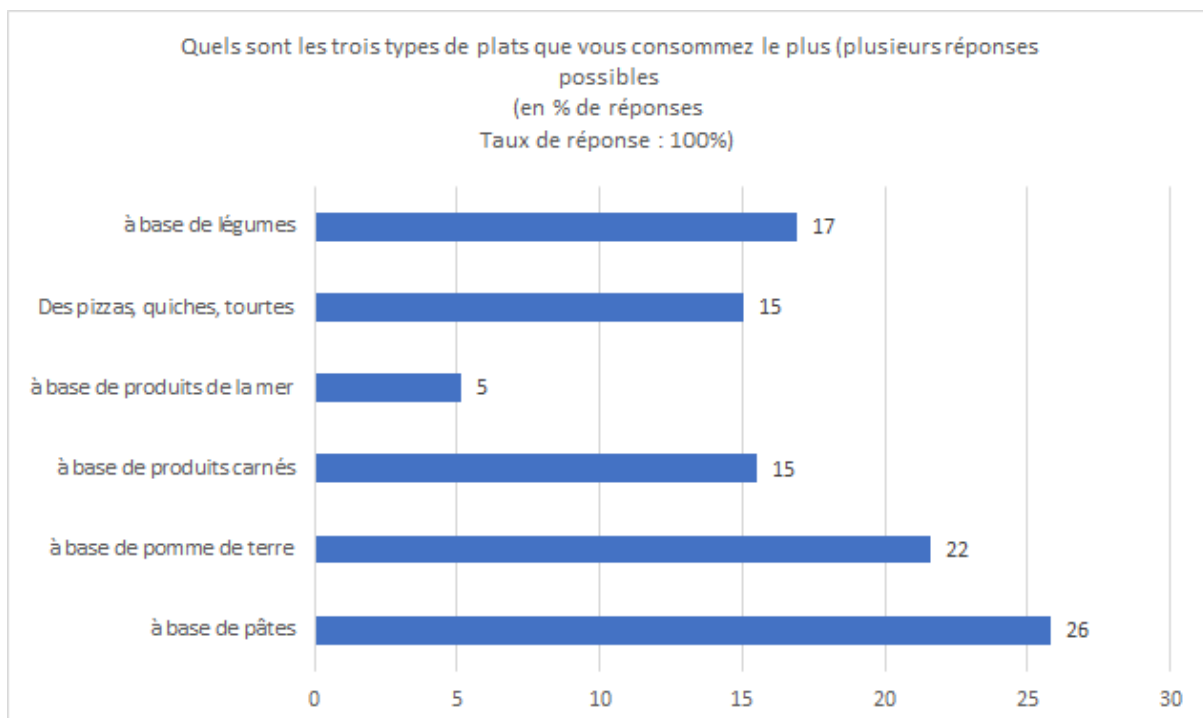
Graphique 10 : En moyenne, combien de fois cuisinez-vous des produits frais ? / enquête consommateurs



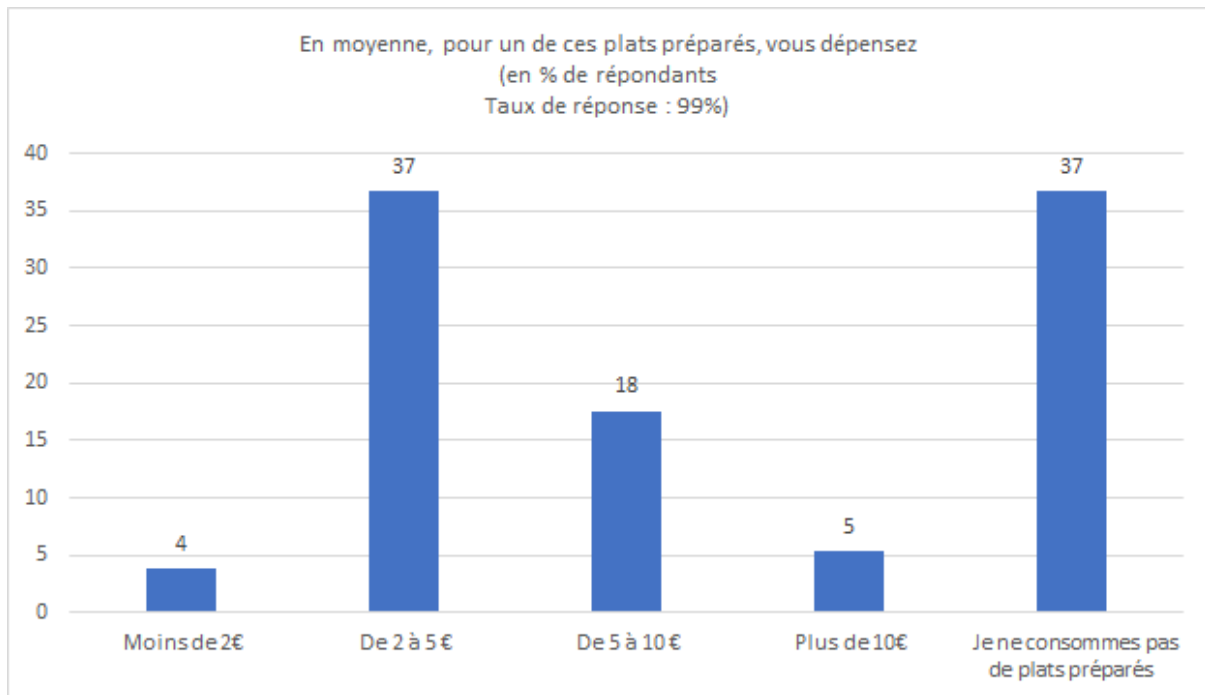
Graphique 11 : En moyenne, combien de fois consommez-vous des plats préparés ? / enquête consommateurs



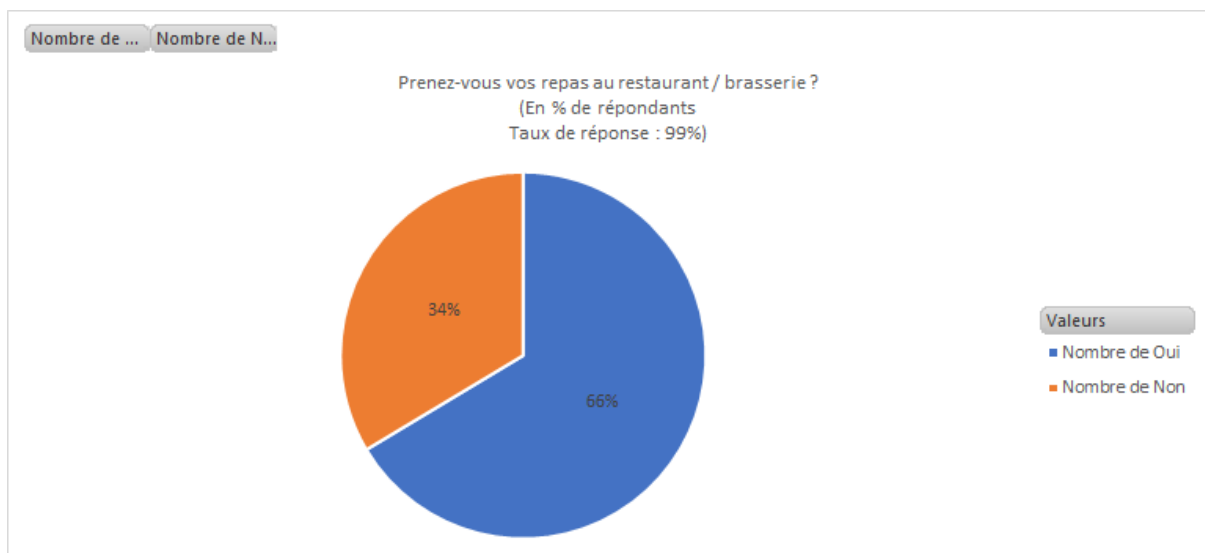
Graphique 12 : Quels sont les trois types de plats que vous consommez le plus (plusieurs réponses possibles) / enquête consommateurs



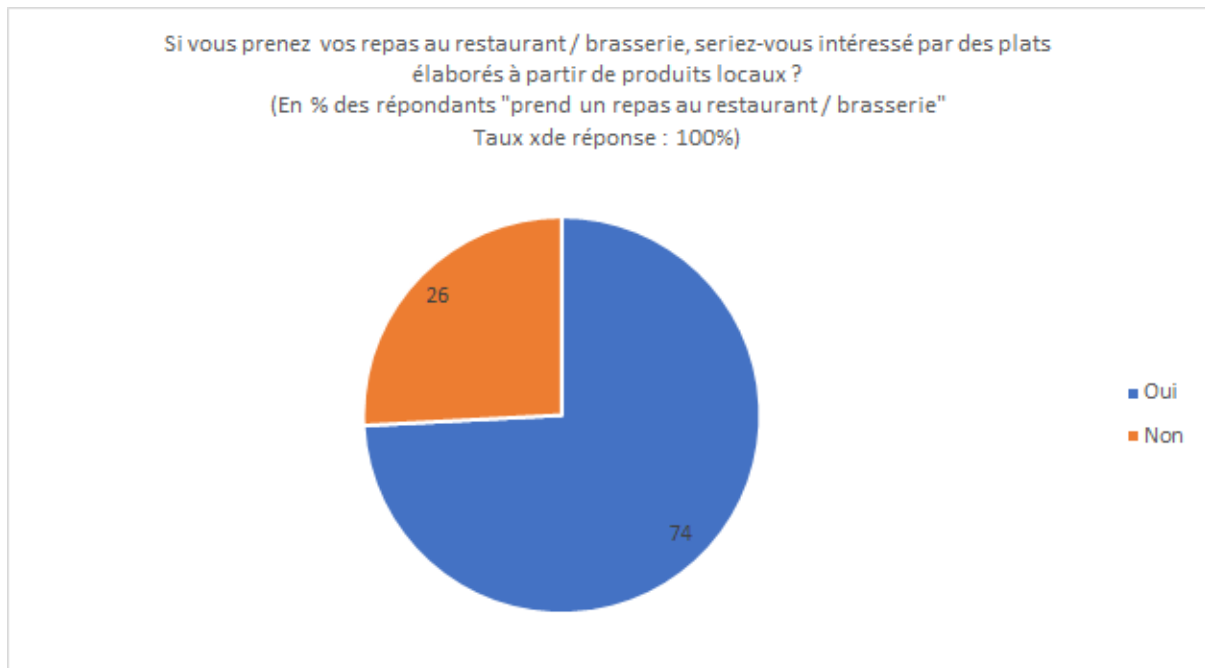
Graphique 13 : En moyenne, pour un de ces plats préparés, vous dépensez / enquête consommateurs



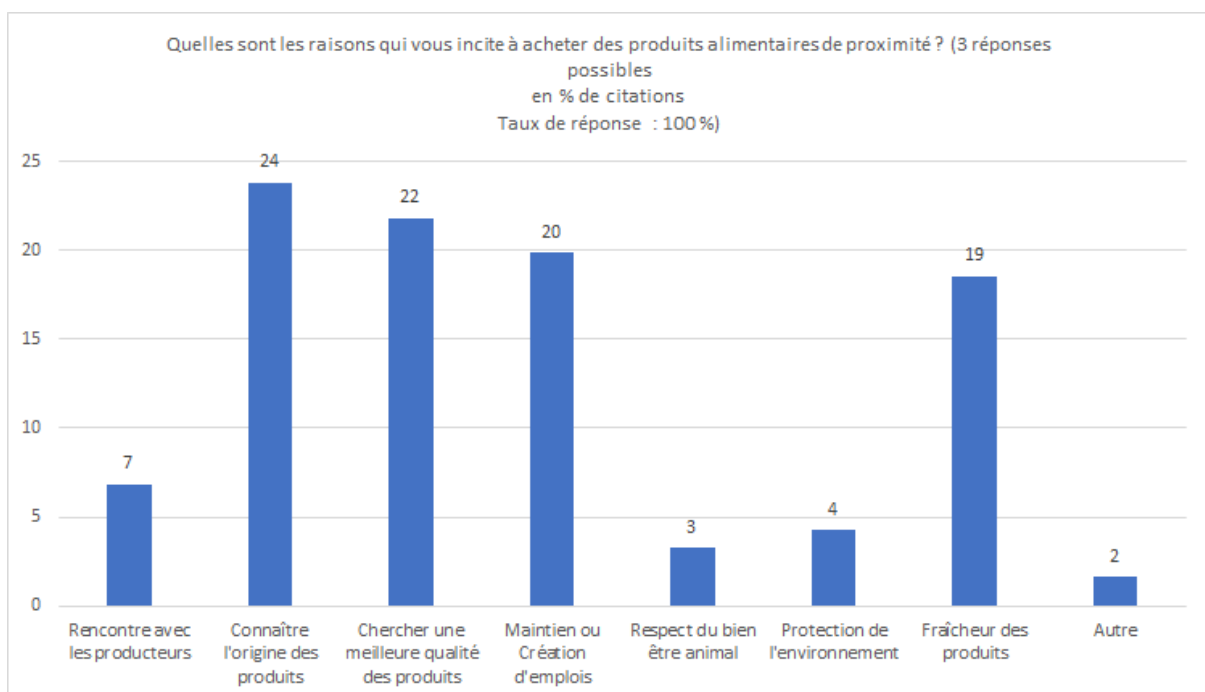
Graphique 14 : Prenez-vous parfois vos repas au restaurant/brasserie ? / enquête consommateurs



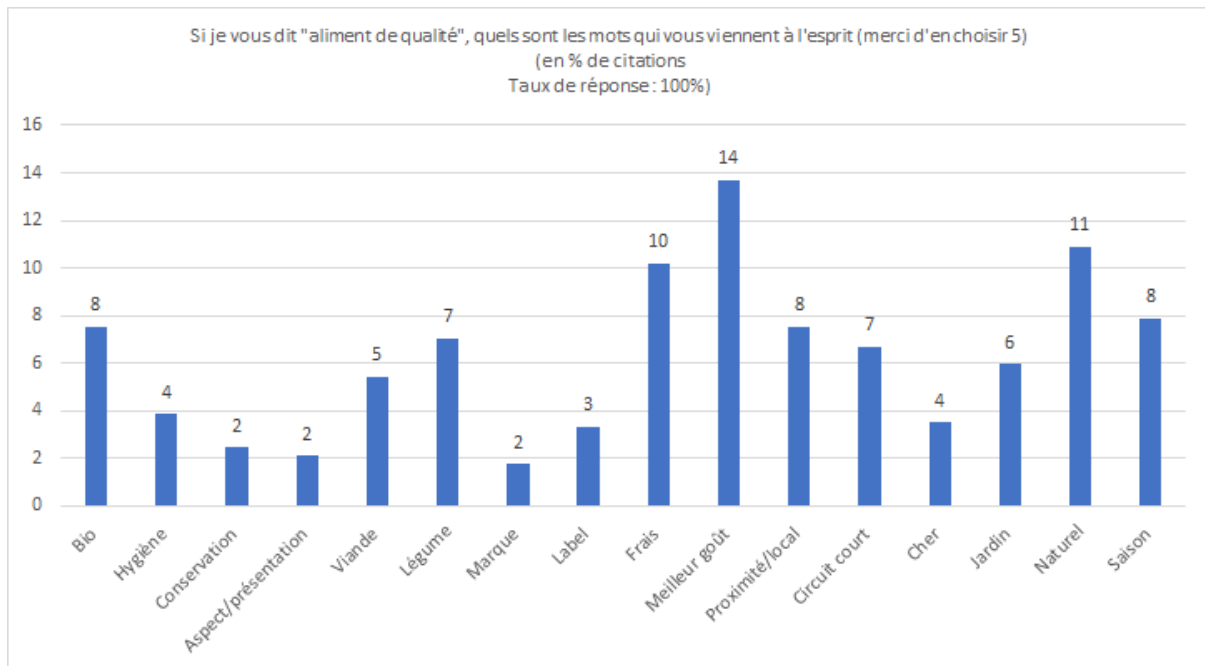
Graphique 15 : Si oui, seriez-vous intéressé par des plats élaborés à partir de produits locaux ? / enquête consommateurs



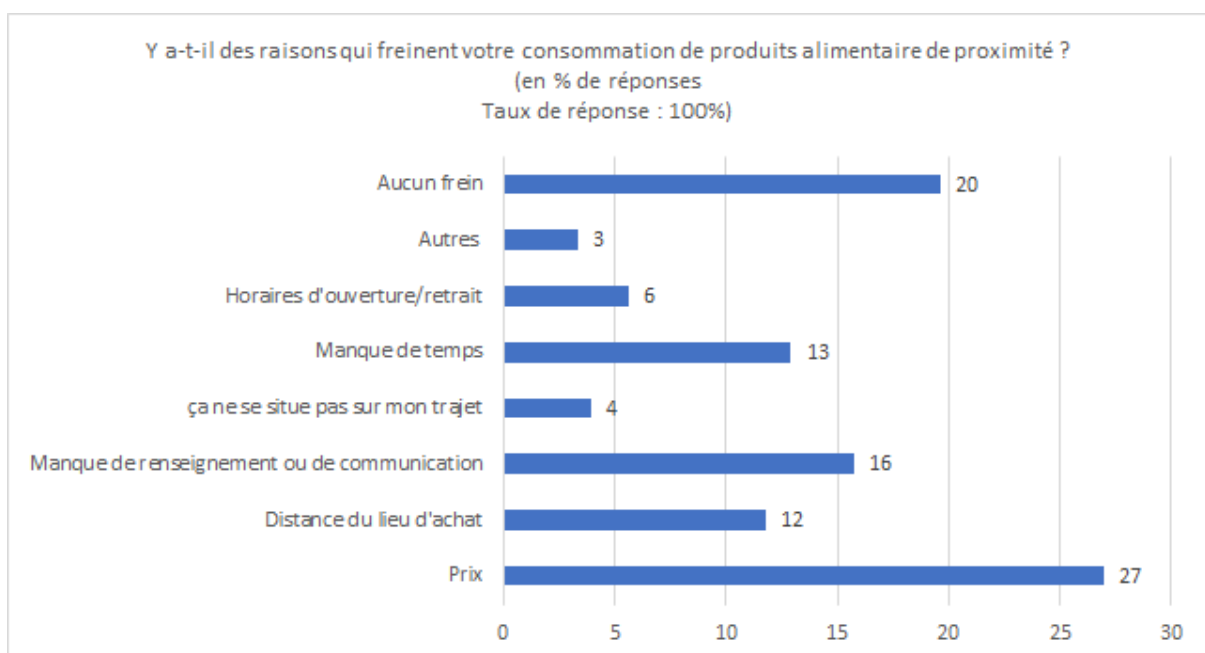
Graphique 17 : Quelles sont les raisons qui vous incite à acheter des produits alimentaires de proximité ? (3 réponses acceptées maximum) / enquête consommateurs



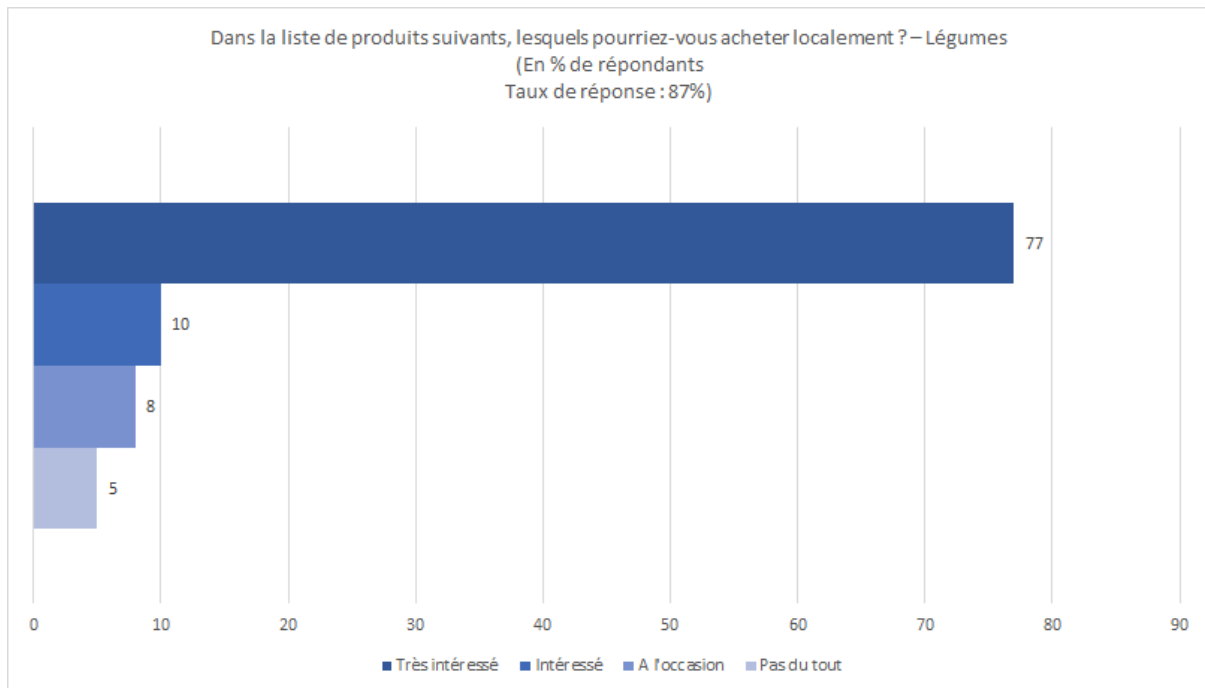
Graphique 18 : Si je vous dis “aliment de qualité”, quels sont les mots qui vous viennent à l’esprit ? (Merci d’en choisir 5) / enquête consommateurs



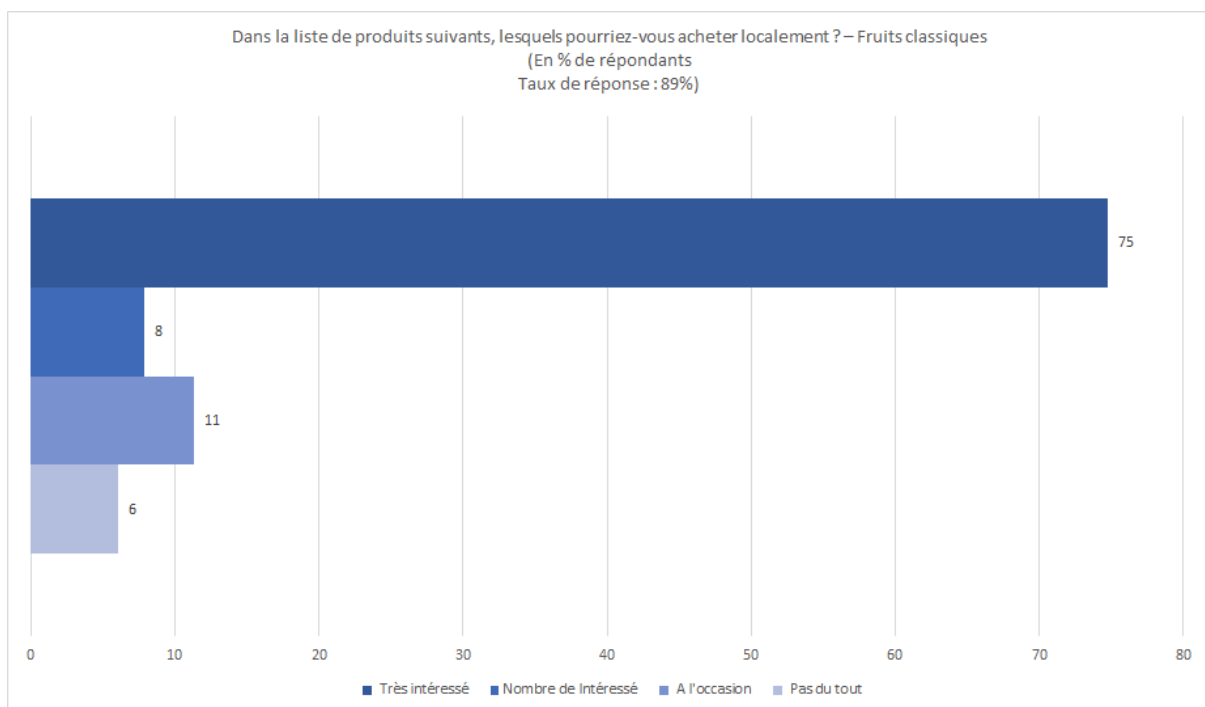
Graphique 18 : Y a-t-il des raisons qui freinent votre consommation de produits alimentaire de proximité ? (plusieurs réponses possibles) / enquête consommateurs



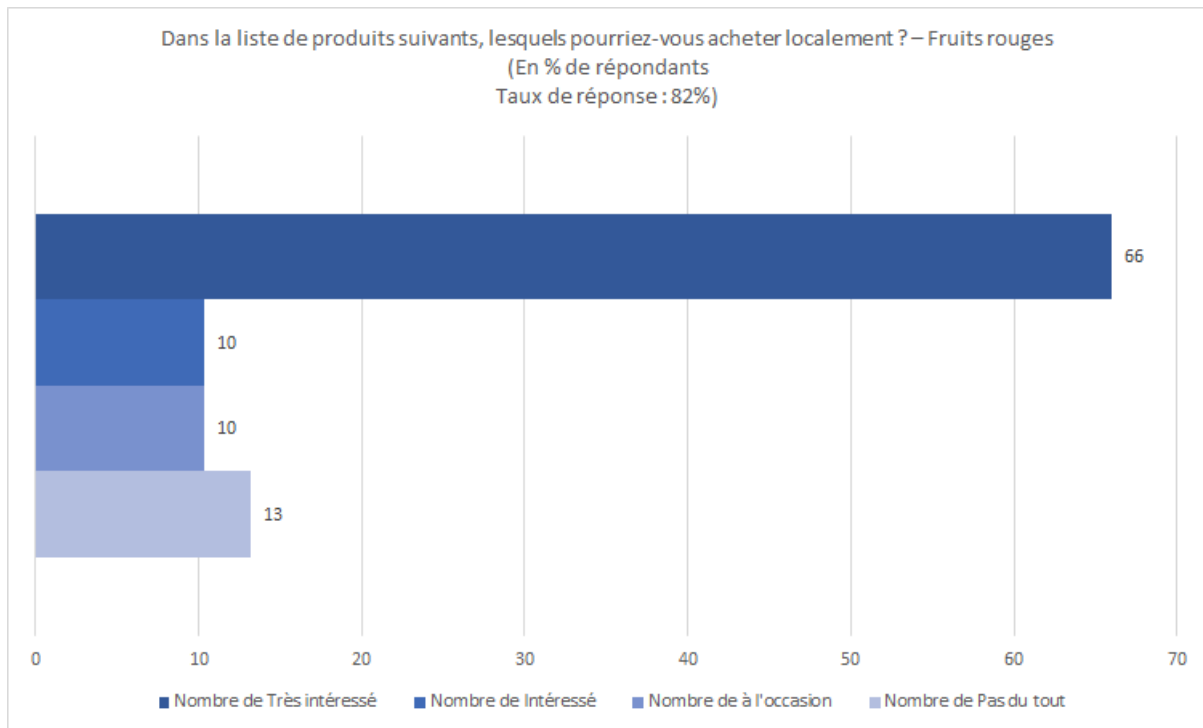
Graphique 19 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Légumes / enquête consommateurs



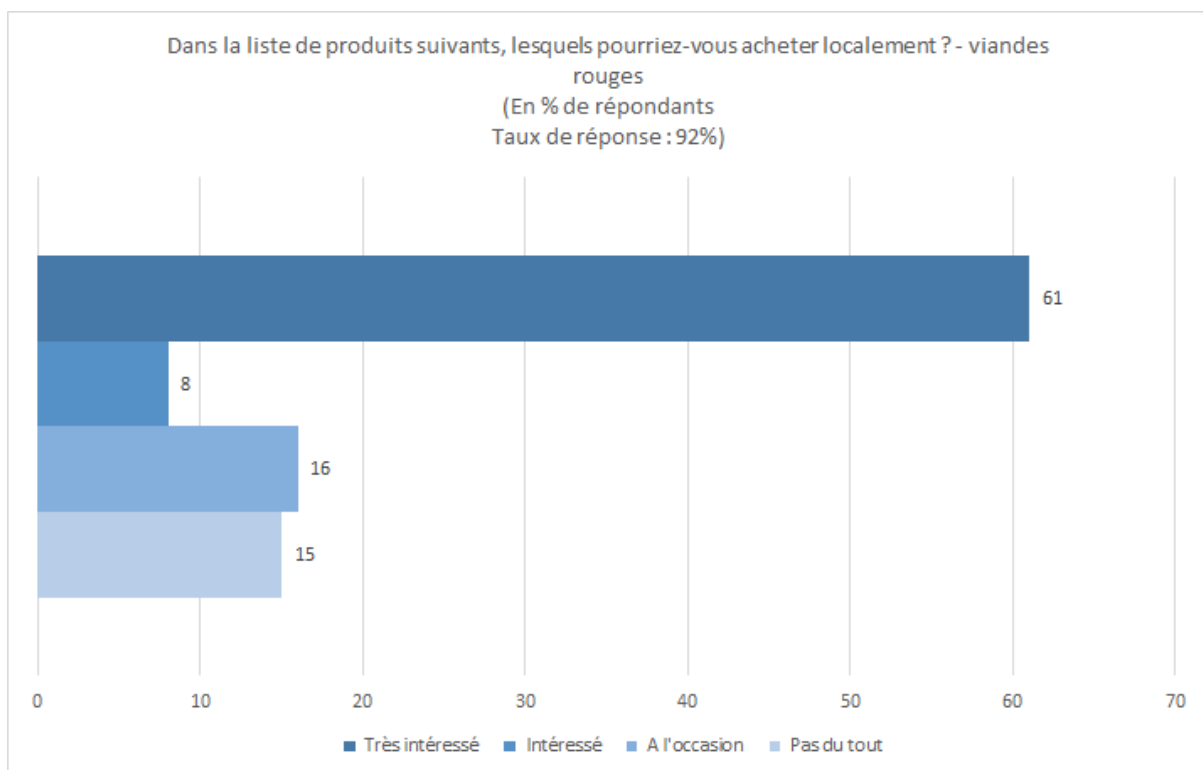
Graphique 20 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Fruits classiques / enquête consommateurs



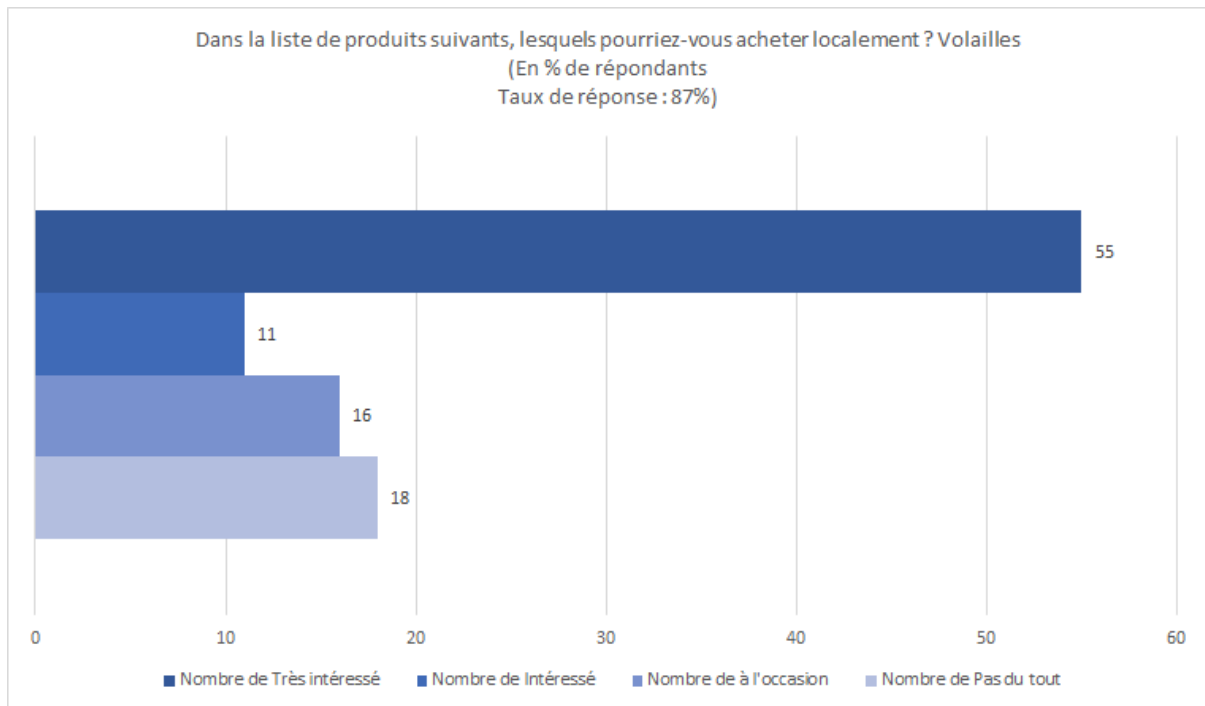
Graphique 21 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Fruits rouges / enquête consommateurs



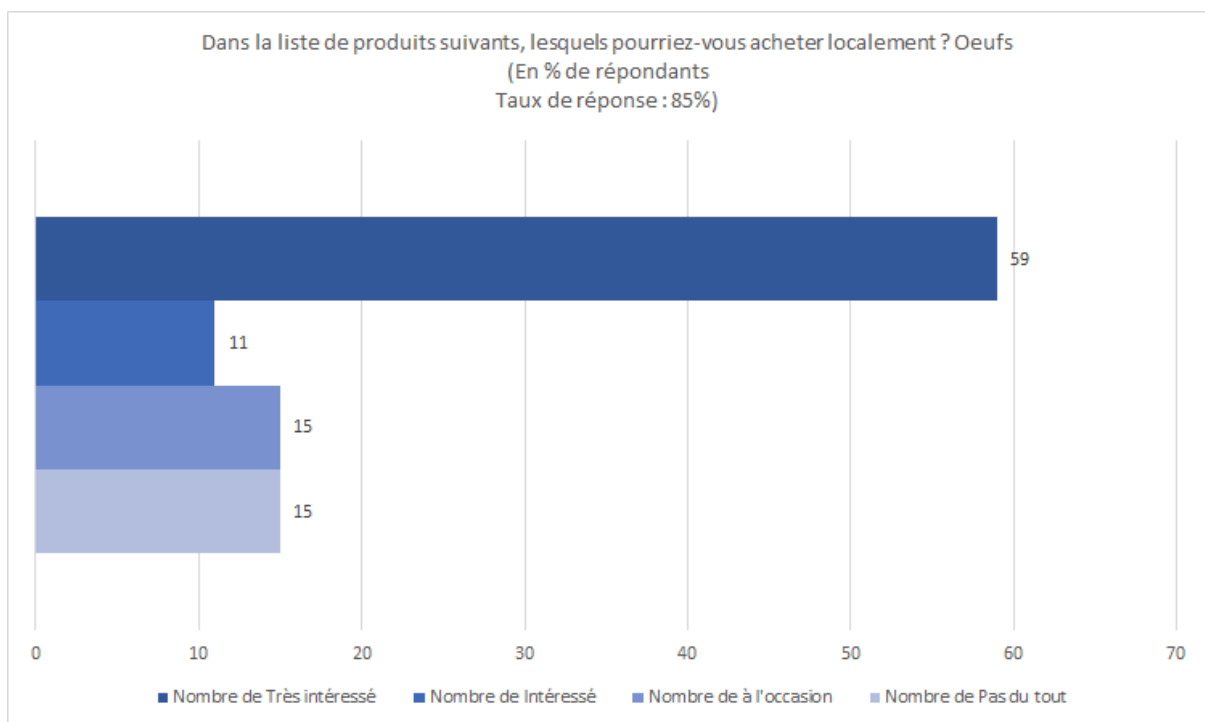
Graphique 22 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Viandes rouges / enquête consommateurs



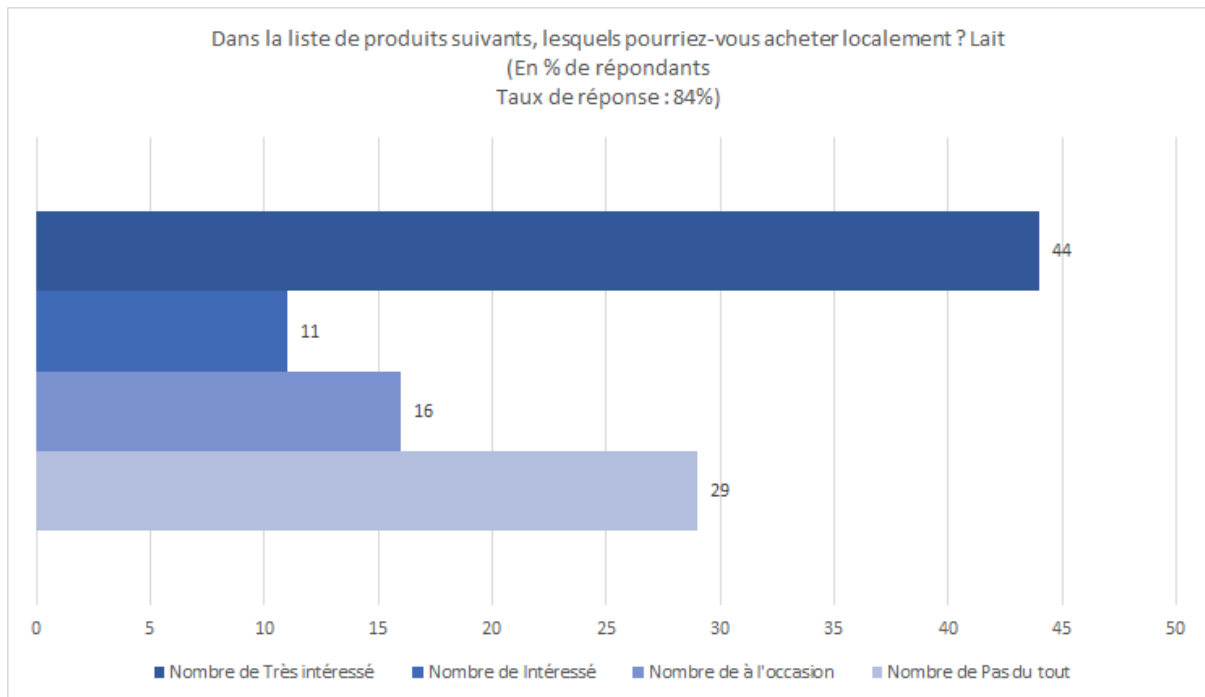
Graphique 23 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Volailles / enquête consommateurs



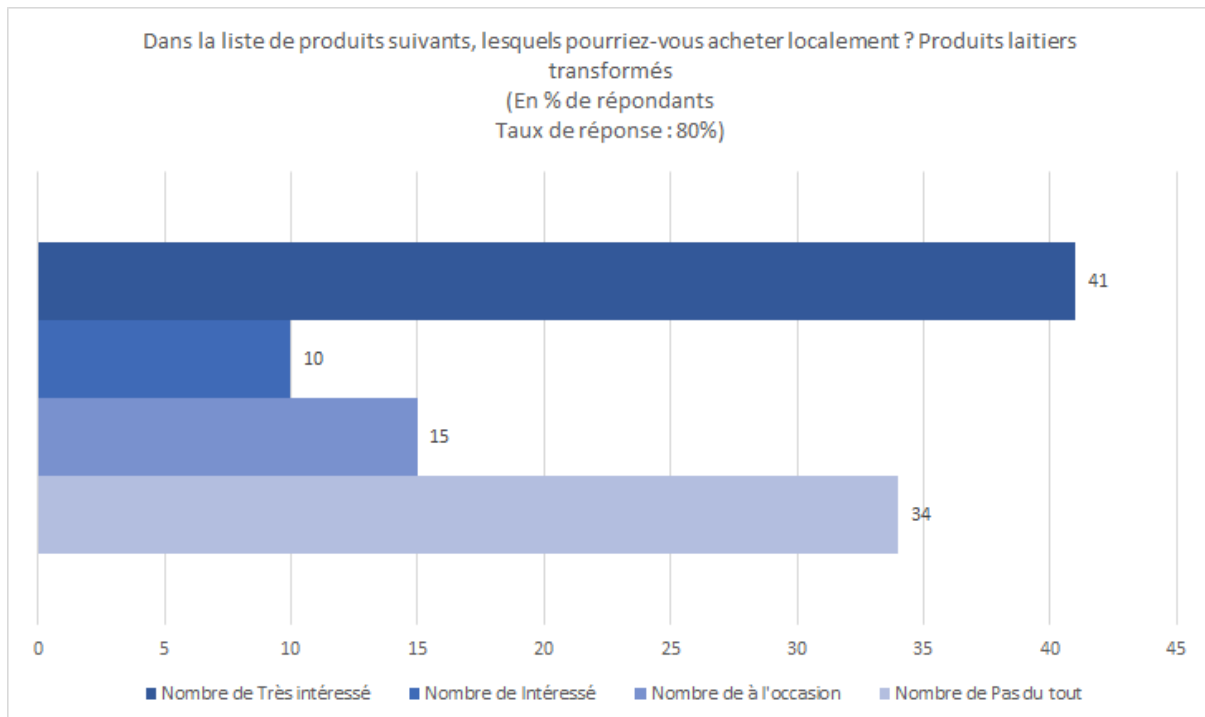
Graphique 24 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Oeufs / enquête consommateurs



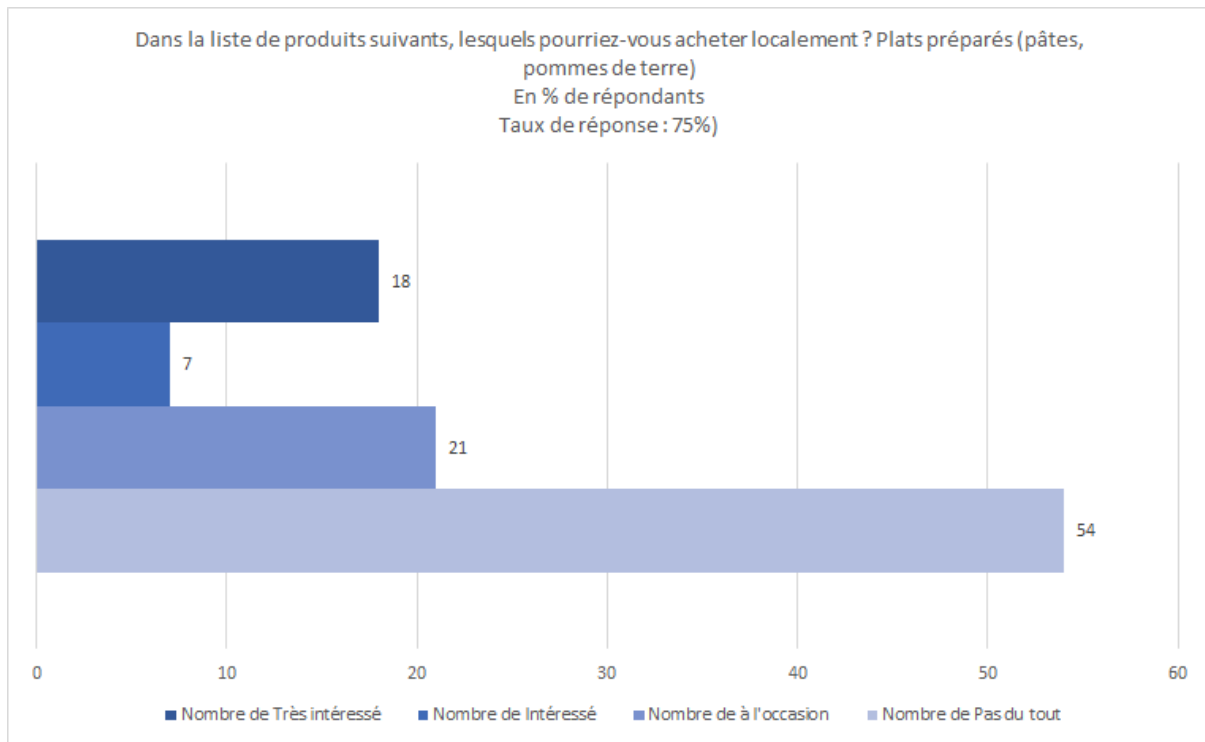
Graphique 25 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Lait/ enquête consommateurs



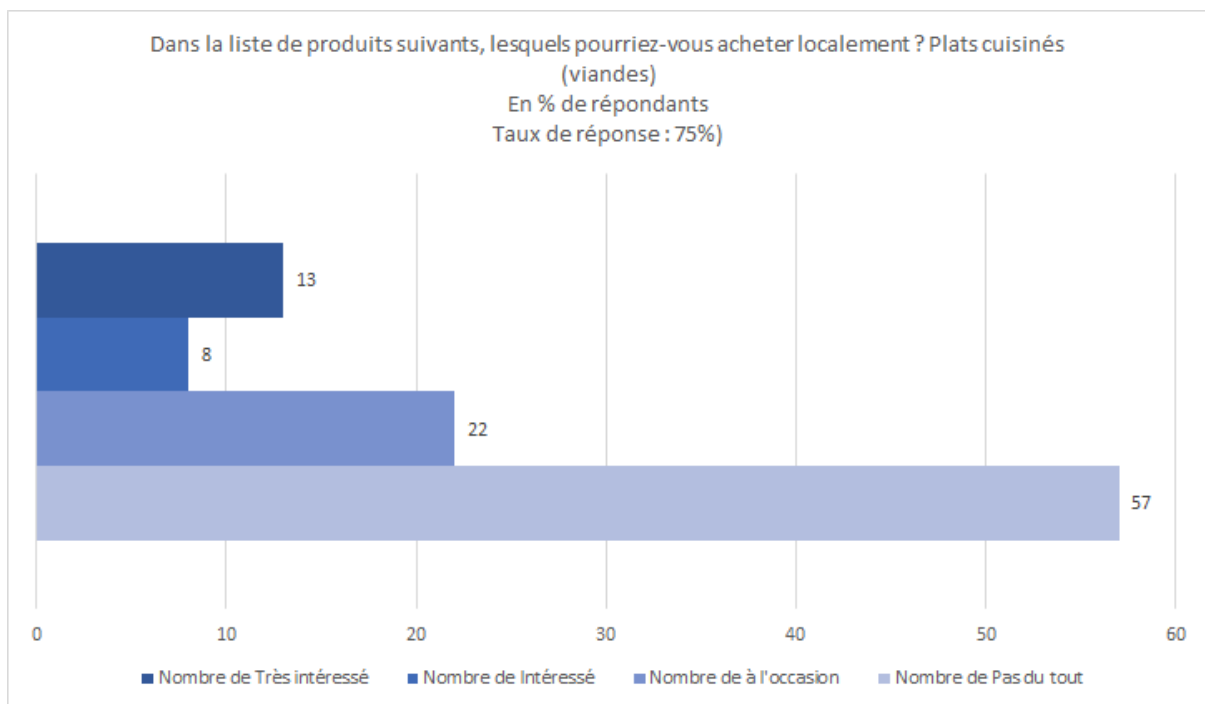
Graphique 26 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Produits laitiers transformés / enquête consommateurs



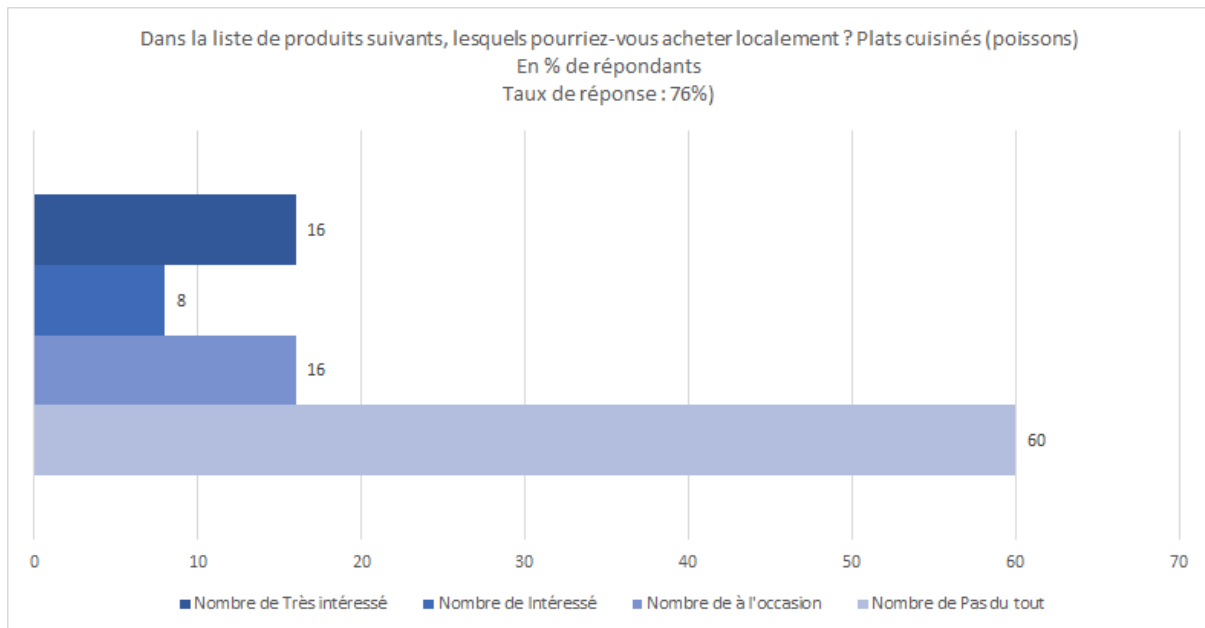
Graphique 27 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats préparés - pommes de terres / enquête consommateurs



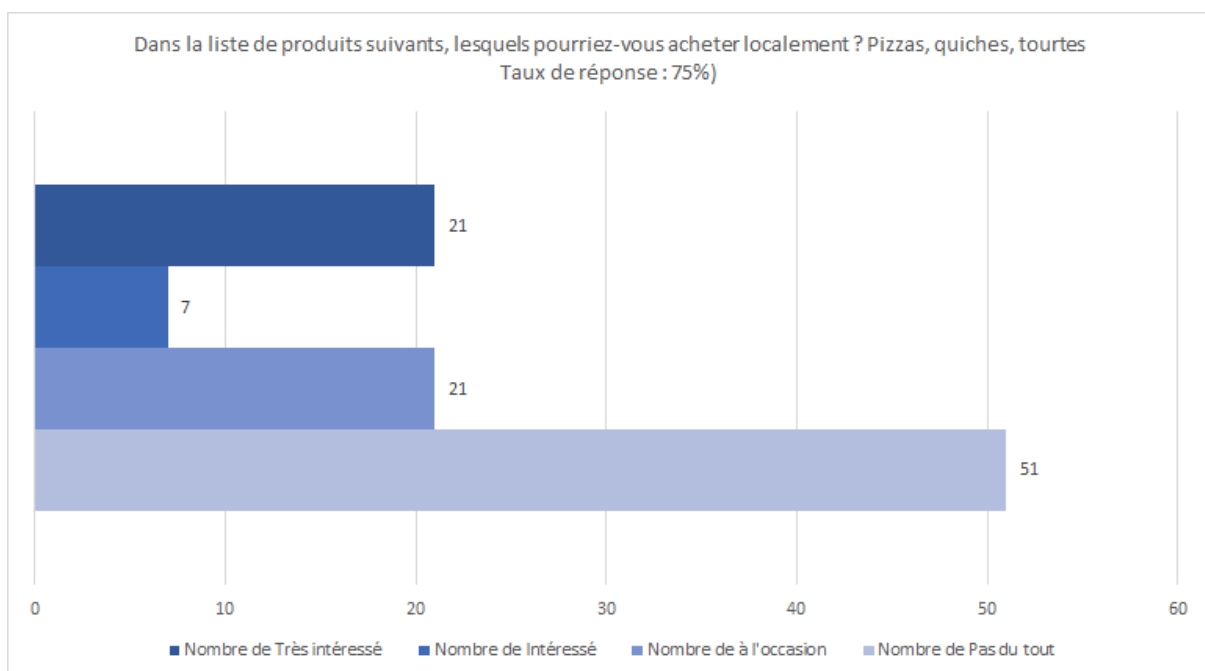
Graphique 28 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats cuisinés - viandes / enquête consommateurs



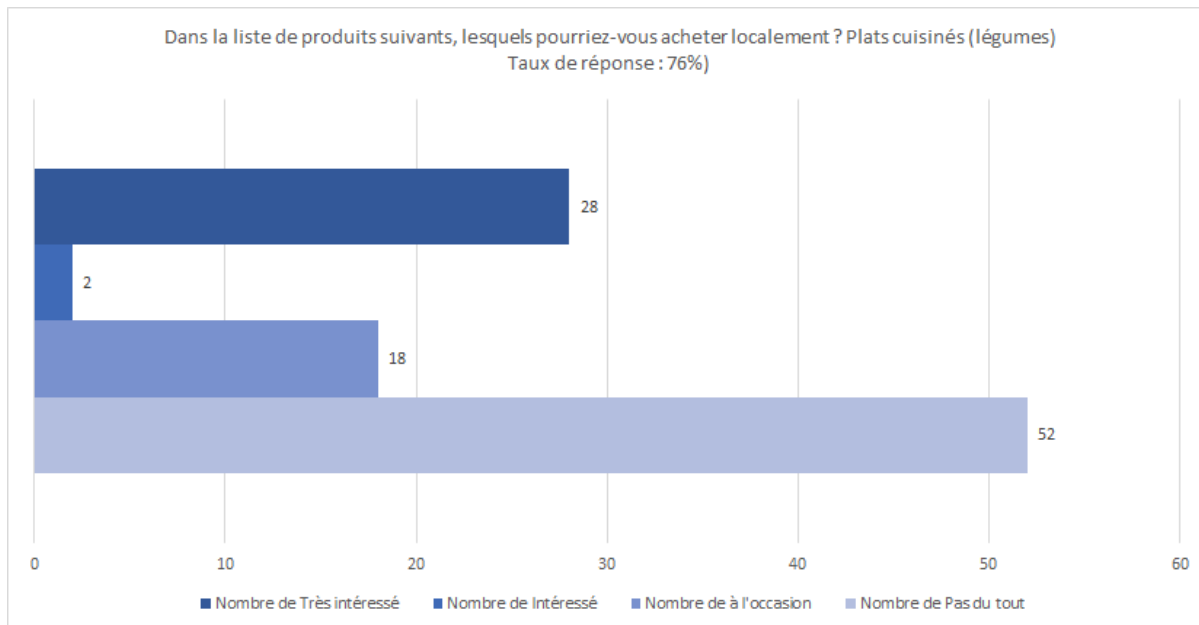
Graphique 29 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats cuisinés - poissons / enquête consommateurs



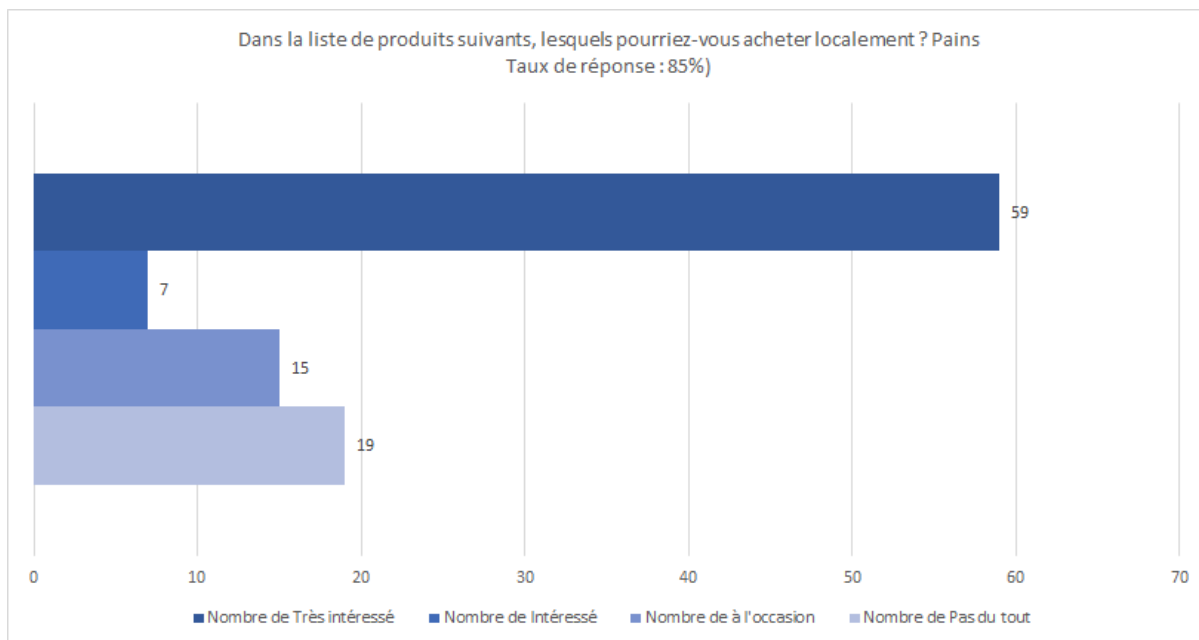
Graphique 30 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats cuisinés - Pizzas, quiches, tourtes/ enquête consommateurs



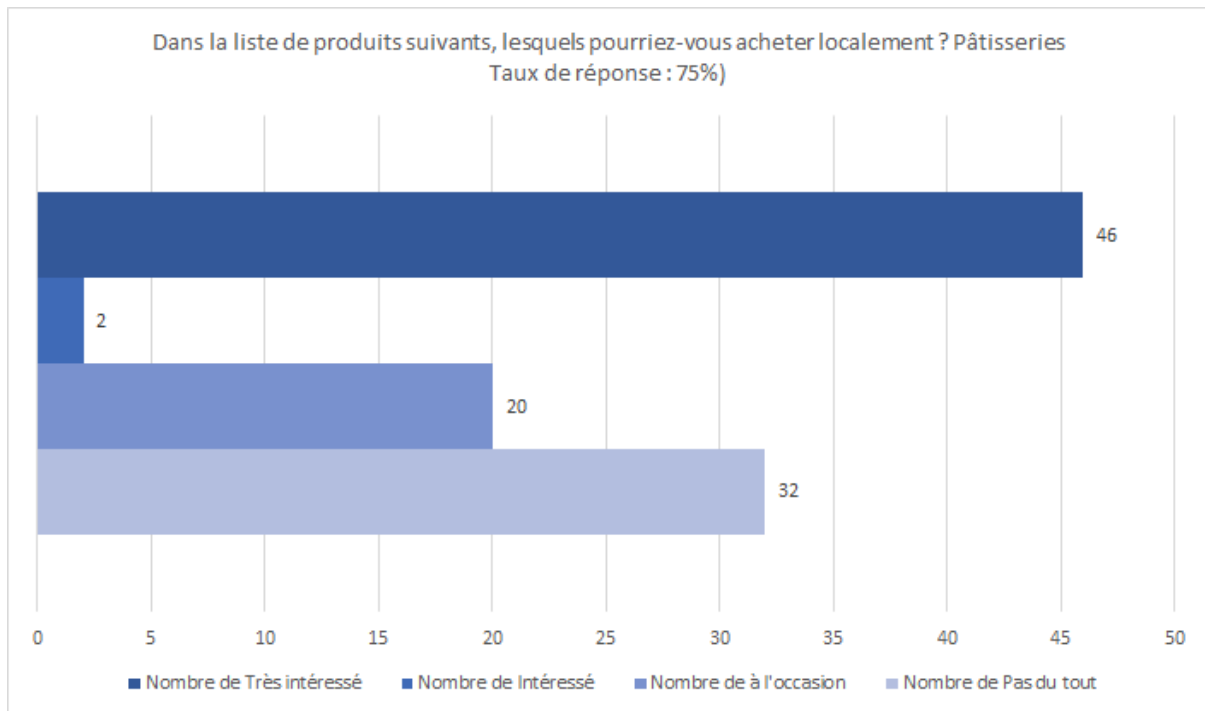
Graphique 31 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Plats cuisinés - Légumes / enquête consommateurs



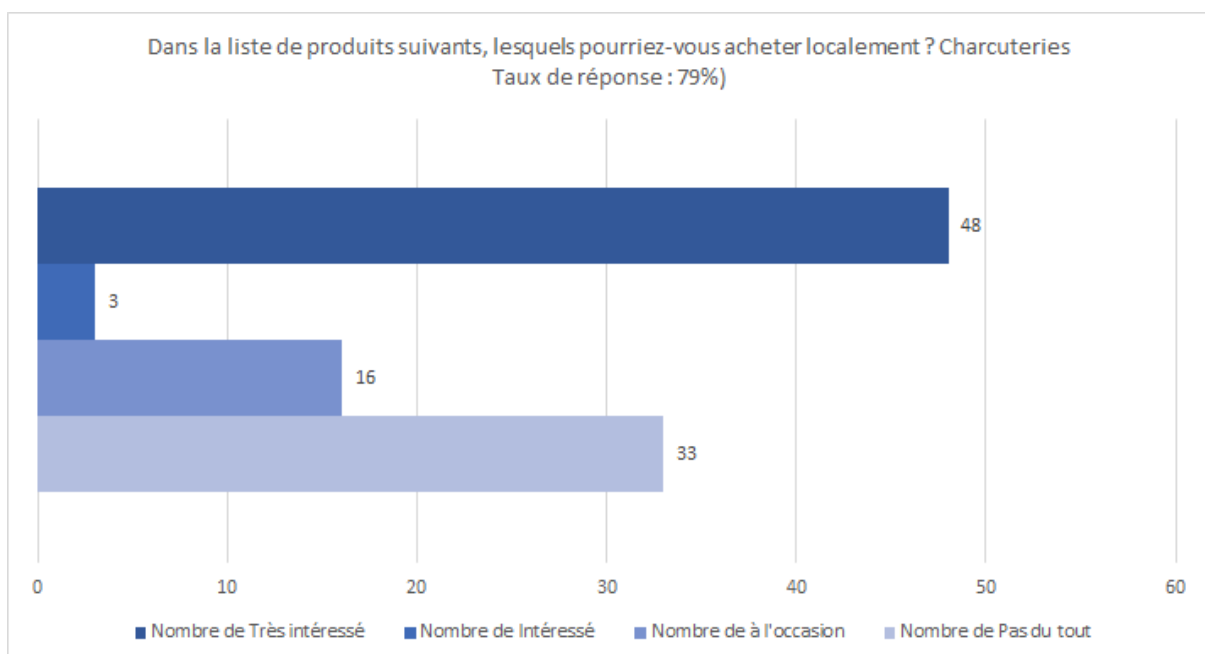
Graphique 32 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Pains / enquête consommateurs



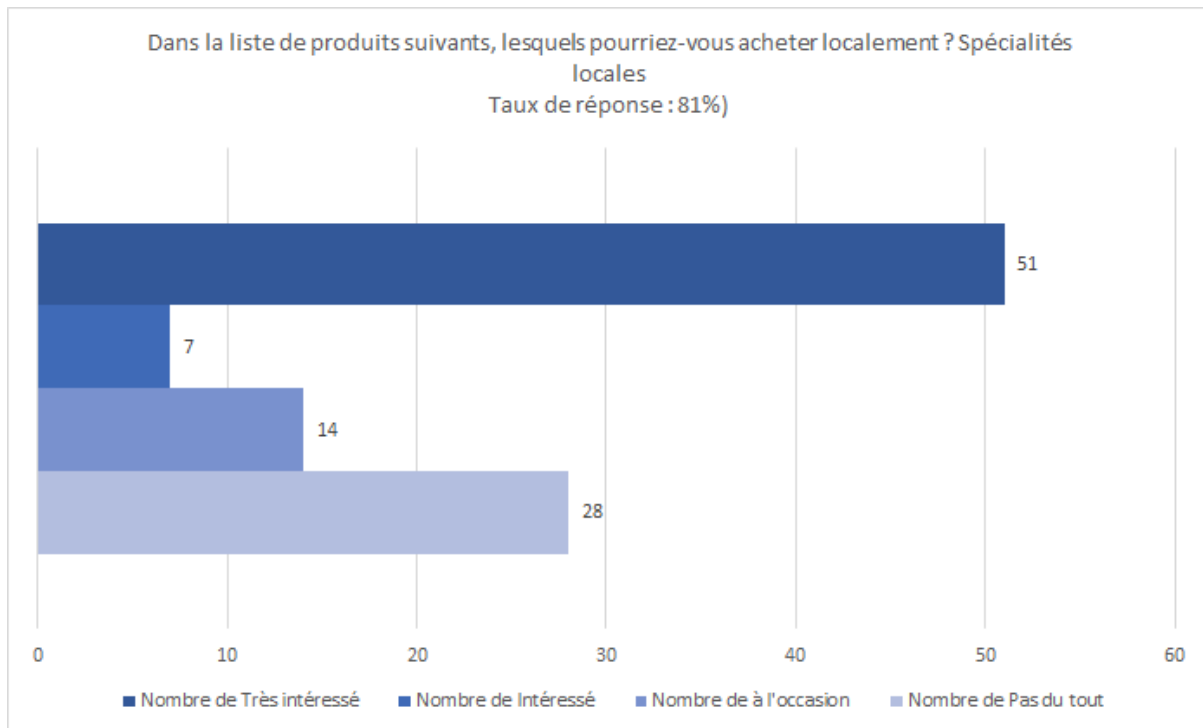
Graphique 33 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Pâtisseries / enquête consommateurs



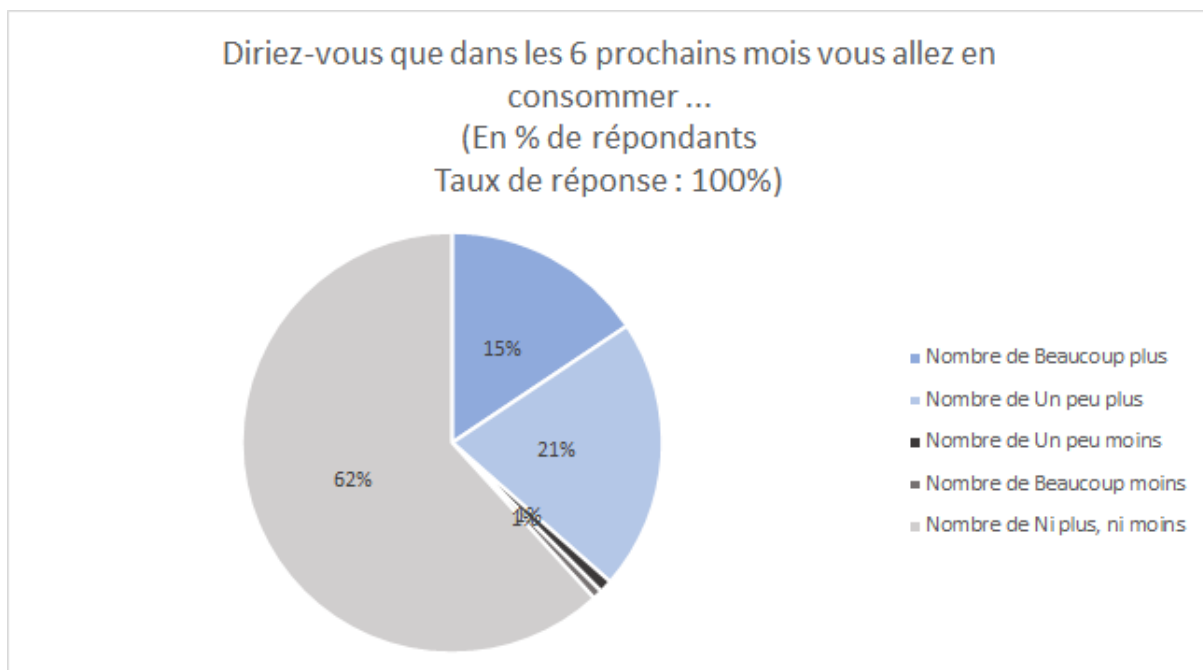
Graphique 34 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Charcuterie / enquête consommateurs



Graphique 35 : Dans la liste de produits suivants, lesquels pourriez-vous acheter localement ? - Spécialités locales / enquête consommateurs

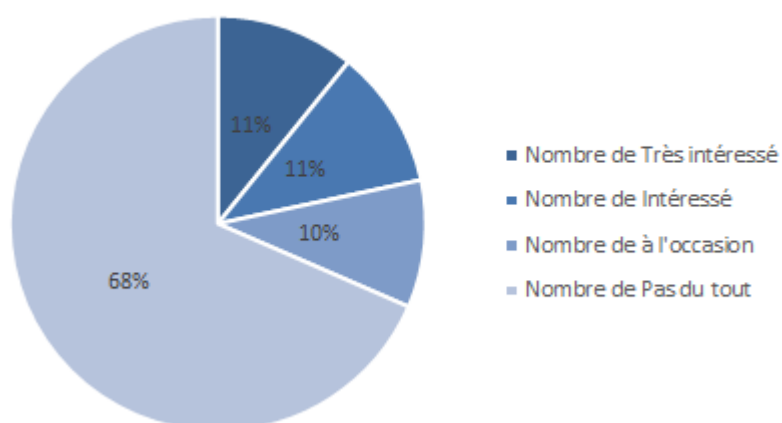


Graphique 36 : Pour vos futures consommations personnelles, quels modes d'achat de produits locaux pourriez-vous utiliser ? / enquête consommateurs

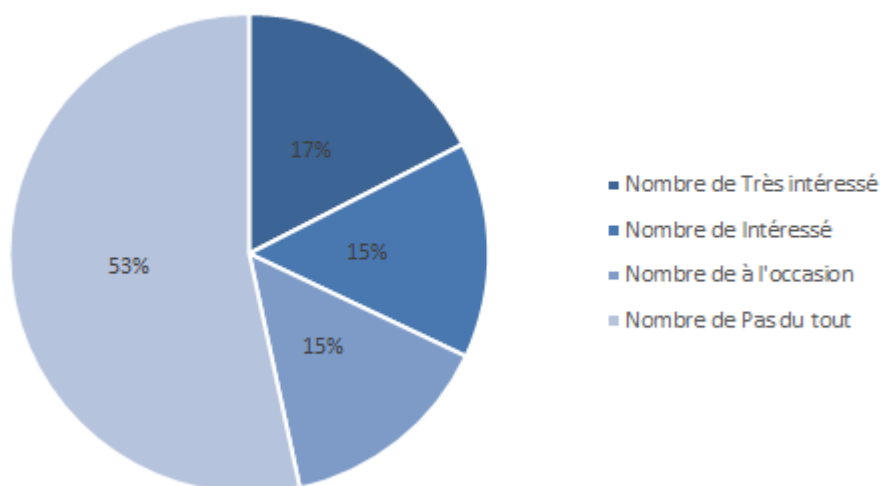


Graphique 37 : Pour vos futures consommations personnelles, quels modes d'achat de produits locaux pourriez-vous utiliser ? / enquête consommateurs

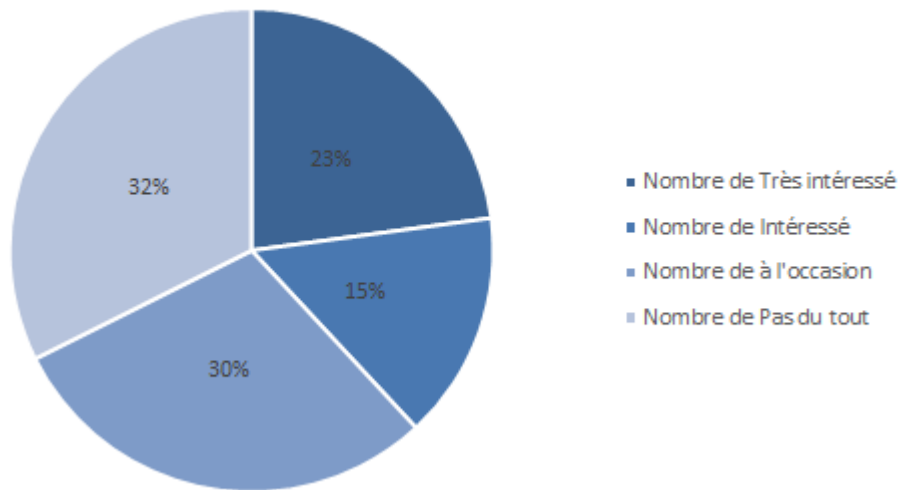
Acheter sur internet



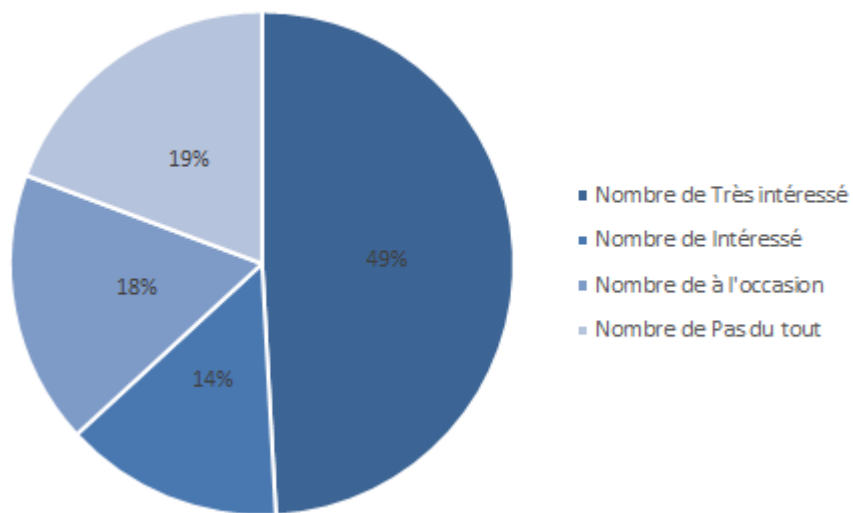
Paniers avec abonnement



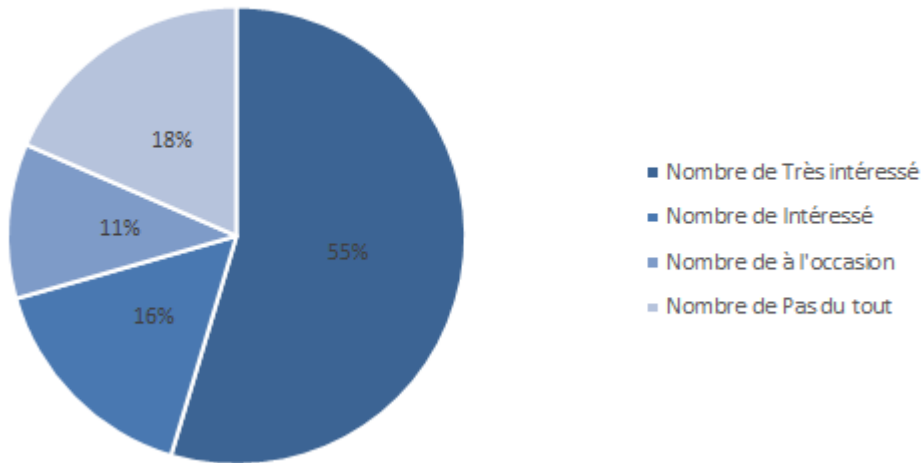
Véhicules en tournée



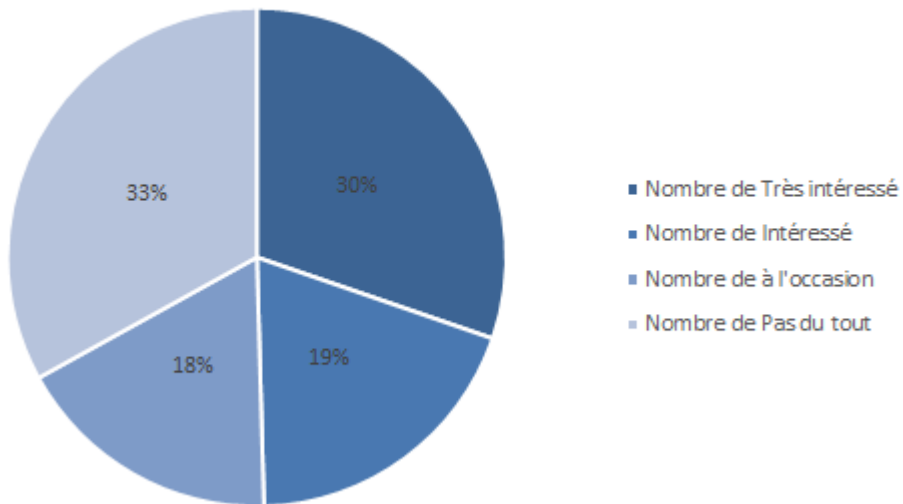
Acheter à la ferme



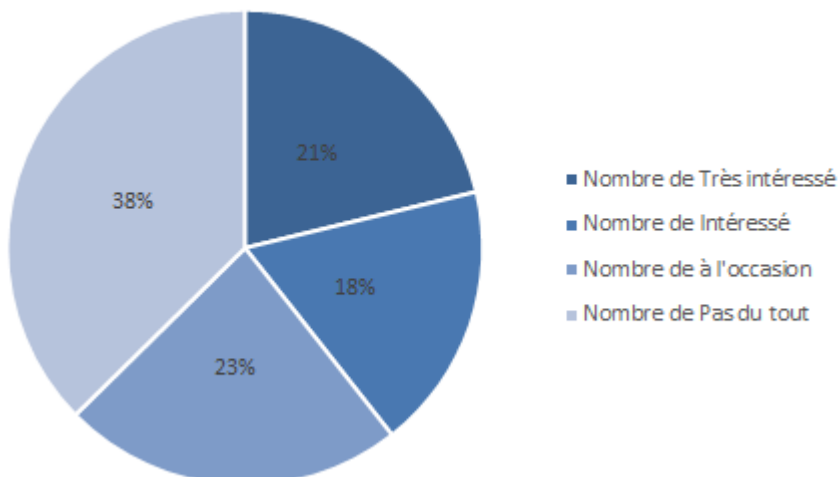
Points de vente gérés par les agriculteurs



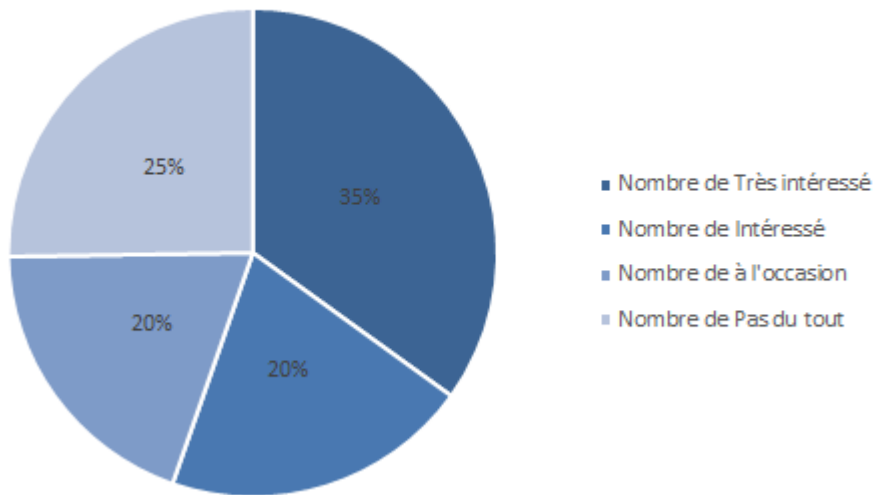
Marchés matin en semaine



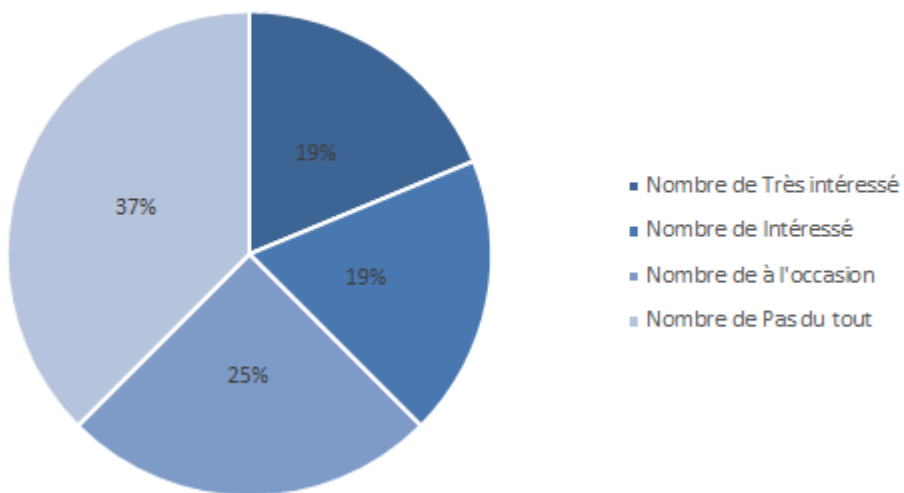
Marchés soir en semaine



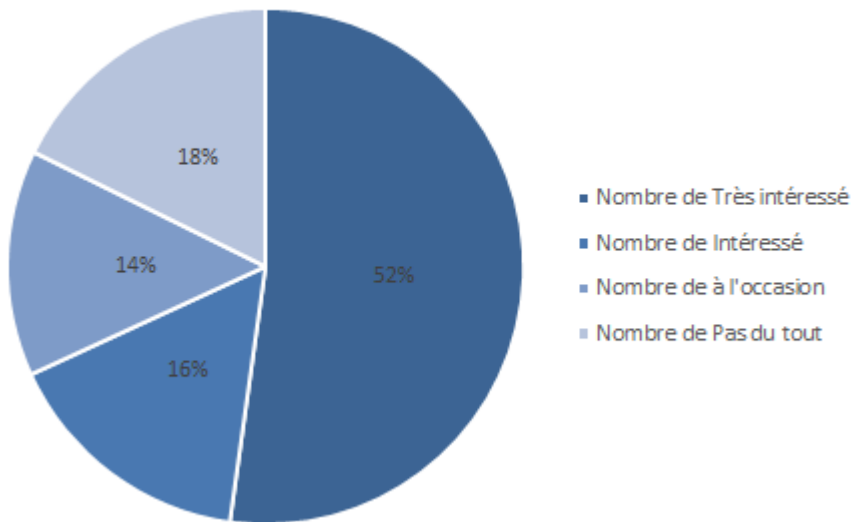
Marchés matin le week-end



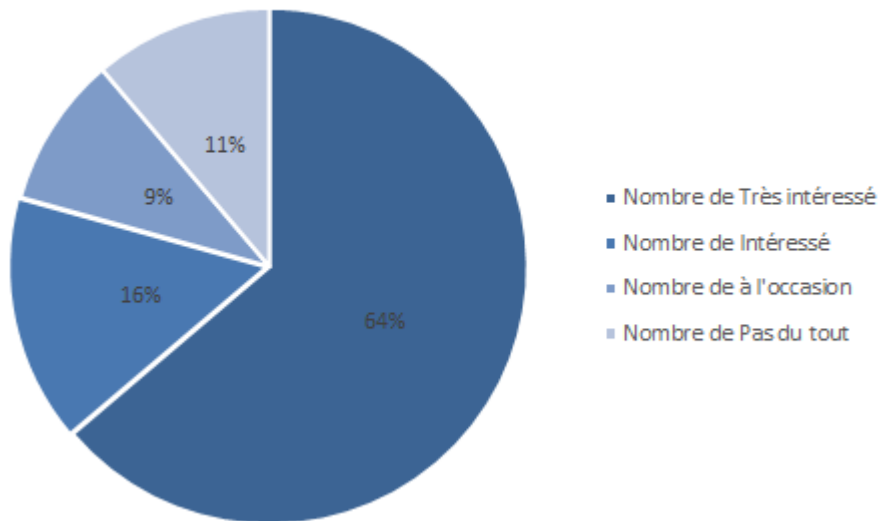
Marchés soir le week-end



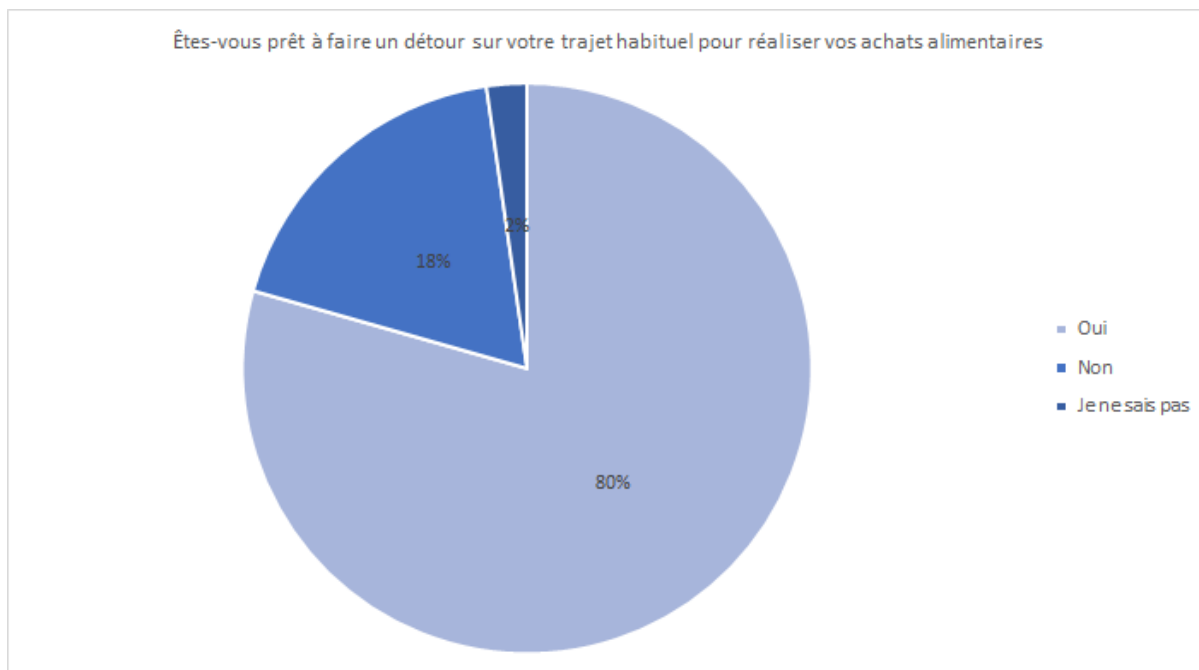
Acheter en supermarché



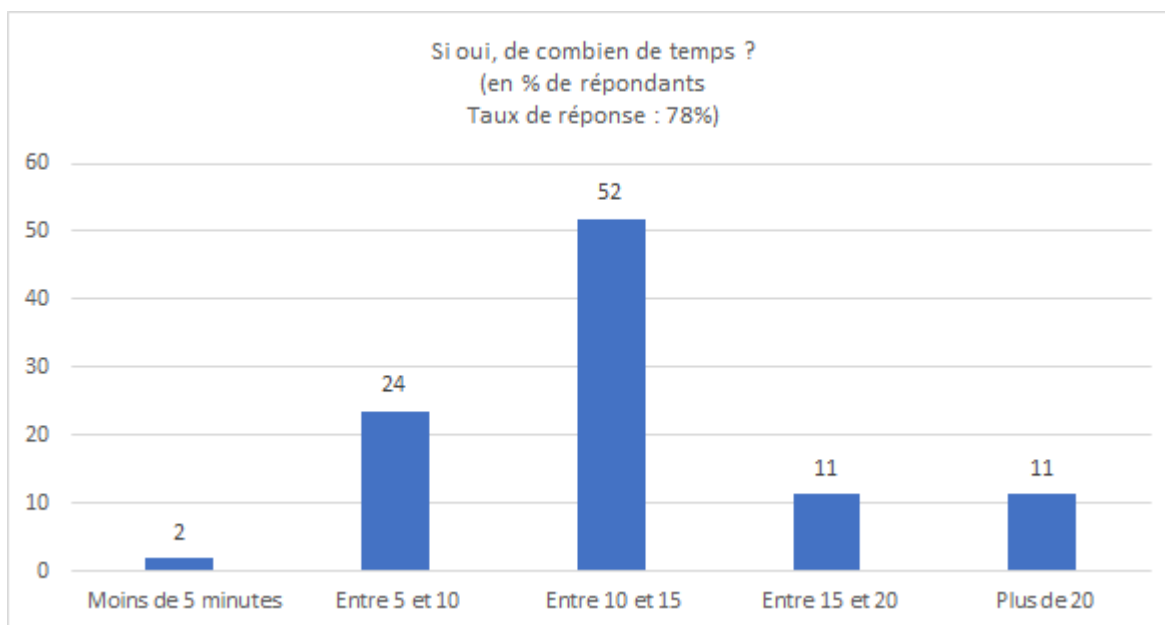
Commerçants habituels



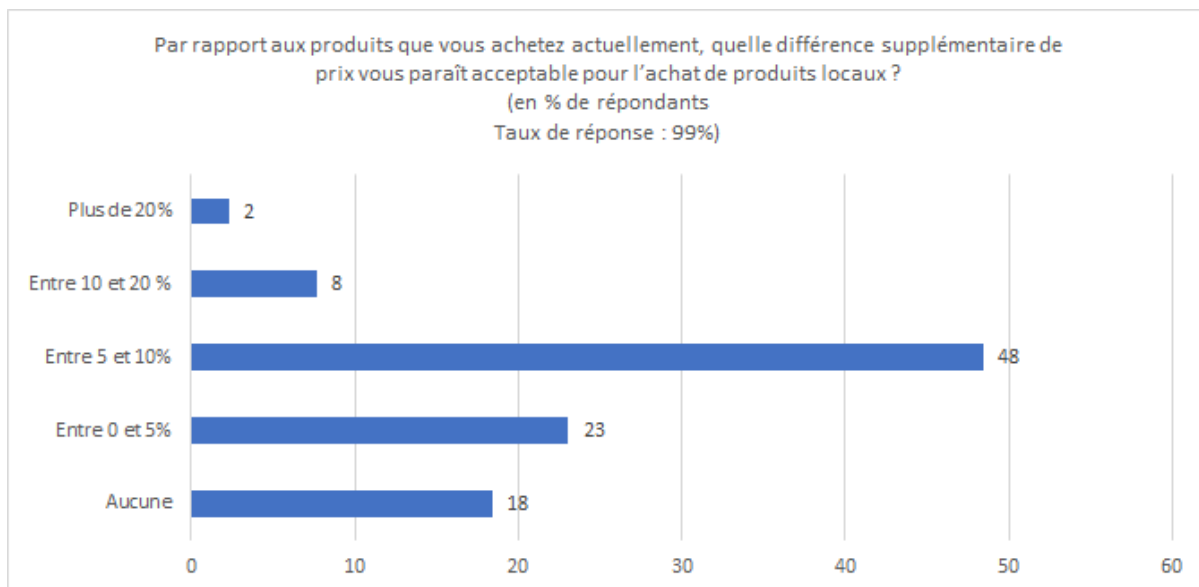
Graphique 38 : Êtes-vous prêt à faire un détour sur votre trajet habituel pour réaliser vos achats alimentaires ? / enquête consommateurs



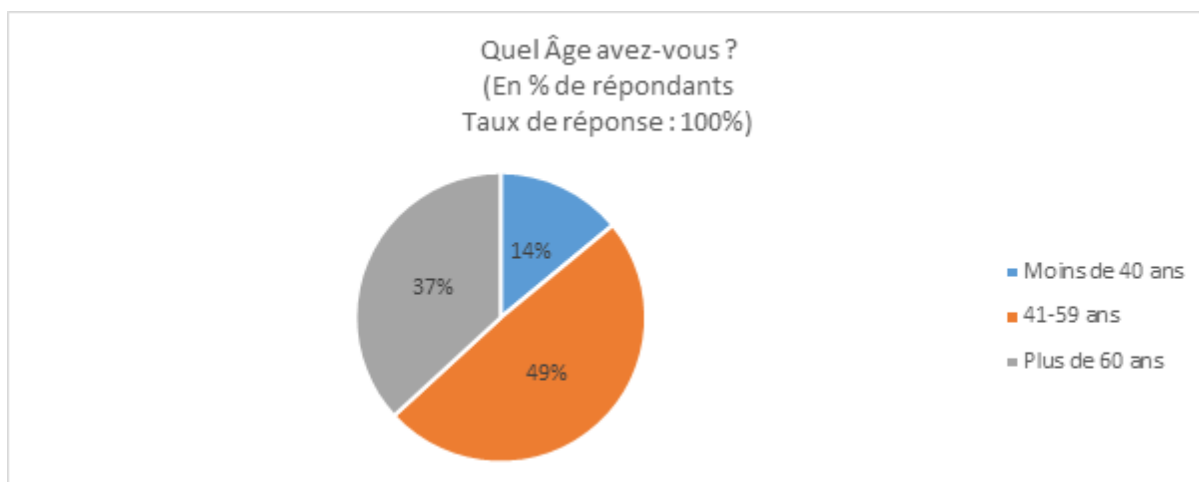
Graphique 39 : Si oui, de combien de temps ? / enquête consommateurs



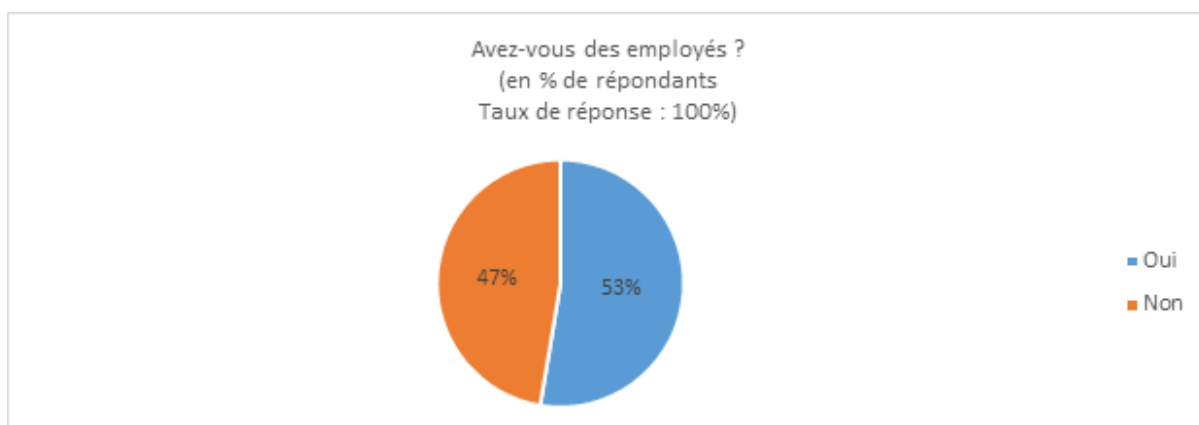
Graphique 40 : Par rapport aux produits que vous achetez actuellement, quelle différence supplémentaire de prix vous paraît acceptable pour l'achat de produits locaux ? / enquête consommateurs



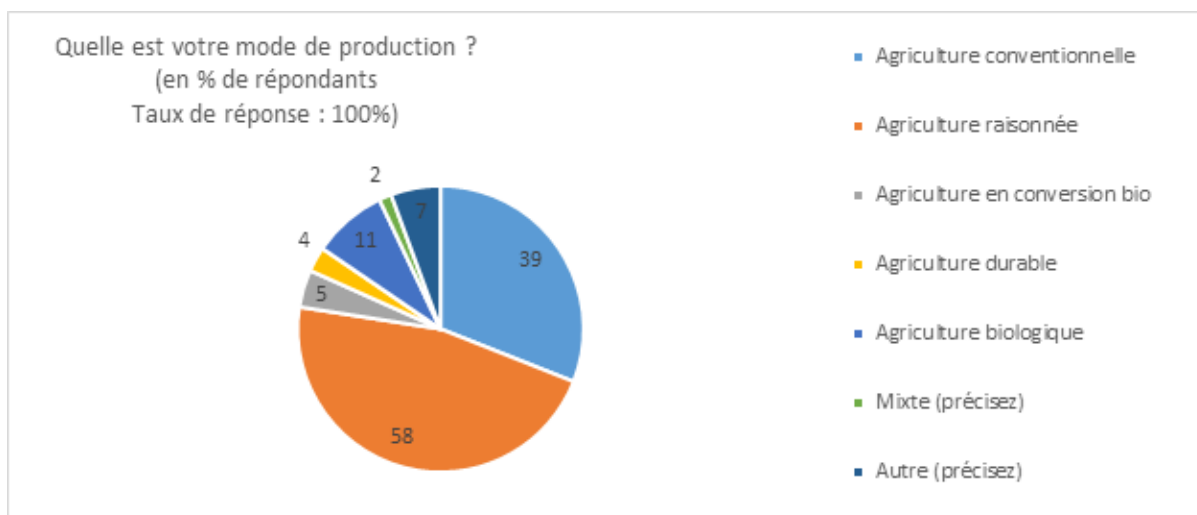
Graphique 41 : Profils - Âge / enquête producteurs



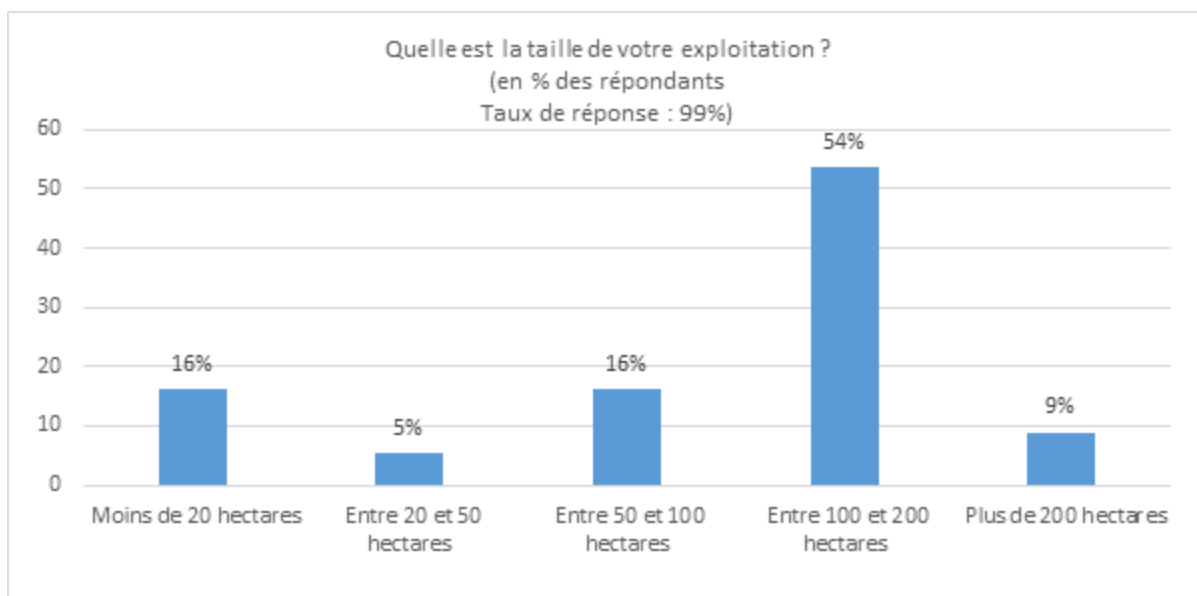
Graphique 42 : Nombre d'employés dans l'exploitation / enquête producteurs



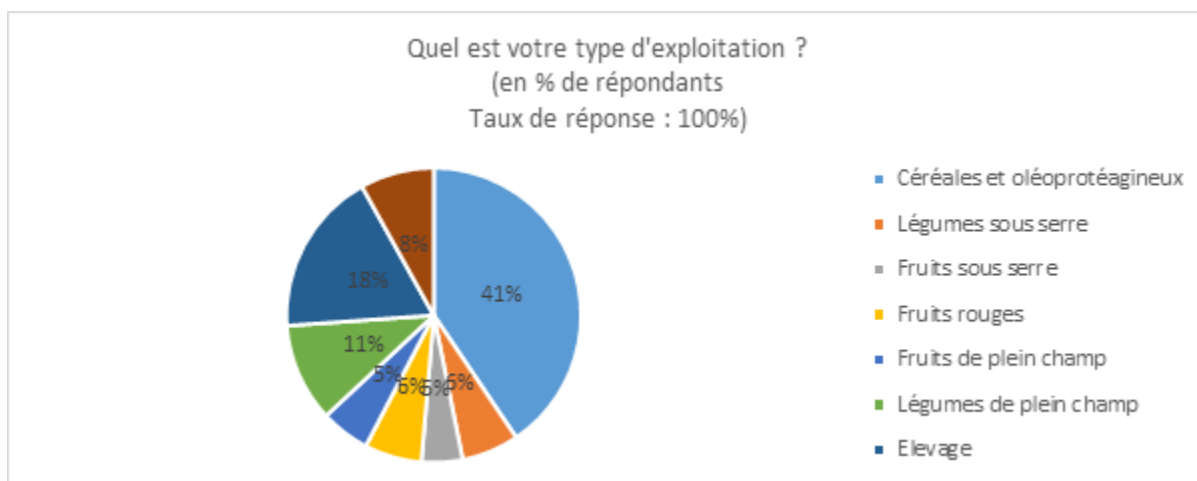
Graphique 43 : Mode de production / enquête producteurs



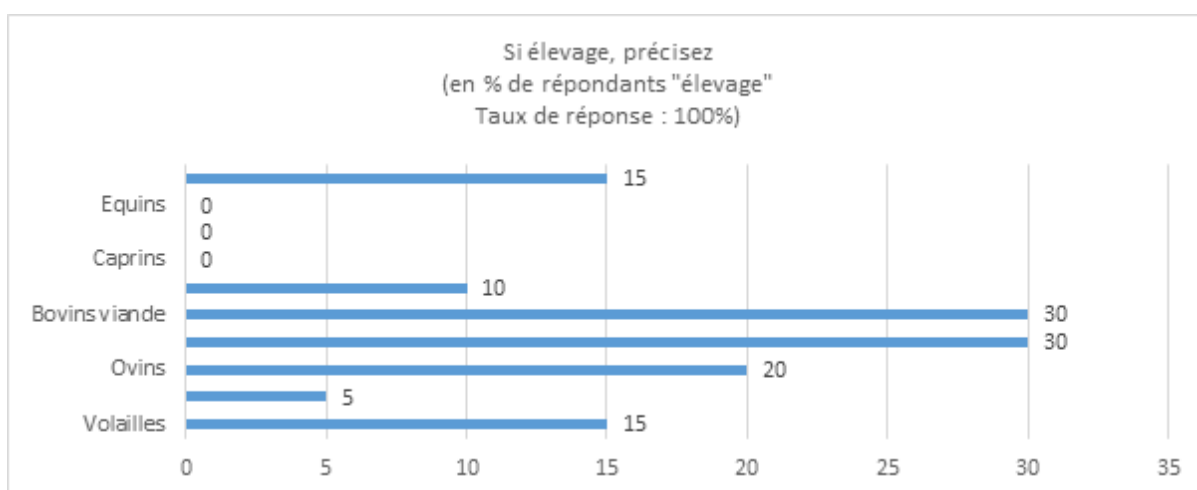
Graphique 44 : Taille de l'exploitation / enquête producteurs



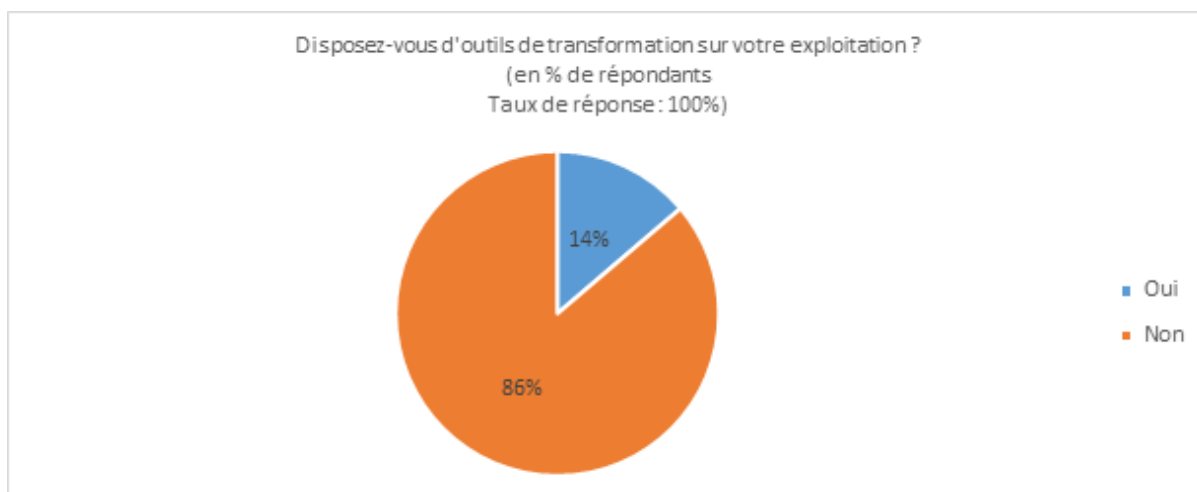
Graphique 45 : Type d'exploitation / enquête producteurs



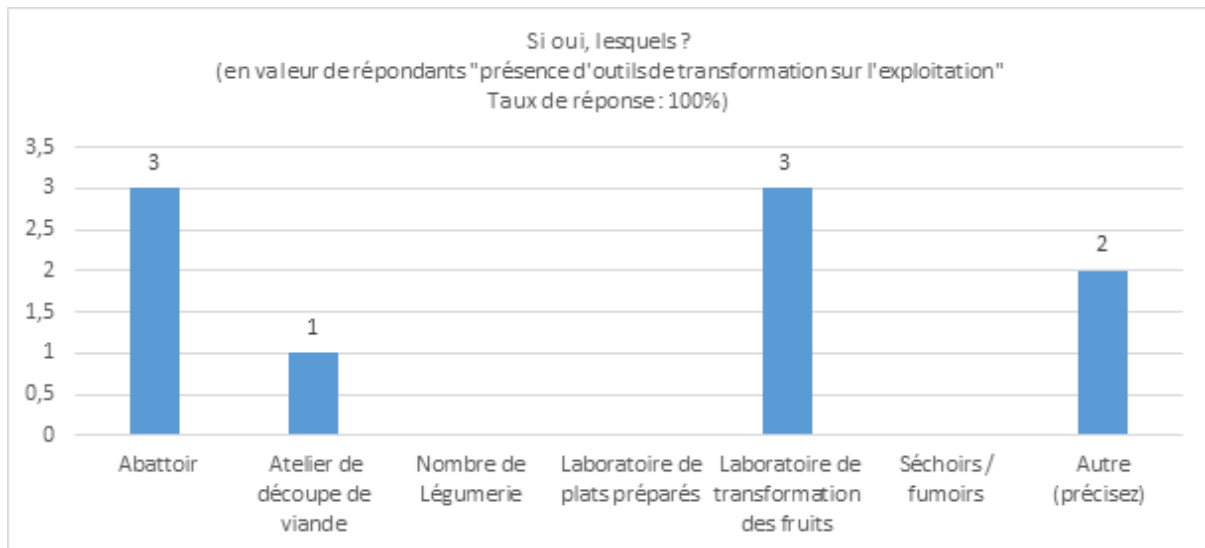
Graphique 46 : Exploitation de type élevage / enquête producteurs



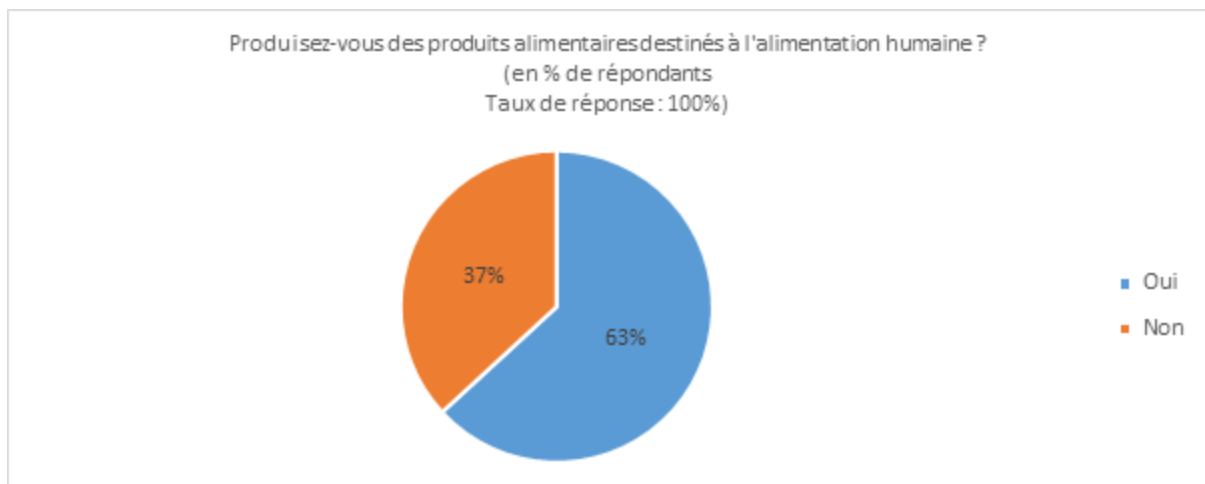
Graphique 47 : Présence d'outils de transformation / enquête producteurs



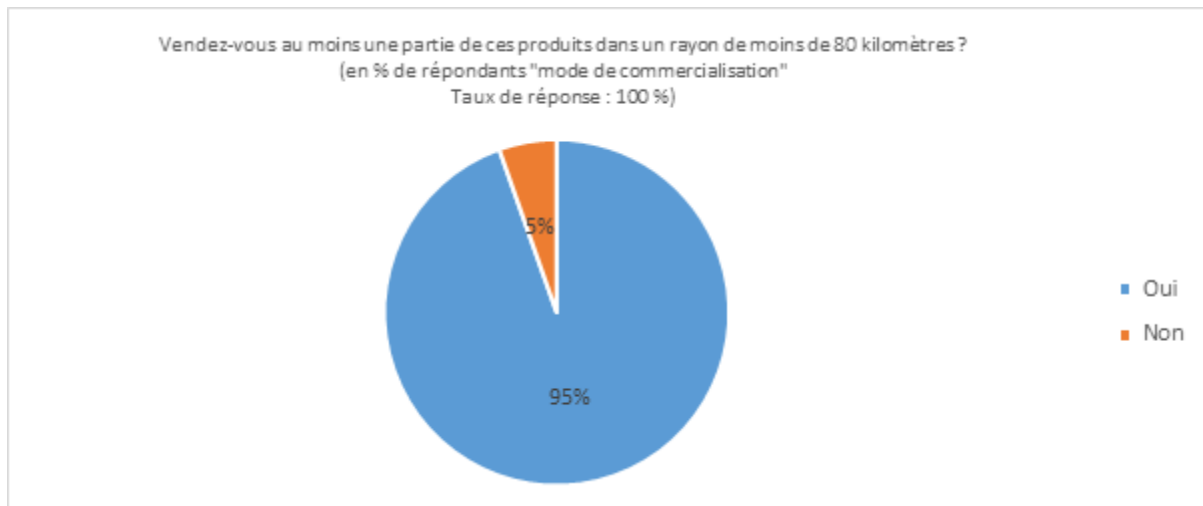
Graphique 48 : Types d'outils de transformation sur l'exploitation / enquête producteurs



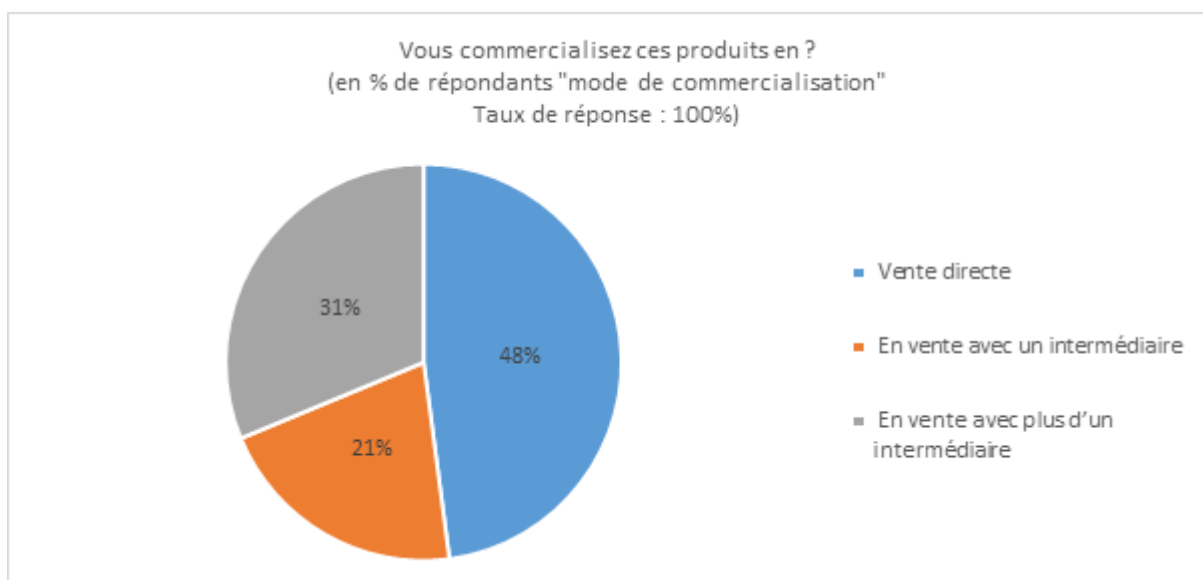
Graphique 49 : Production de produits alimentaires à destination de l'alimentation humaine / enquête producteurs



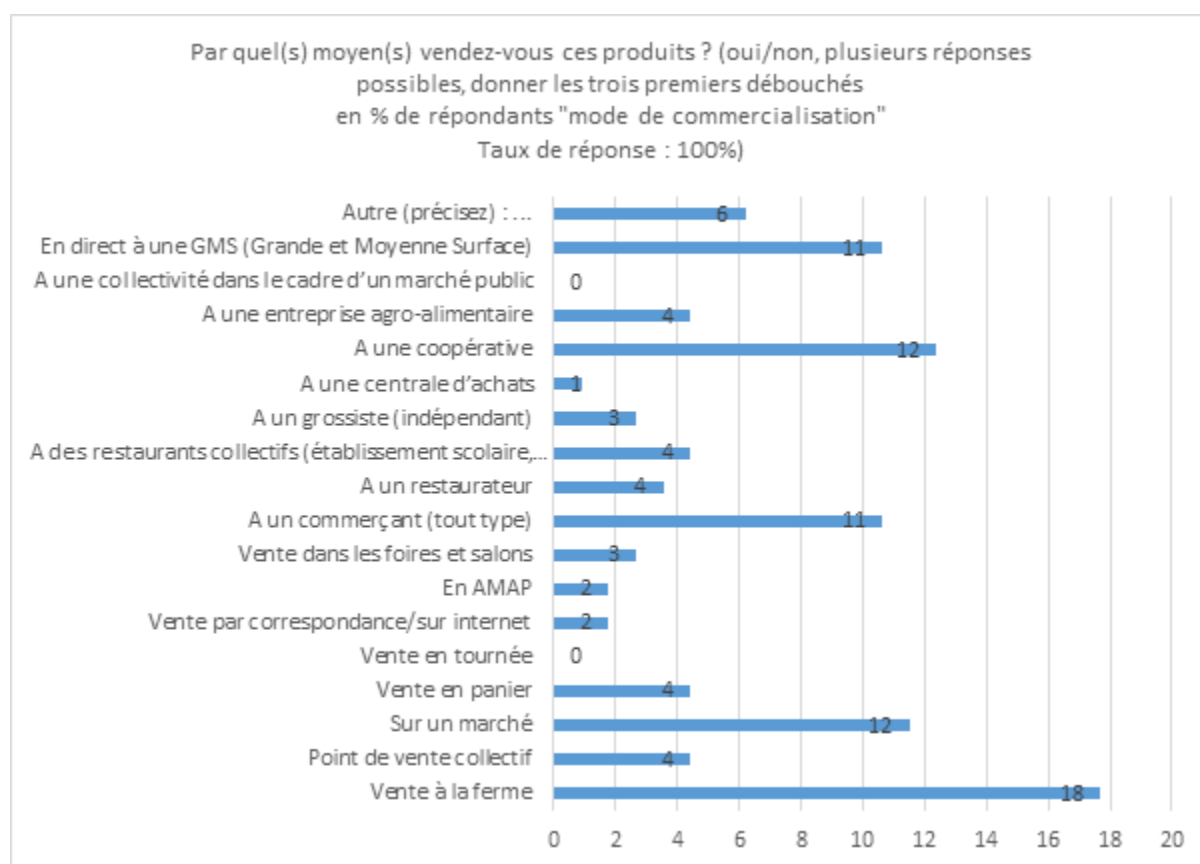
Graphique 50 : Vente de produits alimentaires à destination de l'alimentation humaine à moins de 80 km / enquête producteurs



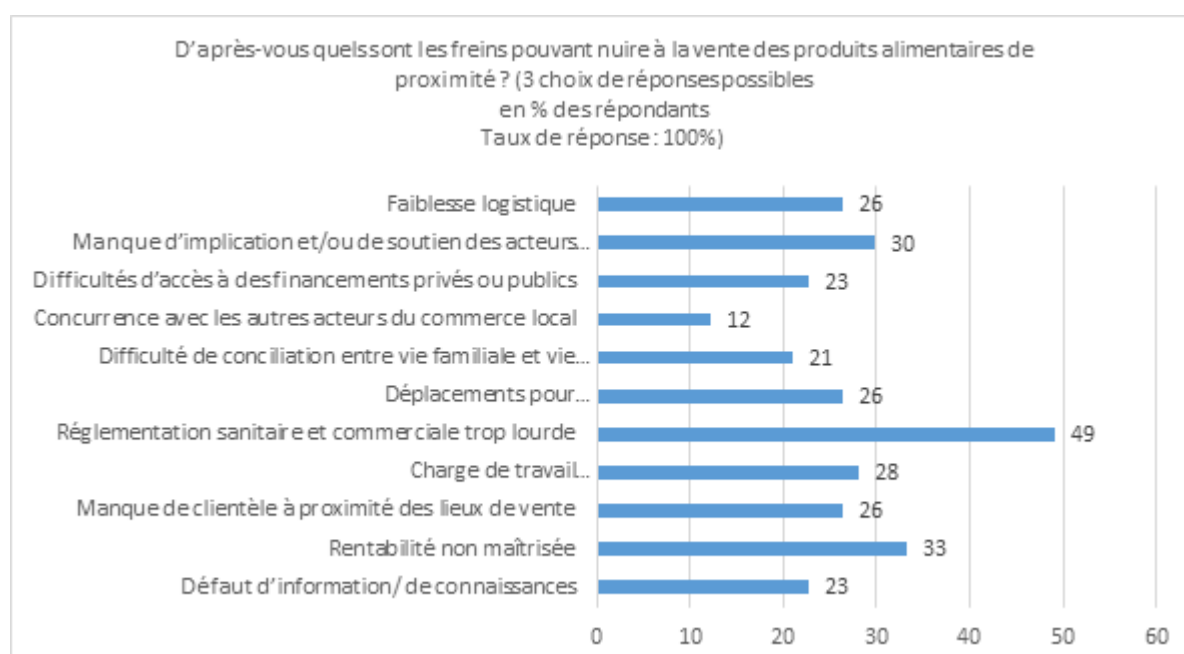
Graphique 51 : Type de commercialisation des produits / enquête producteurs



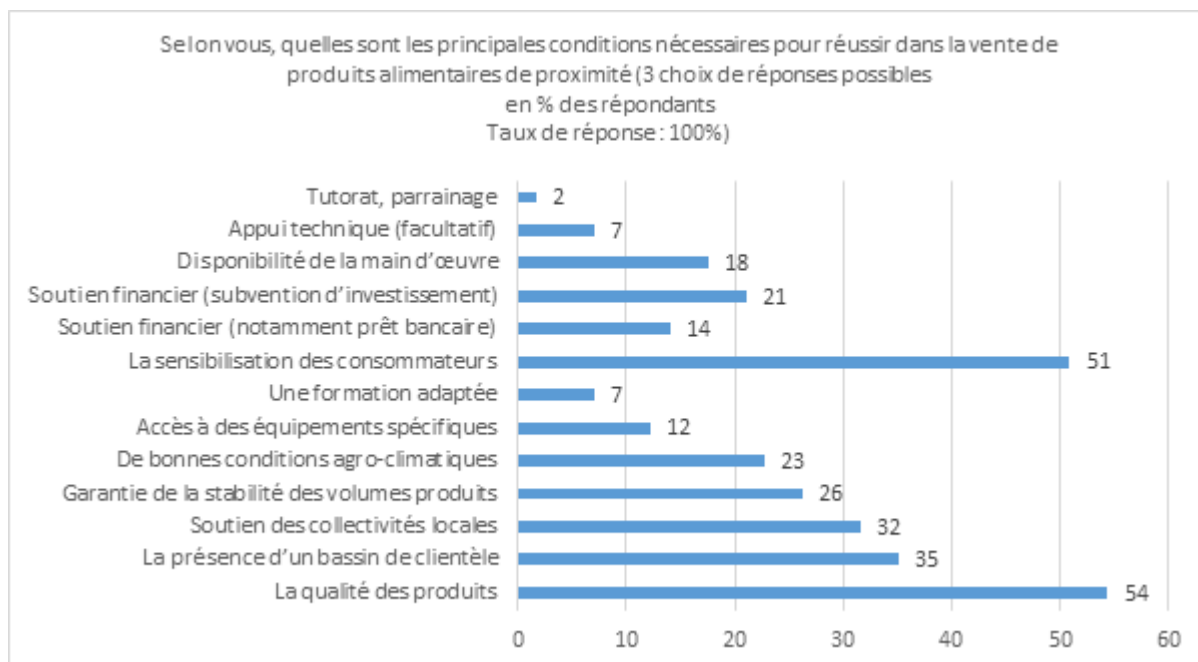
Graphique 52 : Type de débouchés commerciales / enquête producteurs



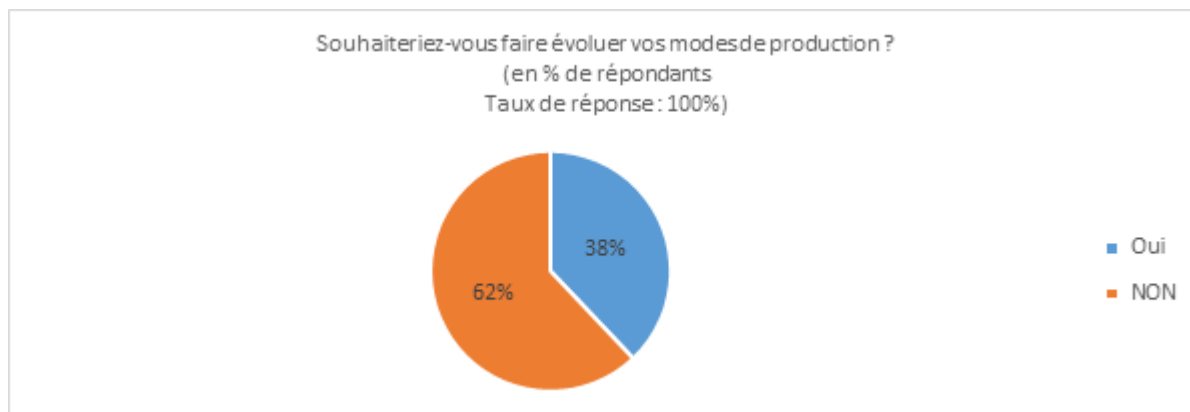
Graphique 53 : Freins potentiels pour la vente de produits alimentaires de proximité / enquête producteurs



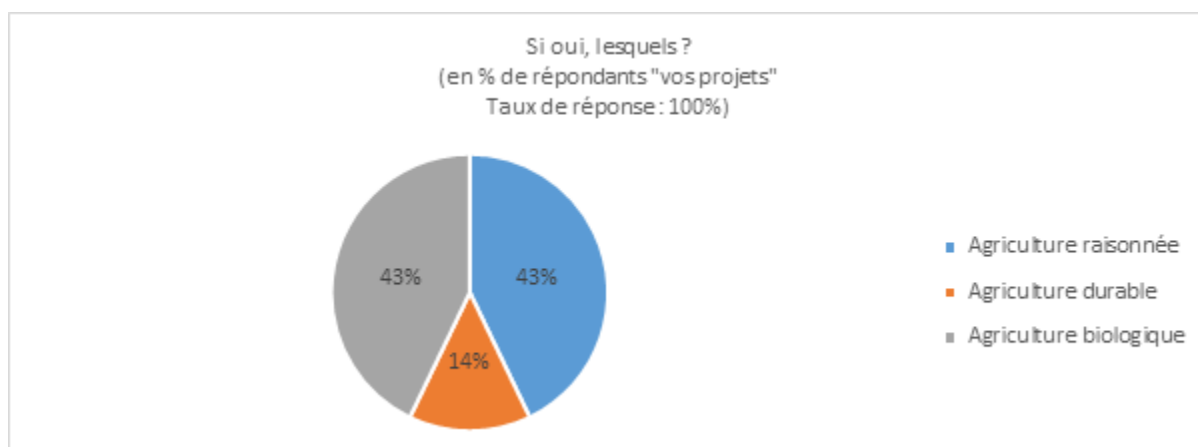
Graphique 54 : Conditions nécessaires pour réussir dans la vente de produits alimentaires de proximité / enquête producteurs



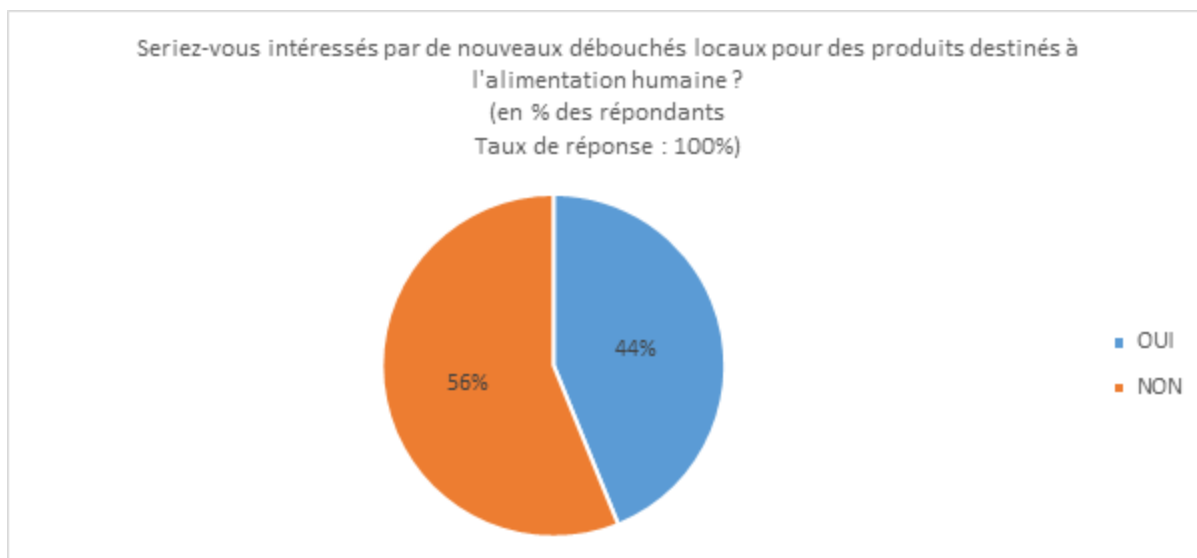
Graphique 55 : Evolution des modes de production / enquête producteurs



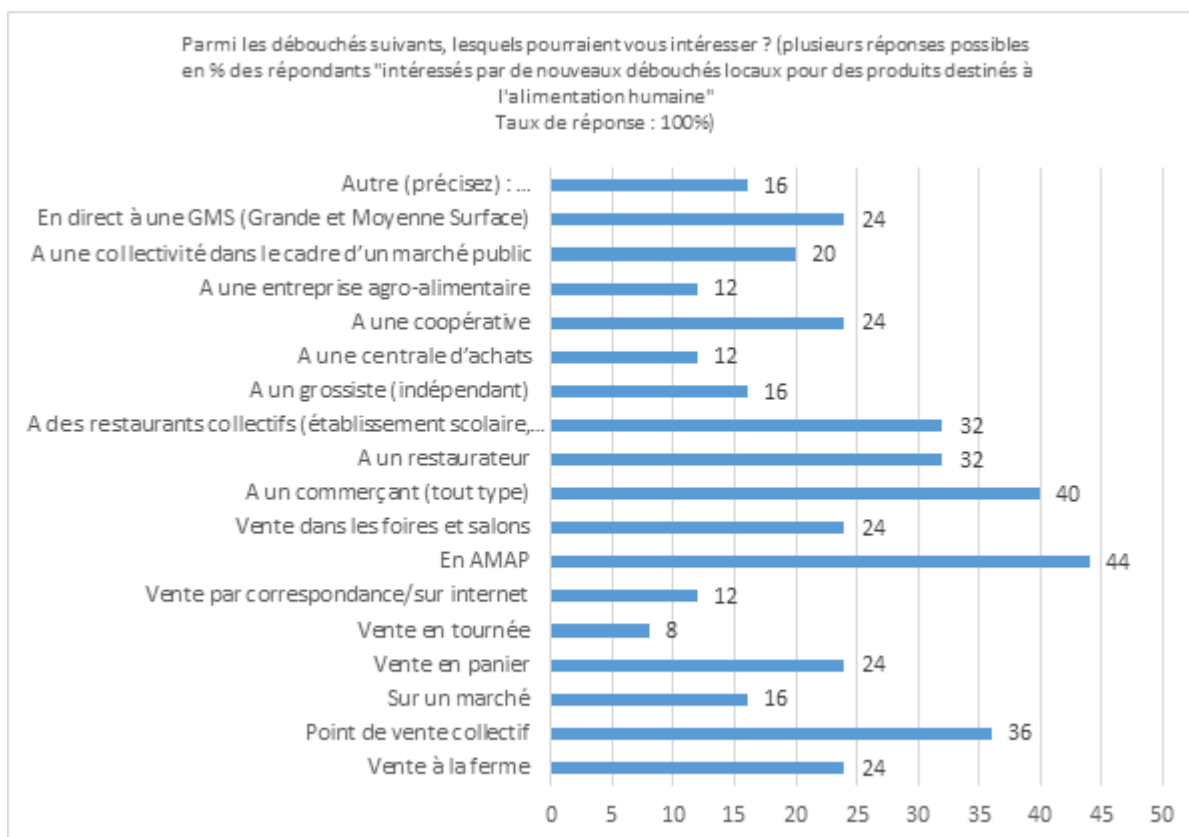
Graphique 56 : Si évolution vers quel mode de production / enquête producteurs



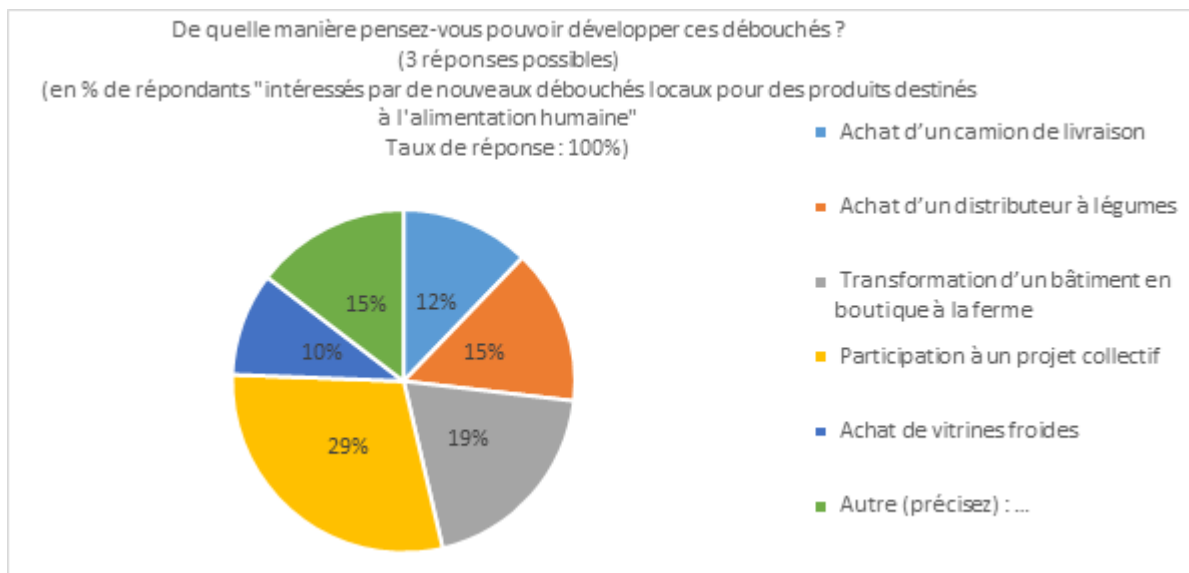
Graphique 57 : Intérêt pour de nouveaux débouchés sur l'alimentation humaine / enquête producteurs



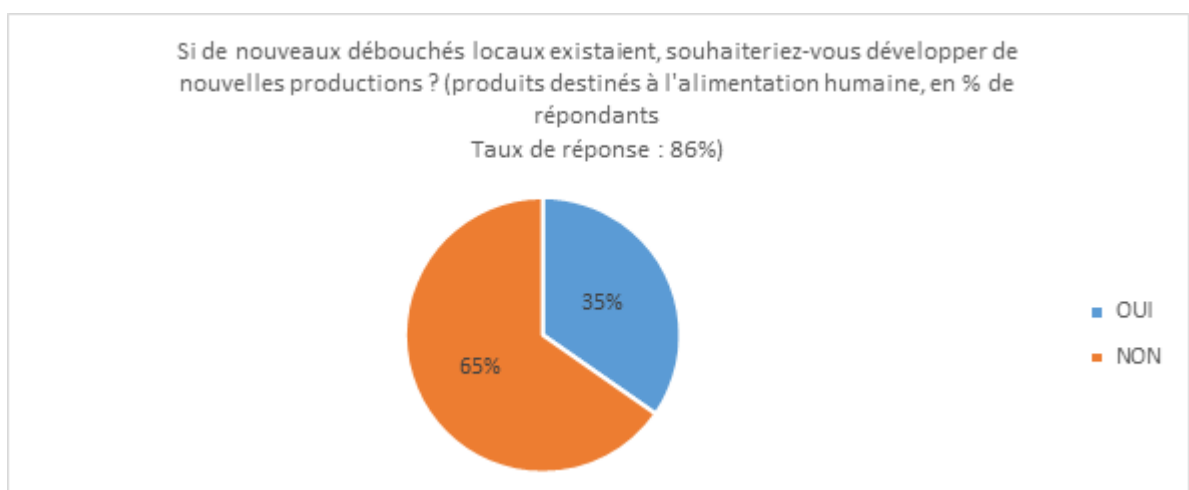
Graphique 58 : Intérêt sur les débouchés spécifiques à l'alimentation humaine / enquête producteurs



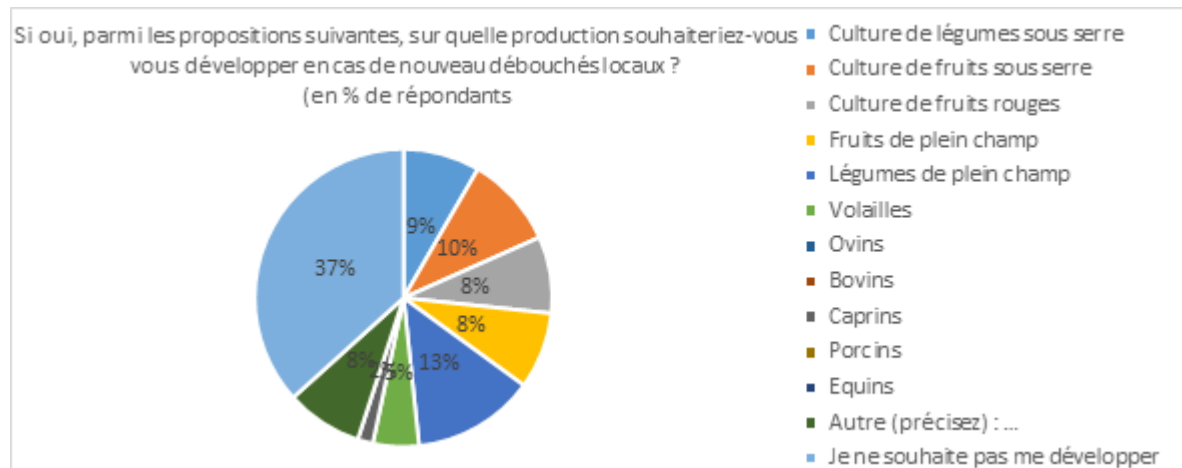
Graphique 59 : Manière de développer ces débouchés / enquête producteurs



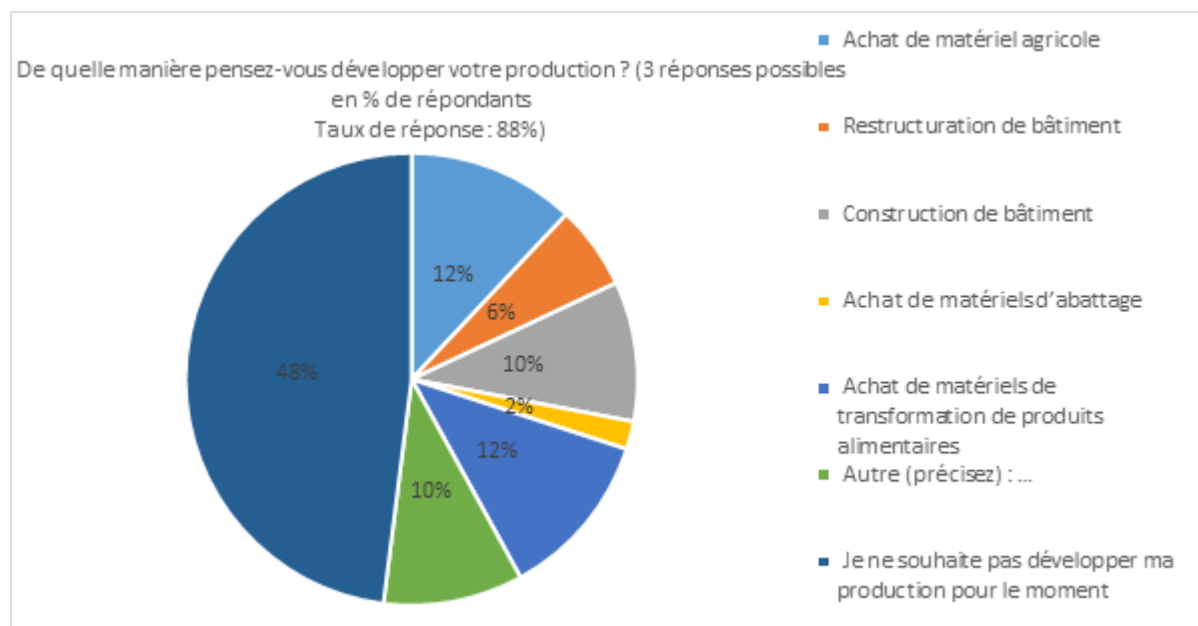
Graphique 60 : Si de nouveaux débouchés, quel développement de nouvelles productions / enquête producteurs



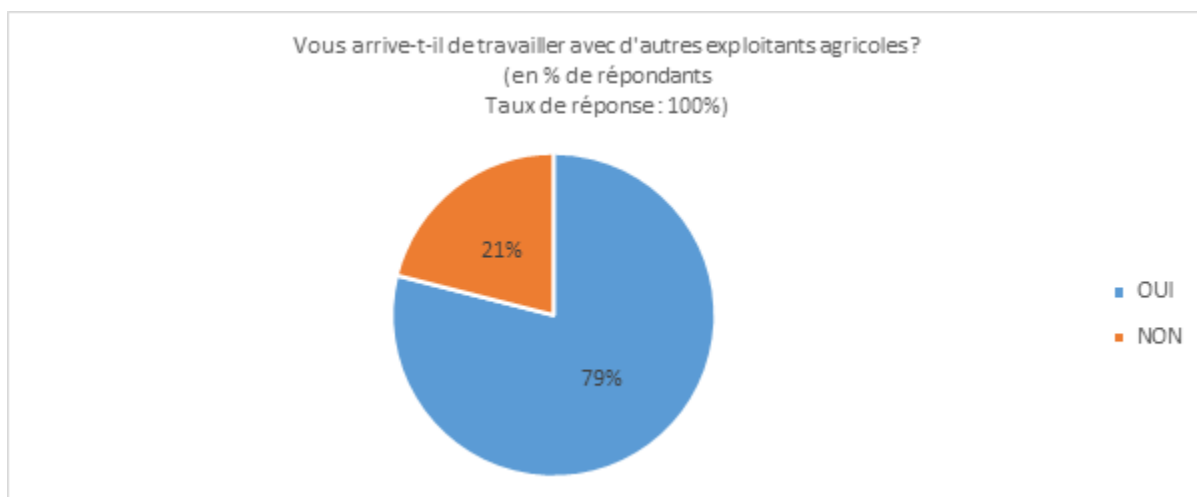
Graphique 61 : Type de production à développer en cas de nouveaux débouchés locaux / enquête producteurs



Graphique 62 : Manière de développer la production / enquête producteurs



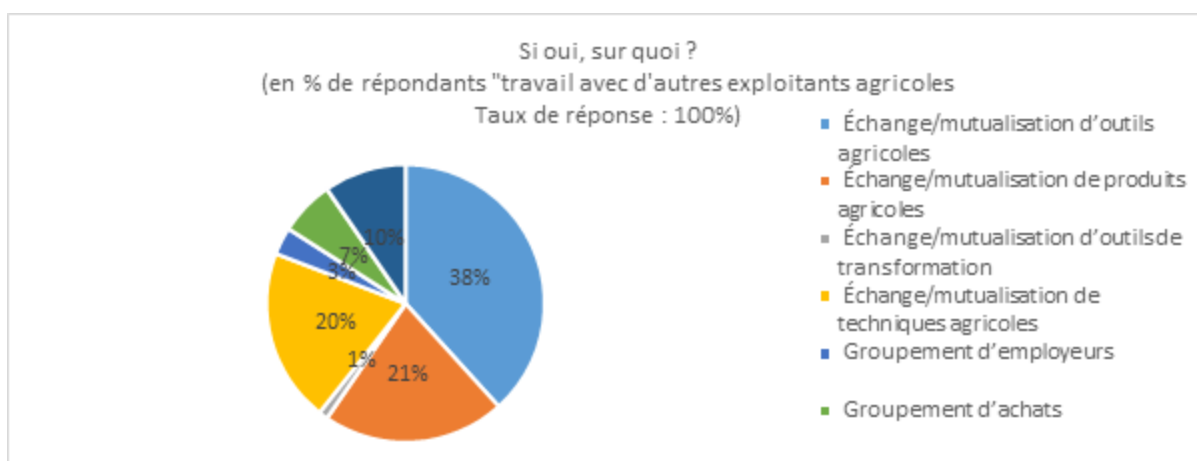
Graphique 63 : Travail avec d'autres exploitants agricoles / enquête producteurs



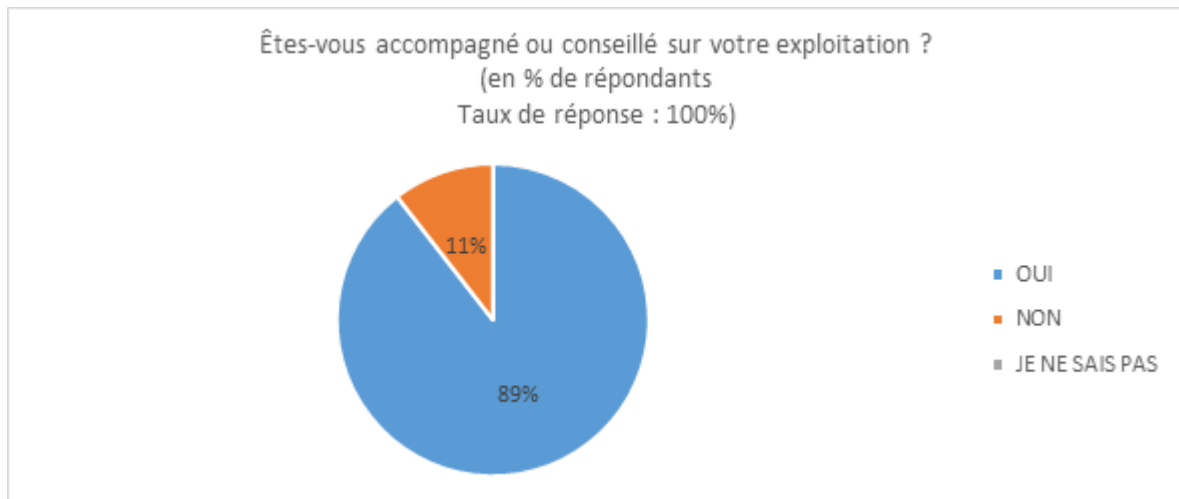
Graphique 64 : Nombre de partenaires pour ceux travaillant avec d'autres exploitants agricoles / enquête producteurs



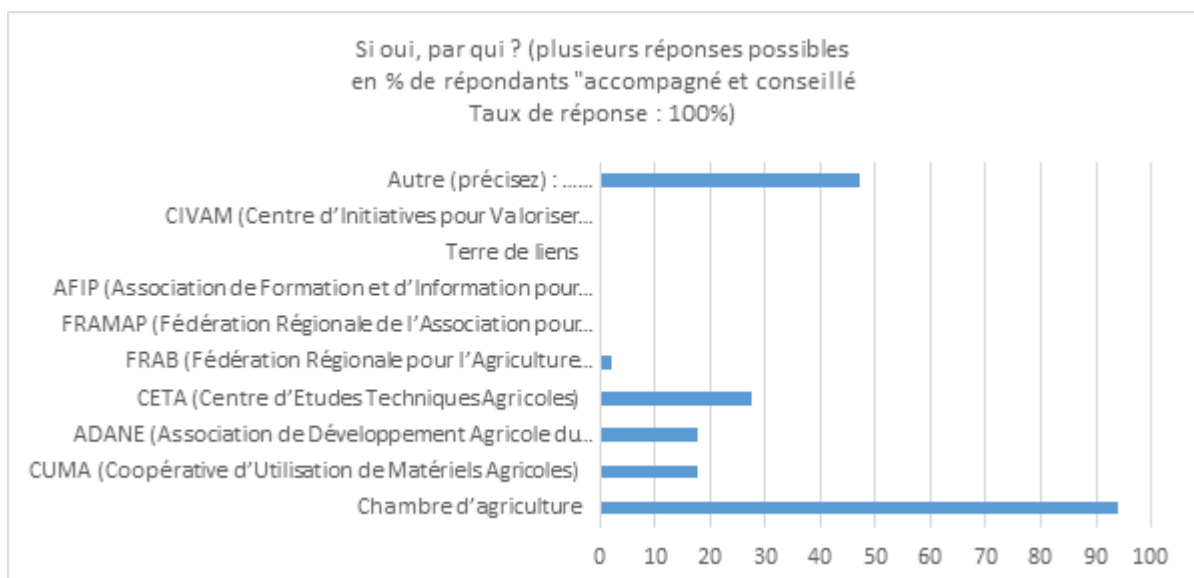
Graphique 65 : Type de coopération avec les autres exploitants agricoles / enquête producteurs



Graphique 66 : Accompagnement et conseil sur l'exploitation / enquête producteurs

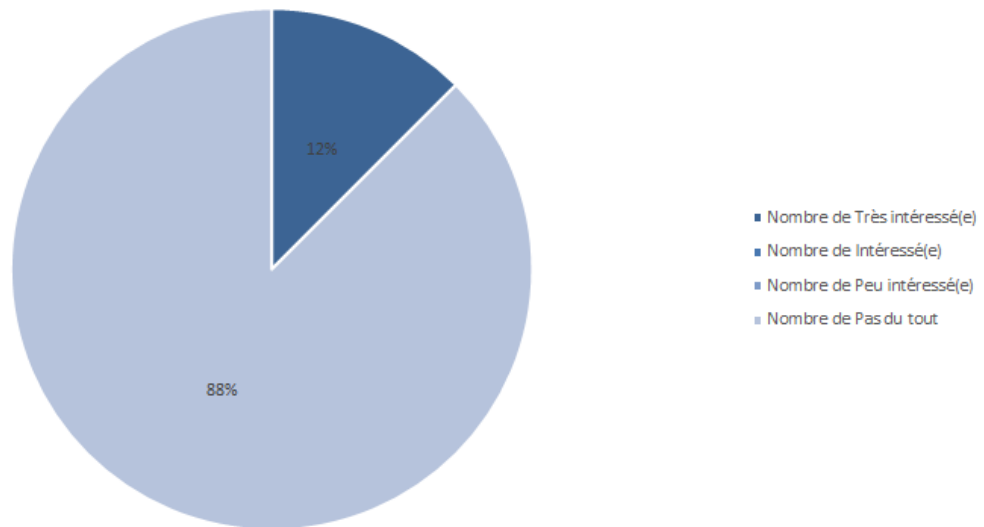


Graphique 67 : Intitulé de l'organisme accompagnateur / enquête producteurs



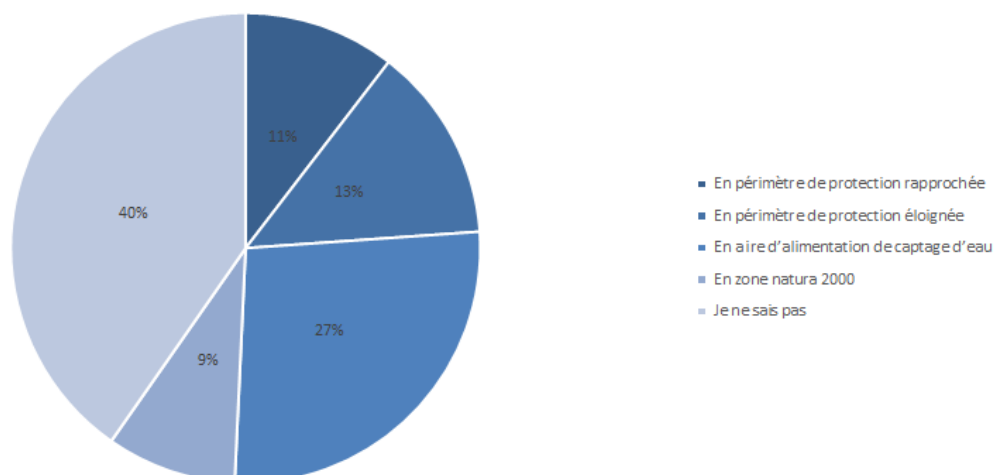
Graphique 68 : Pour les non accompagnés, souhait ou non de l'être / enquête producteurs

Si non ou je ne sais pas, souhaiteriez-vous être accompagné ? (en % de répondants
 "non ou ne sais pas"
 Taux de réponse : 100%)



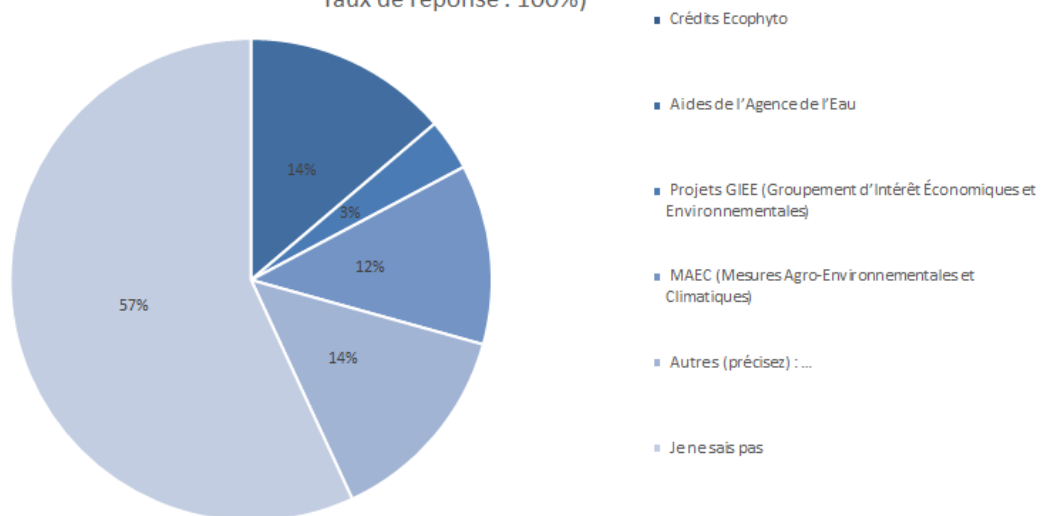
Graphique 69 : Terres concernées par les dispositifs de gestion de l'eau et/ou préservation faunistique et floristique / enquête producteurs

Certaines de vos terres sont-elles concernées par les dispositifs suivants ? (plusieurs réponses sont possibles)
 En % de répondants
 Taux de réponse : 100%)



Graphique 70 : Mesures d'accompagnement spécifiques / enquête producteurs

A ce titre, avez-vous bénéficié de mesures d'accompagnement ? (plusieurs réponses sont possibles)
En % de répondants
Taux de réponse : 100%



Graphique 71 : Volonté de participation ultérieure à l'étude / enquête producteurs

Souhaiteriez-vous participer aux prochaines réunions sur les circuits alimentaires de proximité du Pays de Sources et Vallées ?
(En % de répondants)
Taux de réponse : 100%

