



GEDAR

Provence d'Azur

GROUPEMENT D'ÉTUDE ET DE DÉVELOPPEMENT AGRICOLE ET RURAL

TERCIA
consultants

ECTAR



GEDAR

DIAGNOSTIC ALIMENTAIRE TERRITORIAL



UNION EUROPÉENNE
Fonds Européen Agricole
pour le Développement Rural



Région
Provence
Alpes
Côte d'Azur



DÉPARTEMENT
DES ALPES-MARITIMES

L'Europe investit dans les zones rurales

SOMMAIRE

Sommaire	2
Table des Cartes.....	3
Table des Figures	3
Table des Tableaux.....	3
Table des Photographies	4
Introduction	5
Livret 1. Objectifs et méthodologie de l'étude	7
1.1. objectifs de l'étude	8
1.2. Rappels méthodologiques du diagnostic.....	8
1.2.1. Rôles du diagnostic	8
1.2.2. La démarche.....	9
Livret 2. Diagnostic.....	12
2.1. Présentation du territoire	13
2.1.1. La Communauté de Communes Alpes d'Azur.....	13
2.1.2. Géographie et relief	14
2.1.3. Démographie et caractéristiques socio-culturelles.....	17
2.2. L'offre agricole et agro-alimentaire	30
2.2.1. L'agriculture du territoire.....	30
2.2.2. Production et transformation : Présentation par filière	35
2.2.4. Organisation de l'offre agro-alimentaire actuelle	44
2.3. Consommation et demande locales	49
2.3.1. Consommations et dépenses alimentaires des ménages	49
2.3.2. Habitudes de consommation	52
Présentation de l'échantillon de consommateurs enquêtés	52
2.3.3. Une demande spécifique : la restauration collective.....	59
2.4. Analyse AFOM et pistes d'action	61
2.4.1. Analyse AFOM.....	61
2.4.2. Les pistes d'action.....	63
Conclusion	66
Livret 3. Annexes.....	67
3.1. Annexe 1 : Guide d'enquête pour entretiens de cadrage.....	68
3.2. Annexe 2 : Guide d'enquête sur la production agricole	70
3.3. Annexe 3 : Guide d'enquête auprès des commerces	71
3.4. Annexe 4 : Questionnaire auprès des consommateurs	73

TABLE DES CARTES

Carte 1 – Localisation du territoire	13
Carte 2 – Anciennes Communautés de communes.....	14
Carte 3 – Occupation des sols et reliefs du territoire	16
Carte 4 – Répartition de la population et dynamique démographique récente	20
Carte 5 – Indice de jeunesse et répartition des classes d'âges	22
Carte 6 – Part des résidences secondaires.....	26
Carte 7 – Surfaces agricoles du territoire	33
Carte 8 : Aire de répartition de l'AOP huile et olive de Nice	41
Carte 9 – Spatialisation des structures de commercialisation alimentaire sur le territoire.....	44
Carte 10 – Restauration collective sur le territoire	60

TABLE DES FIGURES

Figure 1 – Les multiples aspects d'un système alimentaire territorial.....	5
Figure 2 – Evolution de la population sur une base 100 entre 1968 et 2015.....	18
Figure 3 – Répartition de la population par classes d'âges sur le Territoire Alpes d'Azur et les Alpes-Maritimes (INSEE).....	21
Figure 4 – Part de la population en fonction de la catégorie socio-professionnelle (CSP) de la personne de référence (INSEE 2015).....	23
Figure 5 – Evolution des résidences secondaires sur une base de 100 entre 1968 et 2015	25
Figure 6 – Préférences des producteurs pour leurs débouchés futurs	47
Figure 7 – Intérêt des commerçants / restaurateurs pour l'augmentation d'un approvisionnement local.....	48
Figure 8 – Attentes des commerçants / restaurateurs vis-à-vis des produits locaux.....	48
Figure 9 – Part des différents types d'aliments dans le régime alimentaire moyen en France (INCA3)	49
Figure 10 – Présentation de l'échantillon de consommateurs enquêtés	52
Figure 11 – Lieux d'achat de denrées alimentaires à l'échelle nationale (INCA3)	53
Figure 12 – Lieux d'achat de denrées alimentaires des habitants du territoire Alpes d'Azur (Source : enquêtes TERCIA-ECTAR-GEDAR).....	54
Figure 13 – Critères de choix des lieux d'achat de denrées alimentaires (Source : enquêtes TERCIA-ECTAR-GEDAR).....	55
Figure 14 – Critères intervenant dans le choix des produits à l'échelle nationale (INCA3) (% de réponses positives).....	56
Figure 15 – Critères de choix des produits (Source : Enquêtes TERCIA/ECTAR/GEDAR).....	57
Figure 16 – Demande et satisfaction de la demande sur les produits locaux (Source : Enquêtes TERCIA-ECTAR-GEDAR).....	58
Figure 17 – Saisonnalité dans la consommation alimentaire locale (Source : Enquêtes TERCIA-ECTAR-GEDAR).....	59

TABLE DES TABLEAUX

Tableau 1 – Structures et personnes rencontrées lors des entretiens de cadrage.....	10
Tableau 2 – Types de lieux de commercialisation enquêtés	11
Tableau 3 – Répartition de la population et densités en 2015.....	18
Tableau 4 – Dynamiques démographiques entre 1999 et 2015	19
Tableau 5 – Niveaux de vie comparés dans la Communauté de communes et les Alpes-Maritimes (INSEE)	24
Tableau 6 – Dynamique des logements de résidences secondaires entre 1999 et 2015 (Source : INSEE)	25
Tableau 7 – Hébergements touristiques en 2018 (INSEE).....	28
Tableau 8 – Ratio entre la population et l'estimation des lits touristiques (INSEE)	28
Tableau 9 – Estimation de la fréquentation touristique et liée aux résidences secondaires.....	29
Tableau 10 – Types de surfaces agricoles présentes sur le territoire (RPG 2017 et RGA 2010)	32
Tableau 11 – Evolution de la SAU entre 2000 et 2010	34
Tableau 12 – Superficie moyenne des exploitations et évolution (RGA)	34
Tableau 13 – Nombre d'exploitations agricoles connues en fonction de la production principale.....	35
Tableau 14 – Evolution de la SAU et du cheptel entre 2000 et 2010 (RGA 2010)	36
Tableau 15 – Cheptel total par commune (tous animaux par espèce) 2018 (source GDS 06)	36
Tableau 16 – Types de productions animales (source : enquêtes GEDARr-Tercia-Ectar)	37

<i>Tableau 17 – Volumes de productions animales sur le territoire (évaluation GEDAR-Tercia-Ectar)</i>	38
<i>Tableau 18 – Echantillon d'enquête auprès des commerces et restaurants</i>	45
<i>Tableau 19 – Approvisionnement régional des commerces et restaurants</i>	45
<i>Tableau 20 – Types et lieux de vente des producteurs.....</i>	46
<i>Tableau 21 – Estimation des volumes moyens de consommation par type de produits alimentaires pour le territoire des Alpes d'Azur et la Métropole niçoise en 2015 (INCA3)</i>	50
<i>Tableau 22 – Estimation des dépenses annuelles moyennes pour la Communauté de communes des Alpes d'Azur et la Métropole niçoise en 2015 (Source : Insee).....</i>	51
<i>Tableau 23 – Comparaison des estimations de volumes consommés et produits sur le territoire</i>	52

TABLE DES PHOTOGRAPHIES

<i>Photographie 1 : Paysage escarpé ; vue sur les montagnes du Mercantour depuis la route montant à Péone</i>	14
<i>Photographie 2 : La vallée du Var vue depuis la Ferme des Blancs à Saint Martin d'Entraunes</i>	15
<i>Photographie 3 : Les gorges de Daluis.....</i>	17
<i>Photographie 4 : Diversité des hébergements sur le territoire</i>	27
<i>Photographie 5 : Brebis dans les pâturages de l'Estéron.....</i>	30
<i>Photographie 6 : Brebis en estives.....</i>	31
<i>Photographie 7 : Ovins de la ferme « Les Ruchers de Sallagriffon ».....</i>	35
<i>Photographie 8 : Elevage de bovins allaitants (Aubrac), Bouchanières, Guillaumes (06470)</i>	37
<i>Photographie 9 : a) Elevage de poules pondeuses à la ferme de Lavancia, Puget-Théniers ; b) Poules à la ferme des Poussinets, Entraunes.....</i>	38
<i>Photographie 10 : Serres et produits de la ferme de Lavancia, Puget-Théniers</i>	39
<i>Photographie 11 : Fabrication de l'huile d'olive au moulin de Villars sur var.....</i>	40
<i>Photographie 12 : Oliveraie restaurée par les bénévoles de l'AOP, Puget-Théniers</i>	41
<i>Photographie 13 : Ruchers de Sallagriffon</i>	42
<i>Photographie 14 : Marché à Puget-Théniers.....</i>	46
<i>Photographie 15 : a) Etals de produits locaux au magasin de producteurs « Montagnes Paysannes » ; b) Epicerie à Valberg proposant une gamme variée de produits locaux.....</i>	47
<i>Photographie 16 : Etal de fruits et légumes au magasin de producteurs « Montagnes Paysannes ».....</i>	54

INTRODUCTION

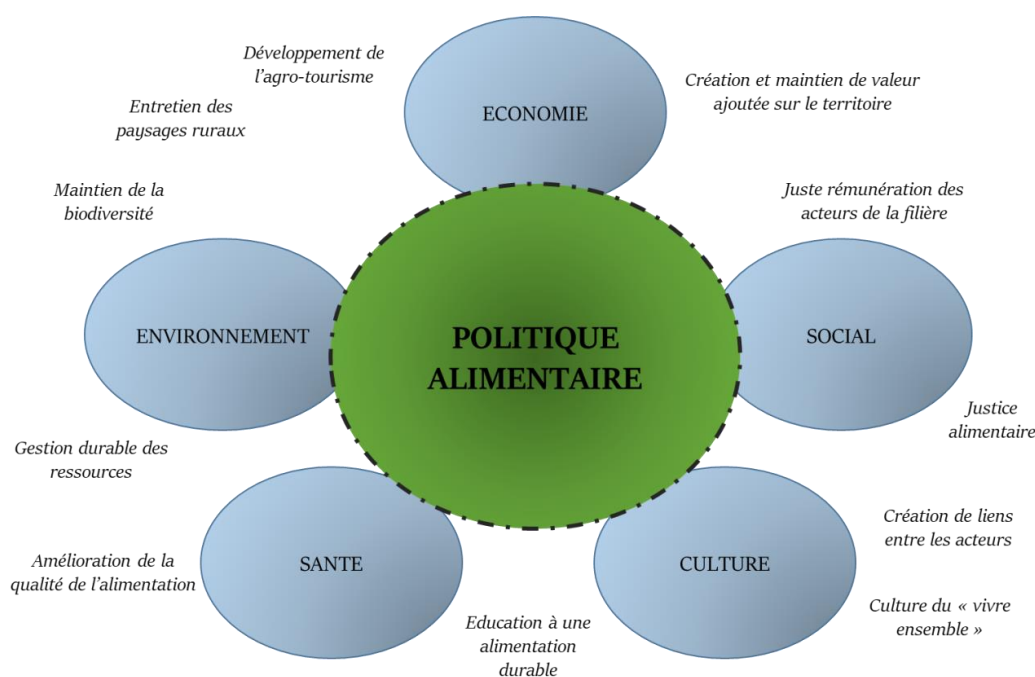
Le département des Alpes-Maritimes est caractérisé par une forte polarisation entre la zone côtière et la zone alpestre. Cette dichotomie représente à la fois une opportunité – bassin de consommation important à proximité – et une menace pour l’agriculture locale en raison d’une forte pression foncière sur un territoire possédant de faibles ressources propres à l’agriculture.

Le territoire Alpes d’Azur, situé au Nord-Ouest du département, regroupe 34 communes. **La Communauté de Commune Alpes d’Azur (CCAA) est la seule intercommunalité intégralement rurale des Alpes –Maritimes** (paragraphe 2.1.1).

Une importante dynamique a été impulsée il y a près de quatre ans sur le territoire grâce la création d’un poste d’animation territoriale par le Collectif GEDAR, réunissant deux organisations agricoles : le GEDAR Provence d’Azur et le Syndicat agricole de la haute vallée du Var. Cet accompagnement a permis de fédérer le groupe de producteurs à l’origine du Point de Vente Collectif « Montagnes Paysannes » à Puget-Théniers, lancé en avril 2016. Par ailleurs, le Collectif a maintenu et développé cinq foires agricoles, suivi les démarches concernant la création d’un atelier de découpe couplé à l’abattoir du Mercantour, et appuyé les réflexions sur l’avenir de la Coopérative de Guillaumes, qui commercialise des produits locaux.

Les agriculteurs membres du Collectif souhaitent voir ces réalisations se pérenniser et se poursuivre. Cette démarche globale trouve une résonance dans la notion de « Projet alimentaire territorial (PAT) » introduite en 2014 par le Ministère de l’Agriculture, visant « à rapprocher les producteurs, les transformateurs, les distributeurs, les collectivités territoriales et les consommateurs dans une relation partenariale ou contractuelle, conciliant des objectifs de développement de l’agriculture sur les territoires et de qualité de l’alimentation répondant aux attentes des consommateurs » (Art 41, 2014).

Figure 1 – Les multiples aspects d’un système alimentaire territorial



Autour de cette notion, le GEDAR a l'intention de construire une vision partagée de l'état de l'agriculture sur le territoire afin de structurer une offre locale de produits agro-alimentaires permettant d'approvisionner les populations locales en circuits courts et de développer des débouchés permettant à l'agriculture de montagne de subsister.

Cependant, l'alimentation est multidimensionnelle et porte de multiples enjeux au sein du territoire.

Aussi, l'ambition du Collectif est de mener une démarche globale et transversale qui réponde aux besoins du territoire, en fédérant et mettant en réseau les acteurs autour de l'alimentation, en partageant un diagnostic et des outils communs et en élaborant une stratégie et un programme d'actions.

Ces actions doivent :

- Favoriser le rapprochement des producteurs, transformateurs, distributeurs, collectivités territoriales et consommateurs, dans le but de développer une agriculture durable sur le territoire et de garantir la qualité de l'alimentation
- Être élaborées de façon concertée avec l'ensemble des acteurs du territoire et répondre à l'objectif de structuration de l'économie agricole.

Livret 1. OBJECTIFS ET METHODOLOGIE DE L'ETUDE

1.1. OBJECTIFS DE L'ETUDE

Le but de ce projet est de favoriser l'émergence d'un système alimentaire local sur le territoire des Alpes d'Azur, ce qui implique de décloisonner les activités de chacun, pour se mobiliser autour d'objectifs communs, nourris par les spécificités de chaque maillon.

- > **Objectif 1 : Etablir un état des lieux précis du système alimentaire actuel au sein du territoire des Alpes d'Azur**

Face à la complexité du territoire et à la multiplicité de ces acteurs, il convient de **faire tout d'abord un état des lieux précis** :

- De l'offre proposée par les producteurs et sa capacité de développement : volumes, types de produits, circuits, fréquence,
- De l'approvisionnement en produits locaux : circuits de transformation et de distribution,
- Des habitudes de consommation : caractériser le profil, les comportements, motivations et réticences des consommateurs.

Cette première étape consiste donc en un diagnostic du territoire et des filières faisant ressortir les enjeux et dynamiques agricoles du territoire Alpes d'Azur.

- > **Objectif 2 : Etablir des propositions d'action et leurs modalités de mise en œuvre**

La somme des intérêts individuels ne fait pas un projet collectif !

Il est donc nécessaire **d'animer des groupes d'acteurs pour définir des intérêts communs**, partager des références, identifier des informations manquantes, intégrer les réalités économiques propres à chaque maillon de la filière, afin d'aboutir à une organisation adaptée aux acteurs.

L'objectif est de **proposer des actions concrètes et opérationnelles pour initier une dynamique** sur le territoire et une stratégie globale.

- > **Objectif 3 : Accompagner et dynamiser les initiatives**

Ce dernier objectif n'est pas réalisé dans le cadre de la présente étude mais sera initié en se basant sur les conclusions du diagnostic et des ateliers.

1.2. RAPPELS METHODOLOGIQUES DU DIAGNOSTIC

1.2.1. Rôles du diagnostic

Comme mentionné précédemment, le travail de diagnostic consiste à :

- > **Repérer l'existant sur le territoire en lien avec l'alimentation**

Ceci implique de (i) connaître et comprendre le fonctionnement du système alimentaire, (ii) préciser les contraintes et les atouts, la nature des relations entre acteurs.

Ce diagnostic doit donner une vision d'ensemble du système alimentaire à l'échelle du territoire Alpes d'Azur et permettre de faire le lien entre les producteurs et les consommateurs, en passant par les artisans et transformateurs, les petits commerçants et grossistes, mais aussi les restaurateurs du secteur privé ou de la restauration collective.

Cette vision large s'inscrit dans une approche globale et transversale.

Le diagnostic sera présenté aux élus afin d'être discuté et validé par ces derniers.

> **Contribuer à la construction de pistes d'actions**

Le diagnostic ci-après présente une analyse des potentiels et freins identifiés sur le territoire qui permettra, dans une seconde phase, de dégager des pistes d'actions à proposer aux acteurs du territoire, et notamment aux élus, pour avancer vers un système alimentaire plus durable.

Ces pistes devront constituer le socle de la mobilisation ultérieure du territoire dans le champ de l'alimentation.

Elles seront discutées lors d'un atelier participatif ouvert à l'ensemble des acteurs impliqués et à la population locale, afin de préciser les marges de manœuvre pour faire évoluer la situation, favoriser les échanges.

> **Susciter l'intérêt pour la thématique de « l'alimentation durable »**

Cette étape a pour but de retenir des pistes de réflexion et d'action adaptées au territoire et de traduire la dynamique alimentation durable impulsée **en actions concrètes pour faire évoluer l'ensemble des pratiques à l'échelle du territoire.**

Elle doit permettre aux acteurs de s'interroger sur leur rôle dans la construction d'un système plus durable.

1.2.2. La démarche

Le cœur du dispositif repose sur un ensemble d'entretiens réalisés auprès des acteurs impliqués sur les questions alimentaires, tant au niveau économique, que social ou éducatif.

Il s'agit à la fois de connaître les pratiques développées par chacune des catégories d'acteurs et de faire apparaître les liens qui se tissent ou non entre ces catégories pour envisager globalement les possibilités d'évolution du système.

Chaque catégorie a été interrogée de manière la plus exhaustive possible.

Par ailleurs, une importante phase de recherche bibliographique permet de recueillir des données quantitatives mais aussi de préciser plus en détail les informations de terrain.

Entretiens de cadrage

La première étape a consisté en des entretiens semi-directifs auprès d'acteurs impliqués dans le développement du territoire des Alpes d'Azur. Le tableau suivant présente les personnes et organismes rencontrés au cours des 16 entretiens de cadrage réalisés entre septembre et novembre 2018. Le guide d'enquête est en Annexe 1.

Tableau 1 – Structures et personnes rencontrées lors des entretiens de cadrage

Personnes rencontrées	Organisme	Statut
Anne-Laure GOUTY	Ex CERPAM, actuellement SAFER	Conseillère foncière
Bruno GABELIER	FDSEA Marché de nos collines	Président
Daniel FERRAN Nicolas GUILLAUMOT	GEDAR Provence d'Azur	Président Vice-Président
Jean Claude AUTHIER Jean Pierre ASTIER	Syndicat agricole Association Olive de Puget	Président Vice-Président
Maud ORNE GLIEMANN	Communauté de Communes des Alpes d'Azur	Directrice Pôle Développement Local et Durable
Bulle GOBERT	Centre Social l'Epi	Animatrice
Caroline GIORGI	PNR Des Préalpes d'Azur	Chargée de mission agriculture et forêt
Estelle PERNOT	Chambre d'agriculture	Chargée de missions Territoires
Nathalie JARNOT	Confédération Paysanne 06	Animatrice
Marie CHEVROLLIER	GEDAR Provence d'Azur	Secrétaire
Jean Paul DAVID	Commune de Guillaumes	Maire
Barbara VAN DAELE	Coopérative Montagnes du Haut Var	Présidente
Laura RUIZ	Chambre d'agriculture 06	Chargée de Mission
Bertrand BUTTELLI	Département des Alpes Maritimes	Responsable de section Développement Rural
Alain DECLERCK	EHPAD Charles Ginesy	Responsable restauration
Alexandra PEYRET Laetitia LEBOULEUR	Centre Social Bulle d'Aires	Directrice et représentante des parents d'élèves Roquesteron, Pierrefeu, Pierlas

Ces discussions ont permis d'identifier les principaux enjeux du territoire afin de mieux appréhender la suite de la démarche. Sont également envisagés au cours de ces entretiens les potentiels d'évolution et les marges de manœuvre pour avancer vers un système alimentaire plus durable.

Entretiens sur la production

La liste des agriculteurs présents sur le territoire Alpes d'Azur a été établie grâce à la participation de la Communauté de communes des Alpes d'Azur, des mairies et à la collaboration du PNR des Préalpes d'Azur.

Afin de disposer **de données quantitatives sur les productions agricoles** du territoire, des courriers ou courriels ont été envoyés à chaque chef d'exploitation, incluant un questionnaire et une lettre explicative (Annexe 2). Des appels téléphoniques de relance ont également été menés.

25 % des chefs d'exploitation répertoriés sur le territoire ont répondu à l'enquête, soit 26 agriculteurs.

D'autre part, de manière à **recueillir des informations qualitatives sur les modes de commercialisation**, préciser les contraintes, mesurer les potentiels d'évolution et envisager des pistes d'amélioration en lien avec le territoire et ses autres acteurs, des entretiens approfondis ont été conduits avec un échantillon d'agriculteurs.

20 exploitations ont ainsi été retenues sur le territoire selon les critères suivants :

- implication dans les circuits courts,
- système de production,
- localisation sur le territoire

Lieux de commercialisation

Des courriers et/ou courriels ont été envoyés à chaque commerce, incluant un questionnaire et une lettre explicative (Annexe 3). Des entretiens en face à face ont également été menés. Le tableau ci-dessous récapitule les types et nombre de commerces interrogés :

Tableau 2 – Types de lieux de commercialisation enquêtés

Types de lieu	Etablissements Identifiés	Etablissements enquêtés	Part de la population totale
Commerces de bouche (boucherie, boulangerie, épicerie, superettes, GMS)	31	15	48 %
Restauration commerciale	77	13	17 %
Restauration collective	6	4	66 %

Enquêtes consommateurs

63 consommateurs ont été enquêtés dans la rue ou dans différents lieux de consommation du territoire. Le guide d'enquête est présenté en Annexe 4.

Livret 2. DIAGNOSTIC

2.1. PRESENTATION DU TERRITOIRE

2.1.1. La Communauté de Communes Alpes d'Azur

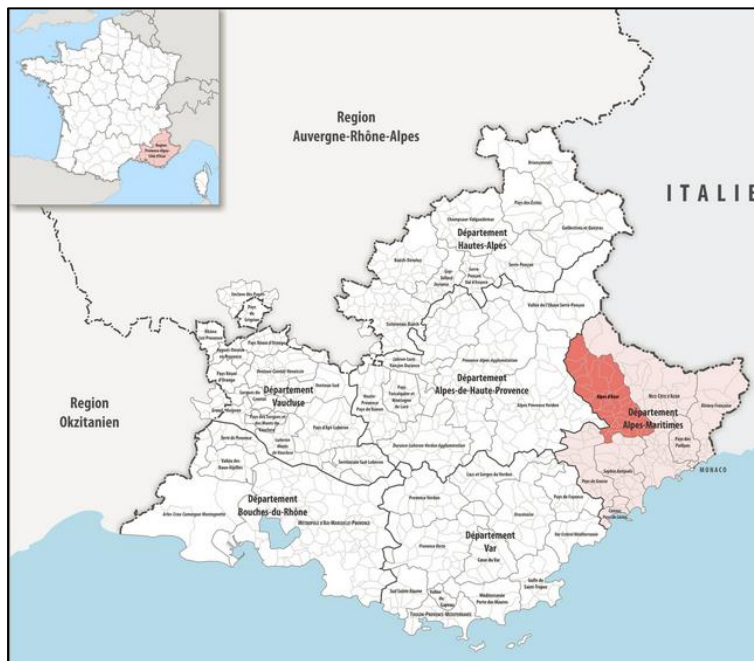
La Communauté de Communes Alpes d'Azur résulte de la fusion intervenue le **1er janvier 2014** entre :

- La Communauté de Communes de Cians Var (9 communes)
- La Communauté de Communes des vallées d'Azur (16 communes)
- 7 communes sur 10 de la Vallée de l'Estéron
- 2 communes sur 14 des Monts d'Azur

Elle regroupe ainsi **34 communes**. Son siège est installé à Puget-Théniers, avec une antenne administrative à Valberg.

En lien avec la présente étude, ses compétences couvrent notamment le « Développement et l'aménagement économique » qui inclut la politique locale du commerce et soutien aux activités commerciales. Elle dispose aussi de la compétence sur l'alimentation des écoles primaires.

Carte 1 – Localisation du territoire



Les entretiens de cadrage menés auprès des différents acteurs du territoire ont permis de mettre en évidence **3 grandes unités territoriales**, qui constituent à peu de choses près les anciennes communautés de communes :

- **La Haute vallée du Var**, allant d'Entraunes à Daluis, et s'étendant à l'est vers Valberg et Beuil. Elle se compose de deux sous-ensembles distincts : l'ensemble Beuil-Valberg-Péone d'une part, et les communes longeant le Var d'autre part ;
- **La vallée du Var moyen** et Roudoule, incluant les communes longeant la RN 202 et alentours. L'influence de la Métropole niçoise y est croissante selon un gradient ouest-est ;
- Les communes du **Haut Estéron**. Elles forment deux sous-ensembles aux fonctionnements partiellement distincts : La Penne - Ascros - Saint-Antonin - Sallagriffon - Aiglun qui sont plutôt tournées vers Puget-Théniers, et les autres communes qui sont plutôt orientées vers la Métropole niçoise.

Carte 2 – Anciennes Communautés de communes



2.1.2. Géographie et relief

Un territoire au relief escarpé

Etiré du nord au sud, le territoire Alpes d'Azur se structure en bonne partie autour de la vallée du Var, qu'il suit depuis Entraunes jusqu'à Malaussène.

Photographie 1 : Paysage escarpé ; vue sur les montagnes du Mercantour depuis la route montant à Péone



Il s'inscrit dans le Massif des Alpes et fait la jonction entre le Parc national du Mercantour et le Parc naturel régional des Préalpes d'Azur, en extrémité du massif. **L'ensemble des communes est marqué par un relief escarpé, les altitudes s'étagent de 200 mètres à plus de 2 800 mètres et façonnant des paysages extrêmement variés.** Si la vallée de l'Estéron présente un visage marqué par les influences méditerranéennes, le nord du territoire est résolument alpin, en témoigne la présence de la station de Valberg.

Ce relief contraint de manière très forte l'occupation et les activités humaines.

En effet, les terres planes sont particulièrement rares et limitent largement les possibilités de développement urbain et agricole. Cette situation explique la présence historique de villages perchés et de terrasses agricoles, mais également la faible empreinte humaine dans les paysages.

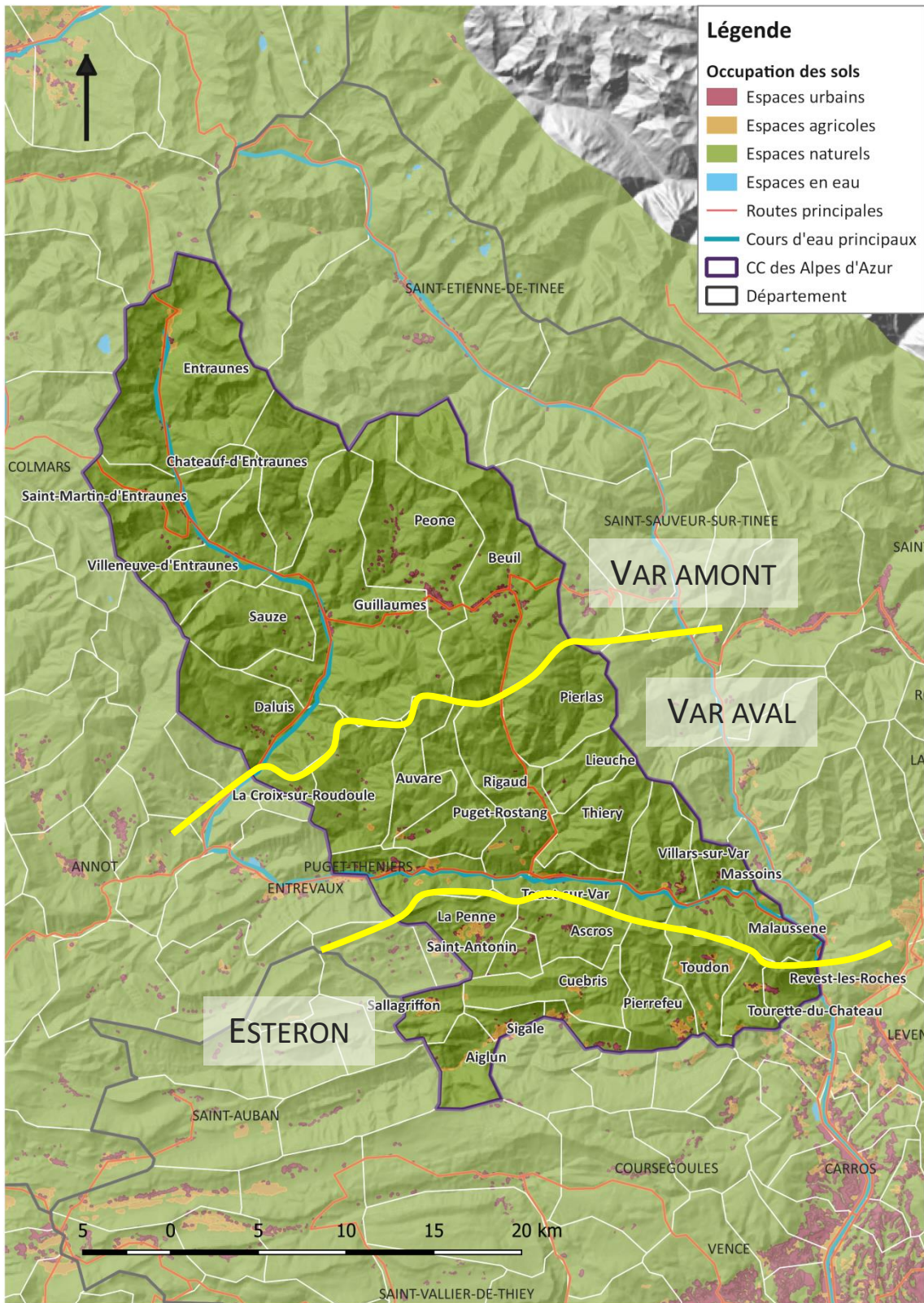
Les espaces urbains et les terres arables représentent à peine 1% des sols du territoire, dont les 2/3 sont composés de forêts et un peu plus de 20% d'espaces naturels ou agro-naturels ouverts ou semi-ouverts.

Photographie 2 : La vallée du Var vue depuis la Ferme des Blancs à Saint Martin d'Entraunes



Aussi, les déplacements se font essentiellement au sein des vallées, et en premier lieu dans celle du Var aval, que parcourt la RN 202 reliant Nice à Digne-les-Bains. Cette « artère » principale est irriguée par d'autres voies secondaires, dont certaines portions sont très accidentées comme au niveau des gorges de Daluis, ou des gorges du Cians. Pour les espaces les plus alpins, l'hiver est par ailleurs synonyme de contraintes supplémentaires pour les déplacements, et notamment pour le passage des cols. C'est par exemple le cas du col de la Cayolle.

Si les deux-tiers nord du territoire forment un ensemble géographiquement cohérent, puisque rassemblé dans le bassin versant du Haut Var, le sud fait exception. En effet, ce dernier est séparé du reste du territoire Alpes d'Azur par la montagne de Gourdan, uniquement accessible par le nord via des cols escarpés. Il tend ainsi à s'organiser de manière spécifique et, pour sa partie Est, se tourne plus facilement vers l'agglomération niçoise que vers Puget-Théniers.



Carte 3 – Occupation des sols et reliefs du territoire

Un territoire « préservé » et attractif

Le territoire Alpes d'Azur offre un cadre de vie de grande qualité. De fait, avec une faible densité de population et peu d'infrastructures, qu'elles soient commerciales ou touristiques, l'impact humain sur l'environnement reste limité.

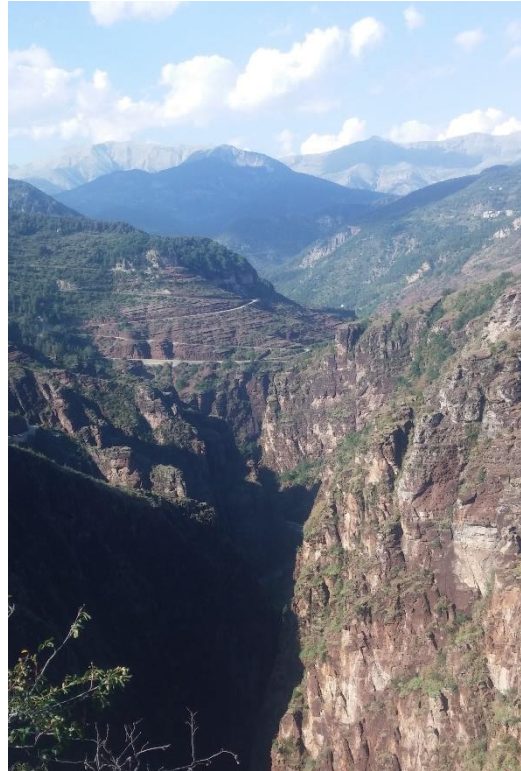
Seule la vallée du Var aval et la commune de Péone (Valberg) présentent des marques notables de l'urbanisation.

Le reste du territoire est encore préservé, avec de petits villages au développement restreint et un cadre remarquable : en témoigne l'Estéron, labellisé comme l'une des dernières rivières sauvages de France, ou la réserve des gorges de Daluis, qui a récemment déposé sa candidature au Patrimoine mondial de l'UNESCO.

Comme évoqué ci-dessus, la présence d'un Parc national au nord et d'un Parc naturel régional au sud vient reconnaître ces qualités générales, que ponctuent des sites emblématiques.

Par ailleurs, l'état actuel des paysages et de la biodiversité, avec une alternance de prairies et de forêts, est largement tributaire de l'activité d'élevage qui permet d'éviter la fermeture des milieux. Son maintien est ainsi essentiel à la préservation du territoire tel qu'il est connu aujourd'hui, et tel que les touristes viennent le visiter.

Photographie 3 : Les gorges de Daluis



Ce cadre de vie exceptionnel est un facteur essentiel d'attractivité d'une part pour les habitants et nouveaux habitants, ce qui participe à expliquer la croissance démographique présentée ci-après. Et d'autre part pour les touristes et résidents non-permanents, attirés par l'image d'un territoire « authentique » et « sauvage ».

2.1.3. Démographie et caractéristiques socio-culturelles

Population « permanente »

> Une faible densité de population répartie à proximité des principaux pôles

En 2015, **les 34 communes du territoire comptent 9 689 habitants, soit moins de 1% de la population du département.** La densité de population est ainsi particulièrement faible, de l'ordre de **11 hab/km²**.

Cette population est répartie de manière assez inégale entre les trois ensembles géographiques. Une analyse à l'échelle des communes montre en effet une forte concentration de la population dans la vallée du Var aval : 1/3 des habitants sont installés entre Puget-Théniers et Villars-sur-Var.

Avec 1 898 habitants, Puget-Théniers est de loin la plus peuplée du territoire, devant Péone / Valberg (866 hab.), Villars-sur-Var (726 hab.), Touët-sur-Var (681 hab.), Guillaumes (640 hab.) et Roquesteron (578 hab.).

Ces **6 communes, regroupant plus de la moitié des habitants permanents**, maillent le territoire, et jouent le rôle de pôles de proximité pour les communes alentours, dont une vingtaine ne dépassent pas les 200 habitants et sont globalement dépourvues de services à la population.

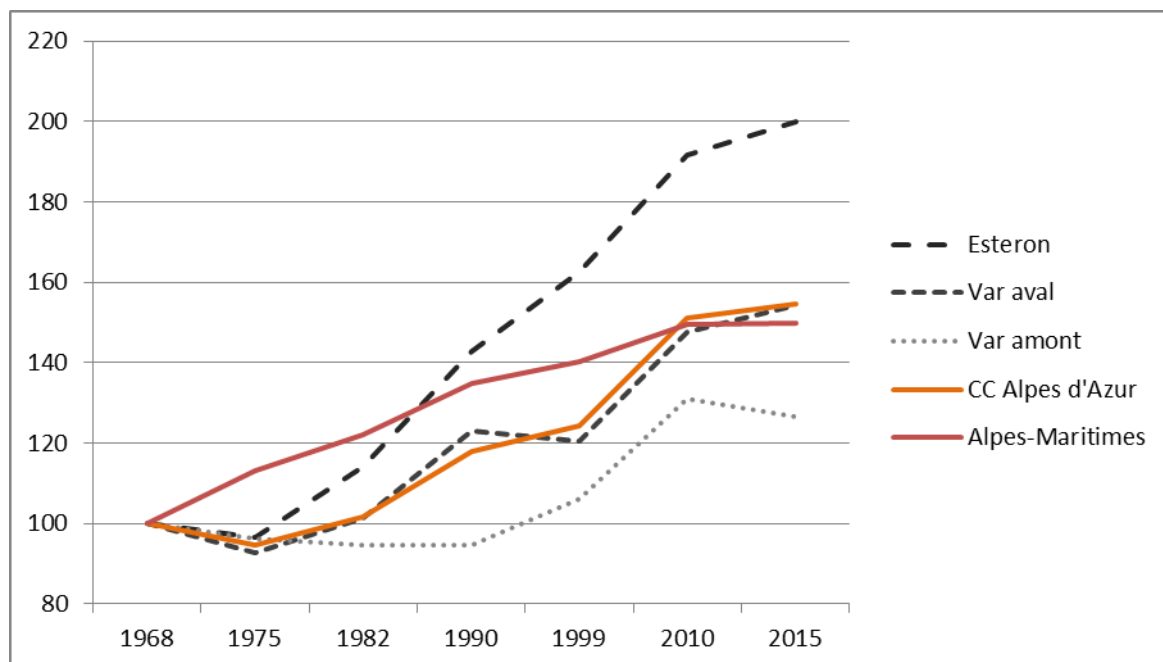
Tableau 3 – Répartition de la population et densités en 2015

Unité territoriale	Superficie (en km²)	Population en 2015	Densité
Estéron	161,59	2 593	16,0
Var aval	268,2	4 497	16,8
Var amont	458,67	2 599	5,7
Territoire Alpes d'Azur	888,46	9 689	10,9
Alpes-Maritimes	4298,58	1 082 440	251,8

> **Une démographie globale à la hausse**

Après une tendance à la baisse depuis l'après-guerre, **la population du territoire tend à augmenter depuis les années 70**, malgré un certain « retard » dans le secteur du « Var amont ». Plus encore, la tendance tend à s'accroître depuis 1999, alors que la dynamique départementale se tasse, voire cède la place à un léger déclin démographique depuis 2009.

Figure 2 – Evolution de la population sur une base 100 entre 1968 et 2015



Ainsi, alors que la population des Alpes-Maritimes s'est accrue de 7 % **entre 1999 et 2015**, celle du territoire a **augmenté de presque 25% sur la période**, avec un gain d'environ 1 900 habitants.

Même si cette tendance ralentit depuis 2009, elle traduit **une certaine attractivité du territoire Alpes d'Azur, du fait notamment d'une relative proximité avec Nice, d'un marché immobilier plus abordable, et d'un cadre de vie exceptionnel.**

Les tendances sont toutefois assez diverses d'une partie à l'autre du territoire. La population du secteur Var aval a cru de manière plus forte, de l'ordre de 28%, contre 19% pour le secteur amont. En découle un renforcement de la concentration de la population sur cette partie du territoire.

Tableau 4 – Dynamiques démographiques entre 1999 et 2015

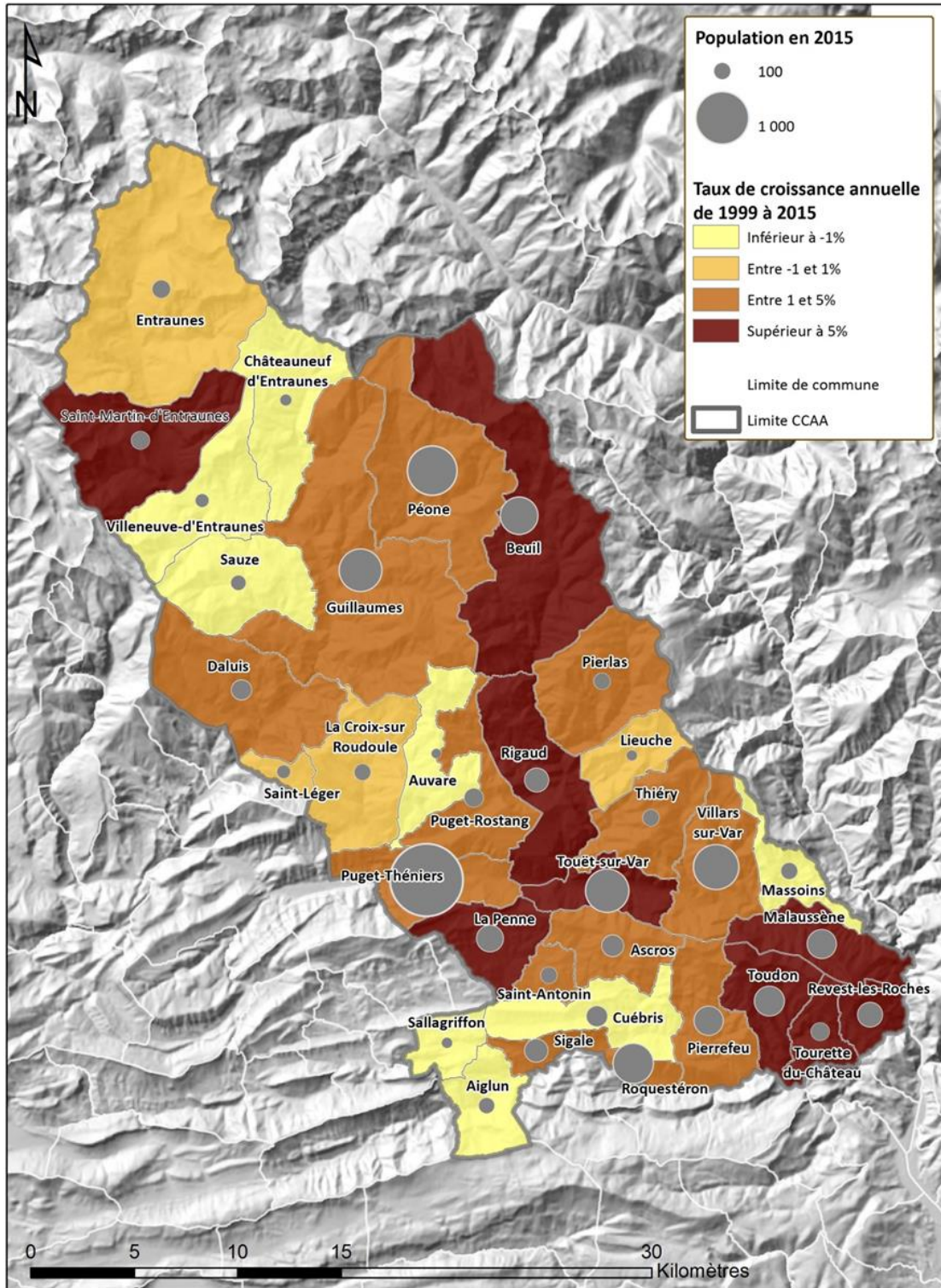
	1999		2015		Evolution 1999-2015	
	habitants	%	habitants	%		
Estéron	2 107	27,0%	2 593	26,8%	23,1%	+ 486 hab.
Var aval	3 510	45,0%	4 497	46,4%	28,1%	+ 987 hab.
Var amont	2 179	28,0%	2 599	26,8%	19,3%	+ 420 hab.
Territoire Alpes d'Azur	7 796	100,0%	9 689	100,0%	24,3%	+ 1893 hab.
Alpes-Maritimes	1 003 530		1 072 751		6,9%	

La carte ci-dessous permet d'apprécier la diversité des dynamiques communales. **Les communes ayant connu le plus fort développement démographique sont les plus proches de l'agglomération niçoise**, qu'elles appartiennent à la vallée du Var ou de l'Estéron, à la périphérie Est de Puget-Théniers ou à la vallée du Cians.

Les communes les plus enclavées de la vallée de l'Estéron, des montagnes au nord de Puget-Théniers et de l'extrémité nord-ouest du territoire (à l'exception de Saint-Martin-d'Entraunes) connaissent à l'inverse une baisse de leur population. Il s'agit de communes initialement très faiblement peuplées et l'isolement semble être l'une des raisons majeures à cette dynamique.

Comme dans la plupart des territoires enclavés à faible densité de population, le territoire Alpes d'Azur est caractérisé par l'omniprésence des jardins et productions personnelles. Particulièrement représentées chez les personnes âgées, ces dernières limitent dans une certaine mesure le besoin des populations en productions alimentaires, notamment non-transformées.

Carte 4 – Répartition de la population et dynamique démographique récente



Réalisation : TERCIA Consultants, novembre 2018

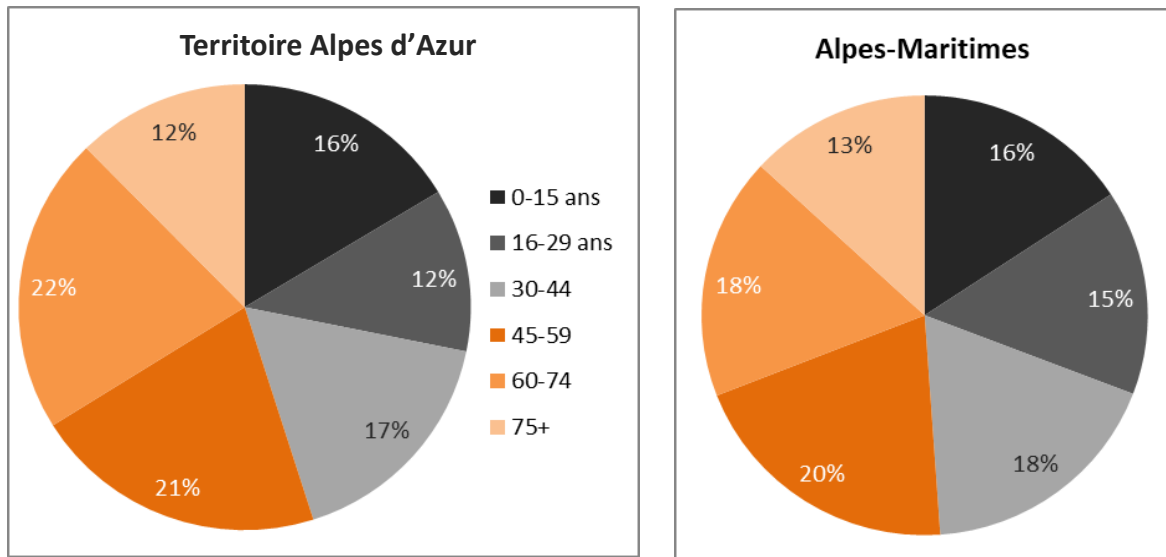
Source : ©Insee 2018, BD ADMIN © IGN 2018, BD BD ALTI 75® © IGN 2013

> **Une moyenne d'âge élevée**

La population du territoire est relativement âgée, avec **un âge moyen de 45,8 ans**. Ce niveau est plus élevé que celui du département (44,2 ans), lequel est aussi plus élevé que celui de la France (41,4). L'étude de la répartition de la population montre que ce déséquilibre tient avant tout à une

surreprésentation des 45-59 ans et surtout des 60-74 ans (de l'ordre de 4 points au-dessus de la moyenne départementale).

Figure 3 – Répartition de la population par classes d'âges sur le Territoire Alpes d'Azur et les Alpes-Maritimes (INSEE)



Un creux dans la pyramide des âges, situé dans l'intervalle des 17-40 ans, est notable. Il est particulièrement marqué pour la première moitié de l'intervalle, avec un départ des jeunes par manque de formations supérieures et d'opportunités pour un premier emploi.

Malgré tout, le nombre de familles reste assez élevé et la part des 0-15 ans est similaire à celui du département.

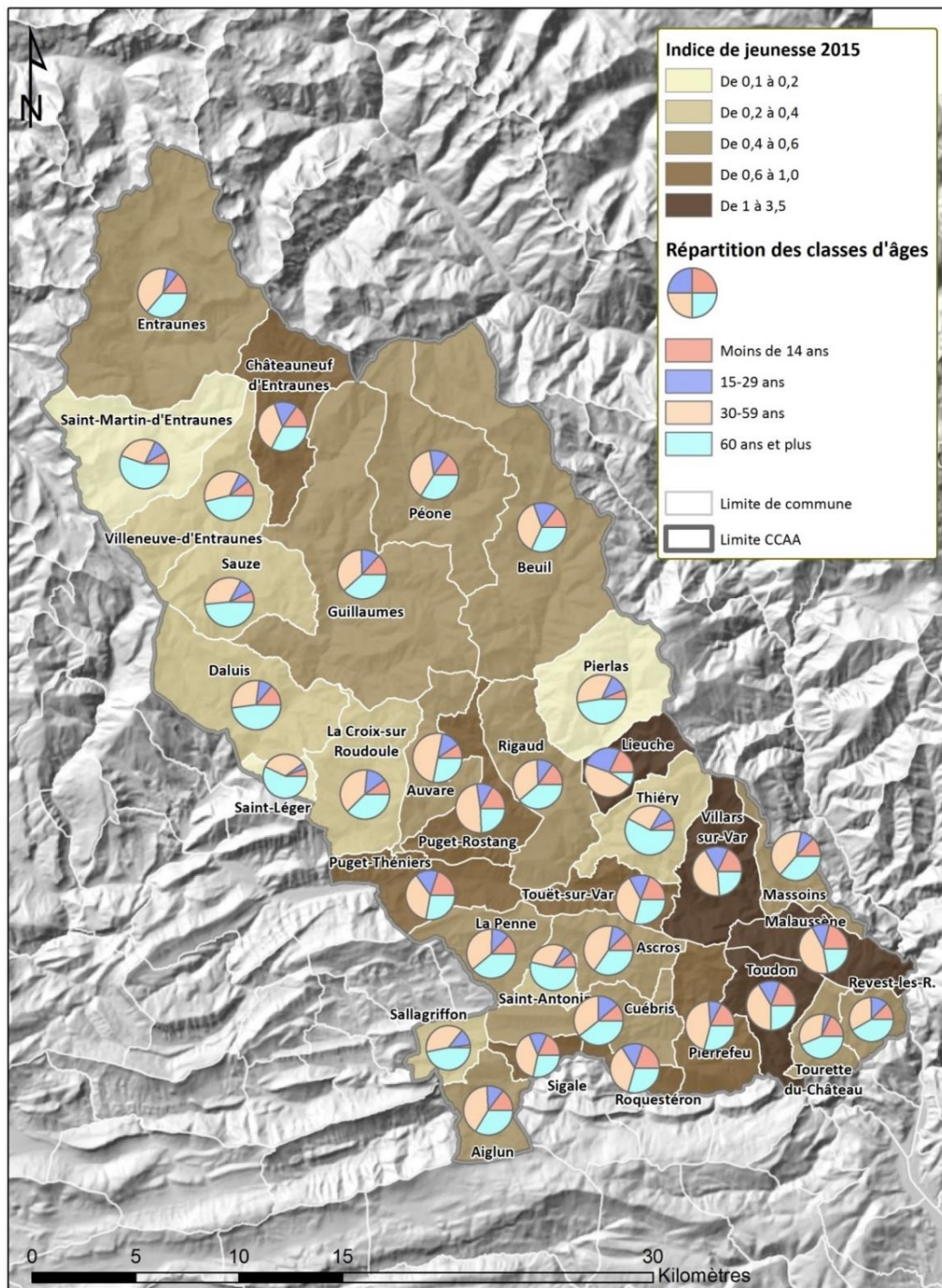
> **Un « gradient de jeunesse » en allant vers Nice**

La carte de l'indice de jeunesse (20 et moins / 60 ans et plus) présentée ci-dessous met en évidence les fortes variations présentes au sein du territoire. De fait, des profils communaux très différents peuvent être recensés, avec dans des villages comme Saint-Martin-d'Entraunes ou Saint-Léger une majorité d'habitants de plus de 60 ans.

Un « gradient » de jeunesse » s'observe du sud au nord, avec un nombre plus important de familles et d'enfants sur l'extrémité sud-est du territoire : plus proches de Nice, de ses services et attraits.

Ces caractéristiques seront à prendre en compte dans le projet, étant donné que ces différentes classes d'âge ont parfois des habitudes de consommation différentes (cf. résultats d'enquêtes).

Carte 5 – Indice de jeunesse et répartition des classes d'âges



Réalisation : TERCIA Consultants, novembre 2018

Source : ©Insee 2018, BD ADMIN © IGN 2018, BD BD ALTI 75° © IGN 2013

> **Une population vieillissante**

L'analyse de l'évolution des différentes classes d'âge montre **une tendance au vieillissement de la population**, comme cela peut se constater à l'échelle des Alpes-Maritimes. Entre 2010 et 2015, la part relative des 60 ans et + a ainsi augmenté de +1,2 points (1,4 dans le 06) alors que celle des 29 ans et moins diminuait de 0,5 points (0,6 point dans le 06).

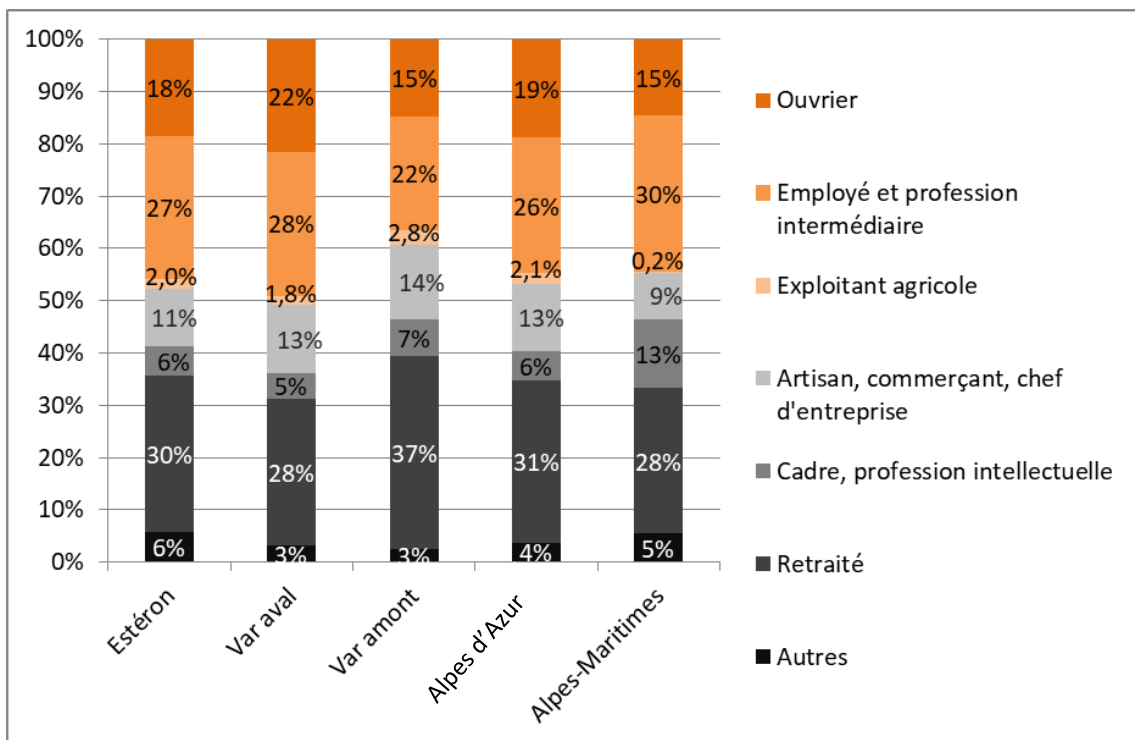
> **Une forte proportion d'ouvriers, artisans et commerçants**

Les catégories socio-professionnelles (CSP) des habitants sont un autre sujet important dans la caractérisation de la population locale, puisqu'elles sont également liées à des habitudes de consommation parfois différentes.

Le profil de la population du territoire Alpes d'Azur diffère de celui du département avec une **surreprésentation** des catégories socio-professionnelles « **ouvriers /employés** » et au contraire **une sous-représentation des cadres et professions intellectuelles**. Le graphique présenté ci-dessous montre ainsi un écart de l'ordre de 7% sur cette dernière catégorie généralement porteuse d'un plus fort pouvoir d'achat.

Malgré le développement du télétravail, ceci s'explique par un faible nombre d'emplois adaptés à ces populations, lesquelles se concentrent dans les milieux urbains.

Figure 4 – Part de la population en fonction de la catégorie socio-professionnelle (CSP) de la personne de référence (INSEE 2015)



Par ailleurs, la part de la population rattachée à un foyer dont la personne de référence est agricultrice ou retraitée est légèrement plus forte sur le territoire Alpes d'Azur que dans le département, ceci étant lié à son caractère rural (agriculteurs), à son cadre de vie (retraités) et au non renouvellement de la population de certaines communes (retraités).

Enfin, comme le montre la figure ci-dessus, les retraités sont beaucoup plus nombreux au nord du territoire.

L'évolution entre 2010-2015 des parts de la population en fonction de la CSP de la personne référente montre :

- **Un déclin de l'ordre de -14% des cadres et professions intellectuelles**
- **Une augmentation des ouvriers, artisans, commerçants, chefs d'entreprises ainsi que des agriculteurs**
- **Une stagnation des retraités**

> **Un niveau de vie modeste**

Une des conséquences du profil socio-professionnel du territoire est un niveau de vie assez modeste.

En effet, **la médiane du niveau de vie par unité de consommation est de l'ordre de 18 700 euros** sur le territoire Alpes d'Azur, soit **un niveau inférieur de plus de 2000€ à celui du département**.

La comparaison au niveau national montre que les habitants du département sont, de manière générale, plus riches que le reste des Français, mais ce constat s'inverse au sein du territoire Alpes d'Azur.

La faible part des ménages fiscaux imposés confirme bien la surreprésentation de foyers « modestes » au sein du territoire, avec seulement 46,4% de ménages fiscaux imposés contre 58% dans le département.

Tableau 5 – Niveaux de vie comparés sur le territoire Alpes d'Azur et les Alpes-Maritimes (INSEE)

	Nb ménages fiscaux	Médiane du niveau vie (€)	Ecart à la médiane nationale (sur base 100)	Part des ménages fiscaux imposés (%)
Territoire Alpes d'Azur	3 751	18 686,0	92,0	46,4
Métropole de Nice	260 547	20 395,0	100,5	56,1
Alpes-Maritimes	516 353	20 987,6	103,4	57,8

Les données disponibles ne sont pas suffisamment fiables pour entrer dans le détail infra-territorial, mais il semble **que le Var aval soit le secteur qui concentre les ménages ayant le niveau de vie le plus élevé du territoire Alpes d'Azur**.

Le secteur du Var amont serait au contraire le moins « riche », malgré la présence de la station de Valberg, dont les retombées économiques ne profitent pas seulement aux habitants permanents considérés ici.

L'éloignement de la Métropole niçoise et de ses emplois plus qualifiés et rémunérateurs doit également être un facteur d'explication.

Population « non-permanente » et tourisme

> **Une part importante et potentiellement sous-estimée de résidences secondaires**

Il est important d'analyser la problématique des résidents non-permanents qui ont parfois des habitudes de consommation favorable aux produits locaux et qui pourraient orienter par conséquent une part de leur pouvoir d'achat au sein du territoire. La donnée la plus fiable permettant d'appréhender cette partie des habitants est celle des résidences secondaires, recensées par l'INSEE depuis 1968.

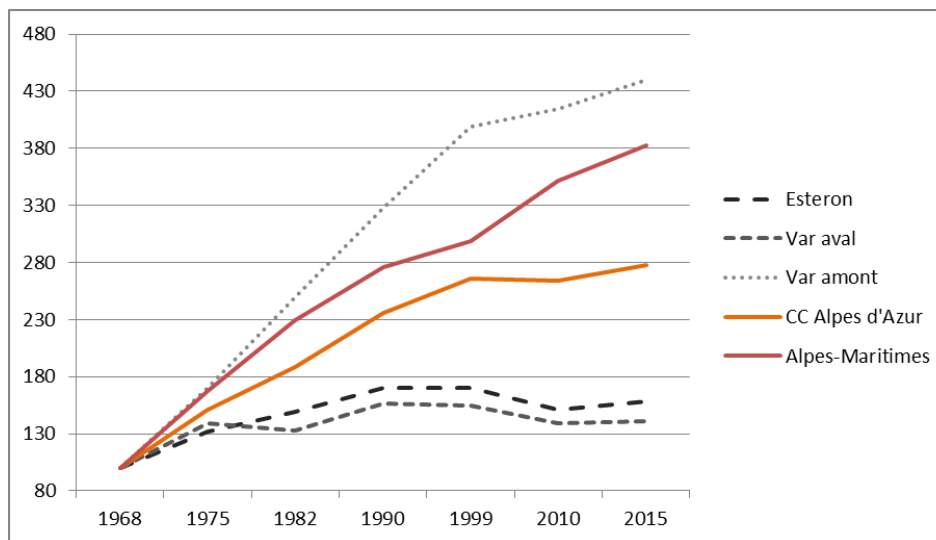
Elle montre aujourd'hui que **la moitié des logements du parc d'habitat du Territoire Alpes d'Azur sont des résidences secondaires**.

Pour l'INSEE, les résidences secondaires sont des « *logements utilisés pour les week-ends, les loisirs ou les vacances. Les logements meublés loués (ou à louer) pour des séjours touristiques sont également classés en résidences secondaires. La distinction entre logements occasionnels et résidences secondaires est parfois difficile à établir, c'est pourquoi, les deux catégories sont souvent regroupées* ».

Cette définition souligne les limites de la donnée, puisque collectée par questionnaires auprès de la population, avec une certaine marge d'interprétation de la part des enquêtés. Malgré tout, les chiffres à l'échelle d'un territoire comme celui du territoire Alpes d'Azur restent relativement fiables, quoique potentiellement sous-estimés.

La situation actuelle est issue d'une **forte augmentation des résidents secondaires depuis l'après-guerre, avec une multiplication par environ 2,5 depuis 1968**. Surtout, elle varie d'une partie à l'autre du territoire et s'avère extrêmement marquée sur le secteur du Var amont, en partie lié à la présence de Valberg.

Figure 5 – Evolution des résidences secondaires sur une base de 100 entre 1968 et 2015



La dynamique présente dans le département des Alpes-Maritimes est encore plus forte : multiplication quasiment par 4.

Le détail de la période récente montre toutefois **un infléchissement général sur la période 1999-2015**, avec une augmentation du nombre de résidences secondaires limité à + 4,2%, contre + 28% dans le département (qui présente un taux assez exceptionnel).

Il va même jusqu'à diminuer dans les secteurs du Var aval et de l'Estéron. Ces secteurs ayant les plus forts taux de croissance démographique, il s'agit possiblement d'une « reconquête » de ces logements secondaires pour un habitat permanent.

Tableau 6 – Dynamique des logements de résidences secondaires entre 1999 et 2015 (Source : INSEE)

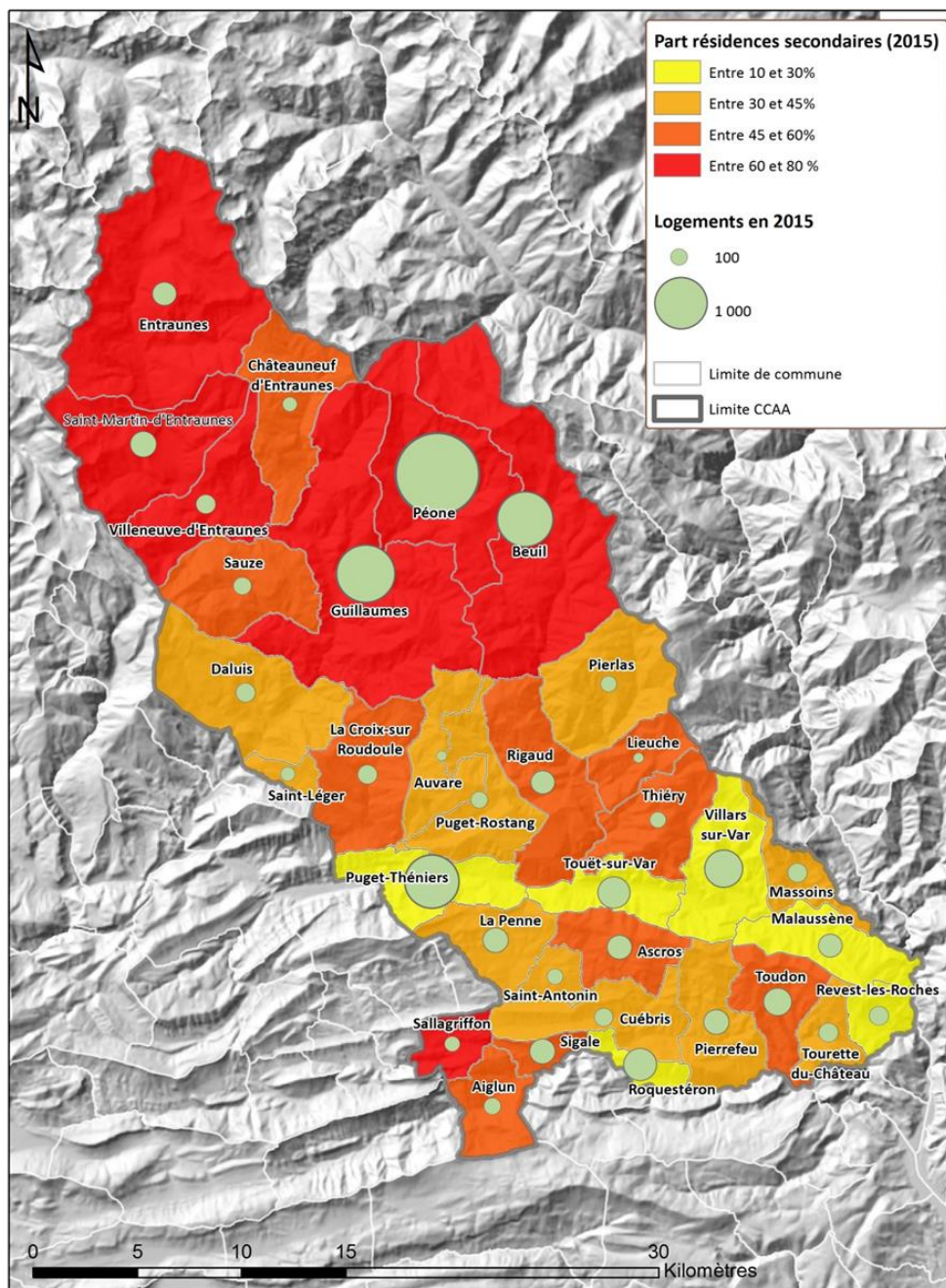
	1999		2015		Evolution 1999-2015
	Brut	% lgts totaux	Brut	% lgts totaux	
Estéron	1037	49,4%	967	42,3%	-6,8%
Var aval	932	34,9%	849	27,4%	-8,9%
Var amont	3814	76,5%	4213	71,8%	10,5%
Territoire Alpes d'Azur	5783	59,3%	6028	53,6%	4,2%
Alpes-Maritimes	146026	21,9%	187112	24,7%	28,1%

> Une répartition des résidences secondaires très variable sur le territoire

La carte de répartition communale des résidences secondaires montre des variations notables au sein du territoire : **le nord, fortement alpin et très marqué par le tourisme d’hiver et d’été, présente des taux très élevés de résidences secondaires**, allant jusqu’à 80% pour Péone (en raison de la présence de la station de Valberg) ou Saint-Martin-d’Entraunes.

Au contraire, le « cœur » de la vallée du Var aval se démarque par des taux assez faibles pour le territoire, de l’ordre de 10 à 30%. Mieux desservi et concentrant une bonne part des emplois permanents, ce secteur présente des conditions plus faciles pour une résidence à l’année. Egalement, il attire probablement moins les résidents non-permanents, en raison d’un cadre de vie moins attirant et moins touristique.

Carte 6 – Part des résidences secondaires



Réalisation : TERCIA Consultants, novembre 2018

Source : ©Insee 2018, BD ADMIN © IGN 2018, BD BD ALTI 75° © IGN 2013

> **Un territoire équipé pour accueillir une activité touristique**

Le territoire Alpes d'Azur dispose d'atouts touristiques grâce à :

- Ses sites emblématiques comme les gorges du Daluis, ou celles du Cians
- L'implantation de la station de Valberg sur sa partie nord
- Son inclusion dans le massif alpin, à la jonction entre le Parc National du Mercantour et le Parc Naturel Régional des Préalpes d'Azur, bien que cette situation intermédiaire ne le désigne pas clairement comme une destination facilement identifiable

Photographie 4 : Diversité des hébergements sur le territoire

Chambres d'hôtes / Gîtes	
	<p>Le Chant du Mélé ***</p> <p>Tarifs par chambre : 82 à 160 €</p> <p>2 chambres</p> <p>20 m² à 27 m² - 1 à 4 personnes</p> <p>Table d'hôte, cuisine maison, plein soleil</p> <p>chalet bois, ambiance conviviale</p> <p>Tél : +33(0)4.93.02.57.88 / +33(0)6.81.58.53.9</p> <p>www.chantdu-mele-valberg.com / contact@chambres-lechant-valberg.com</p>
	<p>La Croix St-Jean ***</p> <p>Tarifs par chambre : 82 à 120 €</p> <p>4 chambres - De 2 à 4 personnes</p> <p>12 m² à 17 m²</p> <p>Bibliothèque, chalet bois, plein sud</p> <p>vue panoramique, ambiance chaleureuse</p> <p>Tél : +33(0)4.93.05.45.62 / +33(0)6.82.04.84.2</p> <p>www.lacroix-valberg.com / lacroix-valberg@orange.fr</p>
	<p>Les Balcons du Paradis</p> <p>Tarifs par chambre : 75 à 95 €</p> <p>2 chambres - 4 personnes</p> <p>25 m²</p> <p>Tél : +33(0)9.61.20.41.36 / +33(0)6.30.71.90.4</p> <p>http://balconsduparadis06.mon-site-orange.fr / reiner20@orange.fr</p>
	<p>Ferme équestre de Valleirouna</p> <p>Le Gamba, 06470 Pécane</p> <p>3 chambres - 2 à 4 personnes</p> <p>20 à 25 m²</p> <p>Accès à la ferme, 1600m,</p> <p>gîte, piscine, spa...</p> <p>Tél : +33(0)4.93.02.66.16 / +33(0)6.07.13.46.5</p> <p>www.chambres-hotes-mercantour.com / chvalleirouna@orange.fr</p>
	<p>Gîte d'Aliège ***</p> <p>Aliège, 06470 Pécane</p> <p>3 chambres</p> <p>2 personnes</p> <p>A 20 min de Valberg, location</p> <p>maison indépendante, gîte d'étape (dortoir)</p> <p>Tél : +33(0)4.93.02.52.41 / +33(0)6.58.01.47.8</p> <p>www.gite-aliège.fr / gitedaliège@hotmail.com</p>



Les trois formes classiques d'hébergement touristique (hôtel, campings et résidences / villages vacance) sont présentes sur le territoire. La comparaison avec le département montre toutefois une certaine « spécialisation » dans l'hébergement en campings et en résidences de vacances.

Surtout, la situation est très différente d'un secteur à l'autre. Ainsi, l'Estéron est très faiblement pourvu en hébergements touristiques recensés par l'INSEE, alors que le secteur du Var amont, en raison notamment de la présence de Valberg, concentre plus des 2/3 du total de la Communauté de communes, avec une présence de toutes les formes d'hébergements.

Tableau 7 – Hébergements touristiques en 2018 (INSEE)

	Chambres d'hôtels	Emplacements de camping	Autres formes d'hébergement	Total hébergements (part total Alpes d'Azur)
Estéron	0	30	0	30 (4%)
Var aval	24	191	0	215 (28,7%)
Var amont	150	135	218	503 (67,2%)
dont « Valberg » ¹	128	58	199	385
Territoire Alpes d'Azur	174	356	218	748 (100%)
Alpes-Maritimes	26 742	6 642	9 471	42 855
Part Alpes d'Azur dans 06	0,7%	5,4%	2,3%	1,7%

Compte-tenu du fort développement touristique des Alpes-Maritimes, le territoire ne représente qu'une très faible part de ses hébergements, de l'ordre de 3%. En revanche, **rapportée à sa population permanente limitée, la capacité d'accueil du territoire Alpes d'Azur est conséquente.**

En effet, en rapportant la population permanente à une estimation des capacités touristiques² du territoire, le ratio obtenu est largement plus important que dans le département, **de l'ordre d'une « place » touristique pour 6 habitants**, contre 1 pour 10 dans les Alpes-Maritimes.

Tableau 8 – Ratio entre la population et l'estimation des lits touristiques (INSEE)

	Estimation des capacités touristiques (part total Alpes d'Azur)	Rapport population / estimation capacités touristiques	Rapport population / estimation capacités touristiques + lits résidences secondaires
Estéron	64 (2,9%)	40,4	1,2
Var aval	460 (20,9%)	9,8	2,0
Var amont	1 676 (76,2%)	1,6	0,2
dont « Valberg »	1 384	1,5	0,2
Territoire Alpes d'Azur	2 200 (100%)	4,4	0,6
Alpes-Maritimes	107 209	10,0	2,1
Part Alpes d'Azur dans 06	2,1%		

Plus important encore, **en prenant en compte les capacités des résidences secondaires**, particulièrement développées sur le territoire Alpes d'Azur, le ratio est d'une « place » pour 0,6 habitant, soit **la possibilité d'accueillir presque deux fois la population permanente.**

Ce ratio est particulièrement faible sur le secteur du Var amont, où la population touristique et secondaire pouvant être accueillie est 5 fois supérieure à celle de la population permanente, en sachant qu'à l'afflux de touristes et résidents non-permanents s'associe souvent l'arrivée de travailleurs saisonniers.

¹ En l'absence de données spécifiques à la station, les chiffres présentés ici sont issus du rapprochement des données connues sur les communes de Péone, Guillaumes et Beuil. Une légère surestimation est donc à noter, notamment du fait de l'inclusion de Guillaumes

² La capacité est recensée par l'INSEE pour les « autres formes d'hébergement ». Pour les hôtels, campings et résidences secondaires, la capacité est estimée sur la base du nombre de chambres / emplacements / résidences et multiplié par la taille moyenne des ménages dans les Alpes-Maritimes, soit 2,14 en 2015

Pour conclure, il est évident que l'augmentation ponctuelle de la population doit être prise en compte dans le système alimentaire territorial, en particulier sur les mois de juillet-août et les vacances d'hiver.

> **Estimation de la fréquentation touristique**

Aucune donnée existante ne permet d'apprécier précisément la fréquentation des touristes et des résidents non-permanents sur le territoire. Toutefois, les calculs basés sur les chiffres présentés dans le paragraphe précédent permettent de donner un ordre d'idée avec une marge d'erreur « acceptable » :

- **Pour la fréquentation touristique** : l'estimation du nombre de nuitées est issue du croisement entre le nombre de lits disponibles et les taux d'occupation connus les plus proches. Les données disponibles sur les Alpes-Maritimes étant largement façonnées par le tourisme côtier et donc peu pertinentes pour le territoire, les calculs sont fondés sur le taux d'occupation des Alpes de Haute-Provence, même si cela amène à sous-estimer la fréquentation hivernale ;
- **Pour la fréquentation des résidences secondaires** : l'estimation se base sur les résultats d'une étude réalisée par Atout France montrant que celles-ci sont en moyenne occupées 42 jours par an. Le nombre de nuitées est ainsi issu de ces 42 jours moyens d'occupation et de la taille moyenne des ménages dans les Alpes-Maritimes (2,14). Cela amène probablement à sous-estimer le nombre d'enfants, notamment sur les périodes de grandes vacances scolaires, mais évite l'utilisation d'un chiffre arbitraire.

En partant de ces postulats méthodologiques, **le nombre de nuitées est estimé à 374 000 environ pour le tourisme « pur » et à 518 000 pour les résidences secondaires**, avec un total cumulé de 892 000 nuitées environ. Rapporté à la population, cela représente un peu plus de 90 nuitées par habitant, ce qui est un chiffre important.

Tableau 9 – Estimation de la fréquentation touristique et liée aux résidences secondaires

	Estimation fréquentation touristique		Estimation fréquentation résidences secondaires		Estimation fréquentation totale	
	Nombre de nuitées	Nombre de nuitées / hab.	Nombre de nuitées	Nombre de nuitées / hab.	Nombre de nuitées	Nombre de nuitées / hab.
Estéron	10 911	4	83 066	32	93 978	36
Var aval	78 197	17	72 945	16	151 142	34
Var amont	284 831	110	361 952	139	646 783	249
dont « Valberg »	235227	117	312495	155	547723	271
Territoire Alpes d'Azur	373 939	39	517 963	53	891 902	92

Comme le présente le tableau ci-dessus, les variations d'un secteur à l'autre sont importantes, avec un nombre de nuitées par habitant particulièrement fort sur le Var amont, lié à la station de Valberg.

Ainsi, ce secteur concentre les ¾ des nuitées touristiques et 70% des nuitées liées aux résidences secondaires.

Le nombre total de nuitées est équivalent à une population permanente de 2 500 habitants environ, soit 25% de la population permanente

Cette fréquentation joue un rôle important dans l'économie locale, et notamment via la consommation alimentaire.

2.2. L'OFFRE AGRICOLE ET AGRO-ALIMENTAIRE

2.2.1. L'agriculture du territoire

Structure des exploitations

Le recensement général agricole (RGA) de 2010 compte 128 exploitations ayant leur siège sur le territoire des Alpes d'Azur, dont 40 sur le secteur du Var aval, qui bénéficie d'une vallée plus large.

Il met en avant une **tendance globale à la baisse du nombre d'agriculteurs, de l'ordre de -15% sur la période 2000-2010**. Ce chiffre reste assez faible comparé à la dynamique départementale, même s'il en est très proche dans le secteur du Var aval.

Le classement selon l'orientation technico-économique dominante dans les communes montre l'importance de l'élevage mais souligne également l'existence des autres productions malgré des superficies faibles.

Ainsi, **un cinquième des communes est tourné vers un système de polyculture-élevage en 2010**, et un autre cinquième vers des cultures autres : permanentes, maraichage, productions de PPAM (plantes à parfum, aromatiques et médicinales).

Cette relative spécialisation vers l'élevage extensif explique que les exploitations présentent une taille moyenne assez élevée, de l'ordre de 72 ha en 2010 d'après les chiffres du RGA.

Photographie 5 : Brebis dans les pâturages de l'Estéron



Le recensement réalisé au cours de cette étude, avec l'aide de la Communauté de communes, a permis de dénombrer un total de 101 exploitants. Même si la nature exacte des productions n'est pas connue pour toutes les fermes, il souligne la diversité des productions présentes sur le territoire, grâce à sa diversité géographique.

Occupation des sols agricoles et productions

> *Des espaces agricoles majoritairement utilisés pour l'élevage*

En 2017, **les espaces valorisés par l'agriculture – selon les déclarations à la PAC - s'étendaient sur environ 20 500 ha sur le territoire Alpes d'Azur**. Certains exploitants, souvent des maraichers, ne déclarent pas leurs surfaces car non éligibles sur les productions ou de trop petites tailles pour ouvrir à des aides.

99% de ces surfaces sont des estives et prairies permanentes, donc **des espaces valorisés par l'élevage ovin et bovin**. Les élevages caprin, avicole ou porcin sont également présents mais utilisent moins ces espaces.

Photographie 6 : Brebis en estives



Cette forte présence des élevages ovins et bovins s'explique par les caractéristiques géographiques du territoire, très marqué par le relief et résolument alpin dans sa partie nord.

Il est important de souligner l'écart entre les données du RPG 2017 ci-dessus et celles du RGA de 2010 qui compte seulement **9 102 ha de surfaces agricoles utiles (SAU)³**.

Cette différence s'explique probablement par le fait que **près de 50 % des surfaces agricoles toujours en herbe (estives, parcours, prairies permanentes) sont utilisées par des exploitants dont le siège est hors du territoire Alpes d'Azur**.

³ La SAU est la surface foncière déclarée par les exploitants agricoles comme utilisée pour leur production agricole

Tableau 10 – Types de surfaces agricoles présentes sur le territoire (RPG 2017 et RGA 2010)

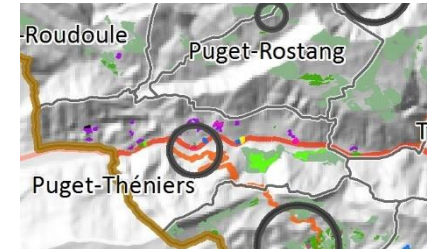
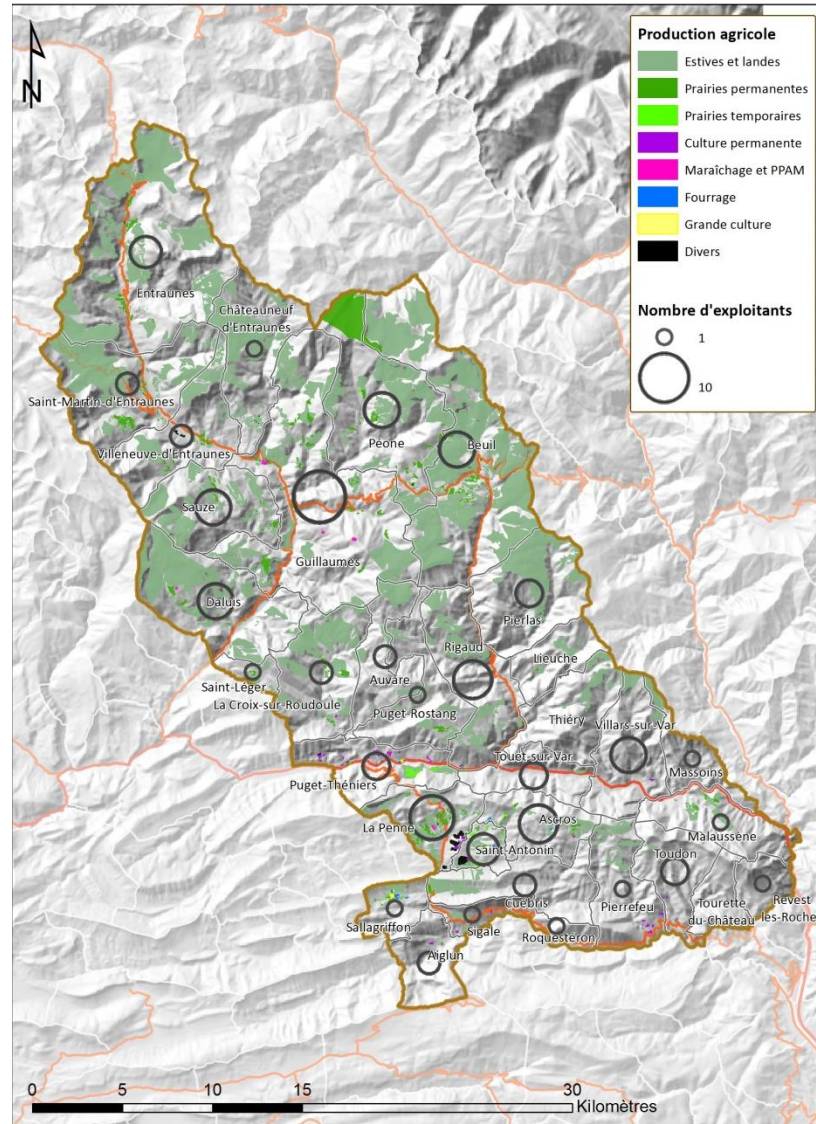
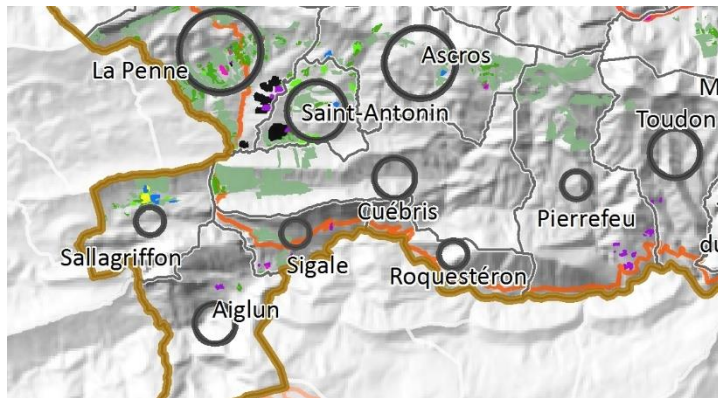
Type de production	Surface (ha) - RPG 2017	Part du total RPG	SAU (ha) : RGA 2010
Estives	18 948,6	92,6%	~ 8 900
Prairies permanentes	1 287,5	6,3%	
Prairies temporaires	65,7	0,3%	nd
Cultures permanentes	47,6	0,2%	~ 80
Maraichage et PPAM	22,9	0,1%	~ 130
Fourrage	12,4	0,1%	
Grandes cultures	5,1	0,0%	
Divers	63,4	0,3%	
Total	20 453,1	100,0%	

Ainsi, **très peu de terres arables sont disponibles pour d'autres types de productions**, qui n'occupent que 217 ha. En occultant les prairies temporaires, les cultures fourragères et les cultures « diverses » (qui sont essentiellement des prés de fauche d'après les photos aériennes) destinées à l'élevage, seuls **76 ha du Registre parcellaire graphique (RPG) seraient destinés à d'autres productions qu'animales**⁴.

Il s'agit en premier lieu de cultures permanentes, aux $\frac{3}{4}$ d'oliviers mais également de vignes. Ces productions se concentrent en grande majorité dans la vallée du Var aval et dans les fonds de vallées du bassin de l'Estéron. Le maraichage et la culture-cueillette de plantes aromatiques et médicinales (PPAM) sont également présents, avec 23 ha déclarés.

⁴ A noter que les données du RPG sont issues des déclarations PAC faites par les exploitants. La base est relativement complète mais pas exhaustive, certains manques peuvent être constatés. La marge d'erreur reste relativement faible.

Carte 7 – Surfaces agricoles du territoire



Réalisation : TERCIA Consultants, novembre 2018

Source : RPG 2017, BD ADMIN © IGN 2018, BD BD ALTI 75* © IGN 2013

> **Une Superficie agricole utile (SAU) en déclin**

L'évolution de la SAU (cf. définition ci-dessus) est également un indicateur important à considérer.

Tableau 11 – Evolution de la SAU entre 2000 et 2010

Territoire	SAU		
	2000	2010	Evolution
Estéron	2 476	1 418	-42,7%
Var aval	6 919	3 252	-53,0%
Var amont	3 892	4 593	18,0%
Territoire Alpes d'Azur	13 287	9 263	-30,3%
Alpes-Maritimes	61 115	40 619	-33,5%

La SAU a connu **une baisse de l'ordre de -30%**, soit un niveau similaire à celui du département. Aussi, l'évolution est hétérogène d'une partie à l'autre du territoire :

- La SAU du secteur du Var aval aurait perdu près de la moitié de sa surface en 10 ans, essentiellement des surfaces pâturées
- La vallée de l'Estéron a également connu une baisse forte de ses superficies agricoles, de l'ordre de -43%
- Le Var amont a connu une progression en surfaces, directement liée aux surfaces toujours en herbe (STH) déclarées

En revanche, les surfaces communales présentent de fortes variations, comme en témoigne Auvare, où 900 ha ont disparus entre 2000 et 2010, alors que Daluis a « gagné » 1000 ha. La structure particulière des surfaces agricoles de ce territoire ne permet pas de conclure clairement sur l'importance de la régression.

D'autre part, le rapport entre la SAU et le nombre d'exploitations dévoile que **la superficie moyenne des exploitations tend à baisser** de manière marquée : quasiment -20% sur le territoire Alpes d'Azur, contre -8% dans le département. Ceci va à l'encontre de la tendance nationale.

Sur le territoire Alpes d'Azur, cette dynamique peut s'expliquer par **une diversification progressive de l'agriculture** qui, grâce aux atouts du territoire en termes de débouchés, peut « explorer » de nouvelles productions, nécessitant souvent moins de superficies cultivées. Ce territoire a en effet accueilli des installations sur des surfaces limitées dans un contexte de foncier disponible rare.

Toutefois, considérant le manque de fiabilité des données sur la SAU, ces chiffres sont à considérer avec une certaine distance.

Tableau 12 – Superficie moyenne des exploitations et évolution (RGA)

Territoire	Superficie moyenne des exploitations		
	2000	2010	Evolution
Estéron	66,9	40,5	-39,5%
Var aval	100,3	63,8	-36,4%
Var amont	90,5	109,4	20,8%
Territoire Alpes d'Azur	89,2	72,4	-18,8%
Alpes-Maritimes	23,3	21,4	-8,1%

2.2.2. Production et transformation : Présentation par filière

L'élevage herbager ressort comme l'activité agricole principale du territoire : ovin viande et lait, bovin viande et lait, caprin lait. Les fromages sont fortement emblématiques sur le territoire, tout comme les produits issus de l'oléiculture. D'autres productions à forte valeur ajoutée sont également représentées, telles que celles issues du maraichage ou de l'apiculture.

D'autres productions plus marginales au regard du nombre de producteurs sont également présentes : élevage de volailles et lapins, ramassage et préparation d'escargots, viticulture, élevage porcin.

Tableau 13 – Nombre d'exploitations agricoles connues en fonction de la production principale

Productions principales	Nombre	Part
Caprin lait	27	26,7%
Maraichage	16	15,8%
Ovin viande	15	14,9%
Miel	7	6,9%
Non renseigné	6	5,9%
Equin	5	5,0%
Avicole	4	4,0%
Bovin lait	4	4,0%
Oléiculture	4	4,0%
Autres	3	3,0%
Ovin lait	3	3,0%
PPAM	3	3,0%
Bovin viande	2	2,0%
Arboriculture	1	1,0%
Total général	101	100,0%

Le paragraphe suivant décrit de manière plus détaillée ces différentes filières.

L'élevage de ruminants

Territoire de pâturage vieux de plusieurs millénaires, le Haut Pays est marqué par le pastoralisme et les transhumances. Aussi, la haute vallée du Var est le berceau de races ovines comme la Mourre Rous (tête rouge de Guillaumes). L'élevage de ruminants (ovins, caprins et bovins) valorise les espaces agricoles du territoire, malgré la rareté des surfaces permettant de faire des réserves de foin pour l'hiver.

Photographie 7 : Ovins de la ferme « Les Ruchers de Sallagriffon »



> **Evolution du cheptel**

Comme présenté dans le tableau ci-dessous, le cheptel (en UGB⁵) du territoire Alpes d'Azur a baissé de 17% en 10 ans. Ce déclin laisse penser que le potentiel agricole du territoire n'est plus entièrement valorisé.

Cependant, la progression de la SAU dans la zone du Var amont est certainement liée à **une progression notable du cheptel (en UGB) sur cette partie du territoire, de l'ordre de +42% entre 2000 et 2010.**

A l'inverse, les cheptels de l'Estéron et du Var aval déclinent fortement, entre -30% et -40%, et expliquent une tendance globale à la baisse, plus marquée que dans les Alpes-Maritimes.

Tableau 14 – Evolution de la SAU et du cheptel entre 2000 et 2010 (RGA 2010)

Territoire	Cheptel (en UGB)		
	2000	2010	Evolution
Estéron	739	506	-31,5%
Var aval	1 644	986	-40,0%
Var amont	850	1 204	41,6%
Territoire Alpes d'Azur	3 233	2 696	-16,6%
Alpes-Maritimes	14 753	13 214	-10,4%

> **Une spécialisation des territoires ?**

L'évaluation du cheptel actuel par commune reste délicate, car le nombre d'exploitations est faible et le RGA impose alors le secret statistique. Les données du GDS 06 (Groupe de défense Sanitaire) permettent d'avoir un nombre de têtes global, comprenant les femelles et les mâles de tous âges. Il n'y a pas de données fiables sur les élevages de volailles.

Tableau 15 – Cheptel total par commune (tous animaux par espèce) 2018 (source GDS 06)

Communes du Territoire Alpes d'Azur	Ovins	Caprins	Bovins	Communes du Territoire Alpes d'Azur	Ovins	Caprins	Bovins
Aiglun	0	7	0	Puget-Rostang	0	41	0
Ascros	468	70	2	Puget-Théniers	1256	0	0
Auvare	670	0	0	Revest-les-Roches	0	0	0
Beuil	350	299	63	Rigaud	346	17	6
Châteauneuf-d'Entraunes	74	0	0	Roquesteron	69	3	0
Cuébris	0	0	13	Saint-Antonin	0	0	91
Daluis	553	24	0	Saint-Léger	0	0	0
Entraunes	0	61	4	Saint-Martin-d'Entraunes	457	0	14
Guillaumes	422	81	0	Sallagriffon	97	0	0
La Croix-sur-Roudoule	498	11	82	Sauze	315	30	25
La Penne	719	46	0	Sigale	3	0	6
Lieuche	21	0	0	Thiéry	0	0	0
Malaussène	106	30	0	Toudon	25	0	0
Massoins	0	0	0	Touët-sur-Var	8	55	6
Péone	131	43	16	Tourette-du-Château	2	2	0
Pierlas	150	30	4	Villars-sur-Var	18	3	0
Pierrefeu	0	0	0	Villeneuve-d'Entraunes	0	0	0
TOTAL	6 758	853	332				

⁵ L'unité de gros bétail (UGB) est l'unité de référence permettant de calculer les besoins nutritionnels ou alimentaires de chaque type d'animal d'élevage.

Une certaine **spécialisation des territoires** peut être observée, en particulier dans la partie médiane du territoire Alpes d'Azur :

- seules 6 communes sur 34 n'ont aucun cheptel de ruminants
- 14 communes accueillent 90% du cheptel ovin
- 13 communes accueillent 90% du cheptel caprin
- 7 communes accueillent 90% du cheptel bovin



Photographie 8 : Elevage de bovins allaitants (Aubrac), Bouchanières, Guillaumes (06470)

> **Des productions variées**

La **diversité de produits laitiers proposés** (fromages frais et affinés, lactiques, yaourts) permet aux éleveurs de gérer la variabilité de la production de lait au cours des saisons et de répondre à une demande elle aussi variable.

L'offre en produits carnés est essentiellement de la viande fraîche, avec **peu de transformation**. Rares sont les éleveurs qui disposent d'un atelier de transformation, et les produits de charcuterie (saucisses, saucissons, terrines, ...), qui permettent de valoriser les bas morceaux, sont souvent réalisés par des ateliers spécialisés.

Tableau 16 – Types de productions animales (source : enquêtes GEDAR-Tercia-Ectar)

Espèce	Ovin	Caprin	Bovin
Viande	Agneaux de lait 10 kg Agneaux gris 30 kg vif Agneaux tardons 35-40 kg Moutons de 6 mois et plus	Chevreaux de 5-6kg	Veaux de lait Veaux broutards Jeune bovin
Lait	Fromages frais et affinés Yaourts	Fromages frais et affinés	Fromages frais et affinés Yaourts

Tableau 17 – Volumes de productions animales sur le territoire (évaluation GEDAR-Tercia-Ectar)

Cheptel (nombre total de têtes)	Ovins	Caprins	Bovins
Total cheptel 06*	50 489	4 393	2 064
Total cheptel Alpes d'Azur**	6 758	853	332
Part CC / total 06 (%)	13%	19%	16%
Productions viande (tonnes équivalent carcasse -tec)			
Total 06 *	1 011	Nd	85
Part Alpes d'Azur prorata du cheptel	135	Nd	14
Production lait (hectolitres)			
Total 06*	1 589	10 009	7 920
Part Alpes d'Azur prorata du cheptel	213	1 943	1 274

* Source : Memento Agreste 04-2018

**Source : GDS06

> Acteurs de l'aval

Abattoir du Mercantour

Installé à Puget-Théniers, il est **le seul abattoir agréé du département et à ce titre revêt une importance particulière pour l'élevage de ces territoires.**

Le faible volume traité (220 t/an, dont 80% provient des départements voisins) met cet établissement semi-public en déficit chronique et sa survie ne tient que grâce au soutien financier du Département.

Les autres abattoirs se situent à Digne (90 km de Puget-Théniers), Sisteron (115 km), ou encore Guillestre (144 km) et Gap (163 km).

Atelier de découpe et de transformation

Il n'y a pas d'atelier de découpe sur le territoire Alpes d'Azur. Des sociétés privées ou des éleveurs proposent cette prestation : société Rigault à Annot (AHP), GIE à la Roque-Esclapon (Var).

Cette situation est évidemment un frein à la commercialisation de la viande en circuits courts.



Volailles

Les élevages avicoles (poulets et œufs) sont bien représentés avec plusieurs élevages répartis sur l'ensemble du territoire.

Photographie 9 : a) Elevage de poules pondeuses à la ferme de Lavancia, Puget-Théniers ; b) Poules à la ferme des Poussinets, Entraunes



L'enquête a permis d'identifier au moins 5 producteurs et de faire une estimation de la production qui s'élèverait à **15 à 20 tonnes d'œufs** par an et **18 à 20 tonnes de viande de volaille** par an.

L'élevage porcin

L'élevage porcin est essentiellement présent en tant que production secondaire sur le territoire Alpes d'Azur. Pour les exploitations produisant du fromage, l'élevage de quelques porcs est notamment un moyen de valoriser le petit lait.

Une exploitation de polyculture / polyélevage en a toutefois fait une part plus importante de ses productions, avec une vingtaine de têtes. Il s'agit de races anciennes, le cochon Basque et le Mangalitzta (ou cochon laineux), élevés en bio et avec une croissance lente. L'abattage se fait à Puget-Théniers, pour une vente à un restaurant, sur le marché de Vence et par de la vente directe. La transformation se fait sur commande, grâce aux installations d'autres producteurs localisés en dehors du territoire.

Les **volumes de production sont très variables d'une année sur l'autre, avec 80 porcelets les bonnes années.**

Maraichage et petits fruits

Une quinzaine d'exploitants consacrent leur activité principale au maraichage, ce qui garantit une certaine diversité de l'offre en légumes, et en moindre mesure en fruits et petits fruits.

La production maraîchère est essentiellement orientée sur les légumes d'été, au détriment des légumes d'hiver. **La production annuelle locale est estimée à 200 tonnes**, dont des productions de tomates, poivrons, melons, courges et pastèques importantes.

Plusieurs petits pôles de production sont identifiables :

- Aux alentours de Guillaumes
- Aux alentours de Puget-Théniers
- A proximité de La Penne

Photographie 10 : Serres et produits de la ferme de Lavancia, Puget-Théniers



Les productions sous serre représentent en moyenne 10 % de la surface des exploitations, sauf exception.

Seulement 3 producteurs de petits fruits ont été recensés sur le territoire. Ces derniers vendent framboises, fraises, cassis, groseilles et mûres en frais ou transformés.

La production de petits fruits vient en complément de la production maraichère ou d'un travail salarié annexe. Aussi, **la production est estimée à 1.9 tonnes⁶**.

Arboriculture

L'arboriculture représente 12% des systèmes de production du territoire.

> Les fruits d'été

Les principales plantations sont le long de la vallée du Var, mais de nombreux exploitants et particuliers possèdent de petits vergers diversifiés. La pomme est la principale production, suivi de la poire et de manière plus marginale, la cerise, l'abricot, la prune et la pêche.

La production annuelle de fruits est estimée à 12 tonnes, pour un peu plus de 400 tonnes dans le département d'après les chiffres d'Agreste 2018.

> L'olive

L'oléiculture est un peu représentée sur le Sud du territoire, essentiellement dans la vallée de l'Estéron. La production oléicole du territoire Alpes d'Azur, réalisée par une dizaine de producteurs, **s'étend sur environ 34 ha**. Les olives sont transformées en huile, le plus souvent au moulin de Gilette, ou alors conservée en saumure et en pâte.

Le moulin de Villars-sur-Var a récemment repris son activité.

Photographie 11 : Fabrication de l'huile d'olive au moulin de Villars sur var



La quantité d'olives produite est estimée à **100 tonnes d'olives environ**, pour 660 tonnes dans le département d'après les chiffres d'Agreste 2018, **ou 15 tonnes d'huile⁷**.

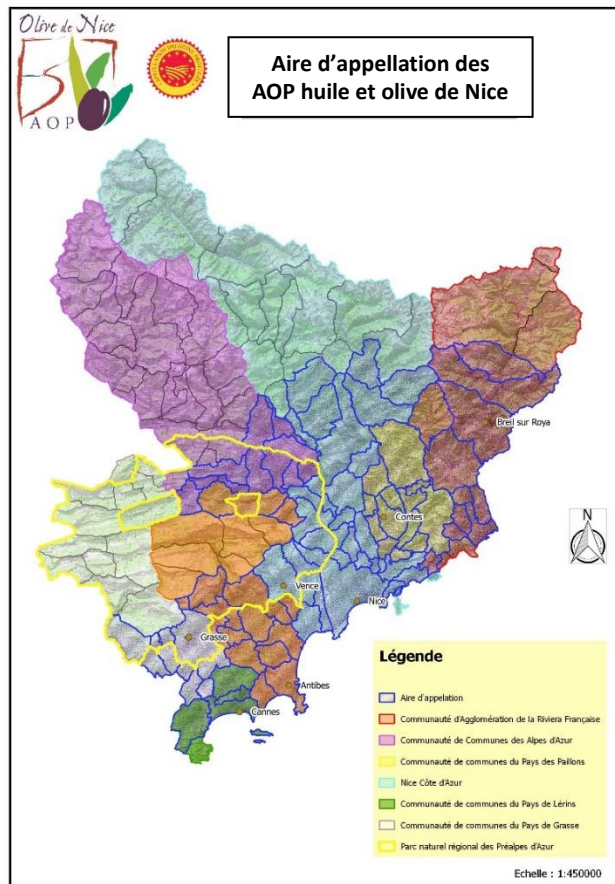
⁶ En prenant les rendements suivants : framboise : 7,5kg/m², fraises : 375g/plant, mûres : 12.5kg/m², cassis : 5kg/m², groseilles : 11kg/m²

⁷ En supposant un minimum de 100 arbres /ha, une production (faible) de 30 kg par arbre, et un rendement de 15% pour la confection d'huile.

Carte 8 : Aire de répartition de l'AOP huile et olive de Nice

Comme présenté sur la carte ci-dessous, 9 communes du territoire Alpes d'Azur, essentiellement celles du Haut Estéron, font partie de la zone des AOP huile et olive de Nice.

99 communes des Alpes-Maritimes sont concernées par le label.
(<https://www.olivedenice-aop.com>).



L'association les Amis de l'Olive Pugétoise (AOP) basée à Puget-Théniers travaille sur la réhabilitation d'oliveraies abandonnées (<http://www.aop06.fr>). Elle vise à fédérer des bénévoles pour la restauration des oliveraies en « *petite noire de Puget* » et à valoriser un patrimoine oléicole local spécifique au territoire tout en contribuant à l'attrait paysager des communes. A ce jour, environ 7 ha ont été réhabilités.

Photographie 12 : Oliveraie restaurée par les bénévoles de l'AOP, Puget-Théniers



Viticulture

Un domaine viticole / cave particulière est actif sur le territoire, à Villars-sur-Var. Il exploite 5 ha à l'ouest du village et est le seul domaine du département des Alpes-Maritimes à bénéficier de l'AOC Côtes de Provence. Les vignes sont cultivées en agriculture biologique et biodynamie, avec de nombreux cépages représentés : Syrah, Cabernet Sauvignon, Mourvèdre, Rolle, Sémillon, Ugni blanc, Clairette,... dont quelques cépages autochtones comme le Barbaroux.

Les **25 000 bouteilles produites par an se situent dans une tranche haut de gamme et sont pour partie vendues sur le domaine.**

Apiculture

Presque une dizaine d'apiculteurs sont référencés au titre de leur activité principale. Ils sont essentiellement installés dans la vallée du Var amont et dans l'Estéron.



Photographie 13 : Ruchers de Sallagriffon

D'après les retours d'enquête, la production annuelle a pu être estimée à environ **6 tonnes de miel**, pour un peu plus de 110 tonnes dans le département (Agreste 2018).

PPAM

La valorisation de plantes à parfum, aromatique et médicinale (PPAM) mérite d'être notée, avec quelques producteurs-cueilleurs dans le Var amont et l'Estéron.

D'après les retours d'enquêtes, la production serait de **150 kg environ de plantes séchées et transformées** en tisanes, mélanges d'épices, sels parfumés, pour un peu plus de 20 tonnes dans le département (Agreste 2018).

Trois producteurs d'huiles essentielles ont également été référencés, mais leur production n'est qu'à ses débuts.

Difficultés actuelles à l'échelle des exploitations

L'agriculture locale bénéficie de nombreux atouts dont les principaux sont :

- La proximité d'un bassin de consommation important
- Une image positive permettant de bénéficier du tourisme
- Le dynamisme de certains agriculteurs, moteurs dans des initiatives nouvelles et porteuses d'une forte valeur ajoutée

Malgré tout, plusieurs difficultés à l'échelle des exploitations agricoles sont pointées du doigt par les acteurs interrogés. Ces contraintes limitent le développement de l'activité agricole, et peuvent rendre son maintien problématique :

- **La difficulté d'accès au foncier**, qui touche notamment les jeunes agriculteurs souhaitant s'installer hors cadre familial. Ceci est certes lié à la grande rareté des terres arables, mais également à une tendance à la rétention des meilleures terres par les exploitants déjà installés
- **L'isolement de certaines exploitations** impose des conditions de vie parfois rudes aux agriculteurs comparé aux « standards modernes » mais oblige aussi à des trajets longs
- La **prédation du loup** pour l'élevage

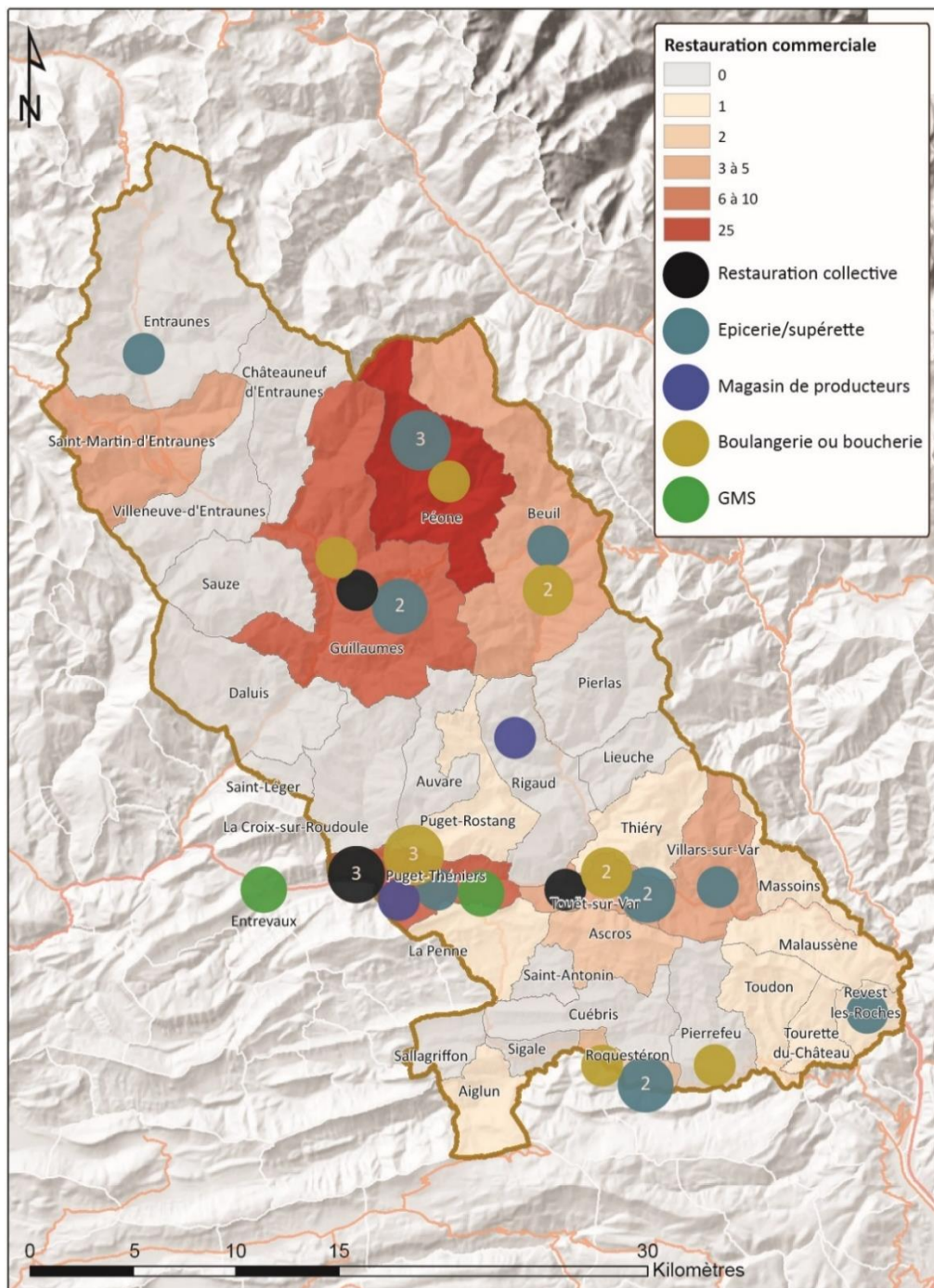
2.2.4. Organisation de l'offre agro-alimentaire actuelle

Etat de l'offre

> Les commerçants alimentaires

Afin de mieux cerner l'offre commerciale en produits locaux sur le territoire, une série d'enquêtes a été menée auprès des commerçants alimentaires du territoire Alpes d'Azur. La carte ci-dessous récapitule les différents lieux de distribution recensés.

Carte 9 – Spatialisation des structures de commercialisation alimentaire sur le territoire



Réalisation : TERCIA Consultants, janvier 2019

Source : INSEE 2017, BD ADMIN © IGN 2018, BD BD ALTI 75* © IGN 2013

L'offre en commerces alimentaires se répartit principalement autour de la route RN 202 reliant Digne-les-Bains à Nice. Les territoires intérieurs se retrouvent « désertés », bien que quelques épiceries perdurent.

> **Présentation de l'échantillon enquêté**

Parmi les commerces recensés, la moitié ont répondu à l'enquête, et 17% des restaurants commerciaux. Le tableau ci-dessous présente l'échantillon ayant participé :

Tableau 18 – Echantillon d'enquête auprès des commerces et restaurants

Commerces	15	47%
Epicerie / supérette	5	16%
Boucherie	4	13%
Point de vente autre	3	9%
Boulangerie	2	6%
GMS	1	3%
Restaurants commerciaux	13	41%
Auberge	6	13%
Restaurant	4	19%
Bar restaurant	2	6%
Hôtel restaurant	1	3%
Restaurants collectifs	4	13%
TOTAL	32	100 %

> **Les commerçants et aubergistes, relais des produits locaux**

80 % des commerçants et 77 % des restaurateurs rencontrés proposent des denrées produites sur le territoire Alpes d'Azur. Seulement 7 % des commerces n'ont aucun fournisseur proche.

Tableau 19 – Approvisionnement régional des commerces et restaurants

	PACA		Alpes-Maritimes		Local		Aucun fournisseur proche	
	Brut	Part	Brut	Part	Brut	Part	Brut	Part
Commerces	11	73%	10	67%	12	80%	1	7%
Restaurants commerciaux	9	69%	10	77%	10	77%		0%
Restaurants collectifs	3	75%	4	100%	1	25%		0%
Total général	23	72%	24	75%	23	72%		0%

D'après les enquêtes, les produits locaux représentent en moyenne 6 % de l'approvisionnement des épiceries, qui se fournissent chez 7 producteurs en moyenne.

Quant aux restaurants/auberges rencontrés, 15 % de leur matière première proviendrait de productions locales.

Dans les deux cas, **les fromages et les légumes sont les principaux aliments proposés**. Certains restaurateurs essaient ou ont essayé de travailler avec des viandes locales (chevreau, agneau), mais la logistique (sanitaire et stockage) et les prix sont les principaux freins à leur utilisation.

Organisation des circuits

Les circuits courts constituent en général un débouché important sinon exclusif pour les exploitations enquêtées. Les ventes via un magasin de producteur, à la ferme ou sur les marchés locaux attirent le plus les agriculteurs du territoire.

Photographie 14 : Marché à Puget-Théniers



Les seules ventes à un grossiste sont celles pour les animaux : ovins ou bovins, voire les chevreaux vendus pour l'engraissement.

Tableau 20 – Types et lieux de vente des producteurs

Modes de commercialisation	Nbre enquêtés	Proportion
Vente directe / à la ferme	15	52%
Vente magasins de producteurs	14	48%
Vente marché locaux	11	38%
Vente commerces et restaurants locaux	6	21%
Vente maquignon	6	21%
Autres (la ruche, 21 paysans)	4	14%
Vente AMAP	3	10%
Total exploitants enquêtés	29	100%

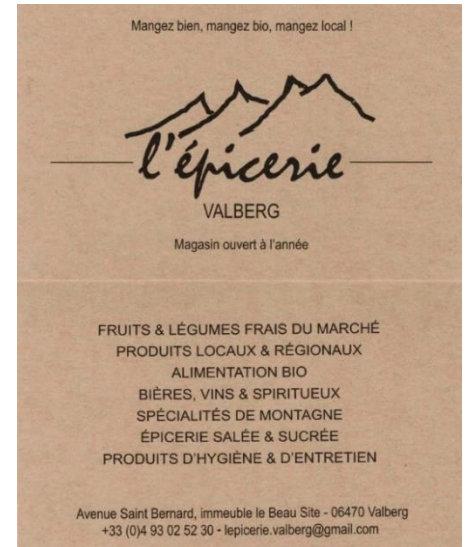
Lieux de vente	Nbre enquêtés	Proportion
Vente sur la Côte	10	34%
Vente locale	25	86%
Vente locale et sur la Côte	7	24%
Total exploitants enquêtés	29	100%

En revanche, **58 % des fermiers enquêtés vendent hors du territoire**, sur la Côte principalement, et les distances parcourues sont parfois conséquentes.

Peu de projets collectifs se sont développés pour renforcer les circuits-courts. Malgré tout, un souhait réciproque de travail en commun existe et certaines initiatives ont porté leurs fruits, comme en témoigne le magasin de producteurs « Montagnes Paysannes ».



Photographie 15 : a) Etals de produits locaux au magasin de producteurs « Montagnes Paysannes » ; b) Epicerie à Valberg proposant une gamme variée de produits locaux



Attentes et besoins

> Des producteurs qui souhaitent développer les circuits courts

Les circuits courts sont à l'heure actuelle couramment pratiqués par les producteurs, et une grande partie d'entre eux exprime le désir de pouvoir vendre plus sur le territoire. Au contraire, peu affirment une préférence pour la vente sur la Métropole ou la Côte, même si à l'heure actuelle, la majorité y vend une partie de sa production.

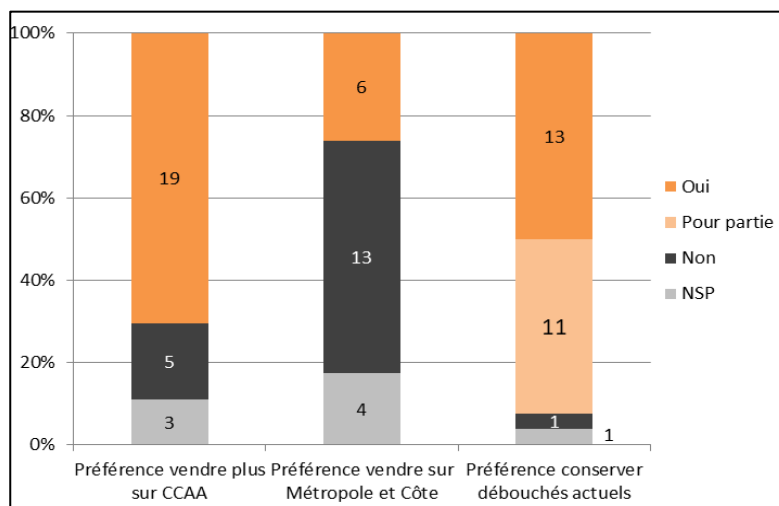


Figure 6 – Préférences des producteurs pour leurs débouchés futurs

Ces déclarations méritent toutefois d'être nuancées pour deux raisons :

- Par le « poids des habitudes » qui pousse certains agriculteurs à préférer la continuité dans les débouchés actuels. Ceci laisse alors peu de marges de manœuvre compte tenu de la faiblesse des volumes produits.
- Par l'avantage de disposer d'un gros bassin de consommation, avec des niveaux de prix rentables : la Côte. Ce type de commercialisation occasionne toutefois des déplacements importants, difficiles pour les producteurs et peu durables au regard des émissions de GES.

> **Des commerçants / restaurateurs prêts à jouer le jeu du local**

De leur côté, les commerçants expriment de l'intérêt pour multiplier leur approvisionnement auprès des producteurs locaux, comme présenté sur le graphique ci-dessous :

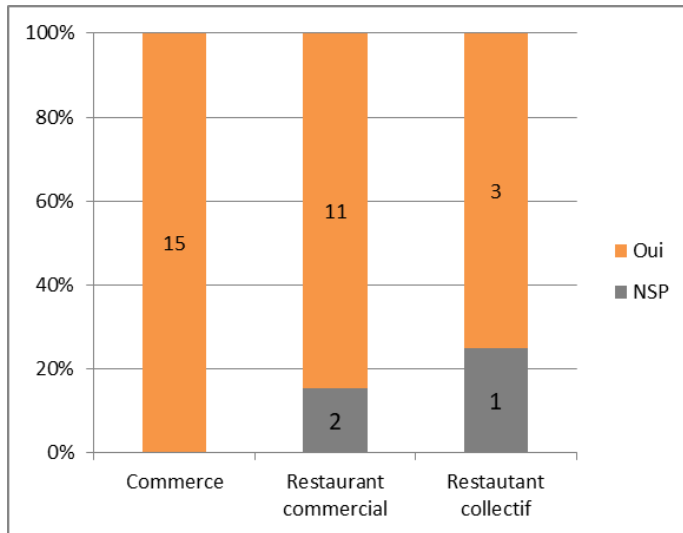


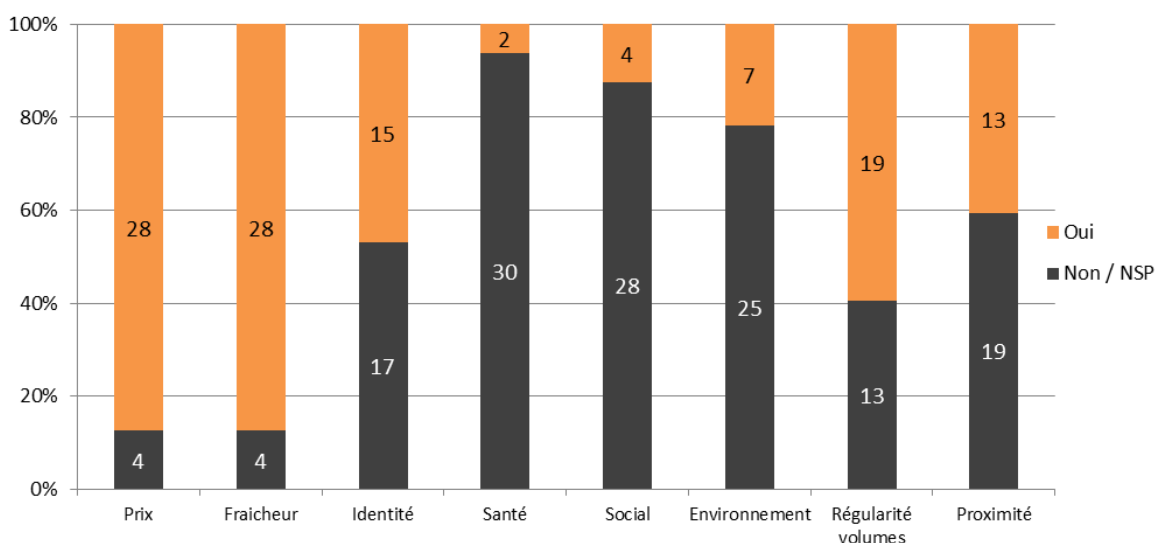
Figure 7 – Intérêt des commerçants / restaurateurs pour l'augmentation d'un approvisionnement local

La majorité des commerçants-détaillants aimerait accroître l'offre en produits locaux mais 56% conditionnent cet intérêt. Les enquêtes font valoir **la satisfaction générale vis-à-vis de la qualité des produits locaux**, mais soulignent le **manque de diversité de l'offre, de régularité d'approvisionnement** quel que soit le produit et le **besoin de travailler la communication**. Les commerçants attendent souvent d'être démarchés par les producteurs.

Le prix est cité comme le principal frein à l'achat de produits locaux par les restaurateurs et bouchers.

Ces critères sont directement liés aux attentes des clients, qui se répercutent logiquement sur celle des professionnels.

Figure 8 – Attentes des commerçants / restaurateurs vis-à-vis des produits locaux
Question : « quels critères vous importent le plus ? »



2.3. CONSOMMATION ET DEMANDE LOCALES

2.3.1. Consommations et dépenses alimentaires des ménages

Part des différents produits dans la consommation des ménages

La troisième édition de l'Étude individuelle nationale des consommations alimentaires (INCA3), publiée en 2017, permet de mettre en avant les différents types d'aliments entrant dans le régime alimentaire moyen des Français.

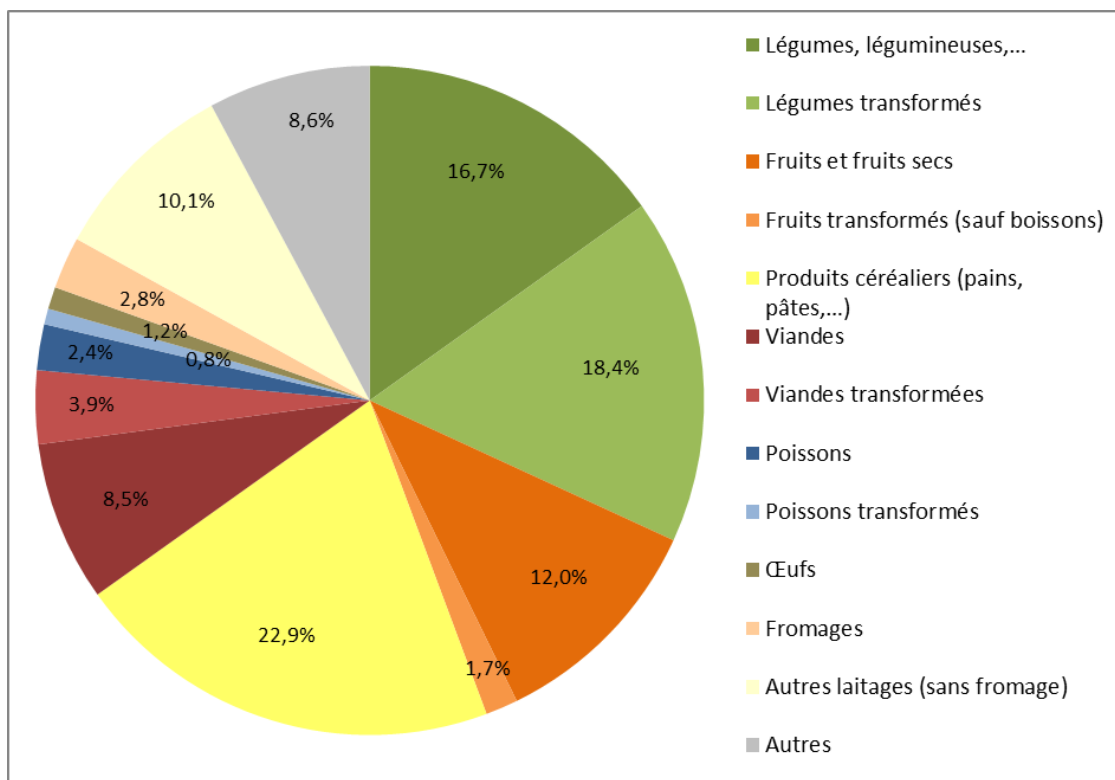
Ainsi, **les légumes, légumineuses, tubercules et leurs produits transformés constituent environ 35% de la ration quotidienne.**

Les produits céréaliers représentent également une part importante, avec 23% du régime alimentaire.

Les fruits et leurs produits transformés se positionnent en troisième place, avec environ 14%.

Les produits animaux sont plus limités en parts moyennes par Français : de l'ordre de 12,5% pour la viande et ses produits transformés, de 3% pour les fromages.

Figure 9 – Part des différents types d'aliments dans le régime alimentaire moyen en France (INCA3)



A partir de la population présente sur le territoire Alpes d'Azur, il est possible **d'estimer les quantités consommées pour chaque grande famille de produits, et de les mettre en relation avec le potentiel de production sur le territoire.**

Ainsi, les volumes consommés pour l'ensemble de la population permanente du territoire sont de 9 700 tonnes par an environ. En excluant les boissons, le volume tombe à **3 950 tonnes par an.**

Les volumes les plus importants concernent les légumes et produits céréaliers : respectivement 1 260 t/an et 823 t/an.

Le détail des productions est présenté dans le tableau ci-dessous, avec en gras les volumes de consommation des aliments qui peuvent être partiellement produits sur le territoire.

Les volumes consommés par les ménages sont importants par rapport à la production, avec par exemple près de 100 tonnes estimées de consommation pour les fromages, qui ne représentent pourtant qu'une petite part du régime alimentaire moyen.

Tableau 21 – Estimation des volumes moyens de consommation par type de produits alimentaires pour le territoire Alpes d'Azur et la Métropole niçoise en 2015 (INCA3)

Types de produits	Part consommation alimentaire totale (dont boissons)	Part consommation alimentaire totale (hors boissons)	Consommation totale (t/an)		
			Alpes d'Azur	Touristes et RNP ⁸	Métropole Nice
Légumes, légumineuses,...	6,2%	16,7%	598,0	151,2	33 320,8
Légumes transformés	6,8%	18,4%	661,1	167,1	36 825,3
Fruits et fruits secs	4,4%	12,0%	430,2	108,8	23 973,8
Fruits transformés (hors boissons)	0,6%	1,7%	61,9	15,5	3 421,4
Produits céréaliers (pains, pâtes,...)	8,5%	22,9%	823,0	207,7	45 786,4
Viandes	3,2%	8,5%	306,2	77,4	17 050,4
Viandes transformées	1,4%	3,9%	140,3	35,4	7 808,2
Poissons	0,9%	2,4%	87,5	22,1	4 874,2
Poissons transformés	0,3%	0,8%	30,0	7,6	1 672,1
Œufs	0,4%	1,2%	42,3	10,7	2 353,1
Lait	3,0%		291,6	73,4	16 168,6
Fromages	1,0%	2,8%	99,6	25,2	5 550,5
Autres laitages (sans fromage)	3,7%	10,1%	361,3	91,0	20 069,0
Eau	49,8%		4 822,8	1219,5	268 797,9
Jus de fruits	2,5%		240,3	4,6	13 332,7
Boissons alcoolisées	3,8%		372,1	7,2	20 808,4
Autres	3,2%	8,6%	310,0	6,0	17 239,6
Total	100,0%		9 678,1	2230,3	539 052,1

Une consommation alimentaire saisonnière conséquente

A ces chiffres peuvent être ajoutés la consommation des résidents non-permanents et des touristes.

Les données disponibles connaissent plusieurs limites : pas de connaissance exacte de la fréquentation, des périodes de fréquentation ni des caractéristiques des visiteurs et résidents non-permanents.

Mais une estimation peut être réalisée à partir de la capacité d'accueil connue (touristique et résidences secondaires) et du taux d'occupation déterminé mois par mois⁹. La méthode est détaillée dans la partie 2.1.3.

⁸ Résidents non-permanents

Sur cette base, 2 230 t/an seraient consommés par les touristes et résidents non-permanents, soit 908 t/an en enlevant les boissons. Il faudrait ainsi ajouter **1/4 de la consommation des habitants permanents pour prendre en compte la consommation alimentaire liée à la fréquentation saisonnière du territoire.**

A noter toutefois qu'une partie des produits alimentaires des résidents non permanents et touristes est achetée avant l'arrivée sur le lieu de séjour et ne bénéficie donc pas au territoire. Ces chiffres correspondent donc à **une estimation de la consommation**, et non à une estimation des achats.

Bien entendu, les volumes cumulés de la population totale et des visiteurs / résidents non-permanents restent très faibles par rapport à la consommation totale estimée sur la Métropole niçoise. **Le rapport des volumes du territoire Alpes d'Azur et de la Métropole suivent globalement un ratio de 1 pour 56.** Les variations s'expliquent par la composition de la population et les habitudes de consommation de ces composantes.

Dépenses alimentaires des ménages

Les données suivantes sont issues de l'analyse d'une étude réalisée en 2011 par l'INSEE sur l'ensemble des dépenses des ménages français.

Les données ne permettent pas un aussi bon détail que celui présenté ci-dessus, mais **la dépense alimentaire moyenne pour les ménages du territoire Alpes d'Azur peut être estimée à 3 250 €/an.** Multiplié par le nombre de ménages, cela représenterait un total de plus de 14 millions d'euros de dépenses alimentaires pour les habitants des communes du territoire, soit 17,4% de leur budget.

Une fois encore, les chiffres de la Métropole de Nice sont beaucoup plus importants, de l'ordre de 1 pour 60, avec la présence d'une clientèle plus aisée, à même de privilégier des produits de qualité malgré un prix plus élevé.

Tableau 22 – Estimation des dépenses annuelles moyennes pour le territoire Alpes d'Azur et la Métropole niçoise en 2015 (Source : Insee)

	Estimation dépense moyenne / ménage Alpes d'Azur (€)	Estimation dépenses Alpes d'Azur (€)	Estimation dépense moyenne / ménage Nice Métropole (€)	Estimation dépense Nice Métropole (€)
Dépenses totales	18 686	81 396 216	20 395	5 190 303 155
Total produits alimentaires et boissons non-alcoolisées	3 251	14 162 942	3 222	820 067 898
<i>dont produits alimentaires</i>	2 878	12 535 017	2 855	726 642 442
<i>dont café, thé et boissons non alcoolisées</i>	243	1 058 151	245	62 283 638
<i>dont autres dépenses d'alimentation</i>	112	488 377	122	31 141 819
Boissons alcoolisées	318	1 383 736	265,1	67 473 941

Comparaison production locale et consommation

Le bassin de consommation local est suffisant pour écouler la production agricole du territoire, sous ses différentes formes.

L'estimation des volumes produits comparée à celle des volumes consommés souligne une part « d'autosuffisance » faible.

⁹ A partir des données disponibles sur les Alpes-de-Haute-Provence, qui sont plus proches du territoire que celles réalisées dans le département et plutôt focalisées sur la Côte d'Azur, même si elles amènent à sous-estimer l'importance de la fréquentation hivernale

De fait, elle varie entre **2,3% pour les fruits**, dont les volumes produits sur le territoire sont très faibles, à **43% pour les fromages**, qui sont l'une des productions principales.

Il s'agit d'une information théorique étant donné que certains facteurs ne sont pas connus : part de la consommation effectivement achetée sur place, part des habitants / visiteurs en mesure d'acheter des produits locaux aux prix actuels, part des habitants / visiteurs ayant le goût pour les produits proposés, etc...

En revanche, ces données soulignent que la majeure partie de la production pourrait être écoulee localement.

Tableau 23 – Comparaison des estimations de volumes consommés et produits sur le territoire

Types de produits	Estimation volumes produits (en t)	Estimation volumes consommés "permanents" (en t)	Estimation volumes consommés total (en t)	Part "d'autosuffisance" théorique
Total viande	136,5	446,5	559,3	24,4%
Œufs	17,5	42,3	53	33,0%
Total fromage	53,7	99,6	124,8	43,0%
Total légumes	200,0	1259,1	1577,4	12,7%
Total fruits	13,9	492,1	616,4	2,3%
Huile d'olive	15,0	NC	NC	NC
Miel	6,3	NC	NC	NC

La principale difficulté pour le développement de la commercialisation sur le territoire tient à la proximité d'un énorme bassin de consommation, avec une forte présence de ménages à haut niveau de revenus.

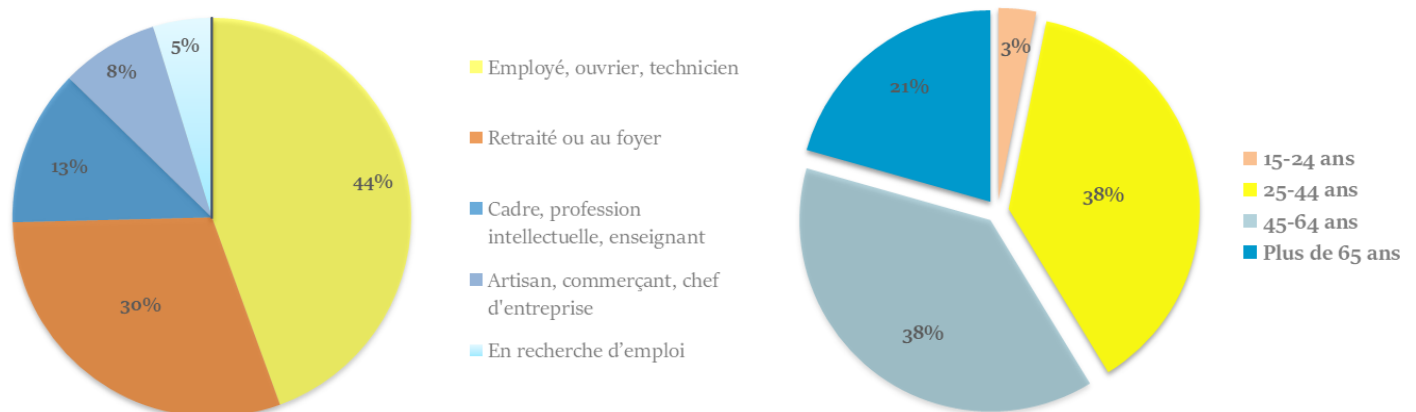
2.3.2. Habitudes de consommation

Présentation de l'échantillon de consommateurs enquêtés

63 personnes ont participé à l'enquête consommateur menée entre Octobre et Novembre 2018. Cet échantillon compte 76 % de femmes. Comme présenté sur le graphique ci-dessous, 38% de ces consommateurs ont entre 25-44 ans et 38% entre 45-64 ans.

La majorité (92%) sont des résidents permanents sur le territoire.

Figure 10 – Présentation de l'échantillon de consommateurs enquêtés



52 % des personnes enquêtées appartiennent à la Catégorie Socio-professionnelle 2 (CSP), qui regroupe employés, ouvriers, techniciens, ou artisans avec un revenu moyen. La CSP 1 qui inclue les femmes au foyer, les retraités et les sans-emplois représente plus d'un tiers de l'échantillon (35%).

Enfin, la CSP 3 (cadre, enseignants) est minoritaire, avec seulement 13 % des participants.

> **Limites**

La période d'enquêtes n'était pas optimale pour obtenir un échantillon représentatif de la population du territoire : en effet, aucun touriste et très peu d'habitants secondaires ont été rencontrés.

Mais comme présenté précédemment, il ne s'agit que d'une consommation minoritaire pour le territoire.

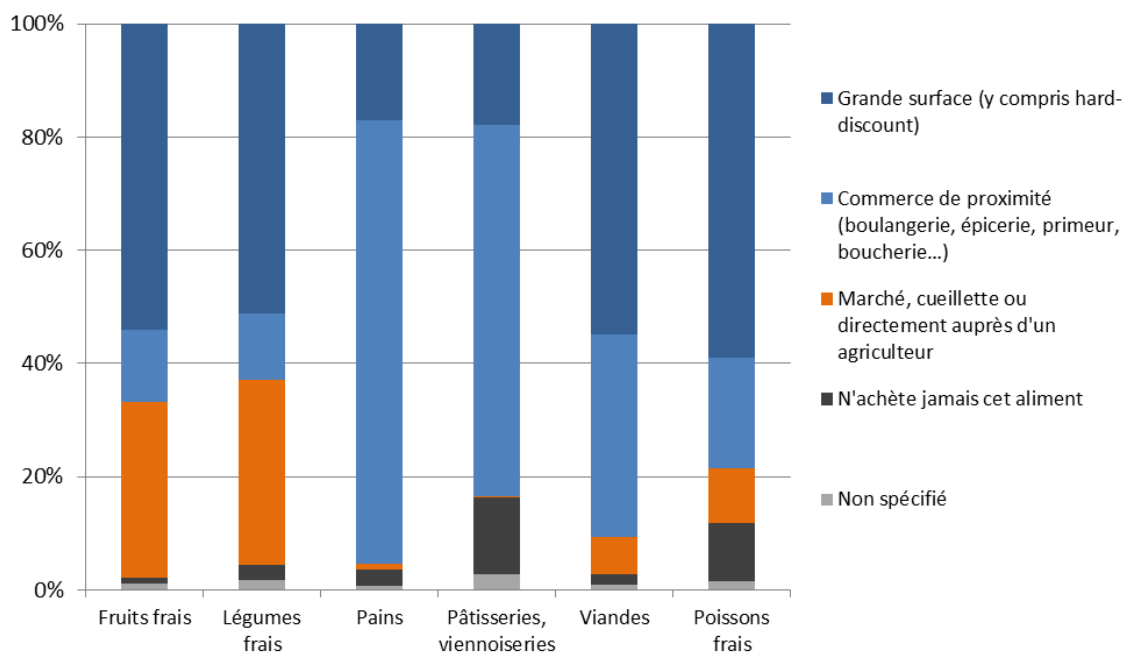
Principaux lieux d'achat

> **A l'échelle nationale**

Mis à part le pain et viennoiseries qui sont essentiellement achetés dans les commerces de proximité (boulangeries), les autres types de produits proviennent pour **54% en moyenne de Grandes Surfaces**.

Les français se procurent environ 1/3 des fruits et légumes frais sur les marchés ou auprès d'un agriculteur, et 1/3 de leur viande auprès d'un boucher.

Figure 11 – Lieux d'achat de denrées alimentaires à l'échelle nationale (INCA3)

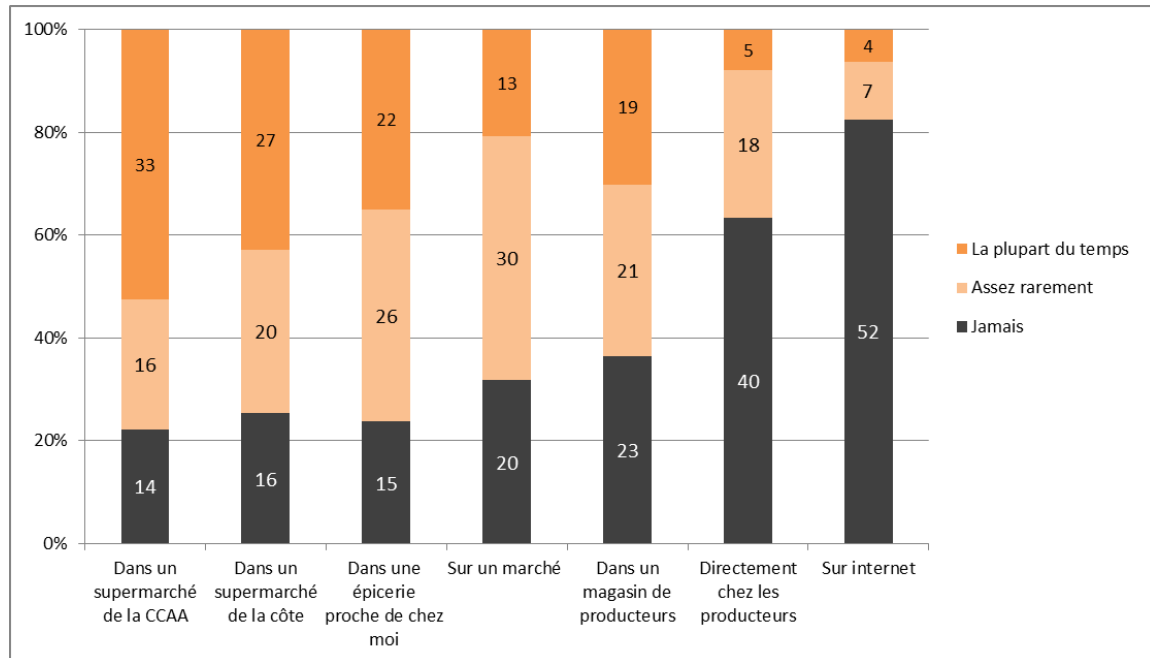


> **Sur le territoire Alpes d'Azur**

Les achats en moyenne et grande surfaces restent largement majoritaires : 52 % des personnes enquêtées disent faire leurs courses dans une grande surface du territoire (Entrevaux, Puget-Théniers) et 42 % font régulièrement leurs achats sur l'agglomération niçoise, pour des raisons de praticité (à la faveur d'un autre déplacement), de choix et de prix.

D'importantes variations apparaissent d'un secteur à l'autre du territoire. Ainsi, les habitants de l'Estéron vont majoritairement faire leurs courses principales sur Nice (10 personnes sur 11). Ceci s'explique logiquement par la géographie.

Figure 12 – Lieux d'achat de denrées alimentaires des habitants du territoire Alpes d'Azur (Source : enquêtes TERCIA-ECTAR-GEDAR)



La fréquentation des épiceries de proximité est directement corrélée à l'âge des répondants, avec une part plus élevée pour les 45-64 ans (40%) mais surtout pour les 65+ ans (60%). Les touristes et résidents secondaires constituent également une clientèle essentielle à leur maintien.

La fréquentation des magasins de producteurs est aussi liée à l'âge, avec une forte proportion de + de 45 ans, de l'ordre de 40%. A l'inverse, les moins de 45 ans sont plus enclins que les autres à faire leurs courses sur la Côte, dans le cadre de leurs activités professionnelles par exemple.

L'achat sur internet est peu répandu sur le territoire, avec à peine 10% de consommateurs réguliers.

Comme présenté sur le graphique ci-dessous, les quatre principaux critères des consommateurs pour le choix d'un magasin sont :

- La présence de fruits et légumes frais (89%),
- La diversité des produits (70%),
- La proximité du domicile ou du lieu de travail (66%),
- La présence de produits locaux (57%).

Aucun lien significatif n'a été observé entre la catégorie socio-professionnelle et la présence de bio ou de produits locaux en magasin.



Photographie 16 : Etal de fruits et légumes au magasin de producteurs « Montagnes Paysannes »

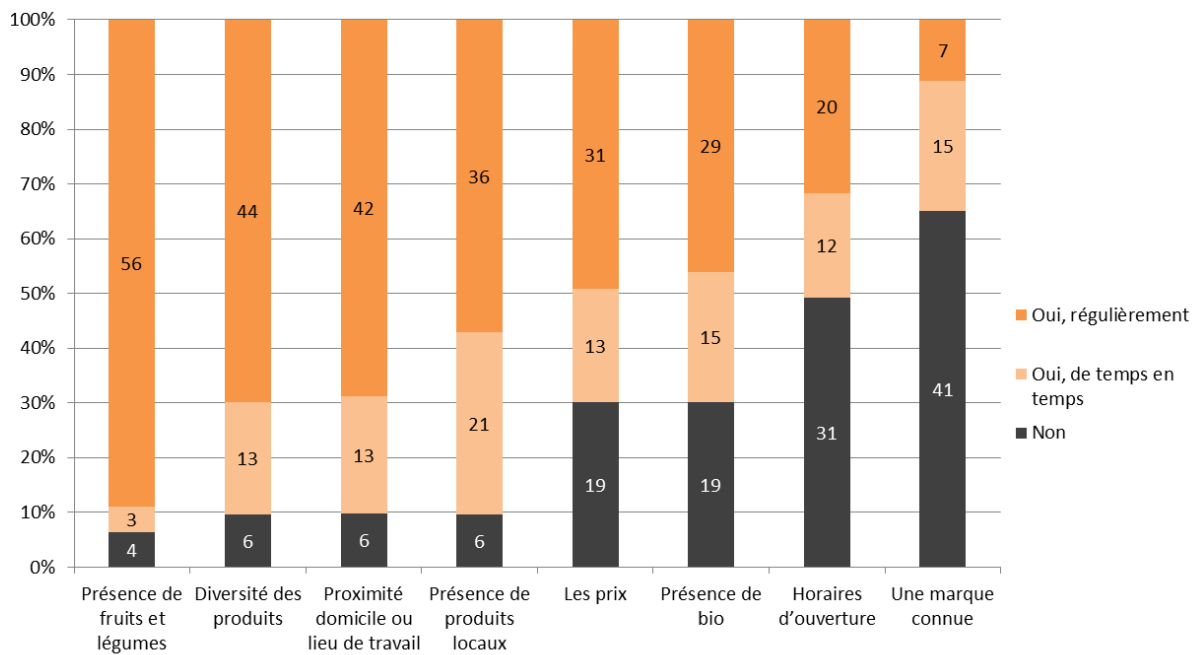


Figure 13 – Critères de choix des lieux d'achat de denrées alimentaires (Source : enquêtes TERCIA-ECTAR-GEDAR)

En revanche, la Catégorie Socio-Professionnelle 3 (cadre, médecins, enseignants) est moins regardante sur les prix ou sur les marques que les autres CSP.

Les enquêtes révèlent également que les critères de prix et de marque sont de moins en moins influents à mesure que l'âge croît.

Les actifs (CSP 2 et 3) apportent une importance aux horaires d'ouverture, contrairement aux retraités pour qui la proximité du domicile est un critère déterminant.

Bien que les achats en Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAPs), vente directe, réseaux d'achat groupé restent aujourd'hui minoritaires dans les pratiques et habitudes alimentaires des ménages du territoire, ces derniers tendent à **diversifier les formats de vente en se souciant davantage de la proximité géographique et physique des produits.**

Un tiers des personnes enquêtées disent acheter régulièrement dans un magasin de producteurs. Aussi, les résultats d'enquêtes montrent que les magasins de producteurs sont fortement associés à des prix élevés, ce qui est moins le cas pour les produits vendus directement par les producteurs.

Quels types de produits et quels critères de choix ?

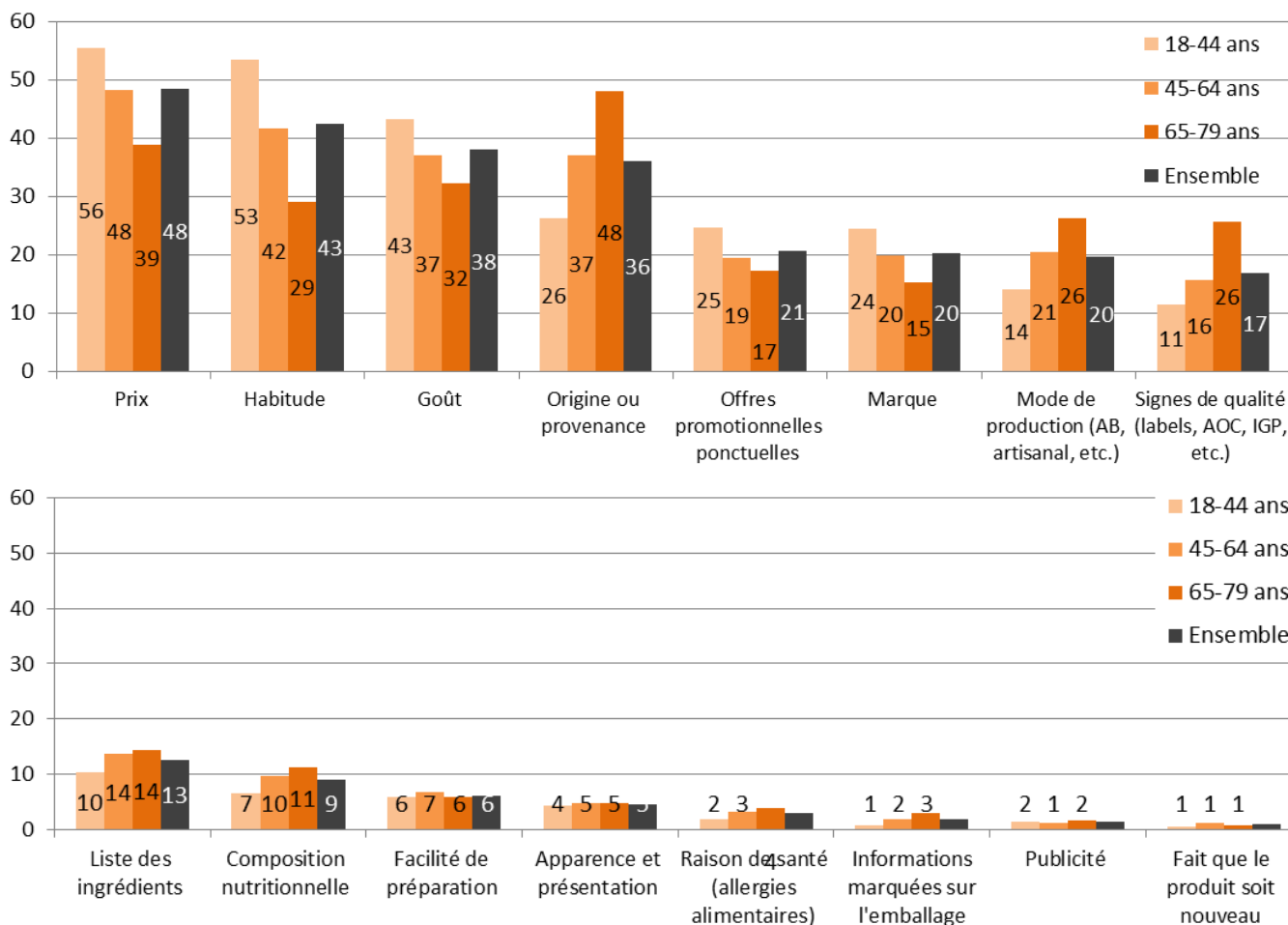
> A l'échelle nationale

Le graphique ci-dessous montre que **le prix est le principal critère intervenant dans le choix d'un produit, avec près de 50% des personnes** disant y faire attention au moment de leur décision d'achat. Ceci est valable pour toutes les tranches d'âge, à l'exception des 65-79 ans, qui certes y accordent une grande importance, mais pour qui l'origine et la provenance sont les critères déterminants.

Le critère de l'origine intervient de manière notable dans la décision d'achat d'un tiers des personnes interrogées au niveau national, avec une importance de plus en plus forte en fonction de l'âge.

Le mode de production et les signes de qualité paraissent moins importants dans la décision d'achat, puisque déterminants dans environ 20% des cas, c'est-à-dire à peu près au même niveau que les marques. De la même manière que pour l'origine et la provenance, leur importance croit avec l'âge des personnes interrogées.

Figure 14 – Critères intervenant dans le choix des produits à l'échelle nationale (INCA3) (% de réponses positives)



L'habitude est un facteur assez décisif dans les comportements d'achat, puisque 43% des personnes reconnaissent son rôle dans les achats alimentaires. L'efficacité de projets promouvant de nouvelles formes de consommation dépend ainsi de leur capacité à les bousculer.

Ainsi, étant donné le comportement des consommateurs du territoire Alpes d'Azur, la vente aux commerçants-détaillants et à une GMS apparaissent comme des débouchés porteurs.

> Sur le territoire Alpes d'Azur

La fraîcheur apparaît pour la quasi-totalité des consommateurs comme le principal critère de choix d'un produit, avec peu d'hésitation à ce sujet. L'origine locale est également un critère assez décisif, quoique avancé avec plus d'incertitude par un nombre conséquent de personnes.

Le troisième critère mis en avant est celui du prix, particulièrement pour les moins de 65 ans, ce qui rejoint les conclusions de l'enquête nationale.

Le label Agriculture Biologique est plus en retrait dans les critères de décision d'achat, quoique bien présent. Surtout, il ressort dans les réponses formulées par les personnes appartenant à la CSP 3 (cadres, enseignants, ...).

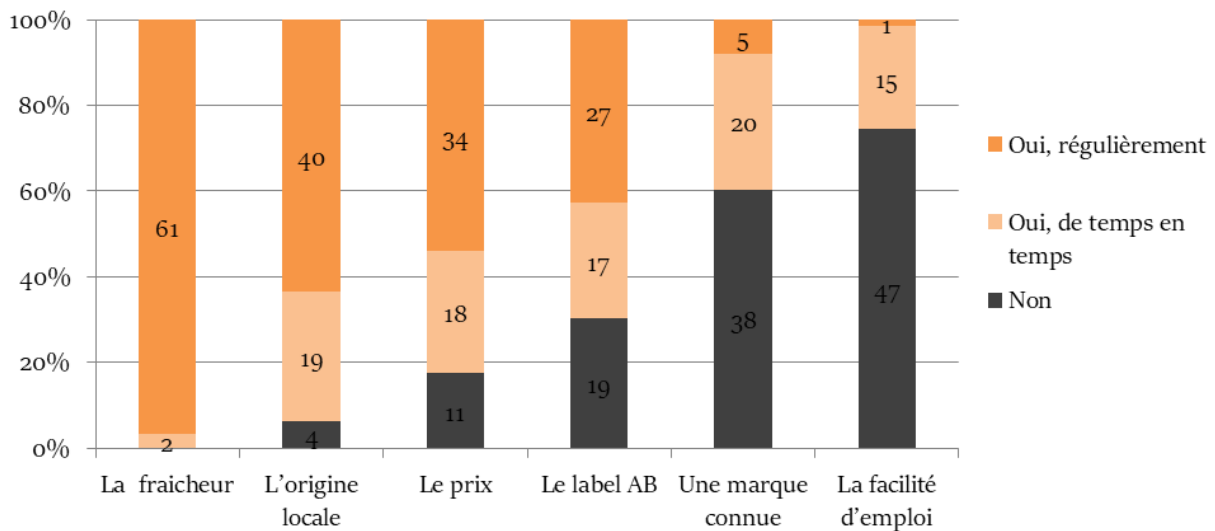


Figure 15 – Critères de choix des produits (Source : Enquêtes TERCIA/ECTAR/GEDAR)

> Biais de l'enquête

Les résultats de l'enquête diffèrent de ceux obtenus à l'échelle nationale du fait d'un biais classique : l'étude étant menée dans un cadre bien précis, la personne interrogée a tendance à ajuster ses réponses de manière à « satisfaire » son interlocuteur.

Le format de l'enquête, en face à face, joue également sur les réponses obtenues. Ainsi, les comportements que la « société » tendrait à dévaloriser (ex. : se fier aux marques pour l'achat, car potentiellement jugé « superficiel », « conformiste », ...) sont plus difficiles à assumer que dans une enquête en ligne ou papier.

Malgré ces limites, le format choisi paraît être le plus pertinent au regard du cadre de l'étude et de ses contraintes.

La place des produits de proximité dans l'alimentation en Alpes d'Azur

Le schéma suivant présente le type de produits acheté par les particuliers en filière de proximité ainsi que la facilité pour se les procurer. Il montre que **les consommateurs se procurent une certaine diversité de produits alimentaires locaux** : les fromages, les légumes, le miel et les œufs sont les produits les plus achetés par les circuits courts.

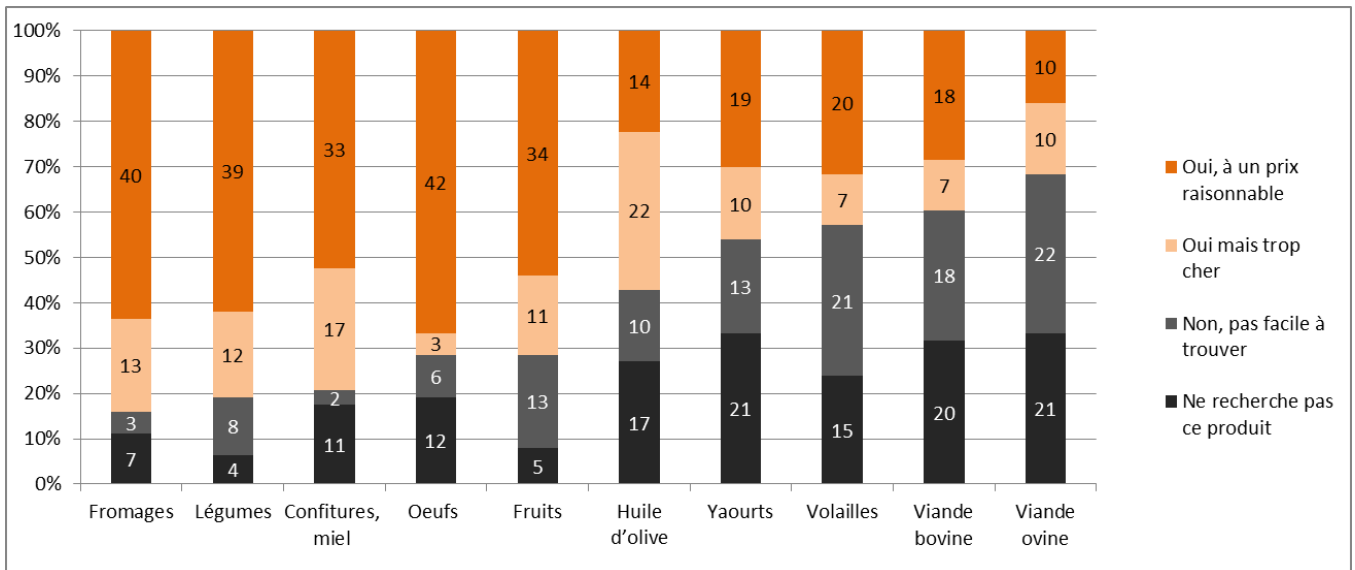
Cette hiérarchie des types de produits locaux achetés s'explique en partie par la présence de l'élevage ovin et bovin lait sur l'ensemble du territoire.

Les variations notables d'un secteur à l'autre du territoire Alpes d'Azur peuvent être liées aux spécialisations infra-territoriales : la présence d'un éleveur de volailles sur l'Estéron peut par exemple expliquer une plus grande facilité à s'en procurer.

L'huile d'olive est évidemment le produit dont la disponibilité et l'achat local est le plus teinté par la géographie, puisque issu d'une culture uniquement présente sur le sud du territoire.

Figure 16 – Demande et satisfaction de la demande sur les produits locaux (Source : Enquêtes TERCIA-ECTAR-GEDAR)

Sur ce territoire, trouvez-vous facilement les produits locaux suivants ?



Les viandes restent des aliments moins recherchés ou les plus difficiles à se procurer. L'offre de viande locale est faite principalement par les éleveurs sous forme de caissettes de 5 à 10 kg et très peu sous forme de viande à la découpe qui pose des problèmes de lieu de vente et de gestion de la diversité des morceaux.

Aussi, le prix trop élevé de la viande locale par rapport au pouvoir d'achat des habitants est un frein à sa commercialisation en circuits-courts. Ainsi, les bouchers, restaurateurs, ou commerçants se procurent rarement de la viande ovine ou bovine locale de peur de ne pas écouler leurs produits.

Les produits issus de PPAM sont moins demandés avec une fréquence d'achat moindre par rapport aux produits frais. Aussi, leur commercialisation locale annuelle est plus difficile, mais reste intéressante pendant les saisons touristiques.

Les variations liées à la saisonnalité

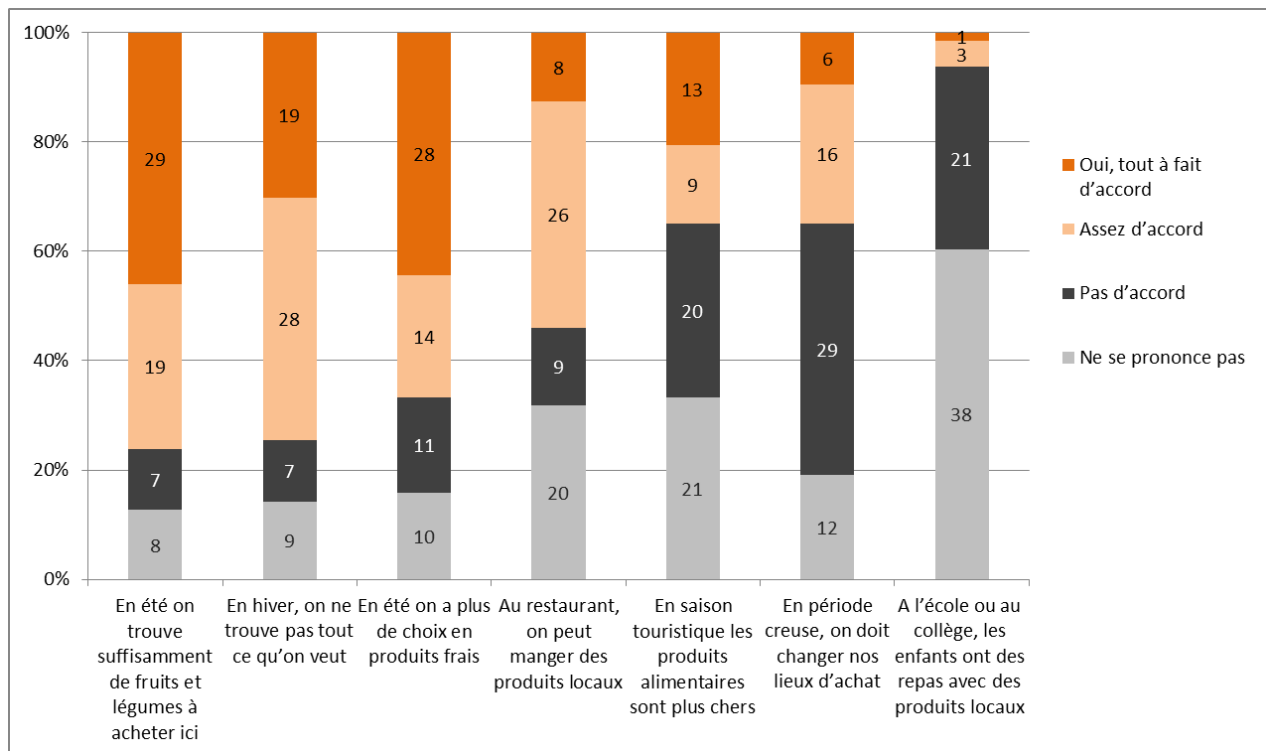
Dans le cadre d'une étude sur la production et consommation de produits alimentaires locaux, la saisonnalité joue un rôle important.

A ce titre, le ressenti sur la disponibilité des fruits et légumes en fonction des saisons est très hétérogène parmi les personnes enquêtées. Certaines confirment qu'il leur est plus difficile de trouver des produits frais en hiver, mais cela est en partie dû à la volonté de consommer certains types de produits normalement indisponibles à cette période de l'année.

Ainsi, des personnes parmi les plus sensibilisés aux questions de consommation « responsable » avancent comme normal de ne pas trouver les mêmes produits d'une saison à l'autre. Il s'agit souvent des personnes les plus enclines à consommer des produits locaux. **Un effort de pédagogie paraît toutefois encore opportun auprès des autres.**

A noter que parmi les personnes concernées, un certain nombre souligne la non disponibilité des produits locaux dans les cantines de leurs enfants.

Figure 17 – Saisonnalité dans la consommation alimentaire locale (Source : Enquêtes TERCIA-ECTAR-GEDAR)



2.3.3. Une demande spécifique : la restauration collective

Localisation des établissements

Le territoire Alpes d'Azur compte 16 établissements offrant un service de restauration collective, comme présenté sur la carte ci-dessous. Il s'agit de :

- 2 crèches
- 13 écoles primaires
- 1 collège, Auguste Blanqui, à Puget-Théniers
- 1 hôpital, celui du Pays de la Roudoule, à Puget-Théniers
- 3 EHPAD / maisons de retraite

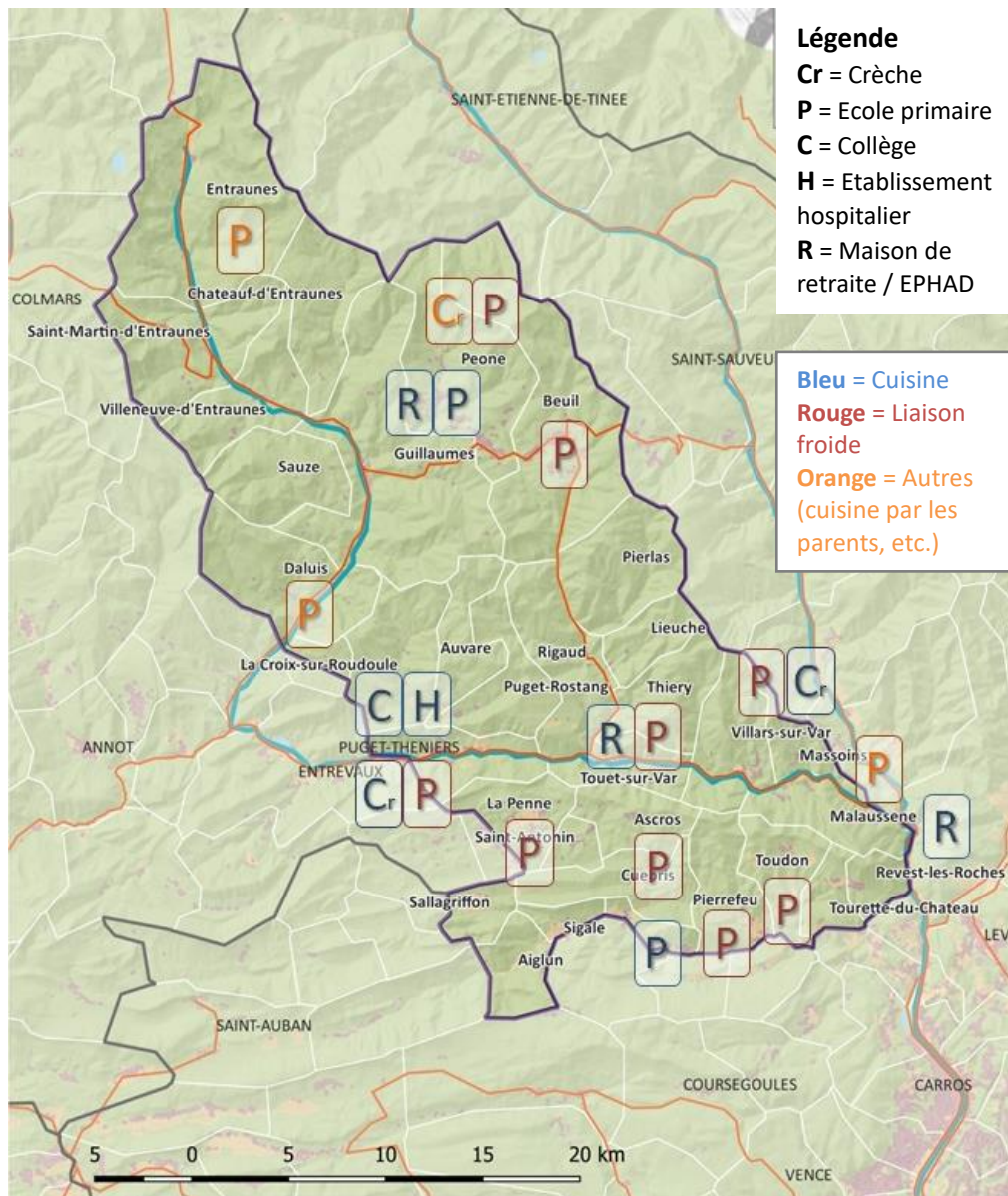
Une bonne partie de ces structures, et a fortiori les plus importantes en termes de personnes accueillies, sont localisées sur la vallée du Var aval, qui concentre également une grande partie de la population. Malgré tout, **ces établissements maillent le territoire et concernent, directement ou indirectement, un nombre important d'habitants.**

Un vrai potentiel en restauration collective

La restauration collective pourrait constituer un levier important pour promouvoir la consommation de produits locaux auprès des personnes vivant sur le territoire. Une marge de développement se présente à l'heure actuelle puisque très peu de liens existent.

> Restauration scolaire

500 repas sont servis chaque jour dans les écoles du territoire qui relèvent de la compétence de la Communauté de Communes Alpes d'Azur.



Carte 10 – Restauration collective sur le territoire

Le prestataire ELIOR fournit 90 % des repas depuis les 4 dernières années. Les plats sont préparés à Cagnes sur Mer, puis livrés dans 9 écoles pour être réchauffés sur place.

Les responsables des affaires scolaires de la Communauté de communes et ELIOR ont tenté d'introduire des produits locaux ponctuellement dans les plateaux servis aux enfants (viande d'agneau, fromages, miel), mais les règles d'hygiène rendent la mise en place d'un tel projet difficile pour le prestataire comme pour les agriculteurs.

« Les associations de parents d'élèves déplorent cette situation et se mobilisent dans certaines communes pour faire entendre leur voix. **Développer des cuisines locales**, ou, comme à Malaussène, **se joindre à l'auberge communale**, permettrait de maintenir l'économie locale en créant des emplois mais aussi de faciliter l'introduction de produits locaux dans l'alimentation servie aux enfants. »

> **Les EHPAD, hôpitaux et maison de retraite**

Ces établissements sont tous équipés de cuisines, et les plats sont préparés sur place par des cuisiniers qualifiés.

Les menus et la matière première des repas des EHPAD de Guillaumes et Villars-Sur-Var sont gérés par la société Provence-Restaurations.

Les Centres hospitaliers de Puget-Théniers et d'Entrevaux sont rattachés depuis 2015 au **GHT 06 : Groupement Hospitalier territorial**. Le GHT étant en charge des achats des hôpitaux membres, **promouvoir les produits locaux devient plus difficile, car les établissements membres n'ont plus la main mise sur l'alimentation**.

Les achats se font par appels d'offre sur marchés publics.

Les principaux critères de ces établissements sont :

- La facilité de transport et de livraison
- La facilité d'emploi (pour gagner du temps)
- Le prix
- La qualité des produits et leur provenance

Des idées de projet

Globalement, les acteurs de la restauration collective sont favorables à l'introduction de produits locaux mais préfèrent garder leurs pratiques logistiques **et n'avoir qu'un seul intermédiaire, capable de livrer les produits à temps**. Selon eux, les **contraintes de prix limitent également leur capacité d'innovation**.

En revanche, quelques idées de projet introduisant les produits locaux dans ces établissements ont été évoquées au cours des entretiens :

> **Cuisine centrale à Puget-Théniers**

Un projet de cuisine centrale à Puget-Théniers avait été évoqué en 2016 entre des membres du collectif GEDAR et la Communauté de communes. Cependant, les volumes et les prix en restauration collective ne sont pas en adéquation avec les capacités des agriculteurs locaux.

En revanche, la cuisine centrale pourrait être en lien avec « 06 A table ! », afin de garantir suffisamment de quantité et de diversité en matière première, et un repas par mois pourrait être proposé, constitué exclusivement de produits locaux.

« 06 A table ! » pourrait « redescendre » sur la Côte des productions venant d'agriculteurs du territoire Alpes d'Azur.

> **Un repas par mois de produits locaux dans les assiettes**

Le groupe Provence restauration serait prêt à tester la mise en place d'un repas par mois préparé exclusivement avec des produits locaux à l'EHPAD de Guillaumes.

2.4. ANALYSE AFOM ET PISTES D'ACTION

2.4.1. Analyse AFOM

Le tableau ci-dessous présente l'analyse des Atouts, Faiblesses, Opportunités et Menaces (AFOM) pour l'évolution des circuits-courts sur le territoire Alpes d'Azur.

Les **atouts** sont les facteurs internes au territoire qui procurent un avantage pour favoriser le développement d'un système alimentaire local alors que les **faiblesses** sont les facteurs qui peuvent se révéler néfastes à l'atteinte de ces objectifs.

ATOUTS	FAIBLESSES
CONTEXTE SOCIO-CULTUREL ET SOCIAL	
<ul style="list-style-type: none"> * Croissance démographique * Nombreux retraités clients 	<ul style="list-style-type: none"> * Revenus moyens faibles * Territoire hétérogène * Circulations difficiles * Territoire souvent « oublié » au profit de la Côte et des stations de ski
PRODUCTION ET COMMERCIALISATION	
<ul style="list-style-type: none"> * Bonne image des productions locales * Diversité des productions et « créativité » * Souhait de certains producteurs de relocaliser leurs ventes * Expérience de vente locale directe et dynamique déjà partiellement lancée * Présence d'un abattoir * Potentiel de consommation supérieur à la production * Demande existante des consommateurs, des commerçants et restaurateurs * Fréquentation touristique importante en résidences secondaires 	<ul style="list-style-type: none"> * Clivages entre producteurs (concurrence, éthique), avec des groupes bien formés et des difficultés à s'insérer pour les nouveaux arrivants * Peu de terres cultivables * Volumes de production limités * Proximité d'un gros bassin de consommation à fort pouvoir d'achat (la Côte) entraînant des prix élevés * Producteurs peu nombreux et dispersés
ENVIRONNEMENT	
<ul style="list-style-type: none"> * Environnement préservé qui contribue à l'attractivité du territoire et des productions 	<ul style="list-style-type: none"> * Commercialisation vers la Côte fortement émettrice de GES

Les **Opportunités** sont les situations propres à l'environnement du territoire qui peuvent procurer un avantage pour promouvoir les circuits-courts et sur lesquelles il est possible de prendre appui.

Les **Menaces** quant à elles sont des situations défavorables qui peuvent influencer négativement les objectifs et qui ont pu être identifiées au cours du diagnostic.

OPPORTUNITES	MENACES
CONTEXTE SOCIO-CULTUREL ET SOCIAL	
<ul style="list-style-type: none"> Changement des habitudes de consommation favorable à la démarche 	<ul style="list-style-type: none"> Une population âgée et vieillissante qui constitue actuellement la principale clientèle ... qu'en sera-t-il dans 10 ans ?
PRODUCTION ET COMMERCIALISATION	
<ul style="list-style-type: none"> * Groupes de producteurs existants, avec présence de jeunes exploitants * Souhait de la part d'un certain nombre d'agriculteurs de faire moins de déplacements et de développer les liens sociaux au sein du territoire * Loi EGalim pour la restauration collective * Création de plateforme départementale pour la restauration collective (06 à table !) 	<ul style="list-style-type: none"> * Centralisation des achats publics (EPAHD, collègues) * Croissance de la demande de produits locaux sur la côte
ENVIRONNEMENT	
	<ul style="list-style-type: none"> Réchauffement climatique et conséquences éventuelles sur certaines productions

2.4.2. Les pistes d'action

Actions existantes, projets en cours

Plusieurs projets et actions sont actuellement portés par d'autres structures publiques ou privées. Celles-ci méritent d'être prises en compte, et intégrées dans tout cadre d'intervention pour maximiser les complémentarités et éventuelles synergies :

PROJETS	OBJECTIFS / DESCRIPTION	ACTEURS IMPLIQUES
Pressoir mobile	Etude des variétés fruitières locales Multiplication en pépinière Pressoir mobile	Agribio 06
Plateforme « 06 à table ! »	Approvisionnement local des collèges et restaurants administratifs	Département et Chambre départementale d'agriculture
Mutualisation des transports	Projet de regroupement de l'offre et de mutualisation des transports	Agribio 06
Foires de Puget-Théniers	Organisation des foires	Syndicat agricole de la Haute Vallée du var
Restauration des oliveraies	Restauration des oliveraies en « petite noire de Puget »	Amis de l'Olive Pugétoise
Élaboration d'une stratégie de préservation du foncier agricole	Enrayer la déprise agricole en pérennisant les espaces agricoles actuellement exploités et en favorisant la reconquête d'espaces à potentiel agricole	CCAA, ADEAR, Chambre d'agriculture, Terre de Liens, CERPAM, GEDAR et SAFER
Restauration collective	Un repas par mois à base de produits locaux via les centres aérés Sensibilisation aux produits locaux et à la façon dont ils sont produits	CCAA
D'aqui Daïa	Vendeur ambulant de produits locaux	
Relance de filières	Relance de la filière apicole Filière amande : aides pour replanter des amandiers	
Intermarché	Politique affirmée d'achats aux producteurs 06, 04, 83,...	Intermarché Entrevaux et Annot
AMAP	2 AMAP sur le territoire de la CCAA	
La Ruche qui dit OUI	Une Ruche sur Villars	
Montagnes Paysannes	Lieu de dépôt-vente à Puget-Théniers	
Coopérative de Guillaumes	Magasin en dépôt-vente	
De fermes en fermes Bienvenue à la ferme	Organise des journées chez les agriculteurs pour faire connaître les productions locales	Bienvenue à la ferme

Pistes d'action

Ceci étant, plusieurs pistes d'action ont été proposées lors des entretiens de terrain et au cours des ateliers participatifs. Ils sont résumés sur les figures ci-dessous en trois thématiques:

- ✓ Production et promotion
- ✓ Logistique et vente
- ✓ Collectivité et alimentation

> *Production et promotion*

Communiquer auprès des habitants, commerçants, touristes	<ul style="list-style-type: none"> •Promotion sur internet •Promotion dans les lieux où il y a du monde •Annuaire virtuel pour les restaurateurs/commerces •Promotion plus large que la CCAA
Facilité l'accès au logement pour les nouveaux installés	<ul style="list-style-type: none"> •Sensibiliser les communes pour accueillir de jeunes agriculteurs
Identifier les produits locaux dans les GMS et épiceries	<ul style="list-style-type: none"> •Certaines GMS et épiceries font l'effort de bien identifier le produit local, mais pas toutes ! Intermarché est ouvert aux propositions
Développer les volumes de production en aidant à l'installation d'agriculteurs	<ul style="list-style-type: none"> •Va dans le même sens que le projet foncier ... insister sur les biens-vacants et sans maîtres
Diversifier l'offre en produits locaux	<ul style="list-style-type: none"> •Par facilité, les consommateurs préfèrent tout trouver au même endroit => en augmentant l'offre, on augmente la demande
Développer la filière céréale et installer un paysan boulanger	<ul style="list-style-type: none"> •Sensibiliser les jeunes en lycée agricole •Trouver des terres labourables
Créer un atelier collectif multifonctionnel	<ul style="list-style-type: none"> •Projet central pour diversifier la production et faciliter l'accès à des outils de transformation collectifs : salle de découpe, légumerie-conserverie, lieu de stockage, dépôt/relais

> *Collectivités et alimentation*

Semaine du goût	<ul style="list-style-type: none"> •Communiquer auprès des scolaires, proposer des animations de cuisine, les parents peuvent aussi participer •Intervenants, expositions, jeux autour des produits locaux
------------------------	--

> **Logistique et vente**

Utiliser les transports existants	<ul style="list-style-type: none"> • Nombreuses livraisons quotidiennes sur le territoire par les commerces ambulants et/ou La Poste, les agriculteurs : capacités à explorer
Créer une plateforme virtuelle	<ul style="list-style-type: none"> • Virtuelle : site Internet où les producteurs indiquent leur offre et les acheteurs (commerces, restaurants,...) peuvent en prendre connaissance
Multiplier les points de vente de proximité ou les AMAP	<ul style="list-style-type: none"> • Forte demande et peu de magasins de producteurs sur Nice. Potentiel vers la gare de Nice-Sud (?) • Magasin de producteurs à Entrevaux
Améliorer le Point de vente collectif	<ul style="list-style-type: none"> • Améliorer la visibilité et la qualité de l'environnement (terrasse) • Mieux utiliser les réseaux entre MP et Coop de Guillaumes
Casiers de vente	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité permanente des produits dans des distributeurs automatiques
Ventes sur commandes	<ul style="list-style-type: none"> • Système de commande par Internet, livraison en lien avec l'action « utiliser les transports existants »
Références de prix	<ul style="list-style-type: none"> • La majorité des consommateurs et commerçants associent les produits locaux à des prix élevés. Un travail sur les références de prix et sur la perception des prix sont à entreprendre
Développer une marque "Produit d'ici" ou "Produit local"	<ul style="list-style-type: none"> • Difficulté d'identifier les spécificités liées au territoire
Lancer une opération "Famille à alimentation positive"	<ul style="list-style-type: none"> • Programme qui vise à accompagner des familles à faibles revenus vers une alimentation plus saine et locale

CONCLUSION

L'analyse croisée de la production et de la consommation montre que les filières agricoles locales ne sont pas en capacité d'approvisionner la totalité du marché du territoire Alpes d'Azur du fait :

- **De la structure de la production** : des surfaces cultivables limitées, un foncier rare avec d'importantes difficultés d'agrandissement ou d'installation, des fermes de petites tailles souvent en pluriactivité
- **Du manque d'organisation entre producteurs** : peu de collaboration entre producteurs, ce qui les empêche par exemple de répondre en volumes, diversité et régularité aux exigences de certains consommateurs et commerçants locaux.
Plus largement à l'échelle des filières, certaines productions comme l'élevage viande ou le maraichage souffrent de manques d'équipements collectifs, qui limitent la transformation et le stockage sur place et réduisent les possibilités de valorisation locale
- **De la forte concurrence de la demande de la Côte**
 - D'un bassin de vie certes limité, mais suffisamment important au regard de la faible production, avec par ailleurs **une forte consommation touristique lors de la période estivale** et, pour une partie du territoire, hivernale

Ce constat mérite d'être nuancé en fonction des productions. L'approvisionnement local et la part d'autosuffisance théorique sont ainsi beaucoup plus élevés pour des productions comme les fromages ou les œufs que pour les légumes et les fruits, qui souffrent d'un manque de terres propices à leurs cultures et d'un climat montagnard qui réduit la saison de culture. Les productions de viande sont à l'heure actuelle dans une situation intermédiaire.

D'autre part, l'étude a mis en évidence **un intérêt réel et croissant des consommateurs et commerçants vis-à-vis des produits alimentaires locaux** ayant du goût, tout en pointant des éléments importants à considérer :

- Cet intérêt est conditionné aux prix pratiqués (80%), même si l'idée « d'achat plaisir » est parfois mis en avant par les habitants
- Un réel manque d'information ressort des échanges, avec une connaissance limitée des producteurs et de leurs productions

Pour finir, la valorisation en restauration collective se heurte aux problématiques de volumes disponibles, de logistique (petites quantités dispersées sur le territoire) et de prix. Compte tenu du contexte législatif national et des volontés locales (« 06 à table ! »), des marges de manœuvre existent toutefois.

Livret 3. ANNEXES

3.1. ANNEXE 1 : GUIDE D'ENQUETE POUR ENTRETIENS DE CADRAGE

1. Organisme et fonction

Fonctions, durée d'implication, étendue territoriale

Quelles sont les compétences et l'implication de votre/vos organismes dans l'alimentation ? A quel stade de la chaîne vous situez-vous : production agricole (foncier / technique / 1ère mise en marché), transformation, commercialisation et distribution, préparation de repas, ...

2. Les enjeux dans le territoire

Le territoire des Alpes d'Azur = territoire homogène ? Hétérogène ? Comment le découperiez-vous ?

Quels sont les principaux enjeux (en rapport avec l'alimentation ou pas) dans votre territoire : le développement économique (via les emplois), la situation sociale (santé), l'environnement, ... ?
Quelles sont les évolutions en cours ? Lesquels vous paraissent les plus importants ?

Quelles sont selon vous les principales caractéristiques de la situation alimentaire de ce territoire ? Y-a-t-il des caractéristiques propres à ce territoire : modèles alimentaires, bassins de vie spécifiques, ... ?

Comment définissez-vous la demande : très sensible au prix, à la recherche de qualité (labels, AB, goût, selon les lieux de consommation...)

Quelles sont les évolutions en cours qui impactent la demande alimentaire locale ? (Démographie, modes de consommation, de commercialisation, ...)

3. La production agricole et l'alimentation locale

Quel est votre avis sur l'état de la production agricole locale ? Diversité, quantités, qualité, adaptation à la demande, modes de commercialisation, bassins de production... ?

Quels sont les enjeux principaux pour la production agricole pour répondre à la demande locale ? Disponibilité du foncier, financement, technique, transmission, prix des produits, commercialisation

4. Vers un système alimentaire local

Quelles sont selon vous les conditions nécessaires pour le fonctionnement satisfaisant d'un système alimentaire local ? Volume et/ou type de produits, qualité des produits, organisation de la commercialisation, relations avec les collectivités, les consommateurs... ?

Qu'est-ce qui vous semble prioritaire : accorder les acteurs, développer l'éducation alimentaire, créer des liens, viser une accessibilité sociale, valoriser le patrimoine alimentaire local ?

Quels sont les actions et projets existants ici qui vous paraissent concourir (ou diverger de) à un projet alimentaire territorial ? Citez des actions que vous conduisez comme des actions conduites par d'autres acteurs.

Quelles recommandations feriez-vous au maître d'ouvrage de ce projet ? , ...Quelles sont les sources d'information et les documents à consulter ?

Quels sont les acteurs à impliquer ?

5. Conclusion sur la situation du territoire

Pour un projet de système alimentaire local

Point fort 1	
Point fort 2	
Point faible 1	
Point faible 2	

3.2. ANNEXE 2 : GUIDE D'ENQUETE SUR LA PRODUCTION AGRICOLE

PRODUCTIONS	Production 1	Production 2	Production 3	Production 4
Nature : fromage, yaourt, fruits, légumes, viande bovine, ovine, miel....				
Quantité/an : kg, têtes, litres				
Pics de production				
Volonté d'évolution pour les 2-3 ans à venir : stable, croissance, baisse				
Nom du Lieu de vente ou Acheteur A + distance (km) :				
Saison(s) de vente A				
Chiffre d'affaire (ou prix de vente) lieu de vente A				
Volonté d'évolution pour les 2-3 ans à venir : stable, croissance, baisse				
Nom du Lieu de vente ou Acheteur B + distance (km) :				
Saison(s) de vente B				
Chiffre d'affaire (ou prix de vente) lieu de vente B				
Volonté d'évolution pour les 2-3 ans à venir : stable, croissance, baisse				
Nom du Lieu de vente ou Acheteur C + distance (km) :				
Saison(s) de vente C				
Chiffre d'affaire (ou prix de vente) lieu de vente C				
Volonté d'évolution pour les 2-3 ans à venir : stable, croissance, baisse				
<p>Pensez-vous qu'il serait intéressant de vendre davantage vos produits sur le territoire de la CCAA ? OUI / NON / NE SAIT PAS</p> <p>Ou bien préférez-vous vendre sur la métropole niçoise et la côte ? OUI / NON / NE SAIT PAS</p> <p>Ou préférez conserver vos débouchés actuels ? OUI TOUS / UNE PARTIE / NON / NE SAIT PAS</p> <p>Autres remarques ou questions que vous souhaitez nous communiquer :</p>				
Merci de votre participation. Questionnaire à retourner au GEDAR (par courrier ou email) avant le 19 novembre 2018				

3.3. ANNEXE 3 : GUIDE D'ENQUETE AUPRES DES COMMERCES

└─ NOM du COMMERCE :NOM : Téléphone :

Thème	Réponse
Quel est le type de votre commerce (<i>entourez</i>)	GMS / épicerie / boucherie / boulangerie / restaurant commercial / restaurant de service public / autre (précisez) :
Commune(s) d'implantation	
Zone de chalandise : communes, canton, Distance moyenne de provenance des clients	
Caractéristiques de la clientèle : âges, niveaux de revenu, touristique...	
Quelles sont les attentes de la clientèle ? <i>(Cochez et numérotez en fonction de la priorité accordée par la clientèle)</i>	Prix <input type="checkbox"/> priorité : Fraicheur <input type="checkbox"/> priorité : Provenance <input type="checkbox"/> priorité : Facilité d'emploi <input type="checkbox"/> priorité : Contact humain <input type="checkbox"/> priorité : Autre : priorité :
Gamme de produits proposés (<i>entourez</i>)	tous / épicerie sèche seulement / fruits et légumes / viandes / produits laitiers / autres (préciser) :
Origine des produits : avez-vous des produits locaux en vente ?	Aucun <input type="checkbox"/> Région PACA <input type="checkbox"/> Alpes-Maritimes <input type="checkbox"/> Produits locaux (CC Alpes d'Azur) <input type="checkbox"/>
Si vous vendez des produits locaux, indiquez les quantités ou proportions que ces produits représentent dans votre activité totale annuelle	Fruits et légumes <input type="checkbox"/> quantité ou % du total annuel : Viandes <input type="checkbox"/> quantité ou % du total annuel : Produits laitiers <input type="checkbox"/> quantité ou % du total annuel : Miel et confitures <input type="checkbox"/> quantité ou % du total annuel :
Approvisionnement et fournisseurs <i>(pour chaque fournisseur, indiquez le nombre et l'évolution globale de l'approvisionnement chez ces fournisseurs)</i>	Centrales : <input type="checkbox"/> nombre : Evolutions : augmentation stagnation baisse Grossistes : <input type="checkbox"/> nombre : Evolutions en cours : Producteurs : <input type="checkbox"/> nombre : Evolutions en cours : Autre : nombre : Evolutions en cours :

<p>Votre avis en tant que commerçant sur les PRODUITS locaux</p>	<p>De manière générale : pas intéressé: <input type="checkbox"/> intéressé <input type="checkbox"/></p> <p>intéressé mais... <input type="checkbox"/> (préciser).....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>Si vous êtes intéressés, quels critères vous importent le plus ? (cochez et numérotez en fonction de la priorité accordée).</p> <p>Prix <input type="checkbox"/> priorité (.....)</p> <p>Santé <input type="checkbox"/> priorité (.....)</p> <p>Fraicheur <input type="checkbox"/> priorité (.....)</p> <p>Identité du territoire <input type="checkbox"/> priorité (.....)</p> <p>Social <input type="checkbox"/> priorité (.....)</p> <p>Protection de l'environnement <input type="checkbox"/> priorité (.....)</p> <p>Régularité de volume <input type="checkbox"/> priorité (.....)</p> <p>Autre (préciser) :.....</p> <p>.....</p>
<p>Quelles sont vos attentes par rapport aux PRODUCTEURS locaux ?</p>	

Pensez-vous qu'il serait intéressant de vendre plus de produits alimentaires locaux du territoire de la Communauté de communes Alpes d'Azur (CCAA) :OUI / NON / NE SAIT PAS

Pensez-vous que cela est POSSIBLE / POSSIBLE SOUS CONDITION / DIFFICILE / IMPOSSIBLE

Etes-vous intéressés pour en discuter davantage avec le GEDAR ? OUI / NON |

Avis, remarques ou questions sur ce projet :

Merci de votre participation. Questionnaire à retourner au GEDAR avant le 20 novembre 2018

3.4. ANNEXE 4 : QUESTIONNAIRE AUPRES DES CONSOMMATEURS

Favoriser l'émergence d'un Système Alimentaire local sur le territoire des Alpes d'Azur :

Donnez-nous votre avis !

Enquête auprès des consommateurs

Vous résidez dans la Communauté de communes des Alpes d'Azur ou vous y venez en vacances.

Trouvez-vous sur notre territoire tout ce dont vous avez besoin pour une alimentation de qualité, locale et bonne pour la santé ? Votre avis servira à lancer des actions répondant au mieux aux attentes des agriculteurs professionnels, des commerçants et des consommateurs au travers du projet initié par le GEDAR (Groupement d'Etude et de Développement Agricole et Rural). Pour participer, remplissez ce questionnaire papier et remettez-le nous de suite, laissez-le au commerçant chez qui vous l'avez trouvé, ou renvoyez le nous à l'adresse mail ou postale ci-dessous

GEDAR 19 Av. Alexandre Baréty, 06260 Puget-Théniers

Mail: collectif.gedar@gmail.com

Sur ce territoire, où faites-vous vos courses alimentaires ?

Merci de cocher une case par ligne	La plupart du temps	Assez rarement	Jamais
Dans un supermarché, proche d'ici (Puget-Théniers, Entrevaux, Annot)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dans un supermarché de l'agglomération niçoise ou sur la côte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dans une épicerie proche de chez moi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sur un marché	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dans un magasin de producteurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Directement chez les producteurs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vous achetez sur internet et vous vous faites livrer à domicile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sur ce territoire, pour choisir un magasin, quels critères utilisez-vous en priorité ?

Merci de cocher une case par ligne	Oui, régulièrement	Oui, de temps en temps	Non
Une marque connue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les prix	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La diversité des produits	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La présence de légumes ou de fruits frais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La présence de bio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La présence de produits locaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La proximité de votre domicile ou de votre lieu de travail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Les horaires d'ouverture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sur ce territoire, pour choisir un produit, quels critères recherchez-vous en priorité ?

Merci de cocher une case par ligne	Oui, régulièrement	Oui, de temps en temps	Non
Une marque connue	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le prix	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La fraîcheur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Le label AB (bio)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'origine locale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La facilité d'emploi (plat préparé,...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sur ce territoire, trouvez-vous facilement les produits locaux suivants?

Merci de cocher une case par ligne	Oui, à un prix raisonnable	Oui mais trop cher	Non, pas facile à trouver	Vous ne recherchez pas ce produit
Des œufs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Des yaourts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De la viande bovine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De la viande ovine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Des volailles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Des légumes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Des fruits	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Des fromages	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De l'huile d'olive	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Des confitures, du miel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Selon la saison, quelle est votre expérience sur ce territoire?

Merci de cocher une case par ligne	Oui, tout à fait d'accord	Assez d'accord	Pas d'accord	Vous ne vous prononcez pas
En saison touristique les produits alimentaires sont plus chers qu'en bas (Nice, etc...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En été on a plus de choix en produits frais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En été on trouve suffisamment de fruits et légumes à acheter ici	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En hiver, on ne trouve pas tout ce qu'on veut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En période creuse, on doit changer nos lieux d'achat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A l'école ou au collège, les enfants ont des repas avec des produits locaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Au restaurant, on peut manger des produits locaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Faites nous une proposition pour manger plus de produits locaux dans les Alpes d'Azur :				

N'oubliez pas de nous dire qui vous êtes !

Un homme <input type="checkbox"/>	Une femme <input type="checkbox"/>	15-24 ans <input type="checkbox"/>	25-44 ans <input type="checkbox"/>	45-64 ans <input type="checkbox"/>	plus de 65 ans <input type="checkbox"/>		
En recherche d'emploi <input type="checkbox"/>	Retraité ou au foyer <input type="checkbox"/>	Etudiant <input type="checkbox"/>	Employé, ouvrier, technicien <input type="checkbox"/>	Agriculteur <input type="checkbox"/>	Artisan, Commerçant, Chef d'entreprise <input type="checkbox"/>	Cadre, professions intellectuelles, enseignant <input type="checkbox"/>	Autre (précisez) : <input type="checkbox"/>
Vous habitez ici toute l'année <input type="checkbox"/>	Vous êtes résident à temps partiel <input type="checkbox"/>	Vous venez en vacances surtout en été <input type="checkbox"/>	Vous venez en vacances surtout en hiver <input type="checkbox"/>	Autre situation (Visite familiale, WE...) <input type="checkbox"/>			
Dans quelle commune logez-vous actuellement sur le territoire ?		Le code postal de votre résidence permanente :		Votre lieu de travail			

Merci pour votre participation ! Nous nous engageons au traitement anonyme de vos réponses.