



Projet alimentaire territorial du Grand Anancy



PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL DU GRAND ANANCY



Diagnostic du système alimentaire

Mai 2022



Table des matières

1	Introduction : Le territoire et la démarche de PAT	6
1.1	Origine et volonté politique	6
1.2	Méthode du diagnostic	7
2	L'offre alimentaire du territoire : agriculture et filières	8
2.1	Etat des lieux de l'offre alimentaire du territoire	8
2.1.1	Profil général de l'agriculture du territoire	8
2.1.2	Les filières animales.....	11
2.1.3	Les filières végétales.....	19
2.1.4	Les filières très spécialisées et les autres activités agricoles du territoire.....	24
2.2	Logistique des filières alimentaires	26
2.3	Focus sur les agriculteurs en circuits courts.....	30
2.3.1	Définition.....	30
2.3.2	Un nombre important d'exploitations en circuits courts.....	30
2.3.3	Analyse AFOM : les circuits courts sur le territoire	31
2.4	Capacité productive du territoire et évolution à 2030.....	32
2.4.1	Première approche de l'autonomie alimentaire du territoire	32
2.4.2	Capacité productive à horizon 2030.....	33
2.5	Enjeux de l'agriculture du territoire	38
2.5.1	Installation et transmission en agriculture sur le Grand Anancy	38
2.5.2	Les besoins en eau pour produire de l'alimentation.....	41
2.5.3	Les besoins en foncier pour produire de l'alimentation	42
2.5.4	Le partage de l'espace, la cohabitation et le multiusage de l'espace agricole	42
2.5.5	Synthèse des enjeux de l'agriculture du territoire	43
3	La consommation alimentaire : quelles pratiques et lieux d'achats ?	44
3.1	Les pratiques de consommations sur le territoire	44
3.1.1	Éléments démographiques.....	44
3.1.2	Modélisation de la consommation du territoire	47
3.1.3	Pratiques de consommation des habitants du territoire – enquête habitant	49
3.1.4	Analyse AFOM	50
3.2	La problématique de l'accessibilité alimentaire : quels enjeux sur le territoire ?	50
3.2.1	Contexte et enjeux	50
3.2.2	Analyse AFOM	52
3.3	Lieux d'achat.....	53



3.3.1	Restauration collective	54
3.3.2	Restauration commerciale	60
3.3.3	La grande distribution	62
3.3.4	L'artisanat.....	65
3.3.5	Analyse AFOM : les commerces alimentaires et la restauration commerciale.....	68
3.3.6	Les initiatives de circuits de proximité et circuits alternatifs du territoire	68
3.3.7	Analyse AFOM : les circuits de proximité et circuits alternatifs du territoire	75
4	Le système alimentaire de l'agglomération, quels enjeux ?	76
	Table des illustrations.....	79
	Annexes	83
1.	Liste des entretiens « tête de réseau » réalisés	83
2.	La production des coopératives laitières de Haute-Savoie livrées par les éleveurs du Grand Anancy.....	83
3.	La production et la commercialisation des abattoirs utilisés par les éleveurs du Grand Anancy.	84
4.	Le nombre et la répartition géographique des exploitations ayant changé de main entre 2017 et 2021.....	85
5.	Résultats des projections climatiques à l'horizon 2030 (CASMB, 2021)	86
6.	Carte des aires AOP et IGP présentes sur Grand Anancy (CASMB, 2021).....	88
7.	Productions des exploitations du Grand Anancy (CASMB, 2021)	89
8.	Localisation des installations 2017 à 2021 par filières (CASMB, 2021)	90
9.	Introduction sur les mécanismes de décision en restauration collective	96
10.	La loi Egalim traduite par la Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc.....	98
11.	Récapitulatif des différents types d'organisation en fonction des modes de vente en circuits courts.....	101
12.	Synthèse de l'entretien avec l'épicerie ALPAR de Meythet (CASMB, 2021)	102



Glossaire – liste des sigles employés

AAP	Appel à projets
AB	Agriculture Biologique
ADABIO	Association de Développement de l'Agriculture Biologique
AFOM	Atouts - Faiblesses - Opportunités - Menaces
AMAP	Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne
ANSES	Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail
AO	Appel d'offres
AOP	Appellation d'Origine Protégée
ARIA	Association régionale des industries agroalimentaires
CASMB	Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc
CCI	Chambre de Commerce et d'Industrie
CMA	Chambre de Métiers et de l'Artisanat
CSP	Catégorie socio-professionnelle
DDPP	Direction Départementale de la Protection des Populations
EA	Exploitation(s) Agricole(s)
EARL	Exploitation agricole à responsabilités limitées
EGALIM	Loi Egalim pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous
EHP	Equivalent Habitant Permanent
EHPAD	Établissement d'hébergement pour personnes âgées dépendantes
EPCI	Établissement public de coopération intercommunale
GAEC	Groupement Agricole d'Exploitation en Commun
GASC	Grossistes à service complet
GES	Gaz à effet de serre
GIE	Groupement d'intérêt économique
GIEC	Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
GRAAL	Centrale d'achat régionale
GSA	Grande Surface de Frais (type Grand Frais)
HVE	Haute Valeur Environnementale
IGP	Indication Géographique Protégée
INCA	Étude Individuelle Nationale Des Consommations Alimentaires
MAPA	Marché à procédure adaptée
MSA	Mutualité sociale agricole
PAT	Plan Alimentaire Territorial
PPAM	Plantes à Parfum Aromatiques et Médicinales
PCAET	Plan Climat-Air-Energie Territorial
PNA	Programme National pour l'Alimentation
PRAD	Plan Régional de l'Agriculture Durable
PVC	Point de Vente Collectif
RGA	Recensement Général Agricole



RGD	Régie de Gestion des Données
RC	Restauration collective
RD	Restauration à Domicile
RHD	Restauration Hors Domicile
RPG	Registre Parcellaire Graphique
SAU	Surface Agricole Utile
SAS	Société par actions simplifiée
SCIC	Société coopérative d'intérêt collectif
SIQO	Signe d'Identification de Qualité et d'Origine
SLHS	Société Laitière des Hauts de Savoie
SMA	Surface Minimum d'Assujettissement
Tec	Tonne équivalent carcasse
VD	Vente Directe



1 Introduction : Le territoire et la démarche de PAT

1.1 Origine et volonté politique

L'alimentation représente l'un des enjeux majeurs du XIXe siècle. Dans un contexte de doublement prévisionnel des besoins alimentaires à l'horizon 2050, couplé aux problématiques de changement climatique, le développement et la pérennisation de chaînes alimentaires à l'échelle des territoires se révèlent stratégiques pour augmenter la résilience aux changements attendus.

Conscient des enjeux sociaux, environnementaux et économiques locaux et fort des actions développées depuis plusieurs années (ex. projet agricole de territoire, Imagine le Grand Annecy et PCAET, etc.) pour promouvoir l'agriculture de proximité, diversifier les débouchés agricoles, mais aussi éduquer les consommateurs de demain, **le Grand Annecy s'est engagé par délibération du 25 mars 2021 à porter un projet alimentaire territorial à son échelle**. Le PAT porté par le Grand Annecy couvre l'intégralité du territoire soit 34 communes et 209 284 habitants¹.

Le PAT est un cadre proposé par le Ministère de l'agriculture, permettant de structurer les initiatives locales. C'est la loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt du 30 octobre 2014, visant à affirmer l'ancrage territorial de l'alimentation, qui fait apparaître la notion de PAT. Cette loi indique que les actions répondant à la fois aux objectifs du programme national pour l'alimentation (PNA) et aux objectifs des plans régionaux de l'agriculture durable (PRAD) peuvent prendre la forme de projets alimentaires territoriaux. Seul le Ministère de l'agriculture peut attribuer la reconnaissance d'un PAT et permettre à un territoire de jouir de la marque officielle « PAT ».

En avril 2021, le Grand Annecy a répondu à un appel à projet du plan de relance national, dans le cadre du PNA. Un travail a donc été mené avec un groupe d'élus et des services du Grand Annecy pour définir les objectifs de ce PAT. Des instances de gouvernance avec les partenaires identifiés ont été mises en place pour lancer ce projet.

L'officialisation de cet engagement est formalisée par la délibération n°2021-40 du Conseil communautaire du 25 mars 2021. Plusieurs axes d'intervention sont pré-identifiés lors de cette candidature :

- Préservation du foncier
- Production agricole
- Distribution
- Consommation
- Mobilisation et sensibilisation

Ils s'articulent autour de l'objectif global suivant : « Manger mieux, de saison et local ». Ces objectifs visent à **améliorer l'autonomie alimentaire du territoire** et répondent aux objectifs généraux des PAT :

- Rendre l'alimentation saine et locale accessible à tous ;
- Système alimentaire qui respecte l'environnement ;
- Système rémunérateur pour les agriculteurs.

¹ Source : INSEE, 2020

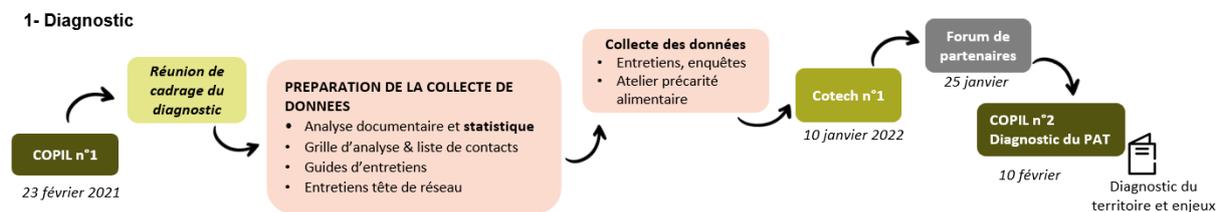


1.2 Méthode du diagnostic

Le présent rapport reprend les résultats du diagnostic du projet alimentaire territorial du Grand Anecy à savoir :

1. Une évaluation de la production agricole réalisée par la **Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc (CASMB)** ;
2. Une étude sur les flux et la logistique des productions alimentaires et agricoles réalisée par le cabinet d'études **TriessGressard Consultants** et la **CASMB** ;
3. Une enquête sur les pratiques de consommation auprès d'habitants du Grand Anecy réalisée par le cabinet d'études **Auxilia**,
4. Un atelier sur l'accessibilité alimentaire des publics précaires, mené par **Auxilia**

Le schéma ci-dessous illustre la méthodologie mise en œuvre au cours du travail. Le diagnostic a été mené de manière à impliquer les acteurs du territoire. Aussi de nombreux entretiens auprès de tête de réseaux et d'opérateurs économiques ont été réalisés.



Le diagnostic du PAT a été réalisé en plusieurs étapes :

- **Etude bibliographique et statistique.** Les consultants se sont appuyés sur les études telles que :
 - Les travaux du SAT (Système Alimentaire Territorial) du Bassin Annecien, CASMB, CCI, CMA (2015)
 - Etat des lieux de la demande en produits locaux des restaurateurs, des hôteliers et des commerçants alimentaires, CCI de la Haute-Savoie (2015),
 - Etat des lieux de la demande en produits locaux des artisans alimentaires, CMA de la Haute-Savoie (2015),
 - Enquête auprès des communes du Grand Anecy sur leur fonctionnement et l'approvisionnement local, Grand Anecy (2020),
 - Statistiques locales et recensement de la population, INSEE (2018), etc.
- **Entretiens avec les têtes de réseau** : 12 entretiens qualitatifs réalisés (annexe 1).
- **Entretiens physiques et téléphoniques avec les acteurs économiques** : 21 entretiens réalisés englobant les différentes filières agricoles et circuits de commercialisation.
- **Entretiens auprès d'exploitants agricoles** du territoire : plus de 250 appels téléphoniques
- **Un atelier** accessibilité alimentaire : 13 participants
- Une **enquête en ligne auprès de consommateurs** : 790 répondants

Ce travail d'enquête qualitative a permis de **dresser un état des lieux de l'organisation des filières agricoles** (sous forme de schéma de flux, cartographies des acteurs, etc.), ainsi que de différents circuits de commercialisation. Finalement, le recensement des attentes et des besoins des acteurs, ainsi que les analyses ont permis d'identifier les enjeux du PAT du Grand Anecy présentés en Forum des partenaires et en Comité de pilotage.



2 L'offre alimentaire du territoire : agriculture et filières

2.1 Etat des lieux de l'offre alimentaire du territoire

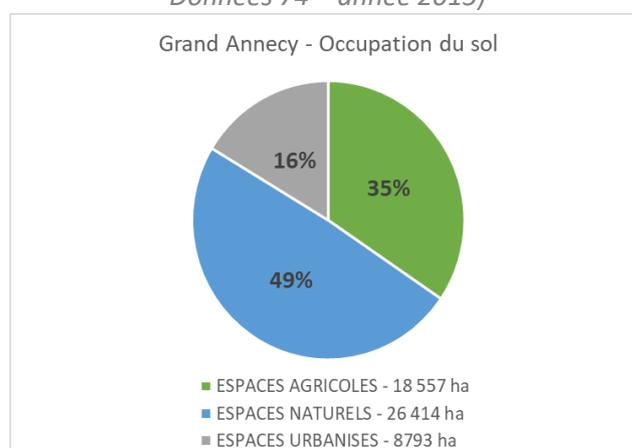
2.1.1 Profil général de l'agriculture du territoire

Un espace agricole contraint

La moitié de la Communauté d'agglomération du Grand Annecy est couverte par des espaces naturels, avec un lac qui s'étend sur 11% du territoire et un gradient d'altitude important puisque l'on passe de 450 m d'altitude au bord du lac à 2300 m au sommet de la Tournette.

L'activité agricole s'organise, sur l'espace qui lui reste disponible, entre espaces naturels et espaces urbanisés, **soit 1/3 seulement du territoire**, sur une topographie plus ou moins favorable, avec des secteurs de pentes douces et des secteurs plus accidentés.

Figure 1 : Occupation du sol sur le territoire de Grand Annecy (Source : Régie de Gestion des Données 74 – année 2015)



Le Grand Annecy compte **279 exploitations agricoles (EA) professionnelles**². Selon la définition de la Chambre d'Agriculture, une exploitation professionnelle est une entreprise qui dispose de la surface minimum d'assujettissement (SMA), qui correspond à une surface minimale de viabilité économique, fixée dans le cadre d'un arrêté préfectoral départemental. Ce seuil est propre à chaque production.

En Haute-Savoie, sont considérées comme professionnelles :

- En polyculture élevage : les exploitations de 8 ha minimum,
- En productions spécialisées, les exploitations ayant une SMA supérieure à celle spécifiée pour chaque type de production (par exemple 1,10 ha pour du maraîchage en pleine terre, 4,5 ha pour des vergers de plein vent, etc.).

Une personne peut être tout de même affiliée à la MSA en tant que chef d'exploitation, avec une surface inférieure à la SMA de sa production, si le temps de travail passé sur cette production représente au moins 1 200 h/an³.

Au regard de ces éléments, la connaissance de terrain permet d'affiner la liste des exploitations professionnelles agricoles, de façon à bien prendre en compte les structures qui se situent en dessous de ces seuils mais qui ont pour autant une vraie réalité économique (notamment en phase de démarrage pour certaines productions, qui peuvent suivre une phase de progression économique).

² Source : Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc, 2021

³ Source : Loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt de 2014



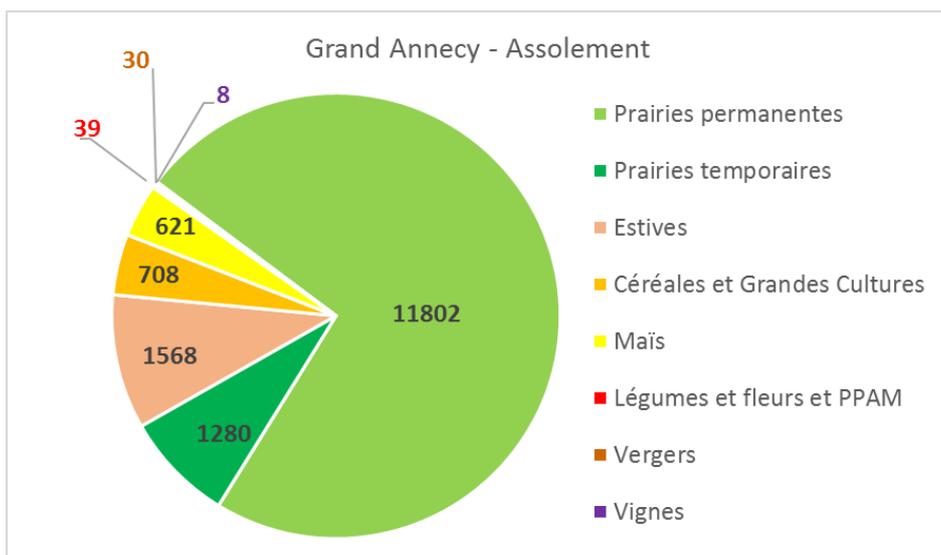
Cette définition diffère de celle du Recensement Général Agricole, pour lequel une exploitation agricole est une « *unité économique qui participe à la production agricole, qui atteint une certaine dimension (1 hectare de superficie agricole utilisée, 1 vache ou 6 brebis-mères, etc.* »⁴. Les seuils du RGA englobent ainsi des structures qui n’ont ni dimension économique ni objectifs de production alimentaire.

Dans la suite de l’étude, seules les exploitations professionnelles ont été prises en compte.

Avec 40% d’exploitations en société à plusieurs associés, on totalise **416 chefs d’exploitations** dont l’âge moyen est de 49 ans.

L’agriculture du Grand Anancy met en valeur **16 056 ha de Surface Agricole Utile (SAU)**, répartis ainsi :

Figure 2 : Assolement 2020 du Grand Anancy en ha (Source : Registre Parcellaire Graphique)



La topographie accidentée du territoire, sur laquelle l’élevage est le plus adapté, explique la **forte présence de la production bovin lait**. Celle-ci est organisée en filières de productions fromagères sous Signe d’Identification de Qualité et d’Origine (SIQO), avec un cahier des charges imposant une alimentation des troupeaux basée sur l’herbe. C’est pourquoi 91 % de la SAU est en herbe.

Dans une moindre proportion, les secteurs d’avant pays et les zones plus plates permettent **la culture de céréales et les productions spécialisées** (légumes, fruits, etc.).

⁴ Source : Recensement Général Agricole (RGA), 2020



Un territoire laitier qui se diversifie

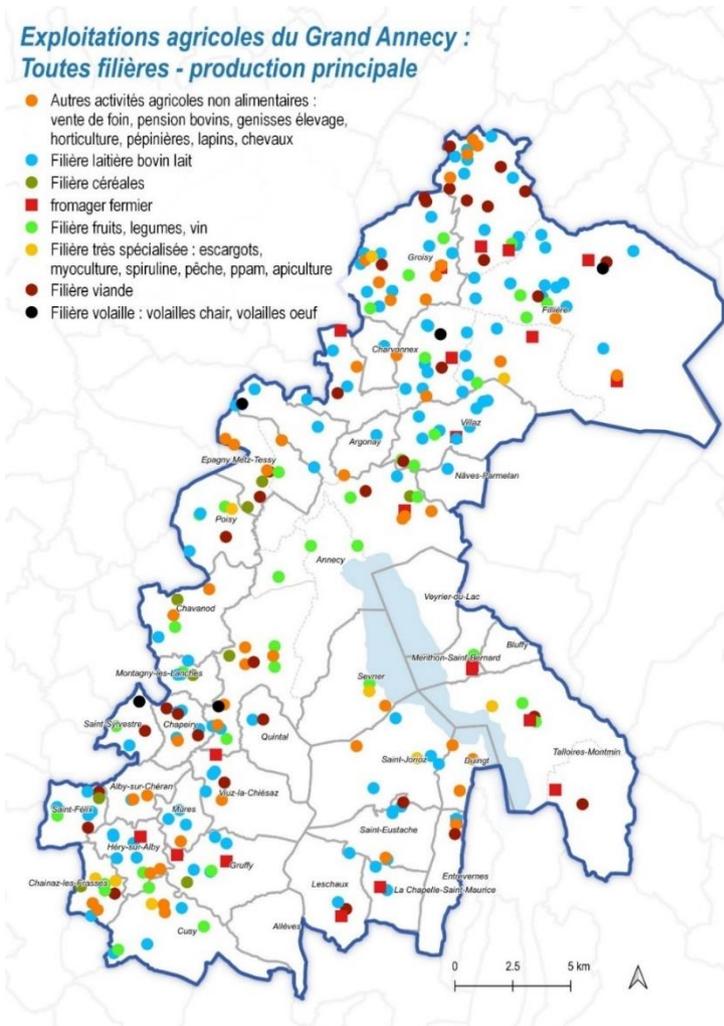
47% des exploitations professionnelles sont orientées vers la production **bovins lait**, **10% en maraîchage**, **7% en bovins viande** (on peut lire la répartition des exploitations en nombre par atelier de production en annexe 7).

La filière laitière reste donc dominante mais dans un **paysage agricole qui se diversifie**, avec un nombre important d'exploitations orientées vers d'autres productions en atelier principal ou secondaire.

Le territoire étant situé, tout ou partie, dans l'aire d'appellation protégée ou contrôlée de plusieurs productions, un grand nombre d'exploitations **sont engagées dans des cahiers des charges de SIQO** :

-  AOP Abondance, Reblochon de Savoie, Tome des Bauges et Chevrotin
-  IGP Tomme de Savoie, Emmental de Savoie, Raclette de Savoie, Pommes et Poires de Savoie
-  28 exploitations en agriculture biologique (AB)
-  1 exploitation en Haute Valeur Environnementale (HVE)

Figure 3 : Carte de localisation des exploitations agricoles professionnelles du Grand Anancy (Atelier principal) (CASMB, 2021)



Un tiers des exploitations en productions agricoles non alimentaires

46 exploitations sont orientées vers des productions non alimentaires.

On trouve dans cette catégorie les horticulteurs et les pépiniéristes, ainsi que les nombreuses activités équinés présentes sur le territoire, mais surtout, les exploitations qui ont une activité venant en support des autres exploitations. Elles produisent du foin pour celles qui ne sont pas autosuffisantes, elles prennent en pension des animaux ou élèvent des génisses pour le compte d'exploitations qui manquent de place dans leurs propres bâtiments ou de surface pour assurer l'alimentation de ces animaux.



2.1.2 Les filières animales

La filière lait et production de fromages via les coopératives

- **130 exploitations produisent au total 44 millions de litres de lait**, qu'elles livrent à des coopératives.

Parmi elles, **12 transforment à la ferme**, tout ou partie du lait qu'elles produisent pour les circuits courts.

- 106 exploitations produisent du lait pour la fabrication de **fromages AOP** (Reblochon, Abondance et Tome des Bauges),
- 24 exploitations produisent du lait pour la fabrication de **fromages IGP** (Tomme, Emmental et Raclette de Savoie).

Une partie des exploitations du Grand Anancy livrent leur lait aux **5 ateliers coopératifs** du territoire, les autres sont adhérentes de coopératives haut-savoyardes extérieures au territoire.

Les 5 ateliers coopératifs sur le territoire sont :

- Coopérative agricole laitière « sur l'Étang » à GROISY,
- Coopérative agricole laitière de Groisy Fontaine Vive à GROISY,
- La fruitière Parmelan Glières à VILLAZ,
- La fruitière Parmelan Glières à FILLIERE,
- Coopérative agricole les Fruitières de Savoie à GRUFFY (appelé sous un nom non juridique « Fruitière du Semnoz »)

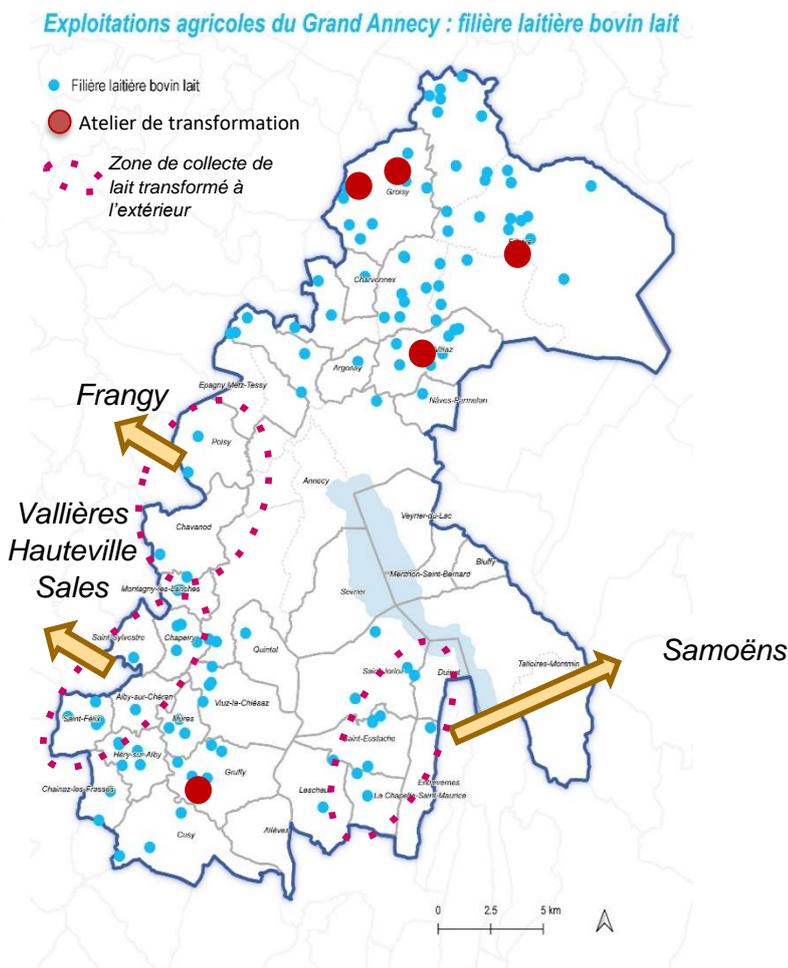
Ces 5 ateliers travaillent le lait des exploitations de la Communauté d'agglomération, mais aussi celui de l'ensemble de leur zone de collecte comprenant des communes extérieures au territoire, qui est liée à l'histoire même de la coopérative. Les fromagers de ces ateliers sont la société Verdannet pour Groisy sur l'Étang, Schmidhauser pour Groisy Fontaine Vive et Chabert pour les 3 autres. Chacun fait des transferts de lait entre ses différents ateliers spécialisés en fonction de ses besoins de production.

Concernant les producteurs du Grand Anancy qui livrent une coopérative hors du territoire :

- Le lait IGP du Pays d'Alby part vers les ateliers de la Fruitière des Savoie dans l'Albanais,
- Le lait IGP de Montagny, Seynod ou Poisy part aux Fermiers Savoyards à Frangy,
- Le lait AOP de la vallée du Laudon part aux Fermiers Savoyards à l'atelier reblochon de Samoëns.

Le détail sur les fromages produits, ainsi que les quantités de lait transformé pour ces 5 ateliers sont disponibles en annexe 2.

Figure 4 : Filière bovin lait : localisation des exploitations, des ateliers de transformation et flux (CASMB, 2021)



Au total, les 5 ateliers présents sur le territoire produisent :

- 840 T d'Abondance AOP
- 1 500 T de Reblochon AOP
- 200 T de Tome des Bauges AOP

Les filières fromagères fermières (transformation de produits à la ferme)

28 exploitations produisent des fromages fermiers sur le Grand Anancy :

- 12 exploitations transforment 2,2 millions de litres de lait de vache,
- 12 exploitations transforment 500 000 litres de lait de chèvre,
- 4 exploitations transforment 155 000 litres de lait de brebis.

Les exploitations bovin lait

Toutes les exploitations qui produisent des produits laitiers sur leur ferme livrent également une partie de leur production à une coopérative. Pour ce qui concerne la fabrication à la ferme, elles fabriquent majoritairement des **fromages, sous SIQO ou non**, et dans une moindre mesure, des **produits laitiers frais** (yaourts, desserts lactés, glaces, etc.).

Les exploitations caprines

Elles transforment intégralement le lait qu'elles produisent à la ferme. Ces fermes caprines sont majoritairement spécialisées (c'est-à-dire qu'elles ne font que cet élevage) et sont gérées par un seul exploitant. Seulement 2 exploitations élèvent des chèvres en atelier secondaire d'un atelier bovin lait. Les troupeaux sont en moyenne constitués de 70 chèvres mais la moitié des exploitations comptent entre 40 et 45 chèvres, pouvant être considérées comme « petites ».

Les producteurs caprins transforment la totalité de leur lait, en général 50 % du lait en tommes, 40% en fromages lactiques (type bûches, crottins) et 10% en produits laitiers frais (yaourts, faisselles, crèmes dessert, ...). A noter qu'une exploitation produit du Chevrotin AOP.

Les exploitations ovin lait

Elles sont 50% à produire du lait de brebis en atelier secondaire d'un atelier bovin lait ; ce sont alors des exploitations mixtes. Elles sont gérées par 2 exploitants et les troupeaux font en moyenne 120 brebis. Les producteurs transforment 40% du lait produit en tommes, 30% en fromages lactiques et 30% en produits laitiers frais (yaourts et crèmes desserts uniquement). Toutes les exploitations valorisent très majoritairement leur production en circuits courts.

Figure 5: Localisation des exploitations en transformation à la ferme pour les bovins lait, caprins et ovins lait. Taux de commercialisation sur Grand Anancy (CASMB, 2021)

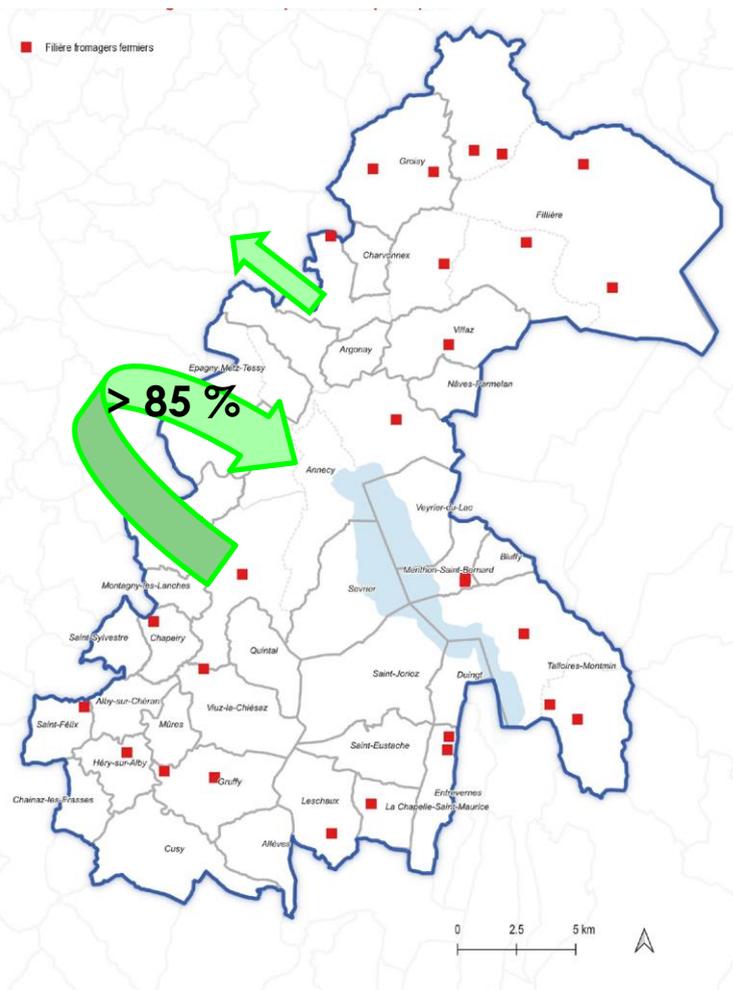
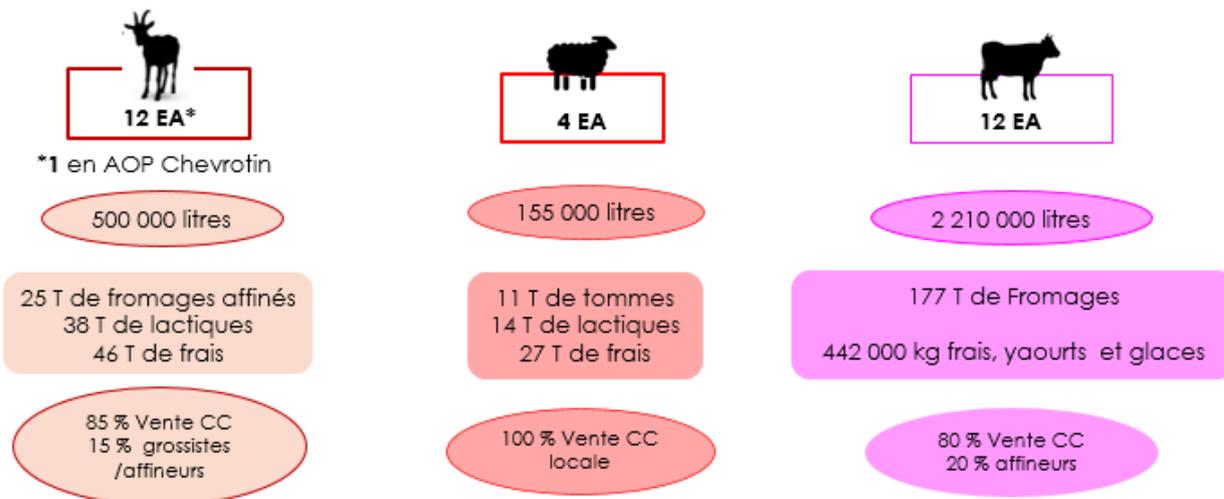


Figure 6 : Filières fromagères fermières : les chiffres clés (CASMB, 2021)



Les filières viande bovine et ovine

On recense sur le territoire **34 exploitations qui élèvent des bovins viande et 13 qui élèvent des ovins viande**, en atelier principal, secondaire ou tertiaire.

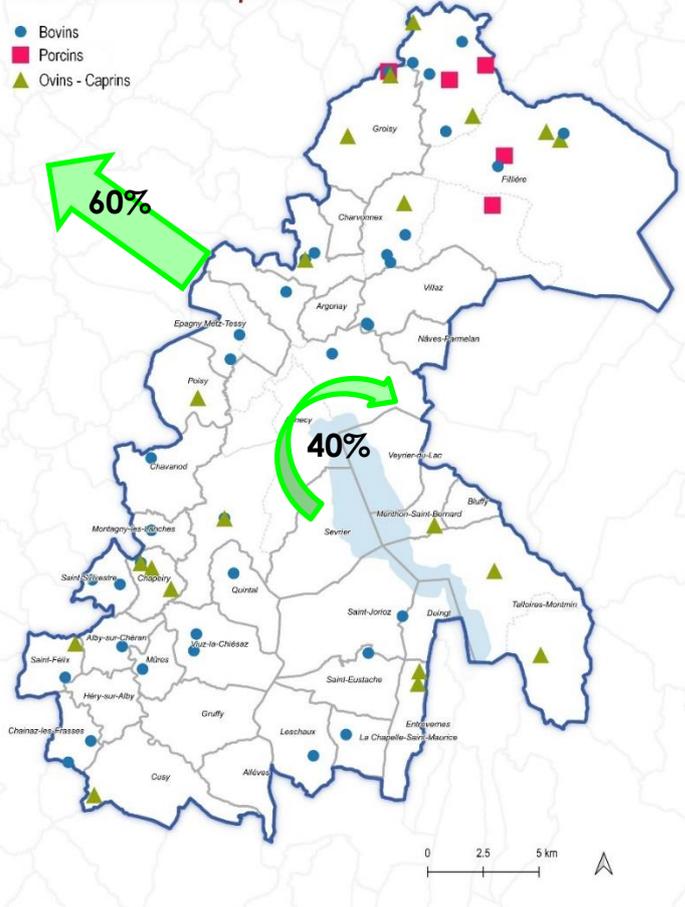
La moitié des exploitations fait un peu de valorisation en circuits courts, mais sur des petits volumes. **Une part importante des animaux sont vendus vivants à des maquignons ou des chevillards** (77% des veaux sont vendus ainsi). Selon le type et l'âge de l'animal, le maquignon peut acheter les animaux pour les revendre à des ateliers d'engraissements (situés dans d'autres départements, en Italie, etc.), soit gérer la valorisation de la viande, de l'abattage à la vente des carcasses aux grossistes ou transformateurs.

Dans une moindre mesure, **une partie des volumes est vendue directement aux abattoirs locaux** qui ont une activité de commerce des viandes (voir en annexe 3). Dans ce cas, une fois la bête vendue, c'est l'abattoir qui gère la commercialisation. Les abattoirs concernés par ce cas sont celui de Bonneville, puis du Pays du Mont-Blanc.

Les exploitations qui font de la **vente en circuits courts** valorisent principalement, auprès des consommateurs, **en colis préparés sous vide**, avec des morceaux découpés, comprenant parfois des saucisses. Elles font abattre leurs animaux dans les abattoirs locaux et passent ensuite par les ateliers

Figure 7 : Localisation des exploitations bovins viande et ovins viande et taux de commercialisation sur Grand Anancy (CASMB, 2021)

Exploitations agricoles du Grand Anancy : filière viande détaillée par animal



de découpe et de transformation pour la préparation des colis selon la composition souhaitée. Cette prestation de service peut aussi parfois être assurée par des bouchers.

Ces producteurs d'ovins travaillent (malgré l'éloignement) avec l'abattoir de Saint-Etienne-de-Cuines plutôt qu'avec celui du Pays du Mont-Blanc pour des raisons de coût de revient. Les producteurs de bovins viande travaillent avec les abattoirs de Bellegarde, du Pays du Mont-Blanc et de Chambéry.

Au total ce sont :

- 75 T de viande bovine de race bouchère
- 40 T de viande veaux
- 5 T de viande bovine issue de réformes
- 34 Tonnes équivalent carcasse (Tec) de viande d'agneaux qui sont produites sur le territoire, dont 40% sont valorisées localement.

La filière viande de porc

Quatre exploitations sur le territoire du Grand Anecy ont **un atelier porcin**. Toutes sont localisées en Pays de Fillière (Aviernoz, Evires, Groisy et Thorens-Glières). Les effectifs de porcs vont de 4 à 550 à l'année sur ces fermes. Le total de production du territoire est de **980 porcs élevés pour une production de 117 tonnes équivalent carcasse**.

Ce diagnostic ne prend pas en compte :

- Les exploitations qui élèvent de 1 à 3 porcs pour leur consommation personnelle (viandes non disponibles pour un débouché commercial).
- La société SAS Airporc (fromagerie Verdannet) dont le siège social est à Anecy et qui fait élever des porcs en intégration dans des porcheries proches de coopératives laitière en dehors du territoire (La Plagne, Douvaine + sites sur le territoire de Grand Lac). Le nombre de porcs en intégration pour la SAS Airporc est de plus de 3 000 porcs par an.

Ces choix expliquent que nous identifions 4 exploitations dont l'objectif est la vente de viande de porc produite sur le territoire, alors que le RGA 2020 compte 16 exploitations pour un cheptel d'environ 4 400 porcins.

A la base, les quatre exploitations ont toutes leur atelier porcin en complément d'un atelier principal en bovin viande ou bovin lait. Avec la forte demande des Points de Vente Collectifs (PVC)⁵ en Haute-Savoie, **deux exploitations ont décidé de développer cette production** qui est devenue la source de revenu principale de la ferme. L'une d'entre elle élève déjà 550 porcs, l'autre en élève 250 par an mais vient de construire un nouveau bâtiment afin de développer cette production pour atteindre 450 à 500 porcs élevés. Ces deux exploitations sont dans les trois PVC⁶ du Grand Anecy, mais également dans un autre PVC de la Vallée de l'Arve et un magasin de producteurs du Pays du Mont Blanc. Les deux exploitations concernées ont un laboratoire de transformation à la ferme permettant de découper et de fabriquer de la charcuterie. Elles embauchent des bouchers-charcutiers. La proportion de viande fraîche par rapport à la charcuterie est de 30/70%.

Pour les deux autres exploitations, l'une élève 4 porcs pour les vendre en direct au consommateur et la seconde commercialise l'ensemble de ses bêtes à un chevillard.

⁵ PVC : sont des magasins où les producteurs vendent en direct leurs produits avec un producteur à la vente systématiquement

⁶ C' nos terroirs à Seynod, Au Rendez-vous du terroir à Meythet et Paniers d'Ici à Charvonnex



Ainsi en termes de flux de consommation sur le territoire du Grand Anancy, on peut constater :

- 87% de vente directe (en PVC et à la ferme)
- 13% de vente à un chevillard



PAT Anancy :

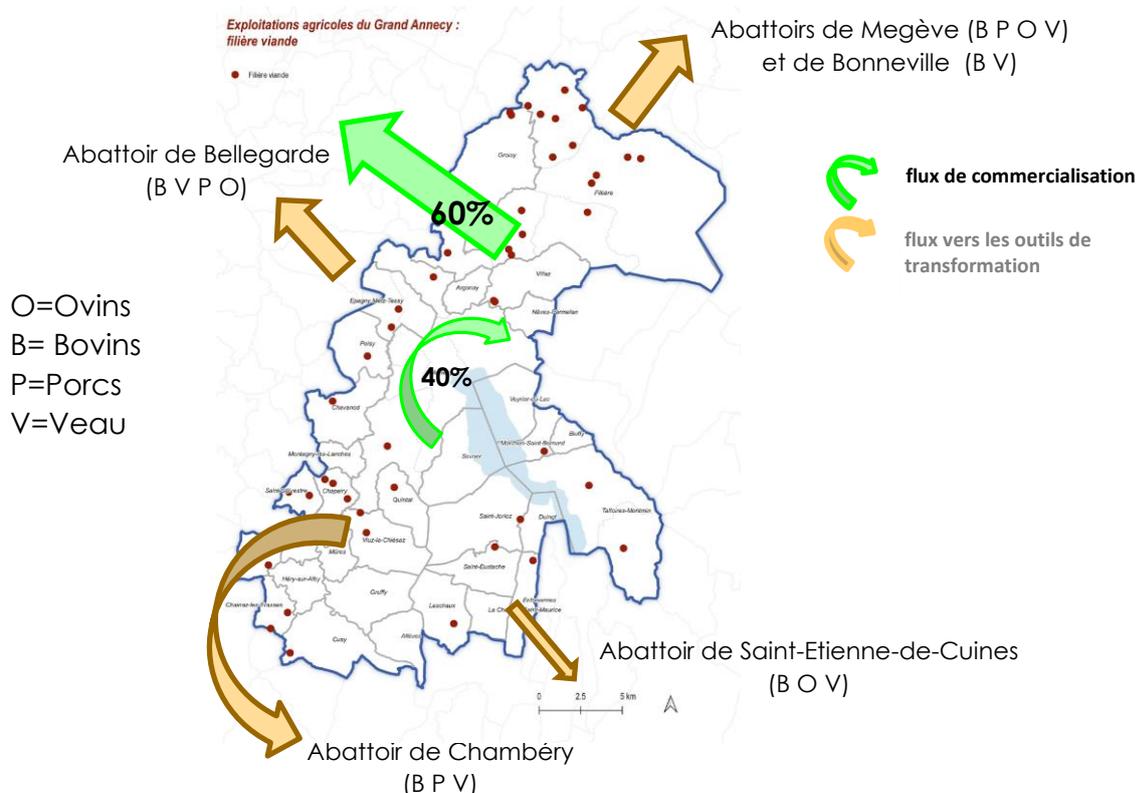
A noter qu'il existe aujourd'hui une demande importante et croissante de la restauration collective et des industriels transformateurs en viande de porc locale. L'entreprise de salaison Maxence BAUD (à Villaz) est en recherche de porcs fermiers locaux tout comme Les Salaisons du Mont Charvin (à Doussard) qui a développé une marque locale en partenariat avec des fermes des Savoie.

Verbatim recueilli : « La Charcuterie Savoyarde n'est pas tant savoyarde que cela ! La production est trop « confidentielle » pour répondre aux demandes des artisans et industries » (conf.). Cela montre bien l'intérêt potentiel à développer des productions de porcs de qualité (plein air, sur paille, etc.) et non industrielles (intensives) afin de répondre aux besoins du territoire.

Les outils d'abattage et de découpe à disposition des exploitations bovines, ovines et porcines du Grand Anancy

Les producteurs de viandes du Grand Anancy ont la possibilité de se tourner vers différents lieux d'abattage. Dans les Savoie, on retrouve cinq outils d'abattage / découpe, multi-espèces mais avec des spécificités.

Figure 8 : Filière viande du Grand Anancy : lieux de production, outils de transformation et flux de commercialisation (CASMB, 2021)



Les différentes productions, leurs volumes par abattoir ainsi que le détail des ventes sont répertoriés en annexe 3.



La filière volaille

Tout comme l'élevage de porcs, la filière avicole (élevage de volailles) est une petite filière totalisant **9 exploitations sur le territoire**.

Tableau 1: Identification du nombre d'exploitations en élevage volailles (CASMB, 2021)

Production	Production principale	Atelier secondaire	Atelier tertiaire	TOTAL
Volailles de chair	5	1	0	6
Œufs	0	5	1	6

- 3 exploitations produisent des volailles de chair,
- 3 exploitations produisent des œufs
- 3 exploitations produisent des volailles de chair et des œufs

Pour 5 producteurs de volailles de chairs, l'élevage correspond à leur atelier principal, 3 d'entre eux ne produisent d'ailleurs que des volailles. Les 3 autres produisant des ovins viande ou du maraîchage en parallèle. L'une des exploitations a un plus petit élevage de volailles que les autres.

Les producteurs d'œufs a contrario ont tous leur atelier avicole en complément d'un autre atelier qui est principal (bovins lait, volailles de chairs, maraîchage ou pension de bovin).

• Les volailles de chairs

On dénombre **6 exploitations qui produisent de la viande de volailles**. A 90% ce sont des poulets qui sont élevés, complétés de canards et de volailles pour les fêtes de fin d'année (poulardes, chapons, pintades, dindes).

La production totale par an est recensée à :

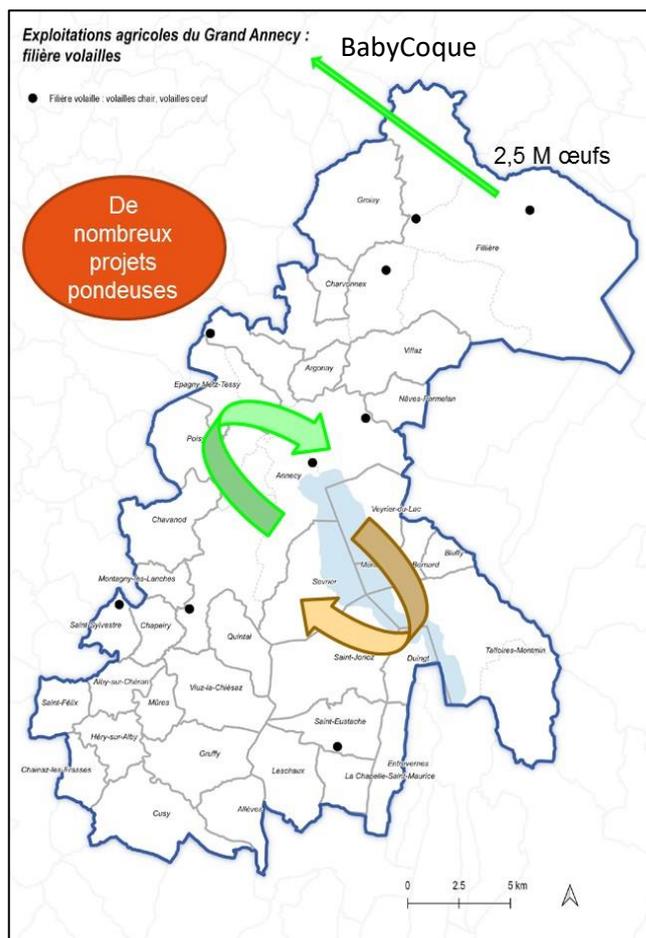
- 70 000 poulets,
- 1 830 pintades,
- 340 canards (à rôtir par opposition au foie gras),
- 1 130 dindes, poulardes et chapons (environ 200 par exploitations produites pour Noël).

La production est 100% fermière (label). Il n'y a pas d'élevage en bio (raison de coût du grain bio).

Cette production, **vendue à 100% en vente directe**, est estimée à **170 Tonnes de volailles prêtes à consommer**.

L'abattage a lieu uniquement sur les fermes et est contrôlé régulièrement par les services vétérinaires de la DDPP de Haute-Savoie. En effet, il n'existe pas d'abattoir public de volailles en Savoie et Haute-Savoie. Il existe un abattoir à la ferme à Beaumont qui propose de la prestation, mais les contraintes de planning de réservation sur des créneaux où la ferme n'abat pas, le transport des bêtes, le fait de devoir être présent pour aider, font que les aviculteurs ont préféré investir dans leur propre outil pour rentabiliser leur temps.

Figure 9 : Localisation des exploitations aviaires et flux de commercialisation viande et œufs (flèche verte), flux de transformation (flèche orange) (CASMB, 2021)



Environ 75 % de la viande est proposée découpée (blancs de poulets, cuisses, etc.), le reste étant des volailles PAC (prête à cuire).

La main d'œuvre pour l'abattage est importante et contraint les agriculteurs à de fortes astreintes hebdomadaires. Les abattages ont lieu toutes les semaines. Ainsi une exploitation qui produit 10 000 poulets à l'année en abat seulement 200 par semaine.

La volaille des producteurs du Grand Anney est renommée auprès des consommateurs. C'est une volaille 100% élevée en plein air et 100% fermière. Elle est vendue par les producteurs eux-mêmes, en vente directe, essentiellement :

- Sur les marchés d'Anney (pour 2 producteurs et pour un équivalent de 45 000 volailles/an),
- En Points de Vente Collectifs (pour 3 producteurs et 20 000 volailles par an) à Cruseilles, Meythet, Seynod et Charvonnex,
- Sur le marché de producteurs de Sevrier (pour 1 producteur et environ 5 000 volailles).

Le reste est vendu à la ferme ou en auberge à la ferme.

La production n'est pas assez importante pour pouvoir livrer la restauration hors domicile ou commerciale car les producteurs n'arrivent déjà pas à répondre à la demande en vente directe.

- **Les poules pondeuses**

On dénombre **6 exploitations qui élèvent des poules pour la production d'œufs.**

Ce sont au total 15 000 poules élevées sur le territoire **qui produisent 4,5 millions d'œufs par an, dont 61 000 œufs produits en bio** (soit environ 1.3 %).

Un des aviculteurs produit des œufs en intégration pour l'entreprise Savoyarde Babycoque. Ce sont des œufs du code 2 signifiant que les poules sont élevées « au sol » en bâtiment.

Les 5 autres exploitations produisent des œufs 100% plein air et en vente directe (marchés, Point de Vente Collectifs et vente à la ferme).

En volume, **50% des œufs produits sur le Grand Anney sont vendus en intégration et 50% des œufs sont vendus en direct.**

Il faut savoir que pour vendre des œufs autrement qu'en vente directe et pour les ateliers au-delà de 250 poules pondeuses, l'agrément sanitaire européen est obligatoire. Seule une des exploitations hors intégration possède cet agrément : Les Volailles du Semnoz. **Pour la vente d'œufs en restauration scolaire, seuls les producteurs agréés peuvent livrer.**

Enfin il est important de signaler que de nombreux projets (installation ou diversification sur les fermes) de mise en place d'ateliers de poules pondeuses sont prévus sur le territoire.

- **Frein au développement de la filière volaille**

Sur les 5 dernières années, on peut constater de **fortes oppositions des habitants - riverains à l'implantation de sites d'élevage de volailles en Savoie Mont-Blanc.** C'était par exemple le cas pour la dernière installation il y a trois ans qui aura mis plusieurs années à se concrétiser, suite à des pétitions de voisinage sur la commune de Saint-Sylvestre. La population désire manger local mais ne souhaite pas que certaines exploitations s'installent près de chez eux, par crainte de nuisances. Cette crainte est nourrie par beaucoup de méconnaissance des projets fermiers qui n'ont rien en commun avec les exemples donnés dans la presse, qui concernent des exploitations intensives. Ceci est un réel fléau n'encourageant pas les installations dans ce domaine d'élevage (y compris si cela était en bio).

Pour pouvoir s'inscrire dans un objectif nourricier, les projets doivent avoir une certaine taille (environ 6 000 volailles par an en chair ou 2 000 poules bio pour exemple) tout en conservant et en respectant des pratiques extensives et fermières. Les futurs projets seront très certainement confrontés à ce



phénomène et **il sera nécessaire de travailler sur la pédagogie afin d'améliorer la connaissance** sur ces projets vertueux et la compréhension du fait qu'ils répondent point par point à la demande de la population.

Analyse AFOM : les filières animales du territoire

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • Une filière laitière très solide économiquement (emplois et rémunération) • Une large gamme de fromages produits sur le territoire, en vache, chèvre et brebis, dont une part importante sous Signes d'Identification de Qualité et d'Origine • Toutes les filières de productions de viandes sont présentes sur le territoire 	<ul style="list-style-type: none"> • Une filière viande bovine, ovine et porcine sous valorisée localement, malgré les outils (abattoirs, découpe, transformation) disponibles • Une certaine concurrence sur le foncier entre la filière laitière dominante et les autres productions
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Un potentiel de consommation important, avec une attente en produits locaux et de qualité, catégorie dans laquelle s'inscrit la majorité des productions animales du territoire 	<ul style="list-style-type: none"> • Une population en demande de viandes, œufs et charcuteries locales mais qui s'oppose fréquemment aux projets d'installation en production de volailles ou de porcs, même plein air. • Une certaine concurrence entre l'activité agricole de loisir (équins) et l'agriculture nourricière (installation sur les terres de qualité) • Une population parfois hostile aux élevages viandes en lien avec le bien-être animal, pesant sur le moral des exploitants qui sont ultra majoritairement en agriculture extensive

2.1.3 Les filières végétales

La filière maraîchage

34 ha sont dédiés à la production de légumes et sont mis en valeur par 30 exploitations, dont le maraîchage est quasi exclusivement l'activité principale.

Ce sont toutes des **exploitations de petite taille** qui produisent une **gamme variée de légumes pour la vente directe**. Pour autant, ces caractéristiques communes masquent quelques disparités :

- Seulement 6 exploitations > 2 ha et 9 EA < 1 ha,
- Toutes ne disposent pas de serres, ce qui réduit considérablement, pour celles qui n'en ont pas, la période de production,
- La surface sous serres, pour les exploitations qui en ont, représente, au plus, 10% de la surface totale de légumes.



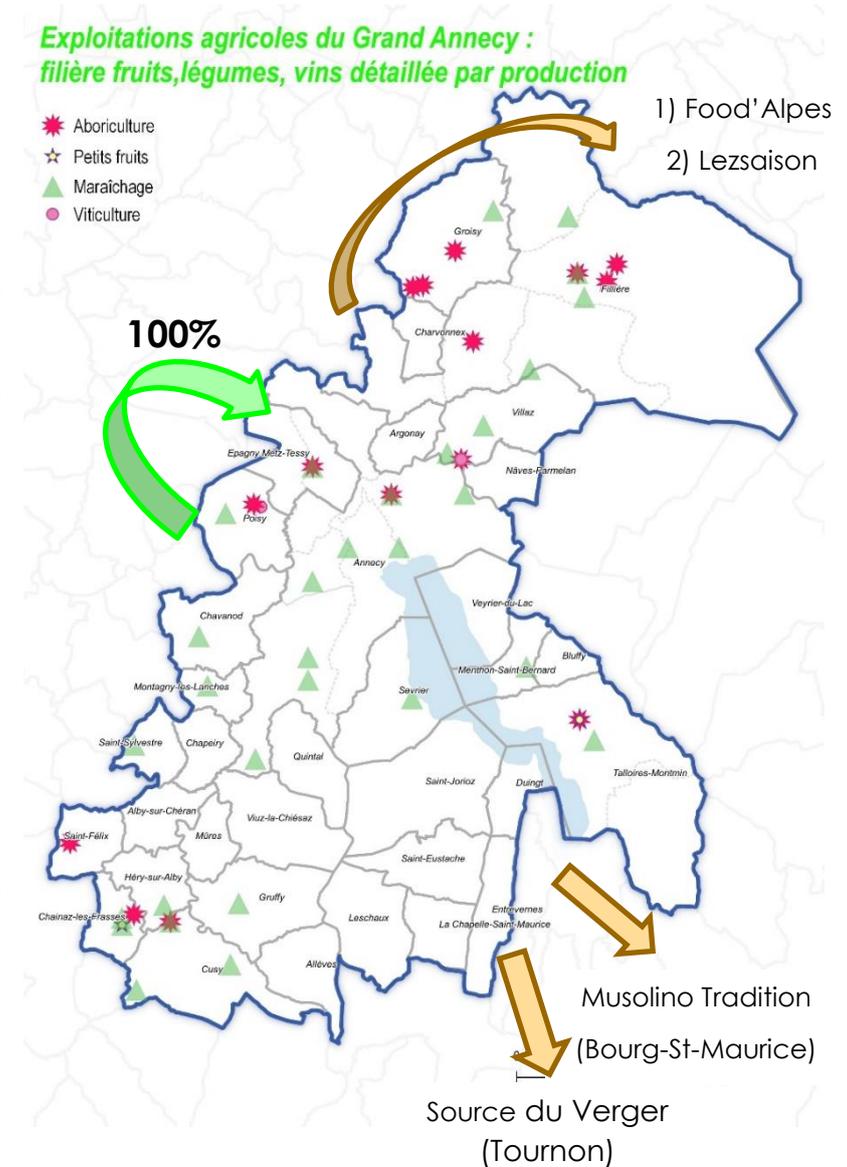
Une enquête réalisée en 2018-2019, par la Chambre d'Agriculture, auprès des maraîchers du Grand Anancy, avait mis en évidence un **manque criant de moyens de productions**. Beaucoup de maraîchers sont peu équipés mécaniquement pour soulager la pénibilité du travail et ils manquent souvent de bâtiments pour stocker et préparer les légumes pour la vente.

A l'issue de la phase d'appels téléphoniques pour le PAT, **les maraîchers expriment qu'il y a une précarité des maraîchers installés dans les 5 dernières années**. Plusieurs ont en effet exprimé le sentiment de ne pas être aidés après l'installation en termes d'équipements d'irrigation, ou encore de confortation sur leur foncier.

Enfin, **l'accès à l'eau est souvent compliqué** et, lorsqu'il y a irrigation, elle est majoritairement sous dimensionnée par rapport aux besoins réels de la production.

Les maraîchers du Grand Anancy produisent au total **850 T de légumes par an, valorisés à 100% sur le territoire** : très majoritairement en vente directe, à la ferme, sur les marchés, dans les Points de Vente Collectifs (PVC), etc.

Figure 10 : Localisation des exploitations maraichères et arboricoles, flux vers les prestataires de transformation des légumes (flèche orange) et taux de commercialisation sur Grand Anancy (flèche verte) (CASMB, 2021)



9 exploitations sur les 30 sont labellisées Agriculture Biologique (AB). Les dernières installations ont beaucoup choisi d'être en bio. Parmi ceux qui ne sont pas bio, certains ont des pratiques très raisonnées et pourraient remplir les conditions du cahier des charges du label bio, mais ils estiment que le ratio entre le coût du label par rapport à la forte demande de leurs légumes en agriculture conventionnelle ne vaut pas la peine. Les débouchés étant bien supérieurs à la production. On remarque que dans les installations récentes, des maraîchers se tournent vers d'autres labels type Demeter ou Nature et Progrès, jugés à leurs yeux encore plus cadrés que le bio.

On recense quelques ventes complémentaires en magasins spécialisés Bio, « la Ruche qui dit Oui ! », en épicerie locales, mais généralement ce sont soit des solutions de secours à certaines périodes, soit des ventes selon les volumes disponibles. Les ventes à destination de la Restauration Hors Domicile sont à ce jour très faibles.

Enfin, de plus en plus d'exploitations maraichères complètent leur gamme en proposant des conserves de légumes transformés (soupes, bocaux de légumes). Elles passent par les trois prestataires les plus



proches, situés hors Grand Anney pour réaliser la transformation et commercialisent ensuite elles-mêmes (localisation sur la carte ci-dessus).

Conscient du constat du déficit de production de légumes pour faire face à des besoins croissants, le Grand Anney porte un projet d'espace-test agricole pour installer des exploitations. Développé sur d'autres territoire, ce dispositif vise à faciliter la création d'entreprises agricoles. L'**Espace-Test Agricole** désigne une entité fonctionnelle, coordonnée, **réunissant l'ensemble des conditions nécessaires au test de l'activité** agricole dans notre cas. Il a comme fonctions fondamentales la mise à disposition :

- D'un **cadre légal** d'exercice du test d'activité permettant l'autonomie de la personne – [fonction « couveuse »](#) ;
- De **moyens de production (foncier, matériel, bâtiments...)** – [fonction « pépinière »](#) ;
- D'un dispositif **d'accompagnement et de suivi**, multiforme – [fonction « accompagnement](#).

Sur les mêmes constats d'offre et demande, le Conseil Savoie Mont-Blanc finance la mise en place d'un projet « **La Ceinture Verte** » ayant pour objectif de **simplifier, accompagner et sécuriser l'installation** de nouveaux producteurs en maraîchage diversifié en agriculture biologique sur une ferme de 2 ha. La structure qui se décline sur les territoires sous forme de **sociétés coopératives d'intérêt collectif (SCIC)** fournit des **terrains équipés** et un **appui technique individualisé et collectif** à la production en contrepartie d'une cotisation mensuelle.



La filière fruits

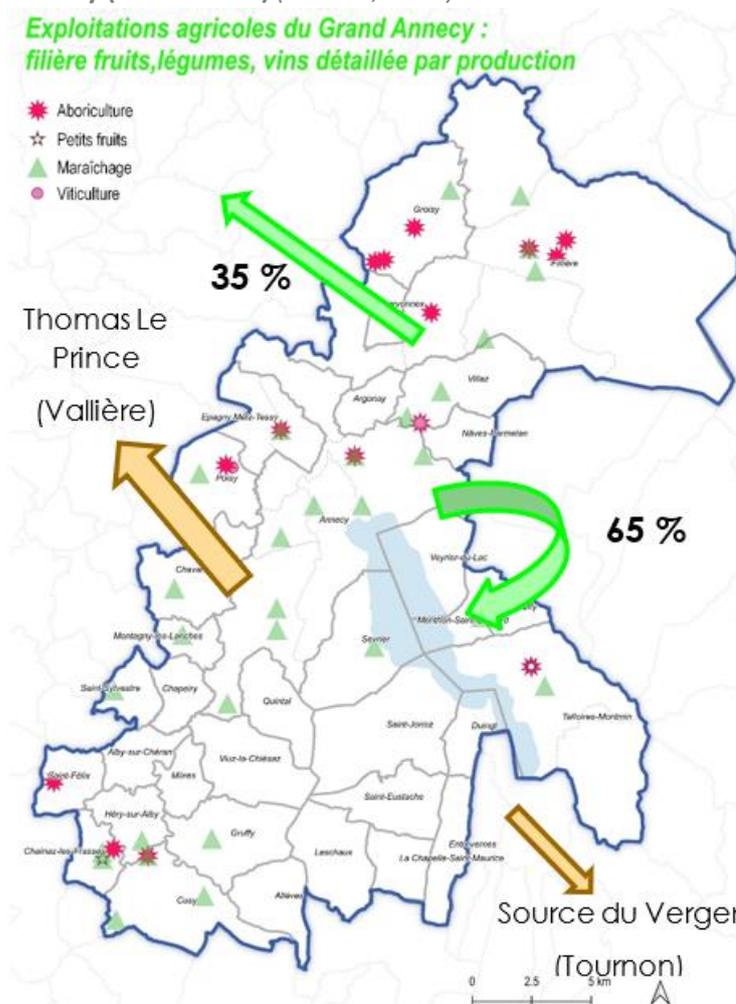
La production de fruits sur le Grand Anancy se répartit en trois catégories :

- **Les exploitations spécialisées en pommes et poires** (7 exploitations plus le verger expérimental de Poisy) : 850 T de fruits/an, valorisées à 60% en circuits courts (à la ferme, en magasin de producteurs, sur les marchés mais aussi en direct à des magasins spécialisés ou grandes surfaces), 40% via des grossistes.
- **Les exploitations produisant une gamme diversifiée de fruits** (pommes, poires mais aussi prunes, cerises, pêches...), souvent en complément d'une activité de maraîchage (6 exploitations) : 110 T de fruits/an, valorisées à 100% en circuits courts.
- **Les exploitations spécialisées en petits fruits** : fraises, groseilles, cassis, etc. (2 exploitations) : 9 T de fraises produites/an, valorisées à 100% en circuits courts.

En complément de la vente de fruits à croquer, les fruits déclassés (défaut, fruits hors calibre...) sont transformés en jus et compotes, via deux prestataires situés hors territoire :

Thomas Le Prince à Vallières, lui-même producteur ou à la Source du Verger. Ces produits sont également vendus en vente directe et via des grossistes pour les jus de fruits.

Figure 11 : Localisation des exploitations maraîchères et arboricoles, flux vers les prestataires de transformation des fruits (flèche orange) et taux de commercialisation sur Grand Anancy (flèche verte) (CASMB, 2021)



La filière céréales

En 2020 le Grand Anancy totalisait (selon le Registre Parcellaire Graphique 2020) :

- 635 ha de céréales (Blé, orge, triticale, seigle, etc.),
- 621 ha de maïs,
- 74 ha d'oléo-protéagineux (colza, soja et tournesol).

Près de **80% de ces surfaces sont travaillées par les exploitations d'élevage**, essentiellement pour **l'alimentation du troupeau** (une petite partie peut être vendue à des coopératives d'alimentation animale (comme Jura Mont Blanc, la Dauphinoise...) si l'exploitation a une production suffisante, mais la priorité reste l'alimentation du troupeau.



12 exploitations ont un atelier spécialisé de production de céréales et oléo-protéagineux pour la vente. Ce sont très souvent des exploitants double actifs. La production est vendue essentiellement aux coopératives de collecte des céréales où la destination est ensuite l'alimentation animale.

Seules deux exploitations sur le territoire développent une production à destination de la consommation humaine. Cela représente aujourd'hui **50T de céréales destinées à une valorisation meunière ou brassicole**, en local (Fournil des Eparis à Viuz-la-Chiésaz, Brasserie Veyrat à Marcellaz-Albanais).

L'avenir de la filière céréales panifiables en région Savoie / Haute-Savoie :

Ces dernières années, sur le Grand Anancy, l'initiative d'un paysan-boulangier a fortement contribué à l'évolution de la filière céréales panifiables. Paul ROCHET est à l'origine du Fournil des Eparis situé à Viuz-la-Chiésaz, qui proposait des pains BIO à base de farines locales au levain naturel.

Deux anciens salariés de cette structure vont se diviser une partie du marché. L'un s'installe à Montagny-les-Lanches et reprend **le marché des AMAP⁷ du fournil** grâce à la construction de son four, opérationnel depuis décembre 2021, l'autre reprend **les marchés** avec son four ambulant. En revanche, **il n'y a pas de repreneur actuellement pour les clients Biocoop et Alpar (épicerie solidaire)** malgré une proposition de la commune de Saint-Sylvestre de mettre à disposition un local (absence d'un boulanger pour la transformation).

Afin de développer la filière céréales panifiables, l'**ADABIO⁸** a été un support pour la structuration de la filière ces dernières années. L'association Terre d'Union, quant à elle est partenaire de la filière céréales sur le territoire. Ce travail a mené à la création au mois de mai 2021 de l'association « **Filières graines BIO des Savoie** » qui déploie des actions pour développer la culture de céréales panifiables et accompagner des agriculteurs dans la production de céréales, de blé ancien bio. Celle-ci inclut l'ensemble des acteurs de la filière et est animée par l'ADABIO.

Par la suite, l'association souhaite créer un espace pour former des personnes à la fabrication du pain, qui irait de la formation à la culture de céréales, à la meunerie et la fabrication du pain, avec une action de maintien et de préservation des semences anciennes et paysannes. Les enjeux actuels sont de trouver un espace pour l'installation des équipements et la recherche de financement pour l'achat du matériel.

Analyse AFOM : les filières végétales du territoire

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • Une population en forte demande en légumes et fruits locaux, de qualité, ce qui permet une très bonne valorisation des productions. • Des acteurs économiques en forte demande de légumes et céréales locales et de qualité 	<ul style="list-style-type: none"> • Un accès au foncier très difficile pour les porteurs de projets en maraîchage et petits fruits. • Un sous équipement (accès à l'eau, bâtiment de stockage des légumes, matériel de culture...) des jeunes installés qui fragilise la pérennité de ces nouvelles installations / diversifications • Un manque de candidats à la reprise des structures arboricoles « historiques » (filiale pomme poire IGP) dans un avenir proche (5 ans environ)

⁷ AMAP : Association pour le maintien d'une agriculture paysanne

⁸ ADABIO : L'ADABIO œuvre pour le développement de l'agriculture biologique (accompagnement des agriculteurs à l'installation en bio, accompagnement technique, etc.).



Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Un potentiel de consommation important et une demande forte qui pousse les collectivités à mettre des moyens pour favoriser l'installation de nouveaux maraîchers • Une filière de valorisation des céréales pour l'alimentation humaine en construction sur le sud de l'agglomération et des réflexions naissantes autour de la production de farines de maïs ou de pois chiche • Des projets qui démarrent en faveur du développement des filières végétales : mise en place d'une filière brassicole et d'une SCIC⁹ Maraîchère (projets portés par la CASMB et financés par le Conseil Savoie Mont Blanc) et projet d'un espace-test agricole porté par le Grand Anancy 	<ul style="list-style-type: none"> • Des Plans Locaux d'Urbanisme (PLU) ne permettant pas l'installation de serres, indispensables à la production maraîchère dans les Savoie • Une population de plus en plus hostile aux traitements, même lorsqu'ils ne sont pas phytosanitaires (argile par exemple), ce qui pèse sur le moral des arboriculteurs • Des exploitants non-proprétaires du foncier exploité qui ne peuvent pas implanter de bâtiment pour stocker leur matériel et leurs céréales

2.1.4 Les filières très spécialisées et les autres activités agricoles du territoire

Les filières alimentaires très spécialisées

Parmi la diversité des productions alimentaires que compte Grand Anancy, bien qu'en nombre et en volumes plus réduits, on recense aussi :

- **3 exploitations d'élevage d'escargots** : ≈ 200 000 escargots/an, transformés via l'atelier du Lycée agricole de Reinach et valorisés à 100% en circuits courts.
- **3 exploitations de production de Plantes Aromatiques et Médicinales** avec une valorisation à 100% en circuits courts, en aromates secs pour la cuisine ou en tisanes.
- **2 pêcheurs professionnels** : ≈ 10 tonnes de poissons pêchées par an sur le lac d'Annecy, valorisées auprès des restaurants du tour du Lac, un peu en GMS ainsi qu'en vente directe au particulier (depuis le confinement).
- **1 pisciculture** qui vend du poisson d'élevage et des produits transformés sur l'exploitation, via ses ventes à la ferme et sur des marchés (100 % en circuits courts)
- **1 exploitation productrice de spiruline**. L'algue est conditionnée en brindilles ou en comprimés sur l'exploitation. Ces produits sont valorisés à 100 % en circuits courts.
- **1 exploitation de production de morilles**, vendues fraîches ou déshydratées, auprès de restaurateurs et particuliers.
- **1 exploitation viticole**.

⁹ SCIC : Société coopérative d'intérêt collectif



Les autres activités agricoles non alimentaires du territoire

77 exploitations ont un atelier (principal ou secondaire) de production agricole non alimentaire.

On y trouve notamment des horticulteurs (3), des pépiniéristes (3) et 1 élevage de lapins angora, dont le poil est valorisé en tissage de vêtements.

Mais cela englobe aussi et surtout :

- **Des activités agricoles « externalisées » par d'autres EA :**
 - 20 exploitations prennent des bovins en pension (l'été ou l'hiver), pour le compte d'exploitations manquant de surface ou de place,
 - 22 exploitations produisent et vendent du foin à d'autres éleveurs,
 - 3 exploitations élèvent des génisses, pour le compte d'autres éleveurs.

Que ce soit pour des exploitations du territoire ou extérieures à Grand Anancy, ce sont **des activités déléguées par d'autres exploitations nourricières** qui sont donc indispensables à celles-ci.

- **Des activités équestres nombreuses et en plein essor :**

Les activités d'élevage, de dressage, les activités de centre équestre, la prise en pension de chevaux, sont des activités agricoles.

22 exploitations du Grand Anancy ont une activité équestre :

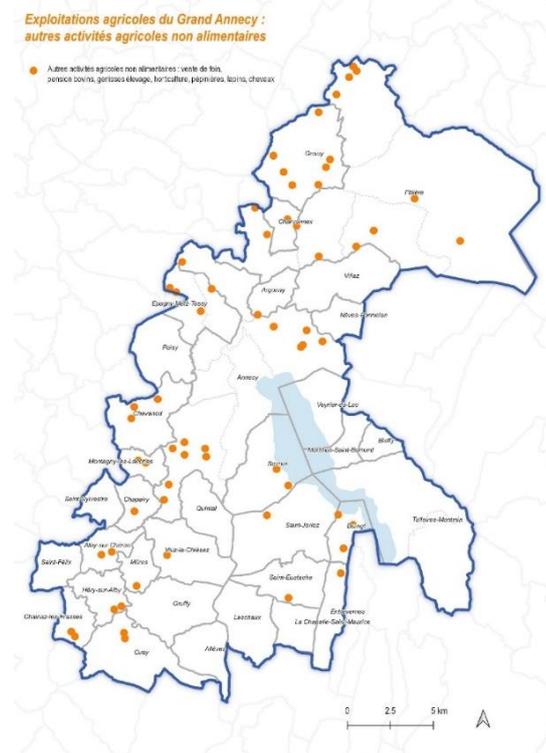
- 7 centres équestres,
- 5 élevages de chevaux,
- 10 activités de pensions de chevaux dont 3 sur des exploitations non spécialisées équines.

La demande en pension de chevaux reste très forte (activité équestre et détention de chevaux de la population importante, en lien avec le niveau de vie moyen supérieur à la moyenne pour le bassin annécien) et impacte, pour partie, la disponibilité du foncier pour développer une agriculture nourricière.

Analyse AFOM : les autres activités agricoles du territoire

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • Des productions alimentaires minoritaires qui complètent la large gamme du territoire intéressante pour la diversité dans les circuits de commercialisation • Des complémentarités entre productions 	<ul style="list-style-type: none"> • Une gestion parfois patrimoniale de petites structures qui perdure et qui « bloque » le foncier pour développer des productions nourricières
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Des activités atypiques se prêtant à des exercices pédagogiques permettant d'ouvrir sur des sujets agricoles plus larges 	<ul style="list-style-type: none"> • Des activités équines, économiquement très attractives (forte demande d'une population aisée), qui se développent de plus en plus au détriment du développement de productions nourricières

Figure 12 : Localisation des exploitations ayant une activité agricole non alimentaire (CASMB, 2021)



2.2 Logistique des filières alimentaires

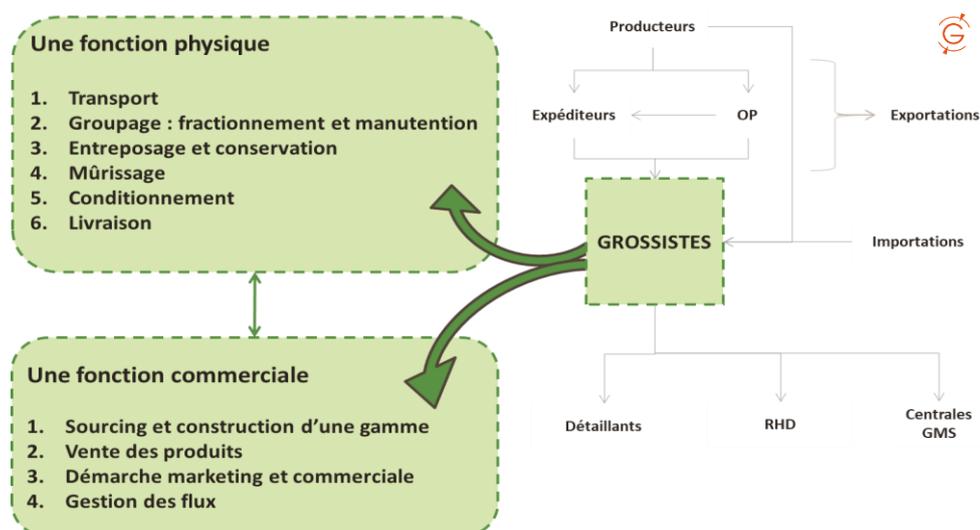
Le stade de gros comprend trois grandes catégories :

- **Les grossistes sur carreau** : situés sur un Marché d'Intérêt National (MIN) ou sur un marché de gros, souvent spécialisés, ils reçoivent leurs clients, les restaurateurs et les détaillants ; les plus proches sont sur le MIN de Grenoble et le marché de gros Lyon-Corbas ;
- **Les grossistes à service complet (GASC)** : situés sur un MIN ou ailleurs, spécialisés ou généralistes, ils livrent les secteurs du commerce de détail, les restaurateurs et la restauration collective ;
- **Les demi-grossistes** : souvent également détaillants (vente aux consommateurs), ils livrent aussi des clients professionnels.

Véritable interface entre l'amont et l'aval, les grossistes assurent des fonctions logistiques (transport et stockage), d'assortiment et d'allotissement¹⁰. Contrairement à ce qui est parfois pensé, ce maillon ne renchérit pas le prix de vente, car il permet de réduire les coûts logistiques. Il permet aux clients d'avoir accès à une large gamme de produits et aux producteurs d'avoir accès à un large éventail de clients à une seule adresse. Le grossiste joue également un rôle important de circulation des informations entre l'amont et l'aval et de promotion des nouveautés.

Le schéma ci-dessous illustre les principales fonctions assurées par les grossistes :

Figure 13 : Les principales fonctions assurées par les grossistes (Elaboration TriesseGressard Consultants)



Le territoire du Grand Anancy compte au moins **67 entreprises de commerce de gros alimentaires** vs. 281 en Haute-Savoie. Les effectifs de commerces de gros par type de produit sont présentés ci-dessous :

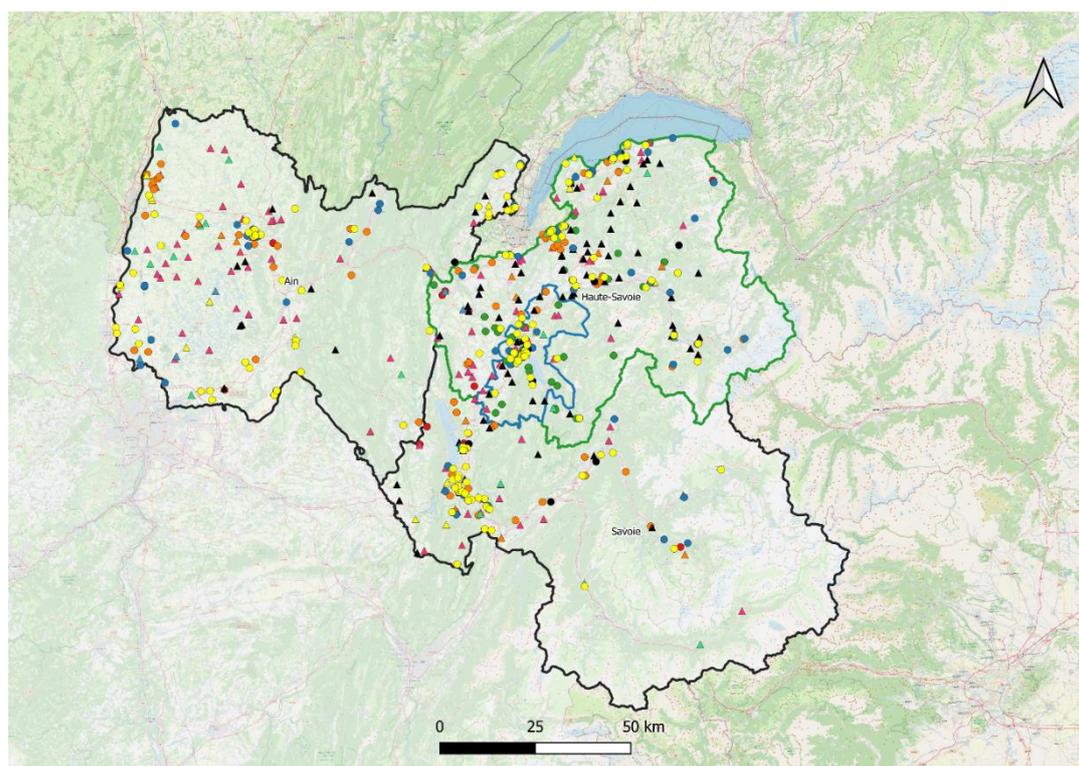
¹⁰ Opération consistant à diviser une quantité importante de marchandises ou produits en unités de conditionnement plus petites destinées à la commercialisation. Dans le cas des fruits et légumes, c'est une fonction clé du grossiste.



Tableau 2 : Activité du commerce de gros sur le territoire du Grand Anancy
 (Source : extraction Sirene, décembre 2021)

Catégorie	Effectifs Grand Anancy	Effectifs Haute-Savoie
46.23Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) d'animaux vivants	9	42
46.31Z - Commerce de gros (commerce interentreprises) de fruits et légumes	4	32
46.32A - Commerce de gros de viandes de boucherie	1	9
46.32B - Commerce de gros de produits à base de viande	0	5
46.32C - Commerce de gros de volailles et gibier	1	5
46.33Z - Com. gros produits laitiers, œufs, huiles & mat. grasses comest.	12	66
46.38A - Commerce de gros de poissons, crustacés et mollusques	3	7
46.38B - Commerce de gros alimentaire spécialisé divers	11	41
46.39A - Commerce de gros (commerce interentreprises) de produits surgelés	4	8
46.39B - Commerce de gros alimentaire non spécialisé	22	66
Total	67	281

Figure 14 : Localisation des acteurs de gros sur Grand Anancy et les départements limitrophes
 (Source : extraction Sirene, élaboration TriesseGressard)



- Grossistes
- 46.17A - Centrales d'achat alimentaires
 - 46.17B - Autres intermédiaires du commerce en denrées, boissons et tabac
 - ▲ 46.23Z - Comm. de gros d'animaux vivants
 - 46.31Z - Comm. de gros de fruits et légumes
 - ▲ 46.32A - Comm. de gros de viandes de boucherie
 - ▲ 46.32B - Comm. de gros de produits à base de viande
 - ▲ 46.32C - Comm. de gros de volailles et gibier
 - ▲ 46.33Z - Comm. de gros produits laitiers, oeufs, huiles & mat. grasses comest.
 - ▲ 46.38A - Comm. de gros de poissons, crustacés et mollusques
 - 46.38B - Comm. de gros alimentaire spécialisé divers
 - 46.39A - Comm. de gros (commerce interentreprises) de produits surgelés
 - 46.39B - Comm. de gros alimentaire non spécialisé
- EPCI du Grand Anancy
 Département de Haute Savoie
 Départements
 OpenStreetMap



Trois types de grossistes interviennent sur le territoire :

- Des entreprises **nationales** (voire internationales) qui offrent une large gamme de produits frais (carnés, laitiers et fruits et légumes) et surgelés : Sysco (Brake), Métro, etc. ;
- Des entreprises **régionales adhérentes d'un réseau national** : par exemple Provence Dauphiné Savoie adhérent au Réseau Provence Dauphiné ;
- Des **entreprises locales indépendantes** : par exemple SPVA en viande de boucherie, Comptoir Savoyard de Distribution en produits laitiers, etc.

D'autres acteurs maillent aussi le territoire : Bio d'ici (plateforme coopérative de producteurs et transformateurs bio locaux, à but non lucratif, présente sur le territoire des 2 Savoie et de l'Ain), La Charrette (réseau logistique des circuits courts), Leztroy, etc.

Retour d'expérience sur la plateforme Miam

Ce projet a émergé suite au diagnostic du Système Alimentaire Territorial (SAT) du Bassin annécien réalisé en 2015 par la Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc, la CCI de la Haute-Savoie et la CMA de la Haute-Savoie. Cette action a été validée par le comité de pilotage du SAT du Bassin annécien (sur les territoires de la Communauté de l'agglomération d'Annecy, la Communauté de communes des Vallées de Thônes et la communauté de Communes des Sources du Lac d'Annecy.

Figure 15 : Description de l'action (Etude CASMB - CCI74 - CMA74, 2015)

Création d'une plateforme logistique pour la livraison des professionnels du secteur alimentaire du Bassin Annécien
<p>Objectif : organiser une logistique de proximité → commande en ligne de produits locaux du bassin annécien par des professionnels des métiers de bouche, de la restauration scolaire et des établissements de santé, → centralisation des commandes sur un lieu de stockage, → mise en place d'un système de livraison aux professionnels ou de récupération des commandes.</p>
<p>Concept : Une fois par semaine :</p> <ul style="list-style-type: none"> - les producteurs proposent des produits locaux sur un site de commande en ligne, - les professionnels cités précédemment passent leur commande et payent en ligne, - les agriculteurs amènent leurs produits la veille du jour de livraison aux professionnels qui auront lieu un même jour, - les professionnels sont livrés.

Le but du projet était de créer une plateforme logistique de produits locaux, gérée par les producteurs eux-mêmes afin de livrer des professionnels de la restauration et de l'artisanat mais aussi les cantines des collectivités afin de structurer la logistique de proximité.

6 associés¹¹ dont 5 structures ou collectifs d'agriculteurs et 1 affineur se sont lancés dans ce projet. Ils ont créé un GIE¹², défini un business plan à 3 ans puis ont embauché un responsable de plateforme, trouvé un local (le dépôt des Vergers de Tissot à Pringy) et loué un camion. Le budget de fonctionnement était composé de fonds propres, d'un prêt¹³ et d'une subvention obtenue par la Chambre d'agriculture dans le cadre d'une compensation financière de d'élargissement de l'autoroute A41 attribuée par l'AREA et de subvention des 3 EPCI¹⁴ des territoires concernés sur de la location de locaux et matériel.

¹¹ Abattoir du Pays du Mont-Blanc à Megève, Coopérative Fruitière du Val d'Arly (fromages laitier et crèmerie), Joseph PACCARD affineur (fromages fermiers), Gaec St Sébastien (légumes), Les Vergers Tissot (Pommes et Poires), Gaec la Ferme de Trembay (Bleu des Aravis et Abondance fermier)

¹² GIE : groupement d'intérêt économique

¹³ Les producteurs ont fait un prêt de 75 000 € au départ, qui « est très vite parti »

¹⁴ Le Grand Anancy, La Communauté de communes des Vallées de Thônes, La Communauté de communes des Sources du Lac d'Annecy.



Malgré le besoin exprimé par les acteurs ayant participé aux groupes de travail du SAT et la volonté politique, Miam a eu du mal à démarrer. La Communauté de communes des Vallées de Thônes a appuyé la démarche auprès de la quinzaine d'établissements avec une restauration scolaire de son territoire. Ces écoles passaient des commandes régulièrement dans le mois. En revanche sur les autres territoires, les cuisiniers n'adhéraient pas à cette démarche. La plateforme n'a pas pu se créer un portefeuille client suffisant non plus avec les restaurateurs ou les artisans. Le frein principalement évoqué était : le prix supérieur à leurs fournisseurs grossistes et le manque de diversité des produits malgré les légumes d'un des maraichers les plus diversifiés d'Albertville. La livraison en camion frigorifié des produits (globalement en faibles quantités compte tenu des commandes passées) aux territoires éloignés en montagne, comme La Clusaz, a coûté trop cher à la plateforme. En absence de trésorerie suffisante pour couvrir toutes les charges (salaire, camion, bâtiment, etc.), le groupement n'a pas pu embaucher un second salarié qui aurait dû faire les livraisons comme prévu. En outre, la charge du travail (commerce et livraison) du responsable de la plateforme était si élevée, que cela a joué sur sa démotivation et par la suite sur l'arrêt du contrat. Le groupement a pris la décision peu de temps après et 3 ans après sa création d'arrêter l'activité (1^{er} décembre 2020).

3 enseignements suite à l'arrêt de la plateforme :

- **La difficulté à faire s'accorder les besoins de la restauration collective et des fournisseurs**

« Nous n'avons pas eu le soutien nécessaire de la part des collectivités. Certes, il y avait les élus et les Chambres autour de la table, il y avait des prévisionnels de commandes, mais les chefs de cuisine avaient une autre idée. Pour la réussite du projet il fallait que ces trois piliers : volonté politique / volonté gestionnaire d'établissement / volonté de chef de cuisine soient en phase. Sur le papier c'était bon, mais en réalité on nous a imposé des fortes contraintes dans les délais de livraison, dans la gamme de produits, etc. « Il faut nous livrer à 7h, c'est tout. Sinon on ne travaille pas ensemble ».

La Communauté de communes des Vallées de Thônes nous a vraiment bien aidés, mais cela n'a pas été suffisant sans d'autres appuis de collectivités... Certes, en termes d'achats, la cuisine centrale ne peut pas faire ce qu'elle veut en ayant cette obligation des marchés publics (elle avait déjà un appel d'offre conclu pour 3 ans avec la liste des fournisseurs), mais d'autres achats par des établissements faisant du gré à gré auraient pu nous aider ».

- **Un manque d'une vision collective partagée**

« Il nous manquait une stratégie qu'il fallait mettre sur le papier au départ ! « Qu'est-ce qu'on attend de la plateforme ? ». Il faut que les producteurs aillent dans la même direction »

- **Un manque de temps disponible de producteurs :**

« J'étais président de la plateforme, mais j'avais aussi ma propre structure à gérer. Il fallait faire la plateforme avec un gérant et un commercial, je ne pouvais pas tout faire. En même temps, nous n'avons pas eu la trésorerie suffisante ou un soutien financier pour pouvoir embaucher ».



PAT Grand Anecy :

La problématique de la **logistique de proximité** est toujours citée comme un frein à l'accès aux produits locaux sur le territoire du Grand Anecy, ainsi qu'un **manque des productions locales**.

Certains acteurs se découragent au vu de :

- La faible disponibilité de l'offre
- L'expérience vécue non réussie de la mise en place de la solution logistique

En prenant en compte ce riche historique, **comment le PAT du Grand Anecy pourrait trouver une nouvelle solution logistique ?** En incitant et en soutenant politiquement et financièrement la mise en place d'une nouvelle plateforme capitalisant sur le passé ? Ou en construisant un nouveau projet de filière et s'appuyant davantage sur les grossistes, véritable interface entre l'amont et l'aval, qui assurent des fonctions logistiques (transport et stockage), d'assortiment et d'allotissement ? Ou en inventant bien d'autres solutions ?



2.3 Focus sur les agriculteurs en circuits courts

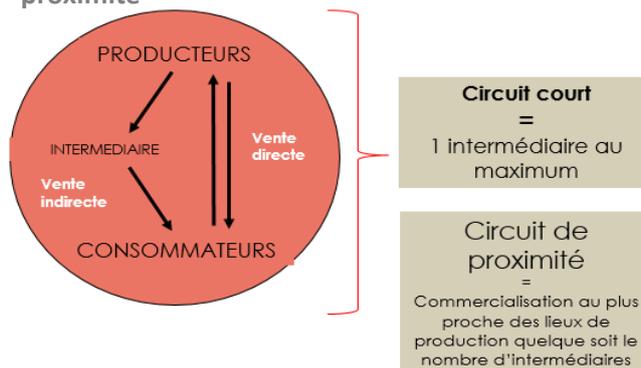
2.3.1 Définition

Un circuit court est un mode de commercialisation des produits agricoles qui s'exerce soit par la **vente directe du producteur au consommateur**, soit par la **vente indirecte à condition qu'il n'y ait qu'un seul intermédiaire**. Cela regroupe différents modes de commercialisation avec par exemple :

- Vente directe : magasins à la ferme, magasins de producteurs, marchés, paniers, etc.
- Vente indirecte via un seul intermédiaire : grandes surfaces alimentaires et magasins locaux, restaurants, restauration hors domicile

Il faut distinguer le circuit court du **circuit de proximité** qui prend en compte la notion de distance. Dans un circuit de proximité, on va considérer que la commercialisation a lieu au plus proche de la production sans considérer le nombre d'intermédiaires. Ainsi, circuit court et circuit de proximité peuvent parfois se recouper mais on trouve aussi des circuits courts qui ne sont pas des circuits de proximité et vice versa.

Figure 16 : Définition d'un circuit court et de proximité



2.3.2 Un nombre important d'exploitations en circuits courts

En s'appuyant sur les recensements agricoles de 2010 et 2020, et sur les appels téléphoniques réalisés par la CASMB auprès des producteurs, on peut comparer à différentes échelles la part des exploitations (EA) pratiquant au moins un mode de vente en circuit court (cf. tableau ci-dessous). On constate ainsi que, comparé à l'échelle nationale, le territoire compte un **nombre important d'exploitations en circuits courts** avec plus de 30% des exploitations en 2010 et 2020. Ce taux est assez proche du taux à l'échelle Savoie/Haute-Savoie, qui avoisine les 40% en particulier depuis 2020.

Tableau 3: Taux d'exploitations pratiquant le circuit court et la vente directe sur le Grand Anney

	France	Savoie + Haute-Savoie	Grand Anney	Grand Anney
<i>Source des données</i>	RGA	RGA	RGA	Enquêtes téléphoniques CASMB
Part des producteurs vendant une partie de leur production en circuits courts 2010	18 %	40 %	39 %	Non calculé
Part des producteurs vendant une partie de leur production en circuits courts 2020/21	23 %	42 %	34 % (106 EA)	38 % (105 EA)
Dont part des producteurs qui pratiquent au moins un mode de vente directe 2021	-	28 %	23 % (71 EA)	30 % (84 EA)

RGA = Recensement Général Agricole

En 2021, la plupart des 84 EA en vente directe (estimation CASMB) pratique différents modes de vente :

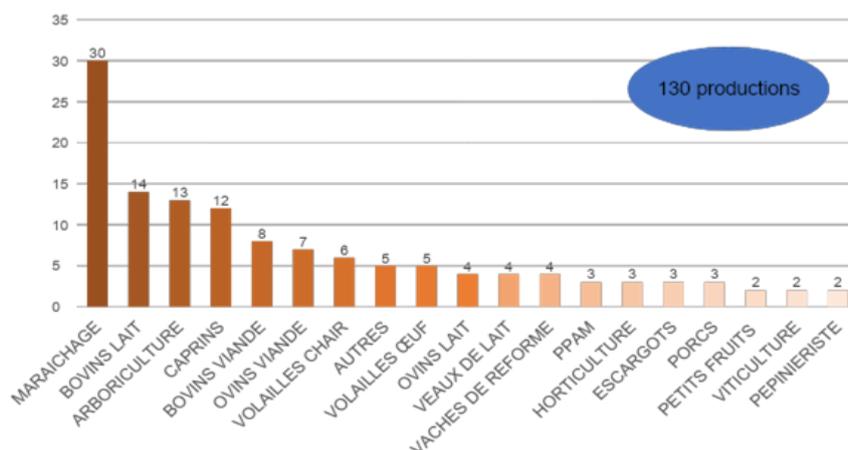
- 82% (69 exploitations) font de la vente à la ferme (6 labellisées magasin Bienvenue à la Ferme),



- 81% (68 exploitations) déclarent faire de la vente directe sous un autre mode (marchés, AMAP¹⁵, paniers, etc.)

Le graphique suivant présente les productions des exploitations en circuits courts sachant qu'une même exploitation peut être diversifiée avec plusieurs productions commercialisées en circuits courts. **130 productions sont représentées avec en majorité du maraîchage, l'élevage de bovins lait et de caprins et l'arboriculture.** A noter que certaines productions ont été rassemblées ensemble sous « Autres » : spiruline, myciculture, élevage de lapin angora, produits au lait de jument.

Figure 17 : Productions des exploitations en circuits courts sur le Grand Anney (CASMB, 2021)



2.3.3 Analyse AFOM : les circuits courts sur le territoire

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • Une part importante d'exploitations en circuits courts et en vente directe sur le Grand Anney (15 pts au-delà des moyennes nationales) • Une diversité de productions concernées (maraîchage, bovin lait, fruits et fromages de chèvre et brebis, etc.) • Trio de produits vendus en circuits courts : légumes, laitages de vache et fruits - en lien à la demande citoyenne 	<ul style="list-style-type: none"> • Des exploitations déjà saturées en termes de main d'œuvre et qui arrivent déjà à écouler tous leurs produits • Une mauvaise connaissance des lieux d'achat des produits locaux par la population du Grand Anney
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Des tendances de consommation en faveur du « consommer local » et un accroissement de la demande en produits locaux • Des volontés de redynamiser les circuits de proximité (achats de produits faits sur le territoire : artisanaux et produits locaux) – affichage dans de nombreux programmes politiques et propositions pendant la crise COVID des communes du Grand Anney (notamment les marchés de producteurs) 	<ul style="list-style-type: none"> • Absence de définition réglementaire et tromperie au consommateur : tout est « producteurs ». Exemple des marchés (sur 11 marchés communiquant sur le terme « producteurs » seuls 3 sont des marchés sans revendeurs) • Tout est « local » en l'absence de réglementation

¹⁵ AMAP : Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne



2.4 Capacité productive du territoire et évolution à 2030

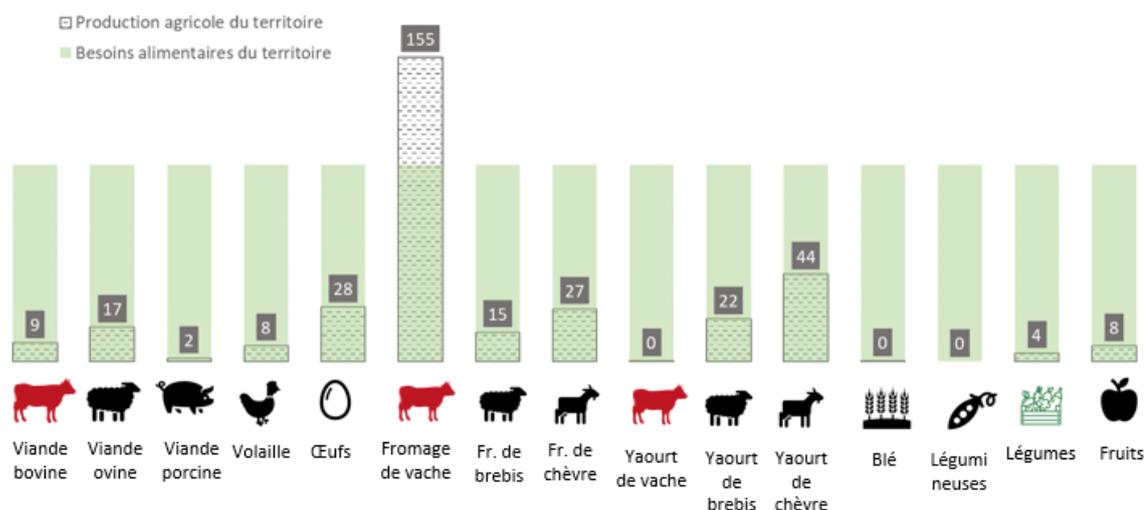
2.4.1 Première approche de l'autonomie alimentaire du territoire

Sans grande surprise, au regard de l'importance de la filière laitière, sur le territoire comme dans les Savoie, en nombre d'exploitations et en volume, la seule denrée alimentaire pour laquelle le territoire est autosuffisant et même excédentaire est la catégorie des **fromages de vache**.

Le Grand Anancy¹⁶ est déficitaire sur tous les autres produits alimentaires disponibles sur le territoire, avec des niveaux de réponse à la demande très variables puisqu'on peut noter tout de même :

- Presque la moitié de la demande en **yaourts de chèvre** est couverte par la production du territoire,
- Près de 30% de la demande en **œufs et en fromages de chèvre** est couverte par la production du territoire, respectivement à 28% et 27%,
- Un très grand déficit en **légumes** (4%), en **fruits** (8 % des besoins), en **viande de bœuf** (9%) et de **volailles** (8%),
- Des productions proches de 0% de couverture des besoins : **viande de porc, céréales, légumineuses et yaourts de vache**.

Figure 18 : Schéma comparatif de la production du territoire par rapport au besoin de consommation du territoire du Grand Anancy en 2021 (Source : diagnostic de la Chambre d'agriculture, 2021 pour la production ; estimation TriesseGressard d'après INCA 3 pour la consommation)



Lecture :

- ➔ La production agricole du territoire permet théoriquement de couvrir 9% des besoins en viande bovine
- ➔ La production exprimée en % des besoins du territoire – besoins alimentaires = 100

Toutefois la simple lecture du graphique doit être complétée d'une lecture qualitative des flux des filières. Ainsi les productions théoriquement excédentaires peuvent en réalité être totalement exportées du territoire et dédiées aux filières longues, et ainsi ne pas servir la résilience alimentaire du

¹⁶ Selon le classement de l'autonomie alimentaire (c'est-à-dire la part de la production agricole locale dans les aliments consommés sur le territoire) du cabinet Utopies, Anancy se classe à la 87^{ème} place des 100 premières aires urbaines françaises. L'autonomie alimentaire d'Anancy est estimée à 0,76%, plus de 90% des denrées consommées viennent d'autres régions ou d'autres pays. Le degré moyen d'autonomie alimentaire des villes françaises est de 2,1%.



territoire, ou bien être concentrées sur un type de produits (fromage, pomme) alors que la consommation des habitants est plus diversifiée.

Le tableau ci-dessous récapitule les flux entrants et sortants du territoire du Grand Anecy pour une partie des filières. Il montre qu'une part importante des denrées agricoles produites sur le territoire du Grand Anecy est autoconsommée sur le territoire.

Tableau 4 : Synthèse des flux de productions agricoles entrants et sortants du territoire
(CASMB, 2021)

	Part produite sur Grand Anecy et sortant du territoire	Part produite sur Grand Anecy et consommée sur le territoire
Fromages fermiers	15%	85%
Lait en coopératives	Non renseigné	Non renseigné
Viande bovine et ovine	60%	40%
Volailles	0%	100%
Œufs plein air	0%	100%
Maraîchage (légumes)	0%	100%
Arboriculture (fruits)	35%	65%
Céréales	Non renseigné	Non renseigné

2.4.2 Capacité productive à horizon 2030

Méthodologie

Afin de définir la capacité productive du territoire à l'horizon 2030, nous avons analysé les données disponibles, issues de projections climatiques (sur la période de 2022 à 2030), réalisées sur quatre communes qui peuvent être considérées comme représentatives de zones agro-climatiques du Grand Anecy (tableau ci-contre).

COMMUNES	ZONE AGRO CLIMATIQUE
Doussard	Plaine, bord du lac d'Anecy
Saint-Félix	Piémont
Evires	Moyenne montagne
Arith	Alpage

Les projections climatiques ont été calculées avec l'outil **ClimA-XXI**. Développé depuis 2015 au sein du réseau des Chambres d'agriculture, **ClimA-XXI décrit l'évolution climatique et agro climatique attendue au cours du XXI^e siècle à partir de projections climatiques de type GIEC¹⁷ issues de la plateforme "DRIAS¹⁸ – Les futurs du climat"**. On analyse ainsi la faisabilité future de productions agricoles départementales sous l'influence du changement climatique.

Pour faire simple, les scénarios du GIEC traduisent à quel point la température va augmenter si la concentration en gaz à effet de serre (GES) continue de s'accroître. Quatre principaux scénarios ont été développés, du plus optimiste (RCP 2.6) au plus pessimiste (RCP 8.5). Pour cette étude, nous avons appliqué le **scénario RCP 8.5** car il s'agit du scénario tendanciel. En effet, sur un pas de temps de moins de 10 années, étant donné qu'aucune inflexion des émissions de GES n'est constatée à ce jour et que rien ne permet de considérer que des mesures drastiques vont être mises en place, de façon à avoir des effets visibles sur ces émissions d'ici à 2030, il est objectif de considérer que les émissions de GES vont poursuivre leur croissance actuelle dans les années à venir.

¹⁷ GIEC : Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat

¹⁸ Centre National de Recherches Météorologiques



Trois indicateurs ont été sélectionnés pour définir le climat et son évolution sur les neuf prochaines années :

- **Températures moyennes saisonnières** (°C)
- **Cumuls des précipitations saisonnières** (mm)
- **Bilans hydriques climatiques en période de végétation** (mm)

Les deux premiers indicateurs prennent donc en compte les saisons : hiver = DJF ; printemps = MAM ; été = JJA ; automne = SON. Le **bilan hydrique climatique** représente, quant à lui, la quantité de pluie disponible pour les plantes, une fois les besoins en évaporation et en transpiration satisfaits. Il est calculé par la différence entre les précipitations et l'évapotranspiration potentielle des plantes. Cet indicateur est calculé sur la période de végétation des plantes, de mars à octobre.

Les résultats des projections climatiques sont donnés en annexe 5 et, à partir de ces résultats, un tableau synthétise les grandes tendances de températures, de précipitations et de bilan hydrique sur 2022-2030. Il permet de i) mettre en lumière les années où au moins un indicateur peut être considéré comme en décalage par rapport à la moyenne ; et ii) comparer les tendances entre les communes représentatives des quatre zones agro climatiques du territoire.

Résultats des projections

Le climat sur la période 2022-2030 aura d'importantes variations intra- et interannuelles. En effet, comme le montre le tableau de synthèse des projections ci-dessous, on observe sur toute la période une variation du climat dans une même année, avec certaines saisons considérées comme moyennes et d'autres comme en dehors de la moyenne :

- **Pluvieuses** : hiver 2022, été 2024, printemps 2026 et automne 2030 sur tout le territoire.
- **Chaudes** : automne 2022 ; étés 2025 et 2027 ; hiver 2028 pour tout le territoire et printemps 2029 pour tout le territoire sauf la zone de moyenne montagne.
- **Sèches** : printemps 2023, automne 2026 et hiver 2027 pour tout le territoire ; printemps 2025 pour tout le territoire sauf Doussard.
- **Froides et sèches** : hiver 2023 – pour tout le territoire.
- **Chaudes et sèches** : printemps 2025 pour St-Félix & Arith.

Certaines années cumulent plusieurs saisons en dehors de la moyenne :

- **Cumul de saisons chaudes** : printemps et été 2025 sur tout le territoire sauf Evires.
- **Cumul de saisons sèches** : hiver et printemps 2023 sur tout le territoire.
- **Variation de saisons froide et chaude** : ex. printemps froid et automne chaud en 2022 à Doussard et Arith.
- **Variation de saisons sèche et pluvieuse** : ex. printemps pluvieux et automne sec en 2026 sur tout le territoire.



Tableau 5 : Synthèse des projections climatiques sur la période de 2022-2030 (CASMB, 2021)

		2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Températures (°C)	Doussard	Prin. froid & auto. chaud	Hiver		Prin. & été		Été chaud & auto. froid	Hiver	Printemps	
	St-Felix	Auto.	Hiver		Prin. & été	Hiver	Été	Hiver	Printemps	
	Evires	Auto.	Hiver	Hiver	Été	Hiver	Été	Hiver		
	Arith	Prin. froid & auto. chaud	Hiver		Prin. & été		Été	Hiver	Printemps	
Pluies (mm)	Doussard	Hiver	Hiver, prin.	Été		Prin. plu. & auto. Sec	Hiver sec. prin & auto. plu			Automne
	St-Felix	Hiver	Hiver, prin. Et auto.	Été plu. & auto. sec	Printemps	Hiver et auto. sec. prin plu	Hiver			Automne
	Evires	Hiver	Hiver, prin.	Été	Printemps	Prin. plu. & auto. Sec	Hiver & été			Automne
	Arith	Hiver plu. & auto. sec	Hiver, prin.	Été	Printemps	Prin. plu. & auto. Sec	Hiver sec. prin & auto. plu.			Automne

- Année avec une saison froide ou pluvieuse
- Année avec une saison froide ou pluvieuse et une saison chaude ou sèche
- Année avec une saison chaude ou sèche
- Année avec au moins deux saisons chaudes ou sèches

Au niveau des bilans hydriques climatiques moyens sur la période 2022-2030, plusieurs mois peuvent être considérés comme négatifs (tableau ci-dessous). En effet, le mois de juillet sera en moyenne négatif sur tout le territoire. Le mois d'août le sera également sauf à Doussard ; et le bilan hydrique climatique moyen sera négatif sur toute la saison estivale à Saint-Félix, de juin à août.

Un bilan hydrique climatique négatif signifie que l'évaporation potentielle¹⁹ de la plante est supérieure aux précipitations sur la période mesurée. En d'autres termes, la quantité d'eau transpirée par la plante est supérieure à la quantité qu'elle absorbe, ce qui l'amène à souffrir d'un stress hydrique.

Tableau 6 : Bilans hydriques moyens déficitaires sur les mois de végétation des plantes, sur la période de 2022 à 2030 (CASMB, 2021)

		Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	Aoû	Sep	Oct
Bilans hydriques climatiques moyens déficitaires (mm) sur la période 2022-2030	Doussard								
	St-Felix								
	Evires								
	Arith								

¹⁹ L'évaporation potentielle étant la quantité maximale d'eau susceptible d'être évaporée par évapotranspiration sous un climat donné par un couvert végétal continu bien alimenté en eau. Elle comprend donc l'évaporation du sol/substrat et la transpiration de la végétation d'une région donnée pendant le temps considéré.



Conséquences qualitatives des variations climatiques sur le potentiel de production agricole du territoire

Elevage de ruminants

Les conséquences des variations climatiques en élevage de ruminants (vaches, moutons & chèvres) touchent principalement deux composantes : i) la production de l'herbe, aliment de base des ruminants ; et ii) la santé animale.

Comme présenté dans la section précédente, le climat des prochaines années présentera des périodes chaudes et/ou de déficit en précipitations.

Les figures suivantes présentent les principales conséquences de ces périodes sur la production de l'herbe – en prairie et en alpage – et la santé animale, ainsi que les besoins d'adaptation des producteurs, voire des filières.

Figure 19 : Conséquences des temps chauds, fragilisation de l'enneigement et des stocks hydriques sur la production d'herbe en alpage pour l'élevage de ruminants (CASMB, 2021)



Figure 20 : Conséquences des temps chauds, baisse des précipitations et des stocks hydriques sur la production d'herbe en prairie pour l'élevage de ruminants (CASMB, 2021)

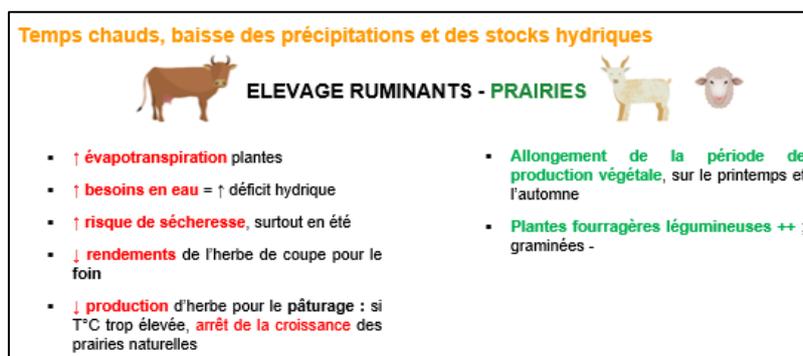


Figure 21 : Conséquences des augmentations des températures, fréquence et intensité des temps chauds sur la santé des ruminants (CASMB, 2021)



Au niveau des producteurs, avec ces conséquences, les besoins en adaptation sont les suivants :

- **Gestion de l'herbe** : matériel, capacité de stockage, évolution des dates de coupe et période de pâturage.
- **Pratiques d'élevage** : modification des dates de vêlage ; adaptation des bâtiments pour limiter le risque de stress thermique ; adaptation des pratiques de gardiennage pour respecter les impératifs physiologiques des animaux (période de chôme allongée, pâturage vers des secteurs plus frais ou plus hauts en altitude).
- **Conduite des troupeaux en alpage** : dates de montée & descente à ajuster selon les conditions de production d'herbe et de la ressource en eau.

De plus, ces conséquences pourraient également **remettre en cause les cahiers des charges des filières fromagères AOP/IGP**, notamment sur le pâturage.

Arboriculture

Les conséquences des variations climatiques en arboriculture (production de pommes et poires) touchent principalement deux composantes : i) la croissance des arbres ; et ii) la santé végétale.

Figure 22 : Conséquences des temps chauds, baisse des précipitations et des stocks hydriques sur la production arboricole (CASMB, 2021)



Au niveau des producteurs, les besoins en adaptation sont les suivants :

- **Investissements dans des équipements** d'irrigation, de protection contre le gel ou la grêle.
- **Modification des calendriers d'intervention.**
- **Modification de la régularité de la production.**

Au niveau de la filière IGP, une réflexion stratégique devrait être menée, notamment sur la transmissibilité des exploitations du fait de charges de structure croissantes, mais également sur leur cahier des charges.

Maraîchage

Les conséquences des variations climatiques en maraîchage (production de légumes et plantes à fruits) touchent principalement deux composantes : i) le stress hydrique et le besoin d'un accès sécurisé à de l'irrigation ; et ii) la stratégie d'assolement et le calendrier de production associé.

Au niveau des producteurs, les besoins en adaptation sont les suivants :

- **Adoption de nouveaux fruits et légumes** (tropicaux par exemple).
- **Décalage des plans de cultures** en fonction des périodes à fort stress hydrique.
- **Développement des surfaces sous serres** pour la maîtrise de l'ambiance climatique.
- **Partage des ressources foncières et hydriques.**

2.5 Enjeux de l'agriculture du territoire

2.5.1 Installation et transmission en agriculture sur le Grand Anney

Transmission²⁰

Avec plus de **40% des agriculteurs du Grand Anney qui ont 55 ans ou plus** (graphique ci-dessous), la problématique du renouvellement des générations est de taille. Elle est particulièrement marquée pour les filières bovin viande et ovin viande (tableau ci-dessous). En effet, dans ces activités, l'âge moyen des producteurs dépasse les 50 ans et ils sont même plus de la moitié à avoir plus de 55 ans.

Une autre catégorie se dégage également : celle de la production de fourrage et de la prise en pension de bovins. La part des producteurs de 55 ans et plus y est élevée car parfois, cette activité est choisie en fin de carrière en remplacement de la production de lait qui est jugée comme une activité plus contraignante. A l'aune de prévisions climatiques à horizon 2030 qui prévoient des diminutions de production de l'herbe pour nourrir le bétail, la production de fourrage reste un enjeu de taille pour les filières laitières du territoire, toutes sous SIQO avec des cahiers des charges imposant une alimentation basée sur l'herbe (pâtures et foin issus de l'aire d'appellation).

En comparaison (de l'élevage viande et pension bovine / fourrage), la population des chefs d'exploitation est moins âgée en moyenne (**< 50 ans**) dans la filière arboricole mais aussi en bovin lait, maraîchage ou caprin.

Figure 23 : Répartition des agriculteurs du Grand Anney par tranche d'âge en 2021 (Source : CASMB, 2021)

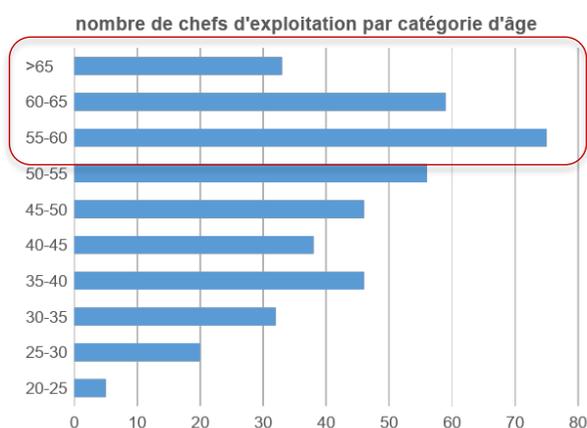


Tableau 7 : Age moyen des agriculteurs du Grand Anney par production en 2021 (Source : CASMB, 2021)

Production	Age moyen	Part des 55 ans et +
Bovins Viande	54	51%
Ovins Viande	52	50%
Bovins pension et vente de foin	51	50%
Arboriculture	50	33%
Bovins Lait	49	38%
Maraîchage	48	40%
Caprin	46	22%

²⁰ D'après l'analyse de la base de données interne CASMB, 2021



En raison notamment de départs en retraite, **24 exploitations ont cessé leur activité entre 2017 et 2021**, toutes productions confondues. Elles ont soit complètement disparu pour 11 d'entre elles, soit elles ont été reprises (dans le cadre familial ou non, dans le cadre d'une fusion ou pour une installation, avec poursuite ou non dans la même production).

Les exploitations en bovin lait sont celles où le plus de mouvements ont été enregistrés, qu'elles aient complètement disparu ou aient été reprises dans le cadre familial avec un changement de production (pour 4 d'entre elles), qu'elles aient été reprises toujours en lait par un conjoint ou un hors cadre familial (pour 3 autres) ou qu'elles aient servi à un regroupement d'exploitations (pour les 3 dernières).

La filière maraîchère est la deuxième où il y a eu le plus de mouvements, avec 4 cessations. Dans trois cas sur quatre, ces exploitations ont disparu. Une exploitation en maraîchage a été reprise avec poursuite de la production de légumes (tableau en annexe 4).

Géographiquement, ces cessations d'exploitations ont eu lieu sur 16 communes, principalement Poisy et Evires (tableau en annexe 4).

De manière générale, **sur le territoire du Grand Anancy, le nombre d'exploitations entre 2010 et 2020 a baissé de 27%²¹**. A titre de comparaison, le nombre d'exploitations a baissé de 26% à l'échelle du département sur la même période.

Les explications sur les non reprise de ferme

La question de la difficulté d'identifier les fermes en cessation d'activité se pose, mais le problème est tout autre car les organismes agricoles ont une bonne vision des exploitations concernées (base de données des exploitations dont les exploitants ont plus de 55 ans sans successeurs). Les **échecs de transmissions sont multiples** :

- Les exploitations sont des entreprises privées. Les organismes agricoles ou les collectivités ne peuvent pas forcer un agriculteur à transmettre si **les conditions de reprise ne lui conviennent pas**. Cela arrive quand l'exploitant retraité n'a pas de successeur familial, ou de repreneurs qui lui conviennent. Cela est d'autant plus vérifié lorsque le retraité a son habitation sur la ferme à céder ou à proximité.
- Le **manque d'anticipation du futur cédant** dans la démarche volontaire de la transmission qui consistera à s'inscrire au Répertoire Départemental à l'Installation, ou de se signaler au Point Accueil Transmission des organismes de conseil agricole. *La Chambre d'agriculture estime qu'il faut débiter à sensibiliser les exploitants concernés par une future transmission au moins 3 ans avant la cessation d'activité afin de sensibiliser l'agriculteur et de réaliser les diagnostics de transmission sur le système d'exploitation, les investissements à faire...*
- Certains **exploitants ne souhaitent pas transmettre** du tout leur exploitation, « en se disant que c'est la vie », et que la ferme s'arrêtera.
- Certaines **exploitations ne sont pas adaptées** au niveau des bâtiments notamment à la reprise pour un changement de production et nécessiterait des travaux trop onéreux (et cela est vite le cas dans le contexte économique de la Haute-Savoie).

Figure 24 : Devenir des exploitations qui ont cessé leur activité (CASMB, 2021)

Disparition (11)	Bovins lait (3)
	Equin (1)
	Horticulture (1)
	Maraîchage (3)
	Bovins allaitant (1)
	Volailles (œufs et chair) (2)
Reprise par installation cadre familial - même production (3)	Céréales (1)
	Pension bovins (1)
	Caprin lait (1)
Reprise par installation hors cadre familial - même production (3)	Pêche (1)
	Bovins lait (1)
	Maraîchage (1)
Reprise par conjointe - même production (3)	Bovins lait (2)
	Bovins allaitant (1)
Reprise cadre familial avec changement production (1)	arrêt du lait, production de foin, œufs (1)
Reprise par installation hors cadre familial pour fusion - même production (2)	Bovins lait (2)
Fusion avec exploitation existante (même production) (1)	Bovins lait (1)

²¹ Source : Agreste - recensement général agricole 2020



Installations

48 personnes se sont installées sur l'agglomération du Grand Annecy entre 2017 et 2021, en grande majorité sur des ateliers en bovin lait. Cependant, ce chiffre diminue au fil du temps pour laisser place à d'autres pratiques comme le maraîchage ou la pension/élevage équin. Des cartes, en annexe 7 permettent d'identifier les installations par filières de production.

Le taux de conversion entre le nombre de porteurs de projet rencontrant le Point Accueil Installation (PAI) et le nombre d'installés au final est faible.

Les freins à l'installation, selon une enquête de la Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc, pour ceux qui sont installés ou toujours en démarches (donc peut-être des personnes qui ne vont pas arriver à s'installer) sont :

- L'accès au foncier : **plus de la moitié des personnes qui passe au PAI n'en ont pas.**
- L'aspect économique, soit le **poids de l'investissement** (foncier, bâti, matériel, accès à l'eau et au réseau) par rapport à la rentabilité du projet

Ajoutons, qu'environ 10 à 15 % des personnes abandonnent le projet (temporairement ou définitivement) pour des raisons très diverses. Certains sont très en amont du projet et se rendent compte que le métier ne les intéresse finalement pas, cela peut être aussi pour des raisons familiales, économiques, etc.

Il est observé une **diminution du nombre d'installations global au fil du temps.**

La grande majorité des installations se fait **en individuel**. Sur les sociétés où de nouvelles personnes se sont installées, uniquement 3 ont été créées entre 2017 et 2021.

Cependant, l'agglomération se compose de deux territoires distincts, un en milieu urbain avec une pression foncière plus importante et un débouché de produit plus facile. A l'inverse, il y a un territoire plus rural avec plus d'espace. Nous pouvons nous apercevoir que ces deux territoires sont plus propices à certaines productions. Les productions végétales se concentrent en partie sur les milieux urbains alors que l'élevage, avec un besoin de plus d'espace, se situe essentiellement en territoires ruraux, essentiellement secteurs Bauges et Albanais.

En ce qui concerne l'âge des agriculteurs, 40% des exploitants installés sur les communes du Grand Annecy ont 55 ans et plus. Pour les nouveaux installés, ils ont en moyenne 40 ans dont 29% ont plus de 54 ans. 34% ont entre 30 et 39 ans et une petite partie a entre 20 et 29 ans (18%).

Rappelons les 2 projets décrits paragraphe « 2.1.3 Filière maraîchère » : Espace-test Agricole et SCIC Maraîchère (ceinture verte) qui devraient permettre le développement d'installations maraîchères.



PAT Grand Annecy : Quelles sont les difficultés pour l'installation ?

Des porteurs de projet ne vont pas au bout :

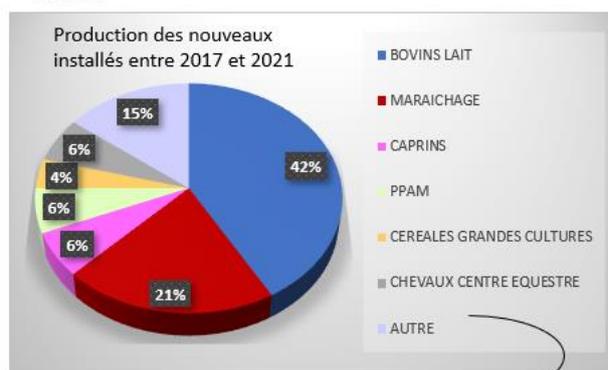
- La raison n°1 reste la difficulté à **trouver du foncier sur le territoire du Grand Annecy** (comme de manière générale en Haute-Savoie)
- Le **coût du bâti est élevé**, notamment sur les fermes à reprendre. Pour les propriétaires, les bâtiments ont généralement une meilleure valorisation hors agricole.
- Les porteurs de projet peuvent trouver à s'installer dans un autre département où l'acquisition est moins chère ou encore pour des raisons de rapprochement familial.
- Une **non-adéquation entre l'idée de projet et la réalité technique et économique**. Des prévisions économiques sont généralement réalisées mais au-delà les accompagnements de stratégie diversification, commerciale ou les analyses techniques souvent nécessaires, ne sont pas réalisées. Les prétendants à l'installation ne pouvant pas se les payer.
- **Absence de tuteurage, parrainage** avec d'autres agriculteurs de la filière de production choisie.



Une agriculture dynamique, en pleine évolution

48 installations entre 2017 et 2021 sur l'agglomération du Grand Anancy :

- 24 sur des EA existantes (remplacement ou nouvel associé)
- 6 reprises d'exploitations, en individuel (4) ou à 2
- 18 créations de nouvelles structures
- L'âge moyen des installés entre 2017 et 2021 est de 40 ans



Ovins viande, spiruline, myoculture, équins, pension bovins, ...

Figure 25 : Production des nouveaux installés (CASMB, 2022)

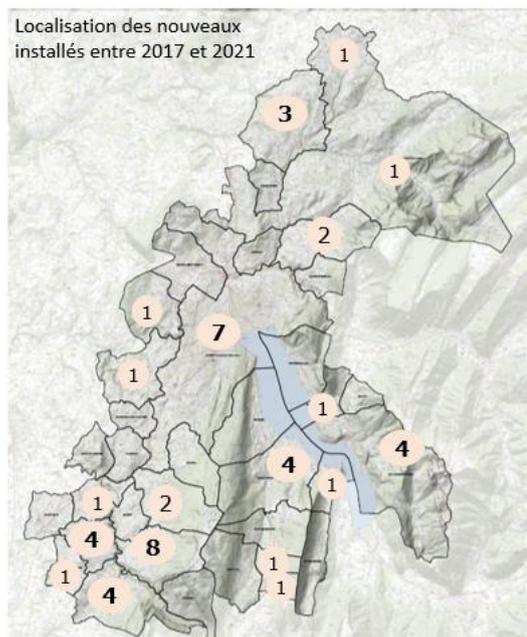


Figure 26 : Localisation des exploitations installées par filières (CASMB, 2022)

2.5.2 Les besoins en eau pour produire de l'alimentation

Avec 91% de la SAU en herbe et des productions sous SIQO avec des cahiers des charges qui encadrent les pratiques, Grand Anancy n'a aucune problématique de qualité de l'eau liée à l'activité agricole (Le Grand Anancy n'est pas dans une zone vulnérable aux nitrates).

Les besoins en eau, pour assurer l'ensemble des productions agricoles présentes sur le Grand Anancy, toutes filières confondues représentent **563 575 m³ / an²²**.

Selon les données disponibles sur le site du Grand Anancy – direction eau potable²³, chaque français consomme en moyenne entre 90 et 150 litres d'eau par jour, soit 36m³/an/habitant (en arrondissant à 100l/j). **L'ensemble des habitants du Grand Anancy (209 284 habitants²⁴ en 2020) consomment donc 7 472 232 m³/an.**

La consommation en eau de l'agriculture sur Grand Anancy, dont une part importante de la production est destinée à l'alimentation humaine, représente à peine 7% de ce que consomment l'ensemble des habitants actuels de la Communauté d'Agglomération.

Dans un contexte de **forte et permanente croissance démographique (+1,20% par an²⁵)**, auquel s'ajoute une **évolution climatique** qui nous amènera vers une diminution des stocks hydriques globaux, **la couverture des besoins en eau pour la production alimentaire est un enjeu majeur de**

²² Source : CASMB : Estimation des consommations en eau de l'activité agricole - Contribution au Schéma Directeur d'Alimentation en Eau Potable, avril 2020

²³ Source : <https://www.grandanancy.fr/france/SERVICEEAU/page/EAU-POTABLE.html#gsc.tab=0>

²⁴ Source : <https://www.hautesavoie.fr> - portrait de territoire 2021

²⁵ Source : <https://www.hautesavoie.fr> - source portrait de territoire 2021



l'agriculture et du PAT. En particulier avec une volonté d'augmenter la **diversité des productions**, notamment en **légumes**, pour lesquelles un apport en eau en périodes critiques est indispensable.

2.5.3 Les besoins en foncier pour produire de l'alimentation

De façon générale dans les Savoie et sur le Grand Anney, **les exploitants sont très peu propriétaires du foncier qu'ils exploitent (moins de 10 % en moyenne).**

L'attractivité du territoire et l'accroissement démographique qui en découle entraînent une forte tension sur le foncier et son potentiel constructible :

- Près de 500 ha ont été artificialisés et perdus pour la production alimentaire entre 2009 et 2019²⁶,
- Une part de situation précaire liée aux refus de nombreux propriétaires de signer des baux dans l'espoir que leur(s) parcelle(s) devienne(nt) constructible(s).

De plus en plus de parcelles sont louées à des propriétaires de chevaux plutôt qu'à des exploitants (selon le RGA : 512 ha en 2010 contre 782 ha en 2020).

L'ensemble de ces éléments contribue à accroître la tension globale sur le foncier, qui met en concurrence les productions pour l'accès à celui-ci lors des cessations d'activité.

La concomitance avec l'élaboration du Plan Local d'Urbanisme intercommunal, à l'échelle du Grand Anney est très importante. Le PLUi est en effet un outil qui permettra de préserver des espaces agricoles encore présents sur le territoire et ainsi atteindre l'objectif de diversification vers des productions déficitaires et des productions en plus gros volume, souhaitées par le PAT pour améliorer le pourcentage d'autosuffisance alimentaire du territoire.

2.5.4 Le partage de l'espace, la cohabitation et le multiusage de l'espace agricole

Une densité de population sur un espace contraint amène de plus en plus de contraintes de cohabitation, subies au quotidien par les agriculteurs :

- Une sur fréquentation des espaces agricoles vue par une partie de la population comme des espaces récréatifs, de loisir et de sport, bien commun appartenant à tous (y compris en alpage).
- Des déplacements difficiles avec des engins agricoles, dans une circulation quotidienne dense.
- Des accès aux pâtures parfois devenus impossibles lorsqu'il est nécessaire d'emprunter ou de traverser une route.
- Des accès aux parcelles parfois complexifiés après la création d'habitats, de lotissements, de zones d'activités, réalisés sans préserver les accès ni tenir compte des impacts induits.

Le profil de la population est de plus en plus éloigné des réalités agricoles. Beaucoup d'habitants sont venus s'installer sur le Grand Anney pour son bassin d'emploi, sa proximité avec celui de Genève, le « terrain de jeu » sportif qu'offre le territoire et le cadre de vie de celui-ci. Une part importante de ceux-ci est sensible à la qualité de leur alimentation, aux circuits courts et aux pratiques de productions vertueuses, mais bien trop souvent sans s'intéresser aux pratiques des agriculteurs de leur territoire. Leur référence étant ce qui se dit dans les médias. Il y a un manque de connaissance de ce qu'implique et nécessite de produire de l'alimentation, y compris en Bio, en plein air et en extensif. Ainsi les habitants du Grand Anney ont souvent des attentes contradictoires (demande forte en produits locaux mais opposition face aux projets d'installation de poulaillers, serres, porcs plein air, etc.) sur lesquelles il faudra travailler.

²⁶ Source : <https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr>



2.5.5 Synthèse des enjeux de l'agriculture du territoire

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • Une part importante de population qui a les moyens et qui se tourne massivement vers les productions de proximité • Un territoire dynamique qui a la possibilité de dédier des moyens au développement de l'offre alimentaire du territoire 	<ul style="list-style-type: none"> • Une tension forte sur le foncier qui met les productions en concurrence
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • La mise en place du PAT : opportunité de moyens • La concomitance avec l'élaboration du PLUi : opportunité d'améliorer certaines règles aujourd'hui bloquantes dans certains PLU et opportunité de préserver des terres agricoles • La mise en place de plans de gestion, dans le cadre du CTENS pour améliorer la cohabitation des activités sur les secteurs d'alpage (à étendre aux secteurs péri-urbains et aux secteurs ruraux) • Une volonté de la collectivité d'investir des moyens afin de favoriser l'accès au foncier pour de nouvelles productions lors des cessations d'activité sans repreneurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Une évolution climatique qui va augmenter la tension sur le partage de l'eau entre population grandissante et besoin pour la production alimentaire • Une évolution climatique qui va nécessiter des changements de pratiques (lever les freins au changement) • Une croissance de population toujours forte qui continue de peser sur le foncier, avec l'arrivée d'habitants aujourd'hui très éloignés des réalités agricoles : un fossé de compréhension mutuel qui se creuse



3 La consommation alimentaire : quelles pratiques et lieux d'achats ?

3.1 Les pratiques de consommations sur le territoire

3.1.1 Eléments démographiques

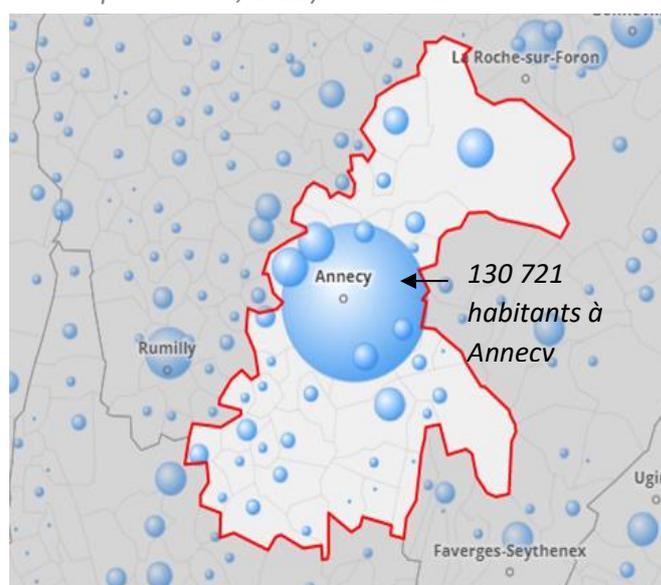
Le profil d'habitants

Le territoire du Grand Anancy représente un ensemble de **209 284 habitants**²⁷ en 2020. En 2018, la densité de la population était de 395 hab/km², largement au-dessus de la moyenne départementale (186 hab/km²) avec une forte concentration à Annecy (64% de la population)²⁸.

Le territoire du Grand Anancy compte 515 km² ce qui représente 25% des surfaces de la Haute-Savoie.

La **population du territoire est en constante évolution** avec un taux d'évolution annuel de +1,8% pour la période 1999-2018. Plus précisément, en 10 ans (2018 vs. 2008) il y a eu une augmentation de 12% de la population.

Figure 27 : Population municipale du territoire du Grand Anancy 2018 (Source : INSEE cartographie Statistiques locales, 2021)



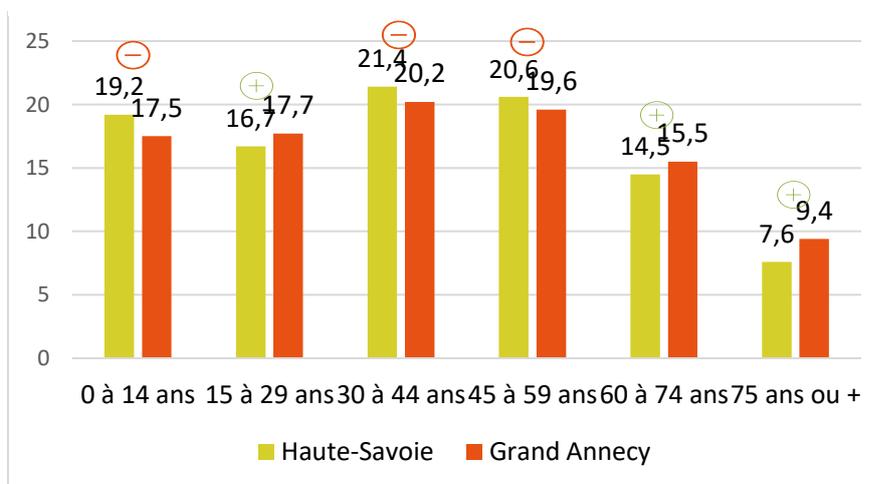
PAT Grand Anancy :

Importance de la prise en compte de cette forte concentration à Annecy et de l'augmentation de la population dans l'ingénierie des actions.

Les données socio-démographiques ont un impact sur les pratiques de consommation alimentaire et les besoins alimentaires (dépenses alimentaires, types de produits consommés et lieux d'achats fréquentés, quantités consommées).

Les données de structures de la population par classe d'âge montrent que la population du Grand Anancy est relativement similaire à la population départementale, mais se distingue de la population haut-savoiarde par sa plus grande part de plus de 60 ans, et donc par une population plus âgée (moins d'enfants et moins d'adultes).

Figure 28 : Population par grandes tranches d'âges (Source : INSEE – Recensement de la population, 2018)



²⁷ Source : <https://www.hautesavoie.fr> - portrait de territoire 2021

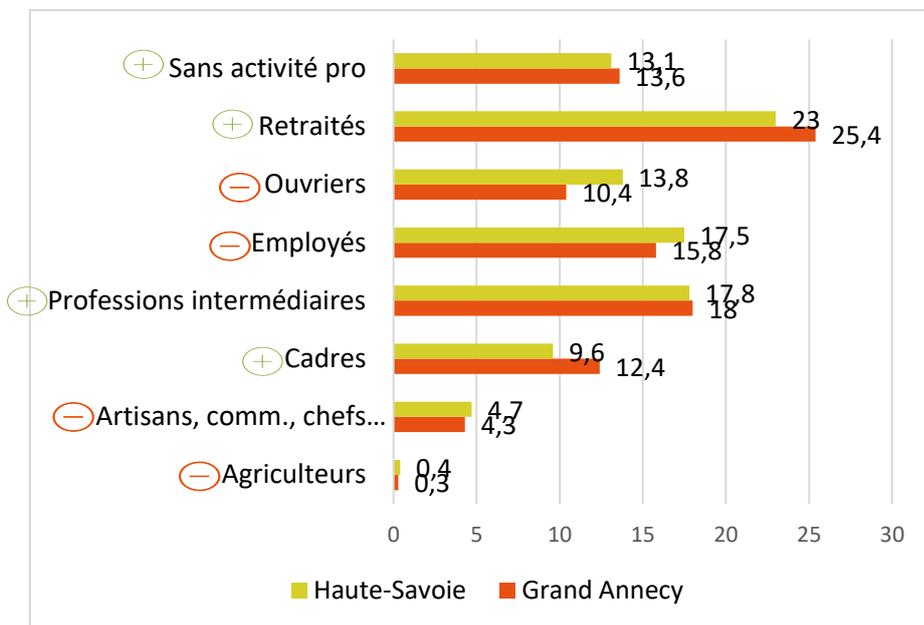
²⁸ Source : INSEE – Recensement de la population 2018



La composition des 93 690 ménages selon la catégorie socio-professionnelle met également en évidence les spécificités du territoire : à la fois plus de ménages de cadres (avec des plus hauts revenus), mais aussi plus de ménages sans activité professionnelle qu'en Haute-Savoie et moins de ménages d'agriculteurs.

Comme évoqué précédemment, le Grand Anancy a une population âgée de plus de 60 ans plus élevée qu'en Haute-Savoie ce qui se reflète sur le graphique ci-contre par une part plus élevée de retraités.

Figure 29 : Répartition des ménages selon la catégorie socio-professionnelle (en % des ménages) (Source : Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav-Cmsa, Fichier localisé social et fiscal (FiLoSoFi) en géographie au 01/01/2021)



Les flux entrants/sortants

Nous distinguons deux grands flux qui impactent le territoire d'étude : les flux domicile/lieu de travail (A) et les flux de touristes/visiteurs (B).

A/ Le territoire est en lien avec les départements limitrophes et la Suisse via les flux de navetteurs réalisant des trajets quotidiens domicile-travail.

7 300 Anneciens travaillaient dans le canton de Genève en 2020 ce qui représente 7% des actifs. Globalement, plus de 104 000 haut-savoyards travaillent en Suisse (soit 23% des actifs)²⁹.

Toutefois, nous pouvons considérer ces flux entrée / sortie neutres sur les volumes de consommation du territoire, en l'absence de données plus précises sur les catégories d'emploi concernées et les pratiques de consommation de ces navetteurs.

B/ Anancy et les territoires voisins ont une très forte attractivité touristique ce qui attire 10 millions de touristes / an. Ce flux représente 1 161 500 nuitées³⁰ (secteur Lac d'Anancy) soit 3 248 EHP³¹.

Figure 30 : Flux domicile / lieu de travail (Source : Atlas de la région Auvergne-Rhône-Alpes - Nouvel espace régional et dynamiques métropolitaines, 2017)



PAT Grand Anancy :

Le nombre de personnes varie fortement en été et en hiver (tourisme) ; le flux de navetteurs est important. Intégrer cette spécificité et ce type de cible dans les projets (ex. volet gastronomique locale).

²⁹ Source : Observatoire du Département de la Haute-Savoie, 2020

³⁰ Source : Savoie Mont Blanc Tourisme, site web du Grand Anancy

³¹ EHP : équivalent habitant permanent



Le niveau de vie de la population

Enfin, le revenu des ménages est un indicateur intéressant. Si **le revenu médian est quasiment équivalent au celui du département (qui est le plus élevé d’Auvergne-Rhône-Alpes), il cache des disparités sociales³² qui restent toutefois plus faibles qu’en Haute-Savoie.**

Figure 31 : Revenu disponible des ménages en 2018 et disparités des revenus (Source : Insee, 2018)

	Grand Anancy	haute savoie le Département
Médiane du revenu disponible	26 420 €	26 600 €
1 ^{er} décile du revenu médian (10% des ménages disposent de moins de...)	14 100 €	13 580 €
9 ^{ème} décile du revenu médian (10% des ménages disposent de plus de...)	53 730 €	55 790 €
Rapport interdécile (traduit l'écart de revenu)	3,8	4,1
Taux de pauvreté (%)	7,8	8,9
Taux de chômage (%)	8,8	9,6
Part des ménages fiscaux imposés (%)	62,8	57,1

Le 1^{er} décile du revenu médian traduit le niveau maximal de revenu des 10% des ménages les plus pauvres. Ce revenu est supérieur de près de 520 € annuel au revenu du 1^{er} décile du département.

A l’inverse, le 9^{ème} décile du revenu traduit le revenu minimal des 10% des ménages les plus riches du territoire. Celui-ci est inférieur de 2 060 € annuel au revenu du 9^{ème} décile départemental.

Cette disparité entre les ménages les plus pauvres et les ménages les plus riches se traduit par le rapport interdécile, plus important pour le département que le Grand Anancy (remarque : il est de 3,5 à l’échelle française).

En outre, 7,8% des ménages du Grand Anancy vivent sous le seuil de pauvreté contre 8,9% de pauvreté en Haute-Savoie. Cependant, la Haute-Savoie reste un département avec **le taux de pauvreté le plus faible**

de France métropolitaine.

Cette situation confortable du territoire s’explique en partie par les flux de navetteurs travaillant en Suisse avec un niveau de salaire plus élevé qu’en France (le Smic³³ en Suisse est quasiment deux fois plus élevé qu’en France).



PAT Grand Anancy :

L’inégalité sociale et des fortes variations de niveaux de vie à prendre en compte lors de l’élaboration de projets : cibles aisées, cibles précaires, etc.

³² Source : INSEE – Recensement de la population 2018. Champ : ménages fiscaux - hors communautés et sans abris. Insee-DGFiP-Cnaf-Cnav-Ccmsa, Fichier localisé social et fiscal (FiLoSoFi) en géographie au 01/01/2021.

³³ Smic : salaire minimum de croissance



3.1.2 Modélisation de la consommation du territoire

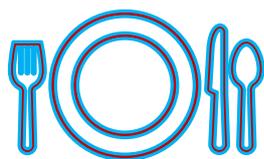
Méthodologie et source

L'évaluation de la consommation alimentaire et du budget associé est réalisée par une modélisation (méthode développée par TriesseGressard Consultants) issue de deux principales sources de données : l'étude de la consommation alimentaire des Français menée par l'ANSES³⁴ dans le cadre de l'étude INCA 3 (2016) et les données de Budget des Familles de l'INSEE (2017).



INCA 3 est l'étude la plus aboutie à ce jour sur la consommation alimentaire des Français. Elle renseigne sur la quantité consommée par jour et par personne selon leur âge (enfant, adolescent, adulte). Appliquée aux données du Grand Anney (effectifs de population par classe d'âge), nous pouvons estimer les **volumes ingérés** par les habitants du territoire et par grande catégorie de produits. L'étude distingue les lieux de consommation (à domicile et hors domicile) et peut permettre de distinguer la consommation de produits bruts et la consommation des produits transformés. En appliquant les hypothèses de gaspillage de l'ADEME (7,3% en moyenne pour toutes les filières), il est possible d'approcher les **volumes achetés** par les habitants du territoire.

L'enquête budget des familles de l'INSEE (2017) renseigne sur la structure des dépenses des ménages selon la Catégorie Socio-professionnelle (CSP) de la personne de référence. Appliquée aux données du territoire du Grand Anney (effectifs des ménages par CSP pour la personne de référence en 2018), nous pouvons estimer la part de l'alimentation dans le budget global des familles du territoire ainsi que le montant globale des dépenses alimentaires par catégorie de produits.

Consommation alimentaire sur le Grand Anney en volume

Sur le territoire, la consommation totale est estimée à environ **94 415 tonnes annuelles de produits alimentaires**. Plus précisément, ce sont 34 584 tonnes annuelles de produits bruts (37%) et 59 831 tonnes annuelles de produits transformés (63%).

74 588 tonnes sont consommées à domicile (79%) et 19 827 tonnes en restauration hors-domicile (21%). Si l'on utilise l'hypothèse de gaspillage de 7,3% (en moyenne pour toutes les filières) défini par l'ADEME, il est possible d'estimer que 101 307 tonnes sont achetées annuellement sur le territoire.

En prenant en compte la part des touristes (3 248 EHP), la consommation s'élèvera à 95 900 tonnes/an (+1 485t).

Près de 24 000 tonnes d'aliments à base de légumes sont consommés par les habitants du Grand Anney, 21 330 tonnes de produits à base de céréales, 16 400 tonnes d'aliments à base de fruits.

Produits composant la catégorie « autres produits » : condiments, herbes, épices et sauces, substituts de produits animaux à base de soja et autres végétaux, plats préparés et desserts infantiles, laits et boissons infantiles

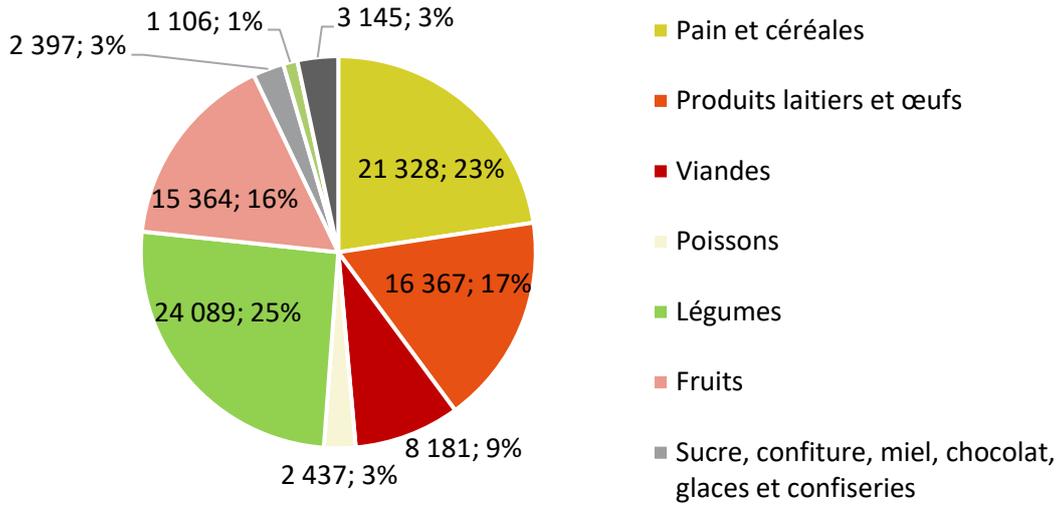
Produits composant la catégorie « Produits sucrés » : confiserie et chocolat, sucre et matières sucrantes, glaces, desserts glacés et sorbets

Produits composant la catégorie « Pain et céréales » : pain et panification sèche, céréales pour petit déjeuner et barres céréalières, pâtes, riz, blé et autres céréales, viennoiseries, pâtisseries, gâteaux et biscuits sucrés, sandwiches, pizzas, tartes biscuits salés

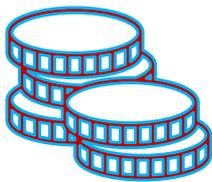
³⁴ Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail



Figure 32 : Répartition des aliments ingérés par les habitants du Grand Anancy (en tonnes / an)



Consommation alimentaire sur le Grand Anancy en valeur



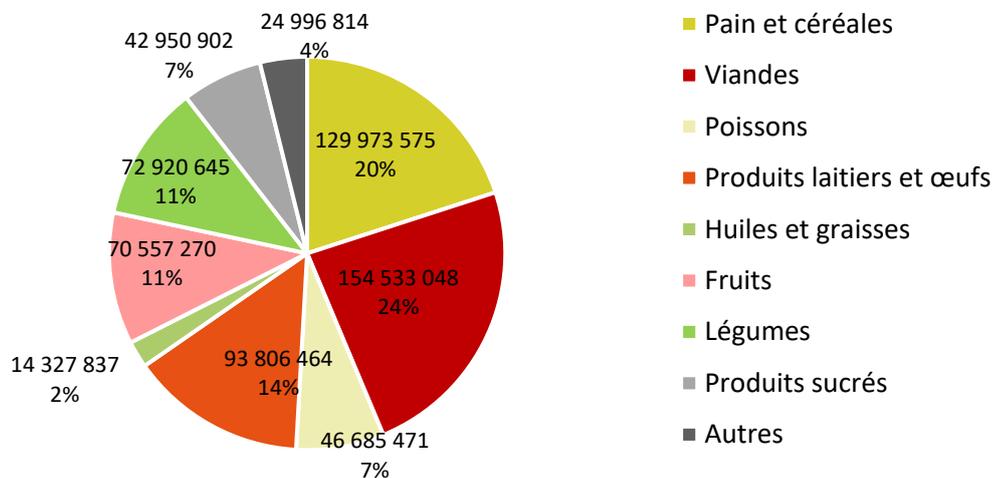
En valeur, le budget alimentaire global pour la **restauration à domicile** (hors boisson) est d'environ **650 M€** pour les consommateurs du Grand Anancy soit :

- **14,2% des dépenses des ménages,**
- **3 881 €** en moyenne par an et par ménage,
- **75 €** hebdomadaire par ménage,
- 26% des volumes consommés par les retraités.

On pourra noter l'importance des dépenses en viande et produits à base de céréales qui représentent près de la moitié des dépenses alimentaires (pour seulement 30 % des volumes consommés, cf. graphique précédent). A l'inverse, les fruits et légumes qui représentent 40 % des volumes consommés ne représentent que 22 % des dépenses.

Enfin, les dépenses en **restauration hors domicile** (restaurants et restauration collective) s'élèvent à **279 M€ (6,1 % des dépenses des ménages)** soit **1 665 €** par an et par ménage.

Figure 33 : Répartition des dépenses alimentaires des ménages du Grand Anancy (en € / an)
(Elaboration TriesseGressard, 2021)



3.1.3 Pratiques de consommation des habitants du territoire – enquête habitant

L'enquête sur les pratiques de consommation des habitants du Grand Annecy fait l'objet d'une annexe détaillant l'ensemble des résultats. **Seuls les principaux enseignements sont présentés ci-dessous.**

Profils des répondants et budgets alimentaires

L'enquête a réuni **790 réponses apportées** à 77% par des femmes et 47% par des personnes entre 40 et 65 ans. Cette sociologie correspond aux enquêtes menées habituellement sur les territoires dans le cadre de PAT.

45% des répondants habitent la commune d'Annecy et 33 communes sont représentées dans l'enquête.

Les revenus nets des foyers sont très supérieurs aux résultats obtenus dans d'autres territoires. Par exemple, la part de revenus supérieurs à 4 000€/mois est de 10 points supérieure à celle des répondants récentes dans le cadre d'autres PAT. **Cependant la part du budget consacrée à l'alimentation est sensiblement similaire.**

Un nombre non-négligeable de répondants apparaît prêt à augmenter son budget dédié à l'alimentation pour consommer plus de produits locaux et de qualité (46%). 36% des répondants indiquent vouloir consommer plus de produits locaux mais être empêchés par leurs revenus.

Évolutions des habitudes alimentaires et lieux d'achats

Depuis deux ans, les principales évolutions en matière d'habitudes alimentaires concernent la consommation de produits locaux (57% déclarent en consommer plus qu'avant), de produits bio (près de 50%). Au moins 30% des répondants déclarent également consommer plus de produits bruts, de fruits et légumes et de légumineuses. Plus de 40% des répondants déclarent consommer moins de produits transformés (plats préparés) et plus de 40% déclarent n'en avoir jamais consommé.

Les types de produits locaux les plus consommés sont le fromage et les œufs. Concernant le fromage, près de 70% des répondants déclarent consommer entre 50 et 100% de produits locaux. Ce pourcentage décroche nettement concernant les légumes (56%), les fruits (39%) ou la viande (35%). On note pour la viande une part importante de répondants qui déclarent ne pas savoir quelle part de produits locaux ils consomment (18%).

En matière d'évolution souhaitée des pratiques alimentaires, **70% des répondants aimeraient acheter plus de produits locaux ou régionaux et 55% aimeraient acheter plus de produits bio.** 25% des répondants souhaitent acheter moins de produits transformés (conserves, surgelés).

Les réponses concernant les lieux d'approvisionnement confortent l'idée de répondants issus d'une population aisée : **près de la moitié des répondants s'approvisionnent souvent dans des magasins spécialisés (bio, produits régionaux, vrac) et chez des artisans et commerçants traditionnels (boucher, primeur, fromager, etc.).** A l'inverse, 26% ne s'approvisionnent jamais auprès des producteurs (vente à la ferme, paniers, magasins de producteurs...) et 21% ne fréquentent jamais les marchés.

Un peu plus de 50% des répondants achètent leurs fruits et légumes au marché ou auprès des producteurs. 40% des répondants achètent de la viande chez le boucher et 13% directement auprès des producteurs.

Concernant les mobilités liées à l'alimentation, plus de 50% des répondants utilisent leur voiture (ce qui est inférieur à la part de la voiture dans l'ensemble des déplacements sur le Grand Annecy) et le



temps de trajet nécessaire pour faire ses courses apparaît plutôt réduit (63% déclarent n'avoir besoin que de 20 minutes par semaine pour aller faire leurs courses).

Augmenter la part de produits locaux consommés

Le principal frein à la consommation de produits locaux est le **manque de lieux de vente en circuits courts et de proximité ou les trop grandes distances nécessaires pour s'y rendre**, 22% des répondants le soulignent. Le prix (15%) et la difficulté à trouver des produits locaux bio (14%) arrivent en deuxième et troisième positions.

Pour accroître leur consommation de produits locaux, les répondants de l'enquête souhaitent :

- Un magasin de producteurs ou point de vente collectif à proximité des lieux les plus fréquentés
- Augmenter la part de produits alimentaires locaux dans les commerces de proximité
- Un marché de producteurs locaux ouvert le weekend ou en soirée
- Un rayon spécialisé identifié dans les GMS³⁵.

Pour finir, on note la **forte part de répondants prêts à s'investir dans au moins l'un des projets citoyens** mentionnés dans le questionnaire, les jardins partagés arrivant en tête (30%) suivi par la distribution alimentaire (16%) et les AMAP (17%).

3.1.4 Analyse AFOM

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • Niveau de vie médian des ménages très élevé • Taux de pauvreté et de précarité très faibles • Forte attractivité touristique du territoire • Associations de consommateurs leaders, engagés et portants des projets 	<ul style="list-style-type: none"> • Inégalités importantes entre faibles et hauts revenus • Produits locaux en faible disponibilité pour répondre à la demande et à des projets dans une logique d'accessibilité sociale
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Souhait massif des répondants de consommer plus de produits locaux • Nombreux répondants de l'enquête prêts à s'engager dans un projet citoyen en lien avec l'alimentation 	<ul style="list-style-type: none"> • Crise covid et augmentation des inégalités face à l'accessibilité alimentaire • Augmentation de la population et la poursuite du vieillissement

3.2 La problématique de l'accessibilité alimentaire : quels enjeux sur le territoire ?

3.2.1 Contexte et enjeux

Avec un taux de chômage significativement bas (8,8% en 2018), l'un des plus hauts niveaux de vie médians (26 420 euros en 2018) et un taux de pauvreté deux fois inférieur à la moyenne de la France métropolitaine, le territoire du Grand Anancy affiche les indicateurs démographiques d'une population aisée.

Ces indicateurs cachent cependant des disparités ; ainsi le rapport interdécile, décrivant l'écart entre les 10% des revenus les plus et les moins élevés, est supérieur à la moyenne nationale. À ces écarts de

³⁵ GMS : grandes et moyennes surfaces



richesses s'ajoute un coût de la vie plus significatif que sur le reste du territoire français : les loyers sont par exemple plus élevés à Annecy et dans sa périphérie qu'à Lyon. Les acteurs du territoire décrivent même un coût de la vie général plus élevé, concernant l'ensemble des produits.

Des situations de précarités multiples témoignant des difficultés d'accès à l'alimentation de différentes natures

Les acteurs du territoire travaillant sur l'accessibilité alimentaire constatent une hausse de la précarité avant et depuis la crise de la COVID19.

On distingue d'abord la précarité en zone rurale et urbaine.

Les espaces urbains, et notamment le centre d'Annecy, affichent une précarité supérieure au territoire de l'EPCI³⁶. C'est également le lieu où les services d'accompagnement des publics précaires sont les plus nombreux. De multiples dispositifs d'aide alimentaire maillent ainsi la ville-centre.

En zone rurale, les précarités peuvent prendre d'autres formes, notamment celle d'absence d'accès physique aux denrées ou aux structures de l'aide alimentaire. Dans un territoire où la voiture occupe une place prépondérante et constitué d'une partie de petites communes de montagne difficilement accessibles, ces enjeux doivent être pris en compte.

Les acteurs du territoire interrogés décrivent la diversité des publics auxquels leurs actions peuvent s'adresser : des publics sans-domicile ou en foyer, n'ayant pas accès à des moyens de cuisiner mais aussi des publics en logement social ou encore en zone périurbaine, n'ayant pas trouvé de logements à prix abordable à Annecy et ses alentours. Les étudiants sont une population particulièrement touchée depuis le début de la crise COVID.

La population de migrants, nombreux sur le territoire annécien, est particulièrement difficile à toucher de fait de leur situation irrégulière. Dans la proposition d'action favorisant l'accès à l'alimentation de qualité, ces modalités doivent être ainsi prises en compte.

Cibler les populations et répondre de façon adéquate à leurs besoins est donc l'un des enjeux pour le territoire. Limiter les freins de ces différentes populations, qui peuvent être liés à la honte, sont autant d'enjeux : « *Ce n'est pas dans les quartiers où il y a le plus de besoins que nous avons le plus de monde* » (Dire d'acteur, Atelier accessibilité alimentaire du 22 novembre 2021).

La faible disponibilité de produits locaux renvoie aux enjeux agricoles globaux du territoire

Les actions menées par certains acteurs (notamment la Croix Rouge et Haute-Savoie Habitat, voir ci-après) ont mis en lumière **la difficulté de mettre en place des partenariats avec les producteurs locaux pour faciliter l'accès des publics précaires à une alimentation produite localement**. Le décalage entre l'offre en produits locaux et la demande est ici à souligner et les acteurs mentionnent le peu de marge de manœuvre dans un contexte où la production agricole locale est très limitée (0,3% des habitants sont agriculteurs).

Les enjeux d'accessibilité alimentaire sont donc intrinsèquement liés aux enjeux plus globaux de l'agriculture locale : le peu de productions, la diminution du foncier agricole et les difficultés de transmission.

Un territoire riche d'initiatives

La Ville d'Annecy a porté un travail d'analyse des besoins des différents publics et la coordination de l'aide alimentaire (11 structures). La commune a ainsi mis en valeur l'importance du lien social et la nécessité de donner le choix aux bénéficiaires. Elle travaille au déploiement de chantiers d'insertion par le maraîchage.

³⁶ EPCI : Établissement public de coopération intercommunale



Les structures proposant une aide alimentaire, les épiceries sociales et les initiatives solidaires et de sensibilisation à l'alimentation sont nombreuses : **Banque alimentaire, Restos du Cœur, Secours Populaire, Ordre de Malte, Cran Gevrier animation, épicerie sociale de Saint-Jorioz, paniers de l'Amitié de Seynod ; les Suspendus d'Annecy, Les petites cantines, les jardins familiaux de Meythet, supermarché coopératif ALPAR, épicerie AILES, etc.**

Banque alimentaire, Restos du Cœur, Secours Populaire ont réalisé une **cartographie des structures de l'aide alimentaire** sur un périmètre dépassant le Grand Annecy pour mettre en valeur les zones blanches.

Haute-Savoie Habitat a également mis en place, en partenariat avec la Croix-Rouge des marchés en pieds d'immeuble permettant de vendre des paniers de fruits de 5 kg pour 3 € sur plusieurs communes (Annecy, Alby-sur-Chéran et Rumilly). L'approvisionnement se fait via la Banque Alimentaire, les producteurs locaux n'ayant pu répondre à cette demande supplémentaire.

3.2.2 Analyse AFOM

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • Des structures d'aide alimentaire et sociale permettant de répondre aux besoins de différentes populations • Un maillage fin du territoire par ces structures • Une cartographie des structures de l'aide alimentaire et des zones blanches 	<ul style="list-style-type: none"> • Freins liés à l'accès aux épiceries sociales et à l'aide alimentaire : devoir passer par un travailleur social peut limiter l'accès • Accessibilité financière et reste à vivre limité par le coût de la vie et les hausses des prix (logement, énergie...) • Territoire aux mobilités alternatives limitées et structuré autour de la voiture, zones peu accessibles (montagnes) • Freins psychologiques et manque de connaissances culinaires vis-à-vis de certains produits
Opportunités	Menaces
	<ul style="list-style-type: none"> • Vieillessement de la population • Faible production alimentaire locale en fruits et légumes



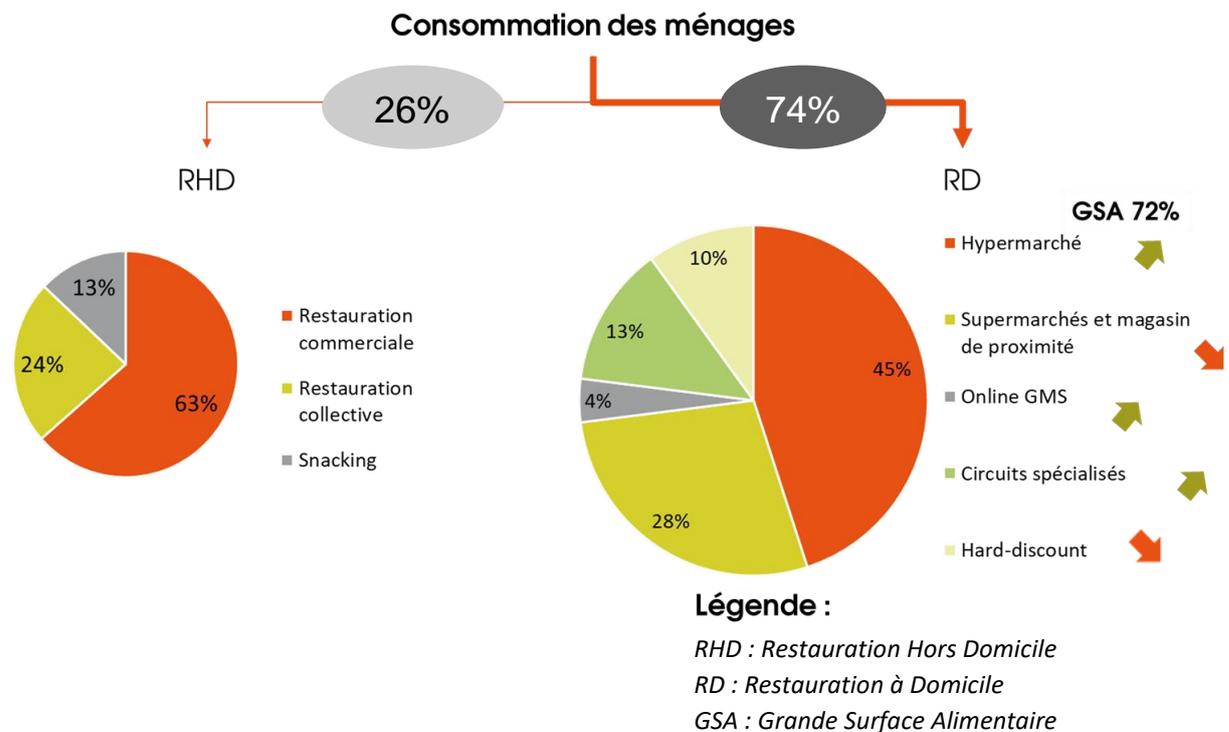
3.3 Lieux d'achat

La consommation des ménages à domicile représente 74% des dépenses alimentaires contre 26% pour les dépenses alimentaires hors domicile.

Les tendances de pratiques d'achat à l'échelle nationale sont les suivantes :

- **Prédominance de la grande distribution** (hyper, super, proximité) auprès de laquelle les ménages réalisent l'essentiel de leurs achats de produits alimentaires : **stabilité sur les 10 dernières années.**
- **Développement important des drives et livraisons** par la grande distribution qui a su s'adapter aux attentes de praticité des consommateurs.
- **Régression du Hard-Discount** : -2% en 10 ans.
- **Croissance soutenue des magasins bio** (doublement des dépenses en 10 ans).
- Les **magasins traditionnels** (boucheries, primeurs, fromageries), subissent une **diminution de leurs parts de marchés.**

Figure 34 : Répartition des circuits de distribution en France en valeur d'achat (Source : FranceAgriMer 2017 / LSA, 2017 / Girafood, 2017 ; élaboration TriesseGressard, 2021)



En ce qui concerne la restauration hors domicile (RHD), c'est la **restauration commerciale qui représente les dépenses les plus importantes** : 63% pour la consommation sur site et 13% pour le snacking, alors que la restauration collective ne représente que 24% des parts de marché.

Les tendances de pratiques d'achat hors domicile à l'échelle nationale sont en développement avec un marché ayant crû de 2,9% entre 2017 et 2018. Néanmoins, la restauration collective a seulement progressé de 1,8% tandis que la restauration commerciale a évolué de 3,3% (entre 2017 et 2018).



3.3.1 Restauration collective

La restauration collective se caractérise par la fourniture de repas à une communauté de consommateurs réguliers et par un avantage social et tarifaire auprès des convives.

Le fonctionnement de la restauration collective

Pour l'ensemble des restaurants scolaires primaires, collèges et lycées, dans le secteur public, on dénombre **3 482 105 repas par an** pour le territoire du Grand Annecy³⁷ dont :

- 45% ou 1 569 150 repas en collèges et lycées,
- 55 % ou 1 912 955 repas en primaires.

On distingue différents modes de fonctionnement pour ces structures. Elles peuvent avoir une cuisine sur place et réaliser directement leurs achats de matières premières, ou déléguer la cuisine à une société de repas qui viendra cuisiner sur place, ou encore commander des repas préparés par un fournisseur qui sont livrés sur place tous les jours (cf. annexe 9 - Introduction sur les mécanismes de décision en restauration collective).

Ces structures, en fonction du montant de leurs achats de repas préparés ou de denrées alimentaires vont se fournir en gré à gré, ou dans le cadre de marchés publics (marchés à procédures adaptées ou appels d'offres).

Les 10 collèges du territoire gérés par le Département de la Haute-Savoie et les lycées gérés par la Région ont tous une équipe de cuisine qui prépare les repas sur place. Chaque établissement commande (majoritairement) ses matières premières alimentaires via la centrale d'achat régionale. Département comme Région, ont une politique de développement de la consommation de produits locaux. La définition du local est différente pour les deux :

- L'ensemble du territoire d'Auvergne-Rhône-Alpes pour la Région ;
- L'ensemble du territoire haut-savoyard, des produits labellisés Savoie Mont Blanc ou dans un rayon de 100 km autour du collège pour le Département.

Restauration au sein des collèges publics

Avant 2021, le **Département de la Haute-Savoie** avait deux modes d'achats :

- La **centrale d'achat régionale**,
- Les **achats directs de proximité** au collège (gré à gré), par exemple des commandes à un boulanger, un producteur, un boucher, etc.

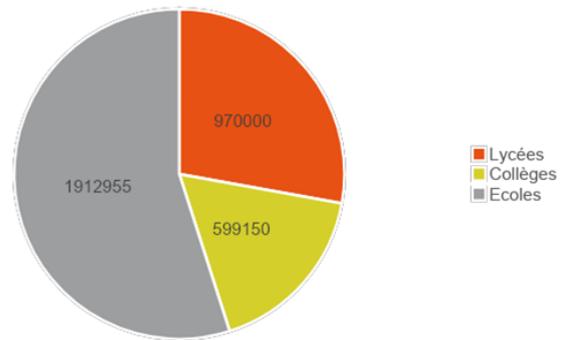


Pour développer la part de produits locaux dans les repas servis et pour travailler avec plus de producteurs le Département a mis en place une nouvelle possibilité d'achats :

- **Du gré à gré via des catalogues personnalisés de produits locaux** dans un rayon de 100 km pour chaque collège (74 + 73 + 01). Les collèges de la Ville d'Annecy (6), d'Alby-sur-Chéran, de

³⁷ La restauration collective englobe également les établissements sociaux et médico-sociaux (hôpitaux, EHPAD, portage de repas à domicile, etc.), la petite enfance, la restauration universitaire, et la restauration en entreprise. Nous ne disposons pas d'une estimation de nombre de repas en dehors de la restauration scolaire pour le territoire du Grand Annecy.

Figure 35 : Nombre de repas par an des établissements scolaires publics





Groisy, de Saint-Jorioz et de Poisy peuvent s'approvisionner auprès de **18 producteurs volontaires proposant plus de 160 références**.

Cette action de mise en place des catalogues producteurs en 2021 aura eu les résultats suivants

- La part de produits locaux dans les collèges représente un taux de 23%³⁸ et Egalim 28%
- Les produits locaux sont et étaient auparavant achetés à hauteur de 29%³⁹ via la centrale d'achat régionale et sont achetés à hauteur de 71% via les catalogues produits en 2021 dont une partie à la marge via le gré à gré qui se pratiquait déjà.

Restauration au sein des lycées publics

On recense 24 lycées publics à l'échelle du département dont 7 se situent sur le territoire du Grand Anancy. La restauration de tous les lycées publics du territoire est en gestion directe, autrement dit la confection des repas est gérée en interne par l'établissement. **7 lycées du Grand Anancy produisent environ 970 000⁴⁰ repas/an** ce qui représente 46% du total des repas en Haute-Savoie. Le coût moyen d'un repas en Haute-Savoie est environ 4€ (3,09 à 4,42), le coût matière est de 2-2,10€ HT par repas.



Le **Conseil régional Auvergne-Rhône-Alpes** s'est doté d'un objectif de rapprocher les agriculteurs des cantines scolaires et de proposer aux élèves davantage de produits régionaux locaux. Pour atteindre cet objectif, la Région propose plusieurs outils aux établissements :

- L'opération « **La région dans mon assiette** » met en valeur des lycées qui ont atteint 60% de produits régionaux sur le total de leurs achats alimentaires (hors épicerie et surgelé). Il s'agit d'une démarche volontaire. Aujourd'hui sur 240 lycées de la région en gestion directe, 155 sont labellisés par ce label. La Région mobilise les lycées sur la démarche de la labellisation en les sensibilisant ainsi à la qualité et à l'origine de produits qu'ils achètent. Certains établissements sont encore en incapacité de tracer la provenance de produits et leur type de qualité.
- **Le logiciel de gestion de la restauration Easilys**. La Région propose ce logiciel aux établissements afin de mieux connaître leurs achats et avoir la vision claire sur les volumes et les produits achetés. La mise en place est financée par la Région, cependant la maintenance est financée par l'établissement. Tous les adhérents à la centrale d'achat régionale peuvent l'acheter. Aujourd'hui, 16 lycées sur 24 du département Haute-Savoie utilisent cet outil.



La Région propose d'autres types d'accompagnement aux lycées et voit des pistes d'amélioration du taux de l'achat local à travers :

- Le travail plus approfondi sur le volet financier, qui est cité par les lycées comme un des principaux freins.
- L'importance de la motivation et de l'investissement du responsable de l'établissement, ainsi que du chef de cuisine ; dualité hiérarchique à prendre en compte.

³⁸ Source : Conseil Départemental de Haute-Savoie, données déclaratives des gestionnaires des collèges issues d'un logiciel de suivi des achats

³⁹ Source : Conseil Départemental de Haute-Savoie, données déclaratives des gestionnaires des collèges issues d'un logiciel de suivi des achats

⁴⁰ Source : Conseil régional AURA, données déclaratives des lycées

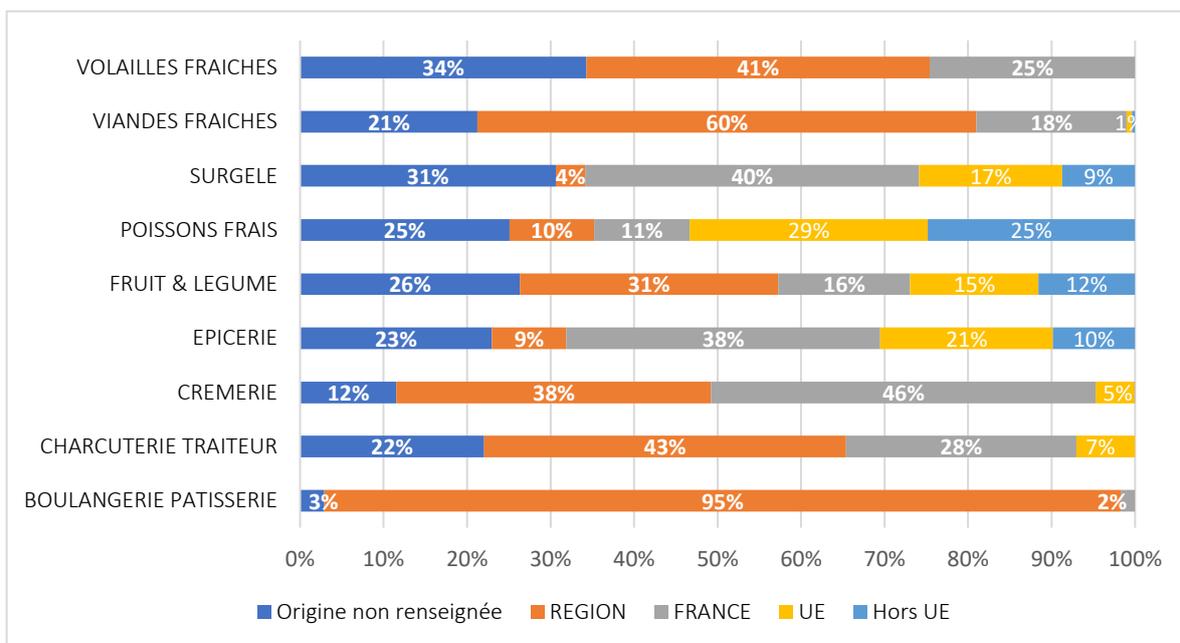


- Réaliser les ateliers et échanges avec les élèves autour des produits locaux, des légumes oubliés, du gaspillage, etc. ; faire l'éducation du goût « *On est actuellement en période du panais, mais parfois les lycéens ont du mal à le prendre. Du coup parfois le chef fait les frites* ».
- Prendre en compte le fait qu'il s'agit de changement des pratiques, cela peut prendre beaucoup de temps. La Région essaie de structurer l'accompagnement des établissements « pas à pas » en changeant les produits par thématique/par gamme. Concrètement, la Région identifie les personnes qui travaillent avec les produits locaux et les fait monter en compétence (Réseau des formateurs interne), afin entre autres de montrer aux autres que tout est possible.

En ce qui concerne l'état des lieux des achats des lycées, la Région et les établissements sont **en cours de consolidation des données**. Cependant, il est possible de faire une extraction partielle sur les achats des lycées du département Haute-Savoie depuis le 1er janvier 2021.

En prenant en compte ces données, on constate certaines « facilités » des établissements à se fournir en produits de la boulangerie/pâtisserie (95% de la région), en viande fraîche (60%), en charcuterie/traiteur (43%), viande fraîche de volaille (41%).

Figure 36 : Achats⁴¹ des lycées de Haute-Savoie en valeur par catégorie de produits depuis le 1^{er} janvier 2021 (Source : Conseil Régional, 2021)



Restauration au sein des écoles publiques

40 écoles sont livrées par la **cuisine centrale d'Anancy** ce qui représente **1 100 000 repas par an**. Les repas sont élaborés à partir de produits ultra-locaux du territoire du Grand Anancy ou des territoires voisins : 17 producteurs locaux ont été retenus pour approvisionner la cuisine centrale avec les appels d'offre auxquels ils ont répondu ou via des fournisseurs (Leztroy, La Bio d'Ici, etc.)

35 écoles pour 30 restaurants scolaires servent **800 000 repas par an**, préparés sur place ou livrés par un fournisseur de repas.

⁴¹ L'extraction est réalisée le 26 novembre 2021 à partir des données de 14 lycées sur 24. Point de vigilance : certains lycées n'utilisent le progiciel que depuis septembre.



- 13 cuisinent sur place, **achats en gré à gré** – 360 000 repas /an. L'enquête réalisée par le Grand Anancy en 2020 montre une hétérogénéité au niveau de l'utilisation de produits locaux : déclaratif **de 0 à 60 % de produits locaux**
- 17 sont livrées **par un prestataire** – 440 000 repas / an. Les fournisseurs sont :
 - La clinique Le château de Bon Attrait (Villaz) pour la commune de Villaz,
 - Leztroy, cuisinant à La Roche-sur-Foron ou directement à la cuisine centrale d'Anancy-le-Vieux,
 - Et très majoritairement 1001 repas cuisinant à Argonay.

Leztroy et 1001 repas ont une politique d'approvisionnement auprès de producteurs locaux. Leztroy déclare travailler avec 80% de produits locaux dans un rayon dont les limites sont la région et pour 1001 repas c'est 20% de produits locaux dans un rayon de 50 km de leur site.

Focus sur la centrale d'achat régionale

La **centrale d'achats régionale**⁴² a été mise en place en 2017. L'objectif est de mutualiser les achats. Sept acheteurs professionnels (Direction des Achats à la Région) montent des marchés et les mettent à disposition d'adhérents. A ce jour, on recense 180 marchés alimentaires et non-alimentaires proposés par la structure. La centrale est ouverte à tout acheteur⁴³ public régional qui n'a pas d'obligation à adhérer à tous les marchés publics passés par la centrale (qu'à ceux qui les intéressent) et n'a pas d'engagement de minimum de commande.

Sur le département Haute-Savoie la centrale recense 69 adhérents (le Département, le Grand Anancy, 43 collèges (sur 44 collèges publics), 23 lycées (sur 24 lycées publics), commune de Cluses). 10 se trouvent à Anancy : le Département, le Grand Anancy, 5 collèges et 3 lycées.

La gestionnaire de cette centrale a souhaité préciser que le travail de la centrale est en phase avec les objectifs du PAT Grand Anancy en proposant au maximum des produits issus de la région. L'équipe est ouverte à s'adapter aux besoins des adhérents et de proposer d'autres produits spécifiques locaux.

Quelques fournisseurs de la centrale : Coopérative Fruitière du Val d'Arly, GAEC Belmaraîcher, la Bio d'ici, la chèvrerie de Jérémy, l'abattoir du Pays du Mont Blanc à Megève (« Saveurs de nos montagnes »), Terre Azur Savoie qui se source en local, etc. La structure ne travaille pas qu'avec les producteurs locaux, mais aussi avec les grossistes et les plateformes logistiques qui sont des acteurs importants et facilitant la logistique et la distribution de produits alimentaires.

La loi Egalim dans les établissements scolaires du Grand Anancy

Confère Annexe 10 « Focus loi Egalim »

La loi impose : 50 % de produits durables et de qualité (en valeur d'achat) dont 20 % de produits bio au 1^{er} janvier 2022.

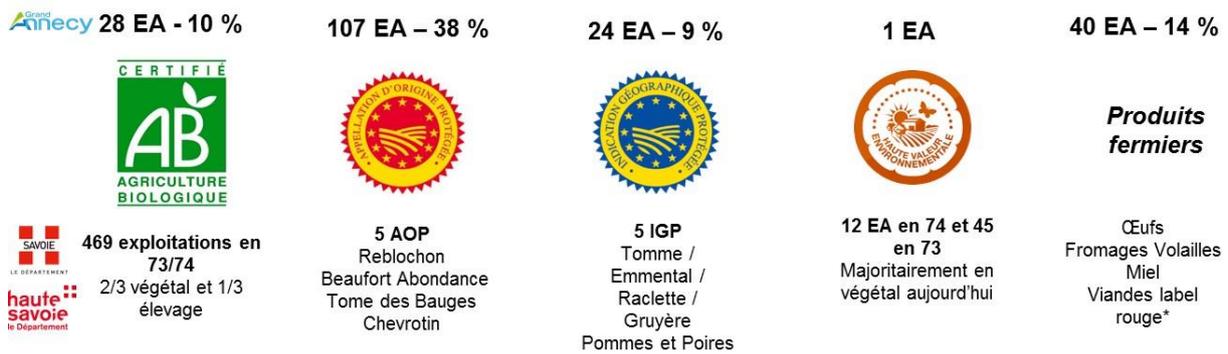
Plusieurs labels peuvent rentrer en compte dans le calcul de la loi Egalim. En synthèse ci-dessous, les labels disponibles à l'échelle du territoire, de Savoie et de Haute-Savoie.

⁴² <https://lacentraledachat.auvergnerhonealpes.fr/>

⁴³ Lycée, collège, cuisine centrale, Département, agglomération, commune, établissement médico-social, CROUS, etc.



Figure 37 : Produits inclus dans la loi Egalim (CASMB, 2021)



On peut constater qu'atteindre cet objectif avec uniquement des produits du Grand Anancy sera difficile. Il n'y a que 10% d'exploitations bio (essentiellement des exploitations maraichères), 38% d'AOP mais uniquement pour des fromages (or la somme des achats de fromages ne représente pas une part importante du budget).

Comme vu dans la partie sur les filières animales, la viande de porc et de volaille n'est pas disponible pour la restauration scolaire (RHD) car il n'y a pas assez de production pour fournir la seule demande de la vente directe. Enfin on constate avec l'illustration précédente que les viandes bovines et ovines du territoire ne rentrent pas dans les critères de la loi Egalim.

Les retours de la Cuisine centrale d'Anancy, du Conseil départemental de la Haute-Savoie et de communes pour leurs écoles indiquent que leur politique est de respecter la loi et d'atteindre les objectifs de la loi Egalim mais pas sans consommer de produits locaux. La politique est donc Egalim + Produits locaux.

L'atteinte progressive de ces objectifs a aussi un coût. La cuisine centrale d'Anancy, qui est passée de 8% de taux Egalim en 2019 à 26%⁴⁴ en 2021 dont 14% de produits bio, déclare avoir eu un surcoût de 300 000 € en achat de matières premières. Ce surcoût est conséquent malgré les efforts sur le gaspillage alimentaire. La Cuisine centrale d'Anancy a des références inférieures à la moyenne nationale en ayant seulement 6%⁴⁵ de gaspillage pour les repas enfants sur le retour-assiette. Ce taux est à 30% pour les repas seniors et se situe au niveau des moyennes nationales.

De la même manière le Département a ajouté une enveloppe de 300 000 € supplémentaires pour que les collèges de l'ensemble du département puissent s'approvisionner en produits locaux de Haute-Savoie par le biais des catalogues producteurs détaillés plus haut.

En conclusion des entretiens réalisés auprès de la Cuisine centrale d'Anancy, de quelques écoles, du Conseil départemental et du Conseil régional concernant la loi Egalim :

- Les taux Egalim sont souvent non calculés ou inconnus des mairies (pour leurs écoles), du Département et de la Région
- Il existe des confusions sur la classification des produits inclus dans la loi Egalim :
 - Les produits dits « locaux » ne sont pas de facto Egalim
 - Tout produit de la ferme n'est pas considéré comme « produit fermier » dans la loi
- Il semble difficile d'atteindre le taux avec des produits uniquement du Grand Anancy dans l'immédiat

⁴⁴ Source : Cuisine Centrale d'Anancy, 2021

⁴⁵ Le taux de gaspillage est de 70 g par repas et par enfants en primaire (source ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt) – les recommandations nutritionnelles préconisent des repas complets à environ 450 g pour un primaire – le taux de gaspillage peut être calculé à 15.5 %



- Le taux global indiqué par les fournisseurs de repas (Leztroy, 1001 repas, Château de BonAttrait) est celui de l'entreprise globalement mais pas calculé à l'échelle de la cantine livrée.
- Certains ont des difficultés à s'approvisionner en légumineuses ou protéines végétales pour pouvoir proposer comme demandé dans la loi, 2 alternatives de protéines végétales par semaine.

Analyse AFOM de la restauration collective du Grand Anecy

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • Etablissements sensibilisés et motivés à travailler en local • Soutien politique à travers les outils concrets (Centrale d'achats régionale, « La région dans mon assiette », catalogues producteurs du Conseil départemental 74) • Appui de structures agricoles sur la réponse aux appels d'offres • La plupart des opérateurs locaux présents travaillent déjà avec les producteurs locaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficultés à trouver des produits locaux (y compris pour les fournisseurs de la restauration collective) en quantité suffisante et en diversité ; impact climatique/saisonnalité et saison touristique important • Des filières maraîchères ou viandes non structurées pour la transformation et/ou la logistique et/ou la régularité des approvisionnements • Budgets de la restauration collective particulièrement restreints pour ajouter du local • Démarche de changement de pratiques (diversifier le nombre de fournisseurs, travail de produits non calibrés...) qui prend du temps • Difficulté à trouver de la main-d'œuvre (concurrence avec la Suisse) • Prise en compte des exigences sanitaires (fromages au lait cru dans certains types de restauration collective vs. la typologie des productions locales)
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • La loi EGALIM incite la restauration collective à faire évoluer ses pratiques • Fournisseurs de repas ayant une politique d'achats de produits locaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de disponibilité de l'offre • Complexité de réponses aux appels d'offre pour les producteurs • La loi EGALIM ne parle pas précisément de local : risque d'importation de produits labellisés à bas coûts « <i>Depuis la loi EGALIM on a plus de concurrences sur les approvisionnements</i> », SRC.

Quelques axes de travail identifiés par les acteurs de la restauration collective

- ➔ **Soutenir les établissements dans leur augmentation de la part de produits locaux et bio** dans les repas ; travailler sur **l'accompagnement des établissements à la rédaction des appels d'offres** compatibles avec la production locale
- ➔ Lutter contre le **gaspillage alimentaire**
- ➔ **Rendre l'offre locale plus visible** aux établissements

« *Nous sommes à la recherche des producteurs locaux capables de livrer à la restauration collective* », société de la restauration collective.



- ➔ **Structurer des démarches collectives** (producteurs/établissements) **pour des filières locales pérennes** ; Accompagner le développement des productions éligibles avec la loi EGALim (HVE, AB, label, etc.)
- ➔ Travailler sur la **coordination des différentes politiques d'intervention** sur la restauration collective (Région, Département, communes)
- ➔ **S'appuyer sur les expériences vertueuses et réussies** pour déployer les démarches auprès des acteurs moins mobilisés

3.3.2 Restauration commerciale

Selon la réglementation française, la restauration hors domicile (RHD), se compose de deux types : la restauration commerciale et la restauration collective. Lourdemment impacté par la crise de la Covid-19, le marché de la RHD français enregistre un chiffre d'affaires annuel de 35,6 milliards d'euros en 2020, soit un recul de 38 % du marché en valeur et une perte de fréquentation de 35 %, par comparaison avec l'exercice 2019. Ce constat pourrait avoir un impact important sur l'approvisionnement des établissements en question.

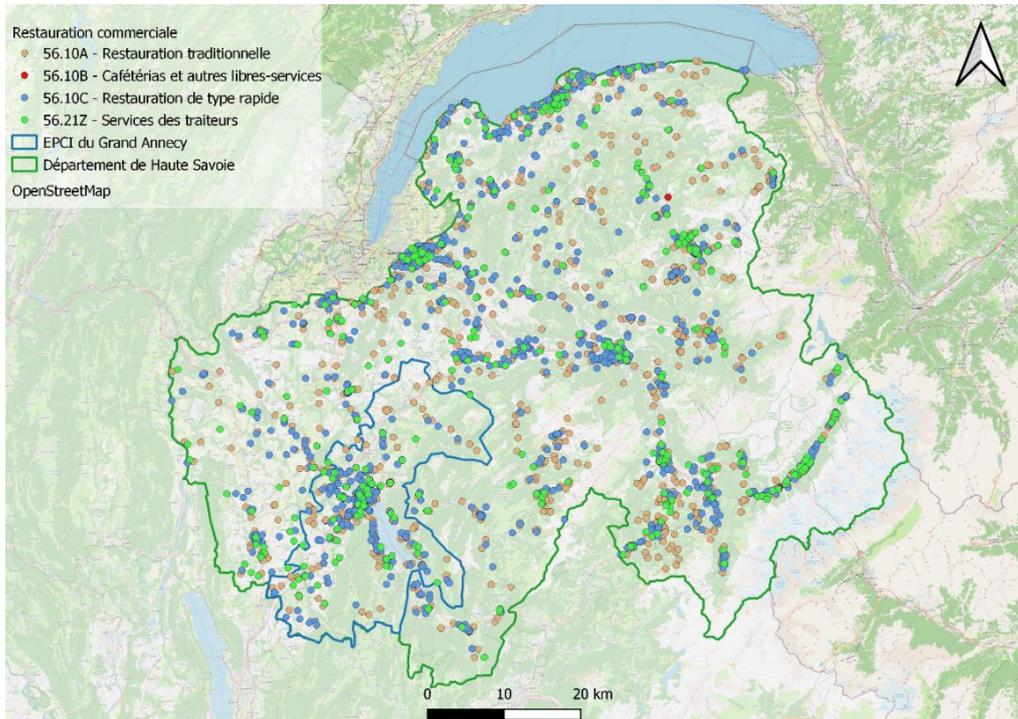
Le territoire du Grand Anancy compte **1 001 établissements** de restauration commerciale.

Tableau 8 : Activité de la restauration commerciale sur le territoire du Grand Anancy : effectif et densité (nb d'établissements pour 10 000 habitants) (Source : extraction Sirene, 2021)

Catégorie	Grand Anancy		Haute-Savoie
	Effectifs	Densité / 10 000 habitants	Densité / 10 000 habitants
Restauration traditionnelle	558	27,38	30,70
Cafétarias et autres libres-services	2	0,10	0,13
Restauration de type rapide	472	23,16	21,77
Service des traiteurs	69	3,39	5,04
Total / densité moyenne	1 001	13,51	14,41



Figure 38 : Carte de la restauration commerciale (Source : extraction Sirene, 2021 ; élaboration TriesseGressard)



Selon la localisation des points de restauration, on observe plusieurs grands bassins de consommation : les communes de la petite couronne⁴⁶ de la ville d'Annecy et sur les bords du lac d'Annecy ce qui répond logiquement à la concentration de la population, aux pôles d'emplois, ainsi qu'aux sites touristiques.

Les approvisionnements des restaurateurs sont schématiquement organisés selon deux systèmes :

- Des livraisons par des grossistes à service complet (GASC) nationaux ou régionaux, spécialisés ou multi produits, qui assurent livraison ;
- Des déplacements sur un Cash&Carry (ex. Métro, Promocash).

Le niveau d'approvisionnement local des restaurateurs est assez variable d'un établissement à l'autre et certains établissements ont un annuaire de producteurs-fournisseurs plutôt bien développé⁴⁷. Il s'agit en particulier des restaurateurs étoilés qui n'ont pas beaucoup de difficultés à se fournir en local en adaptant leurs menus en fonction de produits disponibles. « *Il ne faut pas avoir la demande ! il faut s'adapter à ce qui pousse sur ce territoire* », restaurateur étoilé.

S'il y a une volonté chez certains restaurateurs d'améliorer la qualité de leurs approvisionnements sur une partie de leur carte (bio, local), ils rencontrent plusieurs difficultés :

- **Manque de visibilité de l'offre à destination des professionnels,**
- **Disponibilité de l'offre** en volume et pour certaines catégories (ex. légumes) et **régularité d'approvisionnement,**
- **Difficultés logistiques** à s'approvisionner /infrastructure logistique,

⁴⁶ La petite couronne regroupe les communes déléguées d'Annecy : Annecy-le-Vieux, Meythet, Cran-Gevrier, Pringy et Seynod.

⁴⁷ Source : entretiens avec les restaurateurs et l'étude « Etat des lieux de la demande en produits locaux des restaurateurs, des hôteliers et des commerçants alimentaires », CCI de la Haute-Savoie (2015)

- **Manque de temps** de restaurateurs, de sensibilisation à l'achat local pour certains (notamment pour les autres catégories de produits en dehors des fromages).

Cependant, des acteurs intermédiaires proposent une offre locale et souhaitent être davantage identifiés auprès de la restauration commerciale.

« *Le travail avec ce secteur présente un intérêt important pour nos producteurs, notamment en été où les débouchés sont réduits en restauration collective, voire inexistant en scolaire* », plateforme coopérative de producteurs et transformateurs bio locaux, La Bio d'ici⁴⁸.

Quelques axes de travail identifiés par les acteurs de la restauration commerciale

- ➔ Aider au **développement de l'agriculture** sur le territoire du Grand Anancy

« *Il faudra développer plus de fermes urbaines comme « Ceux qui sèment » à Anancy. Ils ont plus de 70 clients/jour de vente ! C'est incroyable ! C'est la permaculture, ils font attention à la nature, ils ramènent de la vie dans le quartier et améliorent son économie ; ils recréent le lien social, etc. Il faut promouvoir ce type de projets dans d'autres communes du Grand Anancy, 3ha/commune sont faciles à trouver* », restaurateur étoilé.

- ➔ **Sensibiliser la population et les professionnels**

« *Ce sont les restaurateurs qui doivent faire évoluer les choses et s'adapter au territoire* », restaurateur.

- ➔ **Mettre davantage en valeur l'agriculture** du Grand Anancy auprès des restaurateurs

« *On a réussi à obtenir l'excellence (3 étoiles Michelin) qu'avec les produits des jardins d'Anancy* », restaurateur étoilé.

« *Nous avons un territoire très riche, il faut le valoriser !* », restaurateur.

3.3.3 La grande distribution

Au niveau national, les grandes surfaces d'alimentation générale commercialisent près des deux tiers des produits alimentaires (72% en valeur d'achat⁴⁹).

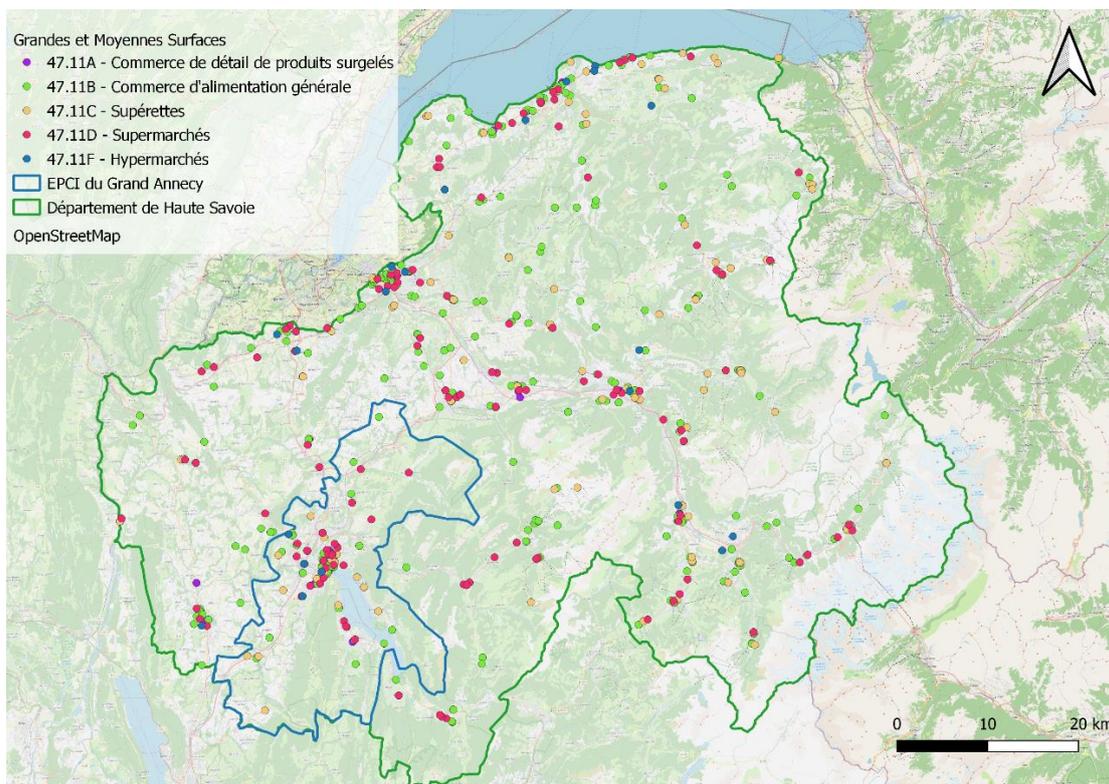
Les commerces alimentaires classiques (supermarchés, hypermarchés, superettes, etc.) se concentrent dans l'aire urbaine d'Anancy. Cette concentration des points de vente suit logiquement la concentration de la population, mais interroge sur l'accès des habitants des communes rurales, moins denses, aux lieux d'achat alimentaire. Cette question d'accessibilité géographique est encore plus accentuée pour les personnes en situation financière difficile et/ou sans moyen de transport et/ou isolées.

⁴⁸ <https://labiodici.fr/>

⁴⁹ Source : FranceAgrimer 2017 / LSA, 2017 / Girafod, 2017



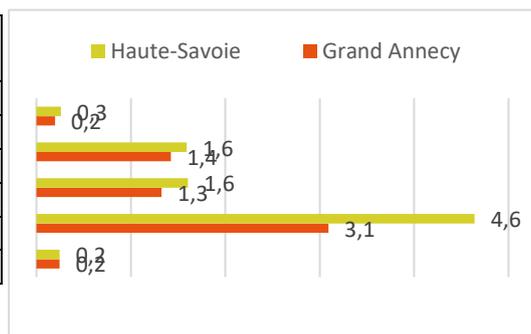
Figure 39 : Carte des surfaces alimentaires généralistes (Source : extraction Sirene, 2021 ; élaboration TriesseGressard)



Le territoire du Grand Anancy compte **128 lieux de distribution classique**. La densité de chaque type de commerce alimentaire (hors les produits surgelés) est nettement plus faible que le tissu à l'échelle du département (1,3 établissement en moyenne pour 10 000 habitants sur le Grand Anancy, contre 1,7 en Haute-Savoie).

Tableau 9 : Grandes et moyennes surfaces sur le territoire du Grand Anancy : effectif et densité (nb d'établissements pour 10 000 habitants) (Source : extraction Sirene, décembre 2021)

Catégorie	Effectifs Grand Anancy
Hypermarchés	4
Supermarchés	29
Supérettes	27
Commerces d'alimentation générale	63
Commerces de détail de produits surgelés	5
Total	128



Quelle place des produits locaux dans les commerces alimentaires généralistes type GMS ?

Des démarches existent pour référencer des producteurs locaux directement auprès des grandes et moyennes surfaces, sans qu'ils aient à passer par leur centrale d'achat (des producteurs peuvent cependant être référencés au niveau de centrales d'achat « locales » pour certaines enseignes). Classiquement, les enseignes franchisées type Leclerc (Alliances Locales), Intermarché (Producteurs d'ici) ont plus de latitude vis-à-vis de leur centrale d'achat pour créer ce type de partenariat. L'objectif affiché est de simplifier les relations avec les agriculteurs et de leur offrir des conditions d'accès plus



avantageuses. **Cependant la part de produits locaux du Grand Anecy est moindre dans ces établissements.**

Notons par exemple la démarche de Carrefour et d'Auchan :

ActForGood de Carrefour : « Notre démarche ActForFood vise à répondre à la question « Comment assurer la transition alimentaire pour tous ? ». Un des axes est centré sur les produits locaux, bio, de meilleure qualité. On a renforcé les approvisionnements locaux avec des contrats et partenaires sur le territoire », Carrefour. L'hypermarché d'Anecy a signé à ce jour environ 50 contrats avec les entreprises locales des deux Savoie, ce qui représente environ 100 produits de différents types : fruits et légumes, charcuterie, épicerie, etc.



Carrefour 

« Le lien est bien établi avec les producteurs. Cependant, compte tenu des volumes qu'on traite, on ne peut pas travailler qu'en local. Les consommateurs demandent également d'avoir une diversité qu'on ne peut pas avoir sur ce territoire sur toutes les catégories de produits », Carrefour.

Groupe Auchan : « Nous travaillons très en local. Il faut juste référencer les producteurs au national pour pouvoir les payer. Cette procédure prend 48h pour les produits secs et non-alimentaires et quelques semaines pour les produits frais, car nous réalisons les audits de qualité. Les négociations sont ensuite réalisées par les chefs de rayon de notre magasin avec ses propres fournisseurs », Auchan.



Auchan 

Cependant, les filières emblématiques des deux Savoie comme celles des fromages, pommes, vins sont traitées nationalement dans le cadre de la démarche « Filière responsable Auchan » lancée en 2014. Cette dernière met en valeur les produits de qualité et le respect de l'environnement et des producteurs locaux. En revanche, les petits producteurs livrent les magasins de proximité. Le magasin interviewé à Anecy constate qu'il propose environ 500 références de produits de Haute-Savoie et Savoie.

Même si les enseignes s'organisent pour proposer une offre locale, ils rencontrent cependant des difficultés assez classiques : **manque d'offre, notamment en fruits et légumes, volumes proposés par les fournisseurs locaux, connaissance et mise en relation avec les fournisseurs, réticence des agriculteurs à travailler avec la grande distribution.**

« Il nous manque une connaissance de nouveaux fournisseurs proposant de nouveaux produits. Pour nous il est très important de se mettre en lien très rapidement. Nous avons auparavant eu des informations sur les fournisseurs locaux à travers la « Marque Savoie », mais là nous ne recevons plus de nouvelles. Comment le PAT pourrait faciliter ce travail entre nous et fournisseurs potentiels ? », Auchan.



PAT Grand Anecy :

Prendre en compte le poids de la GMS dans les lieux d'achats des consommateurs (environ 72% des achats en valeur sont réalisés en GMS au niveau national).



3.3.4 L'artisanat

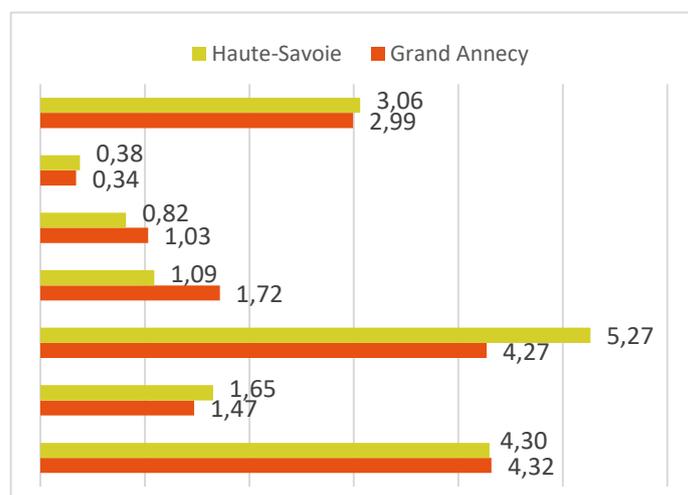
L'artisanat alimentaire sur le Grand Anancy représente 11% de l'activité artisanale globale⁵⁰. La proportion est la même à l'échelle départementale.

La CMA⁵¹ de la Haute-Savoie recense 5 950 entreprises alimentaires artisanales sur le territoire du département ; **662 entreprises se trouvent sur le Grand Anancy** dont 2/3 sont immatriculées à Anancy (environ 450). En 3 ans (2018/2021) le nombre d'acteurs artisanaux a augmenté de 21%. Cependant il s'agit souvent de micro-entreprises où les entrepreneurs travaillent de chez eux en n'ayant pas de local. Ainsi, sur 662 entreprises du Grand Anancy, 305 ont moins de 3 ans d'existence (46%).

La densité en commerce alimentaire de tous types de produits pour 10 000 habitants sur le territoire d'étude est moins élevée que celle à l'échelle du département (2,30 vs 2,36 respectivement).

Tableau 10 : Sélection des commerces alimentaires de détail sur le territoire du Grand Anancy : effectif et densité (nb d'établissements pour 10 000 habitants) (Source : Sirene, décembre 2021)

Catégorie et code Naf	Effectifs Grand Anancy
Commerce de détail de viandes et de produits à base de viande en magasin spécialisé (47.22Z)	61
Charcuterie (10.13B)	7
Commerces de détail fruits et légumes (47.21Z)	21
Commerce de détail de pain, pâtisserie et confiserie (47.24Z)	35
Boulangerie et boulangerie-pâtisserie (10.71C)	87
Pâtisserie (10.71D)	30
Autres commerces de détail spécialisés (47.29Z)	88
Total	329

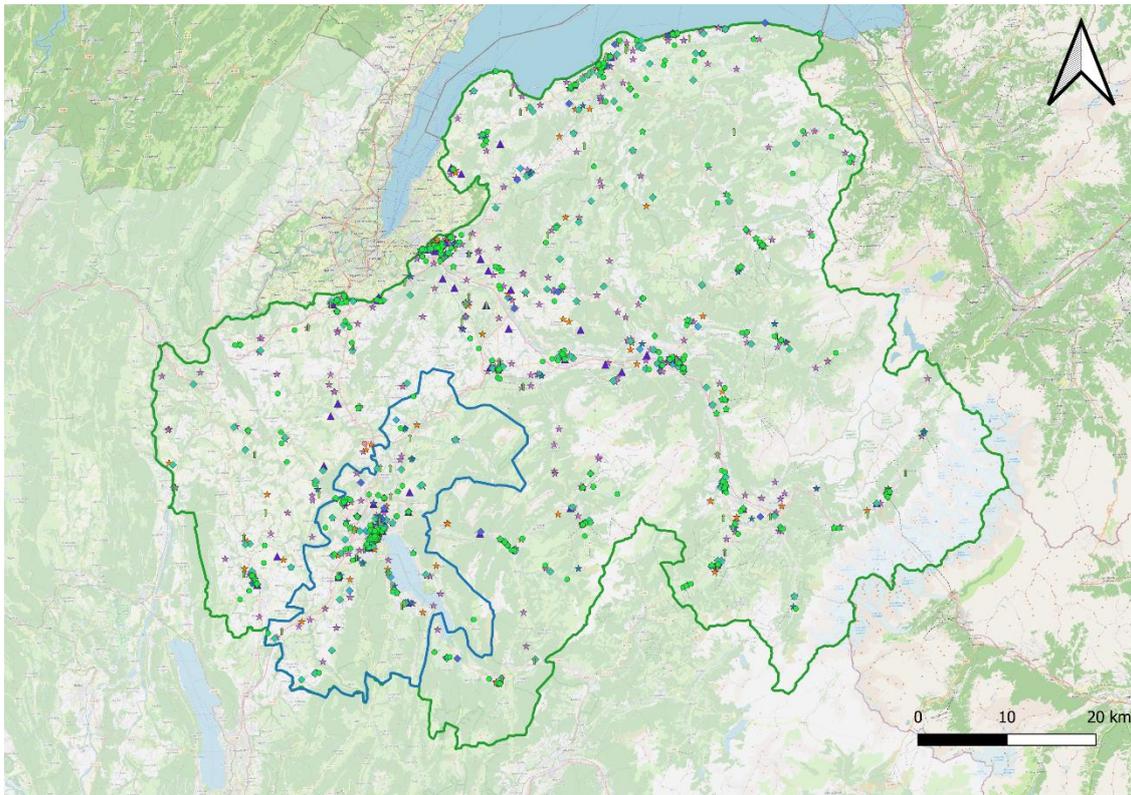


⁵⁰ 4 types des activités relevant de l'artisanat : alimentation, bâtiment, fabrication, services

⁵¹ Chambre de Métiers et de l'Artisanat



Figure 40 : Carte des surfaces alimentaires spécialisées (Source : extraction Sirene, 2021 ; élaboration TriesseGressard)



Commerces spécialisés

- ◆ 10.13B - Charcuterie
- ★ 10.71C - Boulangerie et boulangerie-pâtisserie
- ★ 10.71D - Pâtisserie
- 47.19B - Autres commerces de détail en magasin non spécialisé
- ▲ 47.21Z - Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé
- ◆ 47.22Z - Comm. détail viandes & produits à base de viande (magas. spéc.)
- ◆ 47.23Z - Comm. détail poissons crustacés & mollusques (magasin spécialisé)
- ★ 47.24Z - Comm. détail pain pâtisserie & confiserie (magasin spécialisé)
- † 47.25Z - Commerce de détail de boissons en magasin spécialisé
- 47.29Z - Autres commerces de détail alimentaires en magasin spécialisé

- EPCI du Grand Anancy
- Département de Haute Savoie
- OpenStreetMap

Quelques artisans pratiquent les achats locaux et souhaitent le développer.

- Cependant, les **grossistes** restent le fournisseur principal en termes de poids économique.
- Les freins à l'achat local :
 - **Manque de visibilité de l'offre** à destination des professionnels,
 - **Manque de temps** pour cette recherche,
 - **Difficultés logistiques** en amont.

« Nos principaux freins sont la circulation difficile à Annecy, un problème pour trouver le personnel et le loger, la perception des élevages porcins par les riverains et les associations. Les gens ont fait fermer les porcheries dans le passé. Mais là on nous demande d'où viennent nos porcs ! Le confinement a accéléré cela », artisan en filière porcine.



Les enjeux du secteur

- **L'enjeu d'accessibilité géographique des entreprises alimentaires**

« Nous nous battons pour l'implantation de l'artisanat au cœur de villes, ainsi les structures sont accessibles par les fournisseurs, clients, partenaires, le public précaire », souligne la CMA.

- **L'enjeu logistique à l'amont**

Le lien entre producteurs et artisans est à établir et améliorer.

- **L'enjeu d'implantation des artisans sur le territoire, de transmission d'entreprise**

La CMA recense 18,6% d'entreprises artisanales alimentaires du Grand Anancy où les dirigeants ont plus de 55 ans ; 32% : entre 35 et 55 ans. L'enjeu de transmission n'est pas autant alarmant qu'il peut l'être sur d'autres secteurs et territoires, mais d'après la CMA il faut 3 ans afin d'accompagner la transmission⁵² ce qui nécessite de l'anticipation.

- **L'enjeu d'accès aux locaux commerciaux**

Le coût d'accès aux locaux d'activité commerciale à Anancy est très élevé. Comme mentionné auparavant, 46% d'entreprises artisanales alimentaires ont moins de 3 ans d'existence. Généralement, ces acteurs ont peu de moyens afin de pouvoir investir dans un local à Anancy. Ainsi, certains font du partage de locaux d'activité.

- ➔ Réaliser des actions de sensibilisation des artisans sur le partage de locaux ;
- ➔ Proposer davantage d'accès aux tiers-lieux

- **L'enjeu d'évolution du secteur**

Le développement de nouveaux concepts, comme les « *Dark kitchen*⁵³ », peut fortement influencer les artisans. A ce jour, la CMA n'a pas de connaissance si ce type d'établissements existe déjà à Anancy.

- **L'enjeu numérique et de la visibilité des artisans**

De nombreuses plateformes en ligne recensant les acteurs se sont développées lors de la crise du Covid. Cependant cet éparpillement ne facilite pas le renseignement du consommateur. D'après la CMA, il y a un enjeu de coordination entre les collectivités publiques et les acteurs privés pour le référencement. En outre, il y a un manque de suivi pour la mise à jour des plateformes dans les années qui viennent.

- **L'enjeu de transition écologique**

Accompagner les artisans à faire évoluer leurs équipements afin de les adapter aux enjeux environnementaux de demain.

⁵² La CMA propose cette prestation de service

⁵³ Le terme « dark kitchen » est un vocable anglais repris dans l'usage courant du français pour désigner des « restaurants virtuels » ou « cuisines fantômes », accessibles uniquement en ligne via des plateformes de livraison de nourriture sur Internet.



3.3.5 Analyse AFOM : les commerces alimentaires et la restauration commerciale

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • Tissu riche de commerces sur le territoire • Demandes de plus en plus fréquentes pour un sourcing local chez les professionnels • Démarches chez les GMS pour travailler en direct avec les fournisseurs locaux, sans passer par les Centrales d'achat 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de mise en relation et d'interconnaissance entre producteurs et professionnels > une mise en relation à développer avec des rencontres BtoB, annuaire des producteurs (notamment pour les nouveaux qui s'installent). Appuyer les acteurs, mais aussi leurs réseaux • Des pratiques d'approvisionnements locaux restent encore à développer chez les artisans, restaurateurs > Appel à projet Année de la gastronomie (Gouvernement et CCI) • Accès aux locaux commerciaux pour les artisans > Réaliser des actions de sensibilisation des artisans sur le partage de locaux, Proposer davantage d'accès aux tiers-lieux. • Accessibilité géographique des entreprises alimentaires : déplacements à Annecy, difficultés logistiques à s'approvisionner, etc. • Expérience non réussie de la plateforme physique Miam (cf. partie logistique)
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Demande croissante des consommateurs vers des produits locaux, succès en GMS qui reste le lieu privilégié pour les achats alimentaires (72% de la consommation à domicile) 	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de disponibilité de l'offre du territoire dû à la concurrence avec d'autres circuits de vente directe rémunérateurs (Marchés de la ville d'Annecy, d'Aix les bains et Annemasse parmi les plus fréquentés des Savoie), Points de vente collectifs et vente directe à la ferme • Manque de volumes sur certaines productions comme la viande, les légumes, fruits hors pommes et poires, légumineuses et céréales panifiables

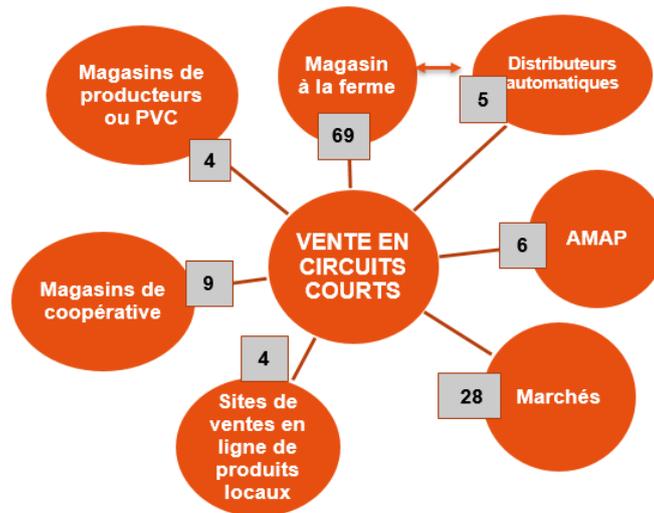
3.3.6 Les initiatives de circuits de proximité et circuits alternatifs du territoire

On dénombre différents types d'organisations des circuits de proximité et circuits alternatifs sur le territoire : les magasins de vente directe à la ferme, les points de vente collectifs ou magasins de producteurs, les AMAP⁵⁴, les marchés et marchés de producteurs, les sites de vente en ligne, les magasins de coopératives, etc.

⁵⁴ AMAP : Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne



Figure 41 : Identification de l'ensemble des lieux de vente en circuits courts sur le territoire du Grand Anancy (CASMB, 2021)



La grande diversité des modes de vente en circuits courts sur le territoire bénéficie aussi d'une **bonne dynamique**. Les producteurs peuvent commercialiser **très localement** leur production sur le territoire.

Une partie de la **commercialisation en circuits courts se fait également à l'extérieur du territoire** pour certains producteurs du Grand Anancy car on y trouve d'autres lieux de ventes attractifs (marchés emblématiques d'Aix-les-Bains, de Chamonix, d'Annemasse, nombreuses AMAP d'Annemasse, autres magasins de producteurs extérieurs).

Magasins de vente directe à la ferme et distributeurs automatiques

Pour rappel comme vu précédemment, en 2021, sur les 84 exploitations agricoles pratiquant la vente directe du Grand Anancy :

- **82% font de la vente à la ferme** (soit un total de **69 exploitations**)
- **81% (soit 68 exploitations)** déclarent faire de la vente directe **sous un autre mode** (marchés, AMAP, paniers, etc.)

Parmi les 69 exploitations possédant des magasins de vente à la ferme sur le territoire, **6 sont labellisées « Bienvenue à la Ferme »** :

- Aux douceurs de la Ferme – Annecy-le-Vieux - ANNECY
- La ferme du Pré Paillard – Annecy-le-Vieux – ANNECY
- La Ferme de Ferrières – Pringy – ANNECY
- GAEC Le Bouquet Savoyard – SEVRIER
- Spiruline des Bauges – CHAINAZ-LES-FRASSES
- La ferme du Chénêt – Les Ollières – FILLIERE

« **Bienvenue à la Ferme** » est une marque nationale développée par les Chambres d'Agriculture pour identifier les producteurs pratiquant la vente à la ferme ou l'accueil à la ferme. Les deux exploitations suivantes, également « Bienvenue à la ferme » ne sont pas répertoriées directement sur le territoire du Grand Anancy mais leur proximité est notable :



- Vergers Tissot dont le local de vente est situé à Pringy uniquement et dont le siège d'exploitation est à Copponex,
- La Chèvrerie d'Alex à Alex est présente sur un alpage du Semnoz en été.



Aussi, certaines fermes en vente directe s'équipent de **distributeurs automatiques** pour s'assurer un nouveau débouché, plus pratique pour les consommateurs (horaires élargis, accessibilité). Ils sont au nombre de 5 sur le Grand Anncy :

- Aux douceurs de la Ferme – Annecy-le-Vieux - ANNECY
- La ferme du Pré Paillard – Annecy-le-Vieux - ANNECY
- Les volailles du Semnoz – Seynod - ANNECY
- EARL Poncetti – Thorens-Glières - FILLIERE
- EARL Lavorel – Epagny – EPAGNY-METZ-TESSY

Points de vente collectifs et magasins de producteurs

Un point de vente collectif (PVC), aussi appelé magasin de producteurs, est un magasin en **vente directe de produits fermiers**, géré collégalement par un groupe de producteurs dont un doit obligatoirement être présent à la vente. Les producteurs peuvent être associés au magasin ou être dépôt-vendeurs. Dans les deux cas, on parle de vente directe (réglementairement) car la marchandise est propriété du producteur jusqu'à la vente au consommateur, à la différence de l'achat revente qui se retrouve dans la plupart des autres commerces alimentaires.

La région (ex) Rhône-Alpes comptabilise 1/3 des PVC de France avec plus de 120 PVC. Sur le territoire de Savoie Mont-Blanc, on compte 16 PVC dont 9 en Haute-Savoie et 7 en Savoie. Deux nouveaux PVC sont en projet pour 2022-2023.

On identifie 3 points de vente collectifs sur le territoire du Grand Anncy :

- ANNECY - Meythet → Au Rendez-vous du terroir
- ANNECY - Seynod → C'nos terroirs
- CHARVONNEX → Paniers d'ici⁵⁵

La définition du magasin de producteurs se rapproche en tout point du PVC, hormis le fait qu'il n'y a pas forcément de producteur à la vente, celle-ci pouvant être déléguée à un salarié-vendeur. On en dénombre un sur le Grand Anncy : le magasin des Vergers de Poisy est un magasin de producteurs.

⁵⁵ Ce dernier a été créé récemment par les producteurs dans le prolongement du site de vente en ligne de produits fermiers qu'ils avaient développé.



Les magasins de coopératives

Les magasins de coopératives sont des magasins qui proposent en vente directe les produits d'une coopérative. Les magasins de coopératives sur le secteur du Grand Anancy sont au nombre de neuf :

- Fromagerie Chabert (4) → Fruitière du Parmelan à Villaz, la Fruitière de Thorens Glières, la Fruitière du Semnoz à Gruffy, La laiterie d'Annecy-le-Vieux
- Tommes et Beaufort (Magasin des Coopératives laitières du Beaufortain et de Yenne) à Sévrier
- La Fruitière d'Augustin (3) → Coopérative Laitière Sur l'Etang à Groisy, à Epagny et à Annecy
- Fromagerie de la Cochette (Fromagerie Pochat / fromages fermiers) + Miellerie Collective des Bauges.

Les magasins de coopératives présents sur le secteur Grand Anancy sont des **magasins de coopératives laitières** qui proposent des **produits fromagers et des produits laitiers**. Ils proposent en plus de leur gamme des produits laitiers, de la **charcuterie** (saucissons, viande séchée), de la **viande** (diots), **des produits d'épicerie, des produits du terroir** (miel, confiture, crozets), **des vins et bières locales** (vins de Savoie, bières de brasseries). Une majorité de ces produits est vendue sous un label ou une marque identitaire de Savoie.

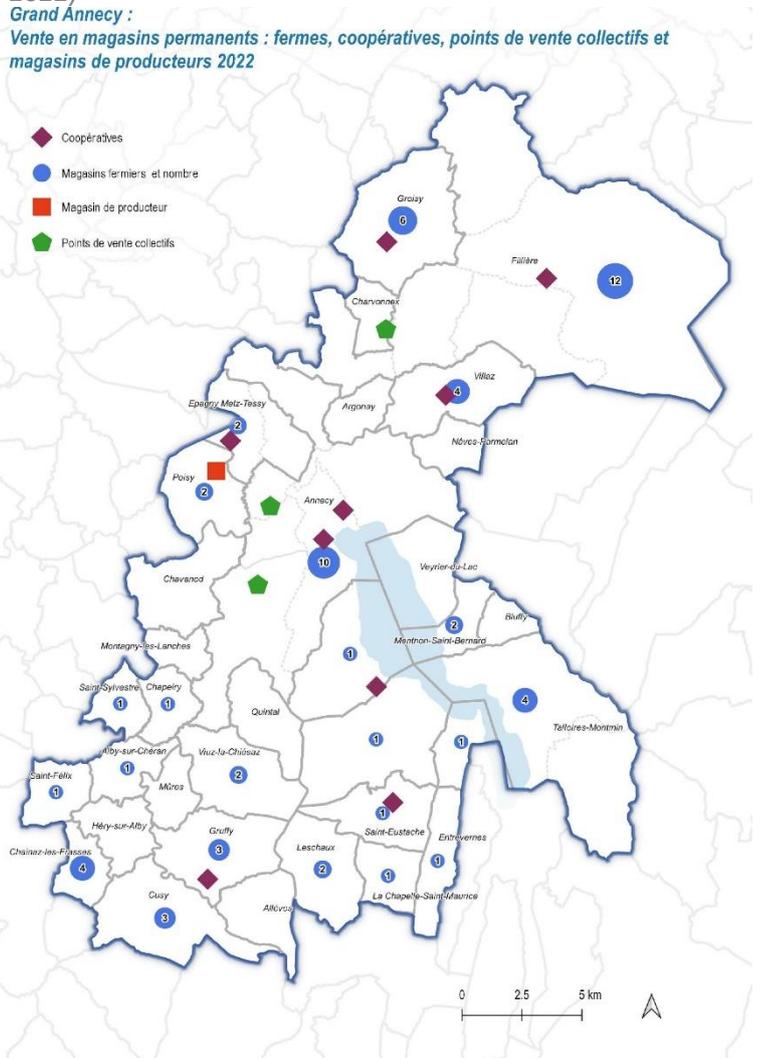
Les fruitières Chabert collectent du lait sur le territoire, en fonction des AOP / IGP, à la différence de la coopérative Tommes et Beaufort qui collecte sur le territoire de l'AOP Beaufort (Tarentaise et Maurienne) et de la tomme de Yenne (Dent du Chat, Savoie).

Les AMAP

Les AMAP, Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, sont des partenariats solidaires entre un ou plusieurs producteurs-paysans et un groupe de citoyens. C'est un système de vente directe, avec aucun intermédiaire entre producteurs et consommateurs. Dans ce partenariat, les paysans s'engagent à livrer régulièrement des produits frais et locaux, produits sur leur ferme à des citoyens (« amapiens ») qui s'engagent à payer un certain nombre de paniers, sur le principe d'un abonnement.

Les AMAP sont régies par la Charte des AMAP. Elle soutient une agriculture respectueuse des hommes, de l'environnement et de l'animal, en référence aux fondamentaux de l'agriculture biologique.

Figure 42 : Ventes en circuits courts dans des magasins permanents : localisation des fermes avec des magasins de vente directe, coopératives, points de vente collectifs et magasins de producteurs sur le Grand Anancy (2022) (CASMB, 2022)



Les **AMAP** identifiées sur le territoire du Grand Annecy sont au nombre de six :

- 4 AMAP à Annecy → Novelamap, Le Petit Chaperon Vert à Cran-Gevrier, Amapatate à Meythet, Le Potager Balmontin à Balmont
- Les Paniers de Serge à Fillière - Thorens-Glières

On souligne un **bon référencement des AMAP** de Savoie et Haute-Savoie sur l'annuaire du site www.avenir-bio.fr: 4 AMAP sur 5 du Grand Annecy y sont répertoriées, avec le détail des produits vendus et des horaires d'ouverture.

Par définition, les AMAP relient par un contrat un producteur local à plusieurs mangeurs locaux : les producteurs des AMAP du Grand Annecy sont donc des producteurs du territoire ou des territoires très proches. Pour certains produits ou des ventes spéciales, les producteurs peuvent faire appel à des producteurs extérieurs au territoire du Grand Annecy, issus du département, de la région ou, dans de rares cas, hors région (agrumes de Corse en vente spéciale pour les fêtes à l'Amapatate de Meythet, huile d'olive de la Drôme, etc.).

Les sites de vente en ligne : La Ruche qui dit Oui!, Paniers d'ici et autres

On retrouve divers sites de vente en ligne de produits alimentaires locaux qui couvrent le département haut-savoyard et donc le secteur du Grand Annecy. Ces sites ont des objectifs et des modes de fonctionnement différents. On recense quatre sites de ventes en ligne (qui fonctionnent comme des « Market Place ») :

- Annecy → La Ruche qui dit Oui !
- Allèves → La Ruche qui dit Oui !
- Paniers d'ici (livraison à 4 points relais et livraison à domicile sur certaines communes)
- La Fée locale

Ils correspondent à deux types de sites :

- Les sites nationaux ou les « franchises » comme « La Ruche qui dit Oui ! » qui sont détenus par des entreprises et présents partout en France. Le site offre alors un service payant aux producteurs : une commission est prélevée sur les ventes avec une part afin de rémunérer le groupe détenteur de la franchise et une part pour rémunérer le « responsable – gérant » de la ruche localement.
- Les sites indépendants créés par des producteurs eux-mêmes ou des particuliers (ex : Paniers d'ici). Une commission est prélevée sur les ventes pour assurer la couverture des frais de fonctionnement – fonctionnement assuré par une organisation collégiale des producteurs.



D'autres sites, dits « sites vitrines », référencent des producteurs et des produits locaux et ont pour ambition de mettre en relation producteurs et consommateurs, de créer du lien entre eux. Ils reposent sur la libre inscription des producteurs sur le site, avec ou sans cotisation financière au site.

- *Producteurs-savoie-mont-blanc.com* → Le site a été développé par la Chambre d'Agriculture Savoie Mont-Blanc, qui le tient actif, actualisé et qui communique à son sujet pour le développer et le faire connaître. C'est un site local, développé pour le territoire des Savoie en particulier, et où le producteur cotise pour adhérer au site. Une évolution est envisagée prochainement pour faire évoluer le site vers un site de vente type « Market Place ».
- *GranVillage* → Partenariat avec Groupama, il s'agit d'un site de référencement des producteurs français. L'adhésion est gratuite.
- D'autres sites de référencement de producteurs ou de produits avec ou sans vente en ligne : produits locaux 74, Local Direct, Mon producteur de Savoie, Acheter à la source, Dans ma zone 74, etc.

On constate différents objectifs des créateurs de ces sites :

- Mettre en avant les producteurs et artisans locaux
- Créer du lien entre producteurs et consommateurs
- Faciliter l'organisation pour le producteur (gestion des commandes) et pour le consommateur (une plateforme de commande et un lieu unique de retrait OU une livraison à domicile suivant la plateforme)
- Parfois la mise en avant de produits non alimentaires locaux → artisanats, cosmétiques, etc.
- Selon les sites, un regard plus ou moins poussé sur l'origine de la matière première → parfois mise en avant des commerçants locaux davantage que des productions locales.

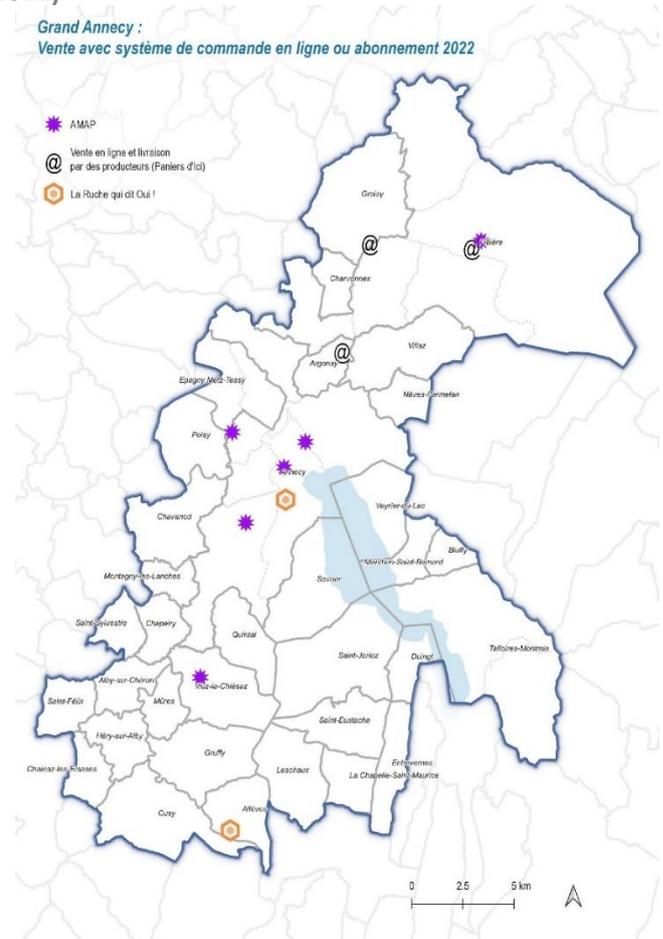
Certains sites ont été créés pendant le confinement mais d'après des entretiens avec les créateurs de ces sites, faire vivre et perdurer l'activité après les confinements a été plus difficile.

Les marchés

On dénombre **33 marchés proposant de l'alimentaire sur le territoire du Grand Anancy** avec des fréquences différentes.

Seulement 3 marchés du territoire du Grand Anancy ne proposent pas de produits de producteurs de Savoie ou de Haute-Savoie.

Figure 43 : Ventes en circuits courts : localisation des modes de ventes avec un système de commande en ligne ou un abonnement sur le Grand Anancy (2022) (CASMB, 2022)



Pour les 30 autres, on peut distinguer deux principaux types de marchés :

- **Les marchés dits de producteurs**

Ils peuvent se scinder en 2 groupes : les marchés de producteurs à 100 %. Ils sont composés uniquement de producteurs qui proposent leur production à la vente excluant les revendeurs. Nationalement il existe un label « marché de producteurs de Pays » avec un cahier des charges interdisant la présence de revendeur. Sur le Grand Anancy il n’y en a pas, cependant il y a 5 marchés qui peuvent être considérés comme marché de producteurs :

- **3 marchés de producteurs et artisans locaux** sans commerçants revendeurs (le marché de Bluffy mis en place pendant la crise Covid en 2020, le marché de Thorens-Glières et le marché de Poisy)
- **2 marchés 100 % producteurs** (le marché de Sevrier le lundi et le jeudi) directement sur le site de la ferme d’une exploitation maraîchère.

- **Les marchés de plein vent accueillant des producteurs**

Il n’y a pas uniquement des producteurs sur ces marchés. Sur certains marchés, les revendeurs peuvent être très nombreux et les producteurs très minoritaires (difficulté à les identifier dans certains cas). On dénombre **25 marchés de plein vent accueillant des producteurs** (sur les 33 marchés de plein vent du territoire, donc 3 marchés sans producteurs). Dans les marchés emblématiques, on peut citer ceux de la ville d’Anney.

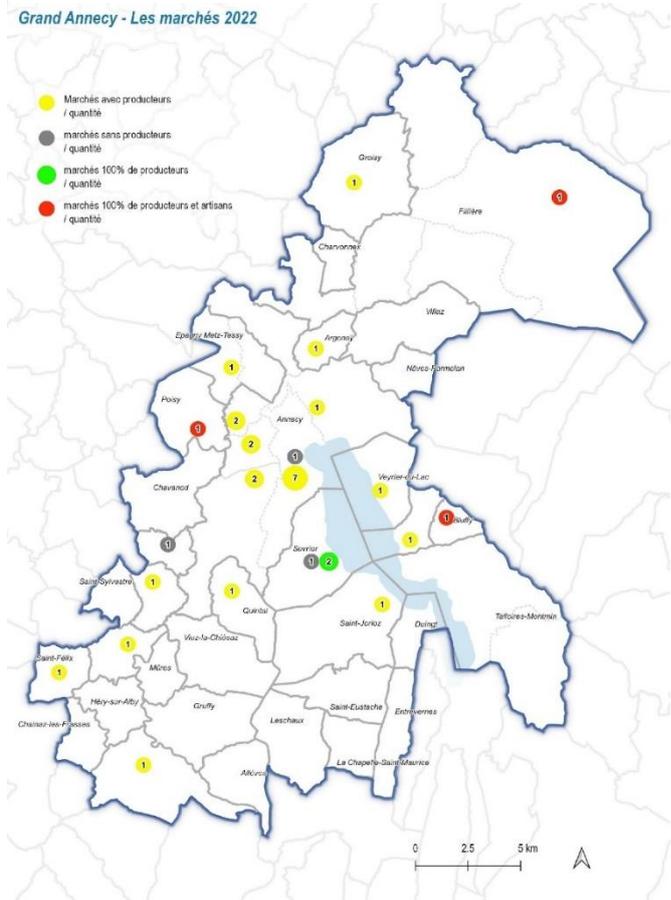
Le Grand Anancy a fait une enquête auprès des mairies en 2020 pour recenser les marchés avec ou sans producteurs. En 2021, la Chambre d’agriculture a complété cette enquête en identifiant un taux de producteurs sur les marchés de plein vent accueillant des producteurs compris entre 25% et 64%. Les marchés de producteurs et artisans de Bluffy, Poisy et Thorens-Glières ont un taux de producteurs entre 67 et 88% et le marché de producteurs de Sevrier a un taux de 100% de producteurs.

Certains marchés communiquent parfois à tort sur la terminologie « marchés de producteurs ». Sans doute par méconnaissance des chartes existantes sur la labellisation des marchés de producteurs. Ajoutons aussi qu’il n’y a pas de réglementation nationale existante sur le marché de producteurs.

Les communes restent volontaires pour mettre en avant la production locale : cela a été observé lors des enquêtes de la Chambre d’agriculture, avec une forte demande des communes d’avoir plus de producteurs présents sur leurs marchés.

En comparant les différentes cartes répertoriant les différents lieux de vente en circuits-courts de produits locaux, on observe une **hétérogénéité des lieux de ventes de produits locaux**. Les zones

Figure 44 : Localisation des marchés avec ou sans producteurs sur le Grand Anancy (2022) (CASMB, 2022)



de la Rive Est (du côté de Talloires) et sur le **secteur Bauges** possèdent bien moins de lieux de ventes de produits locaux.

Le tableau récapitulatif et comparant les différents types d'organisation pour les différents modes de vente en circuits courts évoqués précédemment se trouve en annexe 11.

Autres magasins de vente de produits locaux

D'autres magasins sur le territoire proposent aussi des produits locaux :

- Les magasins spécialisés biologiques comme l'enseigne Biocoop : on compte trois magasins sur Anancy qui sont gérés par le même directeur général,
- L'épicerie solidaire (Alpar : la seule du Grand Anancy – son fonctionnement et ses besoins sont détaillés dans un compte-rendu d'entretien en annexe 12)
- Les grandes et moyennes surfaces du territoire dans une moindre mesure (cf. partie La grande distribution).

Pour les magasins spécialisés biologiques, la gamme est partagée entre des produits référencés au national au niveau de l'enseigne (en particulier sur les produits d'épicerie) et des produits du Grand Anancy issus des partenariats avec des producteurs locaux (produits laitiers, fruits et légumes notamment).

3.3.7 Analyse AFOM : les circuits de proximité et circuits alternatifs du territoire

Atouts	Faiblesse
<ul style="list-style-type: none"> • De nombreuses initiatives sur le territoire pour dynamiser l'accessibilité aux produits locaux • Diversité de modes de vente en circuits courts entre collectif, individuel proposant des produits de qualité 	<ul style="list-style-type: none"> • Peu accessible aux jeunes installés, car les circuits collectifs sont déjà « occupés » par d'autres (fromages de chèvre, fruits, maraîchers) • Pas assez de lieux de vente collectifs (magasin de producteurs, marchés de producteurs, AMAP...) • Hétérogénéité des lieux de ventes de produits locaux : zones blanches sur la Rive Est (du côté de Talloires) et sur le secteur Bauges, avec moins de lieux de ventes de produits locaux
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Forte demande des locaux et touristes de consommer local d'un gros bassin de vie • Fort pouvoir d'achat 	<ul style="list-style-type: none"> • Peu de débouchés adaptés aux jeunes consommateurs • Trop d'initiatives sites internet de promotion des lieux d'achats de produits locaux qui ne sont pas gérés par des professionnels = perte d'information par rapport à une centralisation des données avec mise à jour régulière (au moins annuelle) • Confusion sur les produits locaux avec les produits dits locaux chez les revendeurs



4 Le système alimentaire de l'agglomération, quels enjeux ?

L'analyse croisée du diagnostic agricole et du diagnostic de la consommation et des flux du territoire a abouti à la formulation de 5 enjeux stratégiques pour le Projet Alimentaire du Territoire du Grand Anecy dont l'objectif final est que les habitants mangent mieux, de saison et local. Le Comité de pilotage du 10 février 2022 a proposé des ajustements puis validé ces 5 enjeux.

5 enjeux du PAT Grand Anecy pour une alimentation plus locale et accessible à tous :

1/ **Accompagnement au développement d'une agriculture nourricière et diversifiée sur le territoire : consolidation des structures existantes, aide à la mise en place de nouvelles productions, accompagnement à l'adaptation au changement climatique**

2/ **Accompagnement à la structuration des filières territoriales**

3/ **L'offre locale plus accessible sur l'ensemble du territoire dans les différents circuits de distribution**

4/ **Vers une restauration collective et commerciale plus engagée sur les approvisionnements locaux et de qualité**

5/ **Communication et sensibilisation d'habitants et de visiteurs**

1/ **Accompagnement au développement d'une agriculture nourricière et diversifiée sur le territoire : consolidation des structures existantes, aide à la mise en place de nouvelles productions, accompagnement à l'adaptation au changement climatique**

D'une part un territoire avec une **production laitière sous signe de qualité, socle** d'une économie agricole, d'autre part de nombreuses demandes de productions végétales, de viande porcine et de volailles. Face à une urbanisation galopante ainsi qu'aux enjeux du changement climatique, le partage des ressources - **foncier et eaux** - est un enjeu vital pour la viabilité de toutes les filières. Comment le territoire va-t-il aider au maintien de certaines filières et au développement des autres ?

Une forte **demande politique et des habitants du Grand Anecy pour l'installation et la diversification de producteurs en cultures végétales.**

Cependant des retours du terrain montrent que beaucoup de **marâchers ou arboriculteurs en place se sentent oubliés** (certains d'entre eux sont des jeunes installés) : foncier < 2ha, sous équipement matériel, impossibilité de construire des serres, non accès à l'irrigation, manque de main d'œuvre. Comment le PAT pourrait participer à la structuration de ces filières végétales à enjeux ?

110, c'est 40 % des exploitants du territoire qui ont plus de 55 ans. Les 5 dernières années, sur 24 arrêts d'activité, 11 exploitations (45 %) n'ont pas été reprises. Quelles actions pourront être mises en place pour inverser cette tendance les 10 prochaines années ?

Cohabiter : d'un côté des exploitations en place, de l'autre de nouveaux habitants avec des néoruraux (certains ne réalisent pas toujours les vraies difficultés et les enjeux du métier). Les habitants qui souhaitent manger local, mais en même temps ne souhaitent pas avoir d'exploitations porcines ou avicoles comme voisins ; des prairies qui sont aujourd'hui des outils de travail versus des lieux de promenade pour les habitants (ex. attaques des chiens de berger, etc.) ... Quels sont les lieux possibles, les médias et qui pour véhiculer le bien vivre ensemble ?



2/ Accompagnement à la structuration des filières territoriales

L'organisation logistique est au cœur des préoccupations pour augmenter l'utilisation des produits locaux (restaurants commerciaux, restauration hors domicile, artisans de bouche) depuis au moins le Système alimentaire du Bassin Annécien en 2014. Une plateforme de producteurs créée en 2016 s'est arrêtée au bout de 2 ans. Quels sont les facteurs de réussite pour qu'une plateforme logistique soit viable ? Quelles expériences nationales ont réussi ?

De nombreuses productions en dehors de la filière laitière sont proposées brutes aux acteurs de la demande. **Le choix des outils de transformation est limité** pour les fruits et légumes, il est en construction pour les céréales panifiables bio, il n'est pas toujours jugé rentable pour la viande et inexistant pour la volaille. Les outils pour le **conditionnement** : contenants et packaging marketés adaptés aux volumes de la production fermière n'existent pas (achats par unité de 1000 pots, étiquettes par exemple). La mise en place de ces outils de transformation (ex. légumerie, conserverie, abattoir mobile, etc.) et conditionnement (ex. plateforme physique d'éclatement pour les produits locaux) serait-elle rentable et sous quelles conditions ?

Les acteurs de la demande souhaitent de la **régularité d'approvisionnement** : pour cela il y a un besoin exprimé de **structuration des petites filières fermières** (viandes, fromages de chèvres, légumes...) pour que les produits soient toujours disponibles.

3/ L'offre locale plus accessible sur l'ensemble du territoire dans les différents circuits de distribution

Des ménages en situation de précarité aux ménages très aisés, les besoins et attentes des habitants du Grand Anecy ne sont pas les mêmes selon les profils. Certains cherchent à avoir plus de liens et d'interaction avec les producteurs, pour d'autres, la question est plutôt de comment subvenir à leurs besoins essentiels. Comment le PAT peut-il apporter une réponse différenciée aux besoins et attentes de ces **profils de consommateur** ?

Comment sensibiliser tous les habitants au mieux manger (sain, de saison et local) ?

Comment augmenter et diversifier la production du territoire pour nourrir les différents profils de consommateurs, dont les publics précaires ?

En face des consommateurs, **artisans, métiers de bouche, grandes et moyennes surfaces** cherchent à s'approvisionner localement mais ne savent pas nécessairement où. Ils souhaitent avoir davantage de visibilité sur les nouveaux acteurs agricoles qui s'installent et ceux qui existent déjà. Les questions logistiques de l'approvisionnement sur la ville d'Anecy sont également soulevées. Comment le PAT pourrait répondre à cette demande des professionnels ?

Des **zones avec une offre riche en circuits de distribution** (ex. Ville d'Anecy, Albanais) **et des zones moins pourvues** (ex. Les rives du Lac et Les Bauges) : comment couvrir l'ensemble du territoire ? Sachant que les producteurs souhaitent développer des projets de points de vente en circuits courts et collectifs.



4/Vers une restauration collective et commerciale plus engagée sur les approvisionnements locaux et de qualité

La loi EGALIM incite la restauration collective à faire évoluer ses pratiques. Les acteurs du territoire souhaitent s'approvisionner non seulement en produits éligibles avec la loi EGALIM, mais surtout en produits d'origine locale. Le budget contraint reste un des freins majeurs à l'achat local. Comment dégager des **marges de manœuvre financières** pour absorber le surcoût dans ces budgets contraints ? Comment davantage **accompagner la restauration sur la gestion** du gaspillage, l'organisation collective de la logistique, l'utilisation de protéine végétale, les actions pédagogiques (notamment dans les collèges et lycées), etc. ?

Les **sociétés de la restauration collective (SRC), les traiteurs**, etc. sont également soumis aux exigences de la loi EGALIM afin de répondre aux marchés publics des collectivités. Cependant, ils peinent à trouver les approvisionnements locaux sur certaines catégories de produits éligibles avec la loi. En outre, avec la mise en place de l'EGALIM les SRC locales se sentent davantage concurrencées par les chaînes nationales des SRC. Les groupes nationaux qui ont plus de facilité d'apporter les marchés ayant des propositions plus compétitives financièrement avec des produits sous signes de qualité d'autres régions, voire d'autres pays... Comment le PAT pourrait faciliter le travail de ces acteurs du territoire ? Des démarches sont en cours dans les différents types de restauration collective, mais doivent être renforcées pour permettre aux établissements de faire face aux transformations. Il s'agit de :

- Travailler sur la coordination des différentes politiques d'intervention sur la restauration collective (Région, Département, communes) ;
- Structurer des filières végétales et viande mais aussi boulangerie à destination de la restauration collective ;
- Développer l'offre disponible pour la restauration collective : en volume (viande, légumes, laitage, etc.) et en qualité (HVE, AB, SIQO), et dans des conditions économiques viables pour les agriculteurs et les acteurs des filières.

5/ Communication et sensibilisation d'habitants et de visiteurs

Il existe une attente de la part des acteurs rencontrés pour le renforcement de la lisibilité et de la visibilité de l'offre locale à travers :

- Une harmonisation et une mise à jour des nombreux sites web de recensement de produits locaux,
- Une meilleure traçabilité sur les produits locaux (notamment sur les marchés de producteurs) et une charte pour les marchés de producteurs (et artisans)
- Des actions de pédagogie et de sensibilisation à destination des habitants (sensibilisation aux réalités agricoles du territoire), des scolaires (dont collèges et lycées), touristes/visiteurs (mise en avant de la gastronomie locale). L'ouverture d'un lieu de rencontre et d'échanges comme une Maison de l'alimentation, est un souhait émis par certains acteurs.
- Un appui sur la restauration commerciale, comme porte d'entrée pour la communication auprès des visiteurs, pour conjuguer attrait touristique, événementiel et gastronomie locale.



Table des illustrations

Figure 1 : Occupation du sol sur le territoire de Grand Anancy (<i>Source : Régie de Gestion des Données 74 – année 2015</i>).....	8
Figure 2 : Assolement 2020 du Grand Anancy en ha (<i>Source : Registre Parcellaire Graphique</i>)	9
Figure 3 : Carte de localisation des exploitations agricoles professionnelles du Grand Anancy (Atelier principal) (<i>CASMB, 2021</i>).....	10
Figure 4 : Filière bovin lait : localisation des exploitations, des ateliers de transformation et flux (<i>CASMB, 2021</i>).....	11
Figure 5: Localisation des exploitations en transformation à la ferme pour les bovins lait, caprins et ovins lait. Taux de commercialisation sur Grand Anancy (<i>CASMB, 2021</i>)	12
Figure 6 : Filières fromagères fermières : les chiffres clés (<i>CASMB, 2021</i>)	13
Figure 7 : Localisation des exploitations bovins viande et ovins viande et taux de commercialisation sur le Grand Anancy (<i>CASMB, 2021</i>)	13
Figure 8 : Filière viande du Grand Anancy : lieux de production, outils de transformation et flux de commercialisation (<i>CASMB, 2021</i>)	15
Figure 9 : Localisation des exploitations aviaires et flux de commercialisation viande et œufs (flèche verte), flux de transformation (flèche orange) (<i>CASMB, 2021</i>)	17
Figure 10 : Localisation des exploitations maraîchères et arboricoles, flux vers les prestataires de transformation des légumes (flèche orange) et taux de commercialisation sur Grand Anancy (flèche verte) (<i>CASMB, 2021</i>)	20
Figure 11 : Localisation des exploitations maraîchères et arboricoles, flux vers les prestataires de transformation des fruits (flèche orange) et taux de commercialisation sur Grand Anancy (flèche verte) (<i>CASMB, 2021</i>)	22
Figure 12 : Localisation des exploitations ayant une activité agricole non alimentaire (<i>CASMB, 2021</i>)	25
Figure 13 : Les principales fonctions assurées par les grossistes (<i>Elaboration TriesseGressard Consultants</i>).....	26
Figure 14 : Localisation des acteurs de gros sur Grand Anancy et les départements limitrophes (<i>Source : extraction Sirene, élaboration TriesseGressard</i>).....	27
Figure 15 : Description de l'action (<i>Etude CASMB - CCI74 - CMA74, 2015</i>)	28
Figure 16 : Définition d'un circuit court et de proximité.....	30
Figure 17 : Productions des exploitations en circuits courts sur le Grand Anancy (<i>CASMB, 2021</i>)	31



Figure 18 : Schéma comparatif de la production du territoire par rapport au besoin de consommation du territoire du Grand Anecy en 2021 (Source : diagnostic de la Chambre d'agriculture, 2021 pour la production ; estimation TriesseGressard d'après INCA 3 pour la consommation).....	32
Figure 19 : Conséquences des temps chauds, fragilisation de l'enneigement et des stocks hydriques sur la production d'herbe en alpage pour l'élevage de ruminants (CASMB, 2021).....	36
Figure 20 : Conséquences des temps chauds, baisse des précipitations et des stocks hydriques sur la production d'herbe en prairie pour l'élevage de ruminants (CASMB, 2021).....	36
Figure 21 : Conséquences des augmentations des températures, fréquence et intensité des temps chauds sur la santé des ruminants (CASMB, 2021).....	36
Figure 22 : Conséquences des temps chauds, baisse des précipitations et des stocks hydriques sur la production arboricole (CASMB, 2021).....	37
Figure 23 : Répartition des agriculteurs du Grand Anecy par tranche d'âge en 2021 (Source : CASMB, 2021).....	38
Figure 24 : Devenir des exploitations qui ont cessé leur activité (CASMB, 2021).....	39
Figure 25 : Production des nouveaux installés (CASMB, 2022).....	41
Figure 26 : Localisation des exploitations installées par filières (CASMB, 2022).....	41
Figure 27 : Population municipale du territoire du Grand Anecy 2018 (Source : INSEE cartographie Statistiques locales, 2021).....	44
Figure 28 : Population par grandes tranches d'âges (Source : INSEE – Recensement de la population, 2018).....	44
Figure 29 : Répartition des ménages selon la catégorie socio-professionnelle (en % des ménages) (Source : Insee-DGFIP-Cnaf-Cnav-Ccmsa, Fichier localisé social et fiscal (FiLoSoFi) en géographie au 01/01/2021).....	45
Figure 30 : Flux domicile / lieu de travail (Source : Atlas de la région Auvergne-Rhône-Alpes - Nouvel espace régional et dynamiques métropolitaines, 2017).....	45
Figure 31 : Revenu disponible des ménages en 2018 et disparités des revenus (Source : Insee, 2018).....	46
Figure 32 : Répartition aliments ingérés par les habitants du Grand Anecy (en tonnes / an).....	48
Figure 33 : Répartition des dépenses alimentaires des ménages du Grand Anecy (en € / an) (Elaboration TriesseGressard, 2021).....	48
Figure 34 : Répartition des circuits de distribution en France en valeur d'achat (Source : FranceAgriMer 2017 / LSA, 2017 / Girafood, 2017 ; élaboration TriesseGressard, 2021).....	53
Figure 35 : Nombre de repas par an des établissements scolaires publics.....	54
Figure 36 : Achats des lycées de Haute-Savoie en valeur par catégorie de produits depuis le 1 ^{er} janvier 2021 (Source : Conseil Régional, 2021).....	56



Tableau 1: Identification du nombre d'exploitations en élevage volailles (CASMB, 2021)	17
Tableau 2 : Activité du commerce de gros sur le territoire du Grand Annecy (Source : extraction Sirene, décembre 2021).....	27
Tableau 3: Taux d'exploitations pratiquant le circuit court et la vente directe sur le Grand Annecy ..	30
Tableau 4 : Synthèse des flux de productions agricoles entrants et sortants du territoire (CASMB, 2021).....	33
Tableau 5 : Synthèse des projections climatiques sur la période de 2022-2030 (CASMB, 2021).....	35
Tableau 6 : Bilans hydriques moyens déficitaires sur les mois de végétation des plantes, sur la période de 2022 à 2030 (CASMB, 2021).....	35
Tableau 7 : Age moyen des agriculteurs du Grand Annecy par production en 2021 (Source : CASMB, 2021).....	38
Tableau 8 : Activité de la restauration commerciale sur le territoire du Grand Annecy : effectif et densité (nb d'établissements pour 10 000 habitants) (Source : extraction Sirene, 2021)	60
Tableau 9 : Grandes et moyennes surfaces sur le territoire du Grand Annecy : effectif et densité (nb d'établissements pour 10 000 habitants) (Source : extraction Sirene, décembre 2021)	63
Tableau 10 : Sélection des commerces alimentaires de détail sur le territoire du Grand Annecy : effectif et densité (nb d'établissements pour 10 000 habitants) (Source : Sirene, décembre 2021)	65
Tableau 11: Répartition géographique des exploitations ayant changé de main entre 2017 et 2021 (CASMB, 2021).....	85
Tableau 12: Nombre d'exploitations du Grand Annecy ayant changé de main par production (CASMB, 2021).....	85

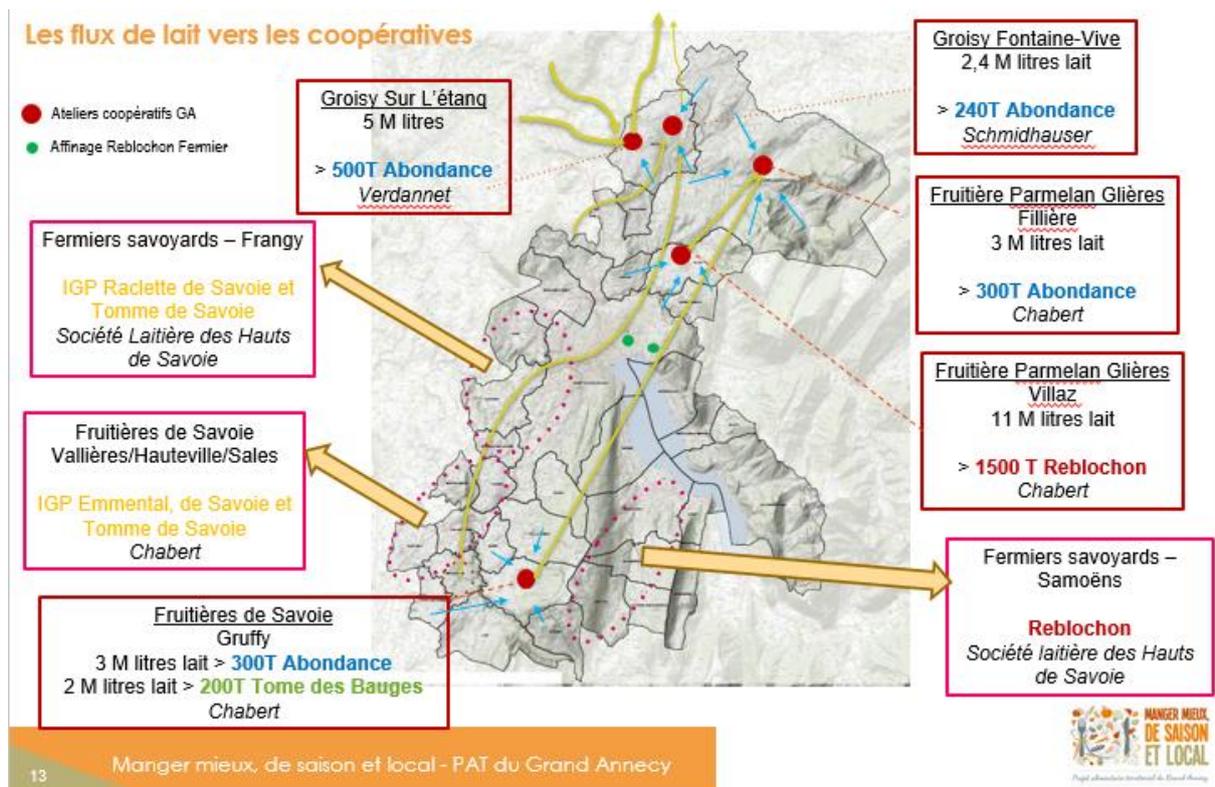


Annexes

1. Liste des entretiens « tête de réseau » réalisés

Conseil Régional d'Auvergne-Rhône-Alpes (centrale d'achats)
 Conseil Régional d'Auvergne-Rhône-Alpes (restauration scolaire)
 Conseil Régional d'Auvergne-Rhône-Alpes (circuits courts et locaux)
 Conseil Départemental de la Haute-Savoie (DGA Développement territorial : restauration)
 CCI de la Haute-Savoie
 CMA de la Haute-Savoie
 GNI (Groupement national des indépendants)
 Terre d'Union (association de consommateurs)
 Cuisine centrale d'Anancy
 Les incroyables comestibles (association de consommateurs)
 Produits locaux 74 (plateforme en ligne)
 Association marché des producteurs d'Ici (Sevrier)

2. La production des coopératives laitières de Haute-Savoie livrées par les éleveurs du Grand Anancy



Les volumes indiqués sont ceux transformés (litres) et fabriqués (tonnes : T) par chaque atelier. Globalement le lait de chaque atelier vient des communes à proximité sur le territoire du Grand Anancy et des communes extérieures. Cela explique que ces volumes diffèrent du volume de lait produit par les producteurs de GA. Chaque fromager (Chabert, Schmidhauser et Verdannet, etc.) fait des transferts

de lait entre ses différents ateliers spécialisés fonction de ses besoins de production. Globalement, le lait IGP du Pays d'Alby part vers les ateliers des Fruitières de Savoie dans l'Albanais. Le Lait IGP de Montagny, Seynod ou Poisy part aux Fermiers Savoyards à Frangy. Le lait AOP de la vallée du Laudon part aux Fermiers Savoyards à l'atelier reblochon de Samoëns.

3. La production et la commercialisation des abattoirs utilisés par les éleveurs du Grand Anancy

(Source : Etude Abattoirs et Découpe – Association Interviandes des Savoie – 2015 – Données 2013)

Abattoir	Production Tonnes / an	Commercialisation par l'abattoir	Détails ventes
Groupe Bigard à Bonneville	Bœuf et Veau 8 100	OUI	40% grossistes et GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) 28% Bouchers 2% prestation pour éleveurs
Société Bellegardienne d'Abattage	Bœuf, Veau, Ovin, Porc 1 000	OUI	71% grossistes 21% prestation pour éleveurs et bouchers
Abattoir Monts et Vallées SAS à Megève	Bœuf, Porc, Ovin, Veau 192 dont 175 de découpe	OUI	Grande majorité de prestation pour éleveurs + vente locale en RHD (Restauration Hors Domicile) et GMS via marque propre « Saveurs de nos Montagnes »
Service Abattage à Chambéry	Bœuf, Porc, Veau, Ovin (découpe uniquement) 3 037	NON	43% grossistes et GMS 34% bouchers 23% prestation pour éleveurs
Abattoir à Saint-Etienne-de-Cuines	Bœuf, 33% Ovin, Veau 369	NON	Prestation pour éleveurs et bouchers locaux



4. Le nombre et la répartition géographique des exploitations ayant changé de main entre 2017 et 2021

Tableau 12: Nombre d'exploitations du Grand Anancy ayant changé de main par production (CASMB, 2021)

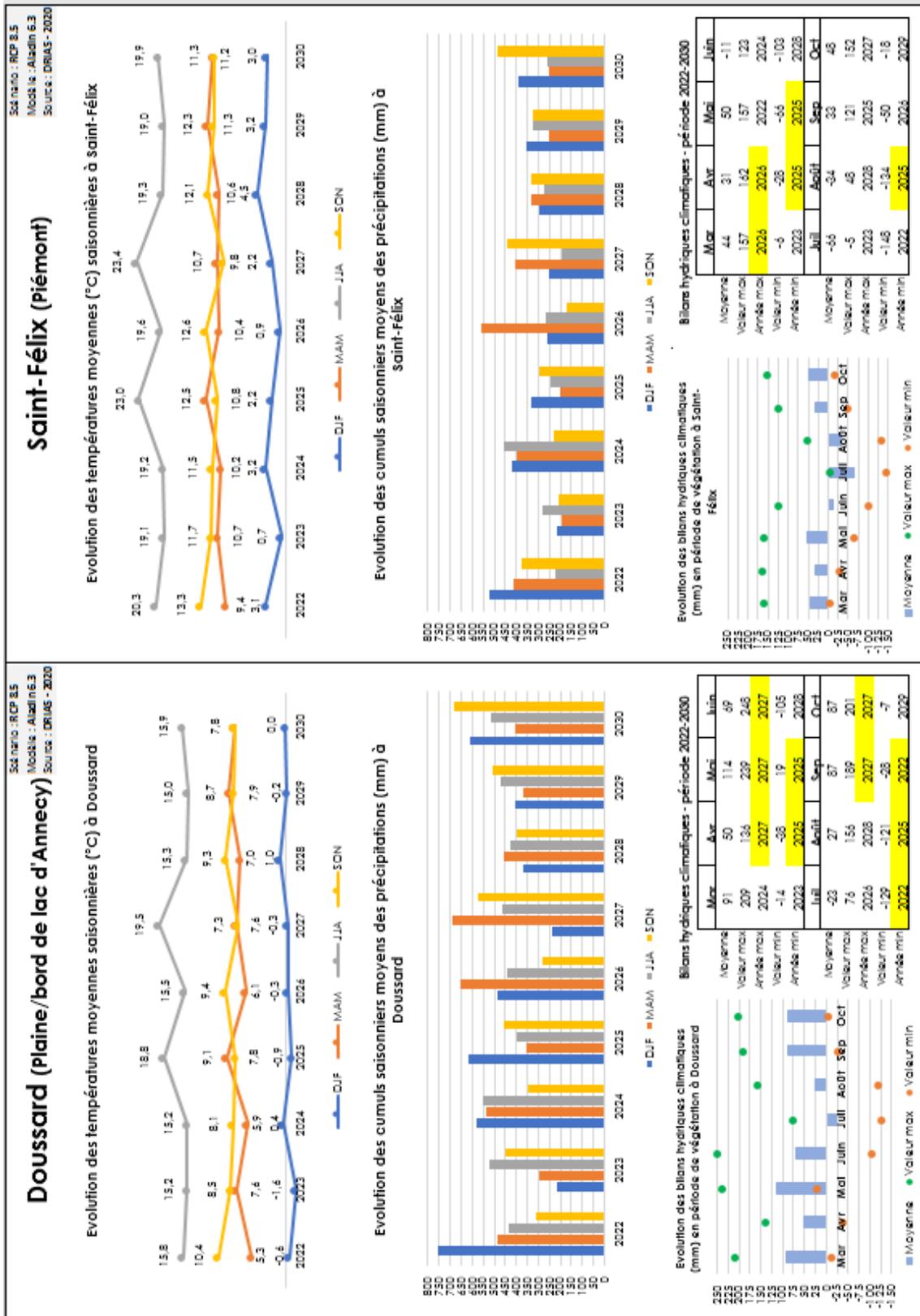
Bovin lait	10
Céréales	1
Equin	1
Horticulture	1
Maraîchage	4
Pension bovins	1
Bovin allaitant	2
Caprin lait	1
Volaille (œufs et chair)	1
Pêche	1
Volaille (poussinière)	1

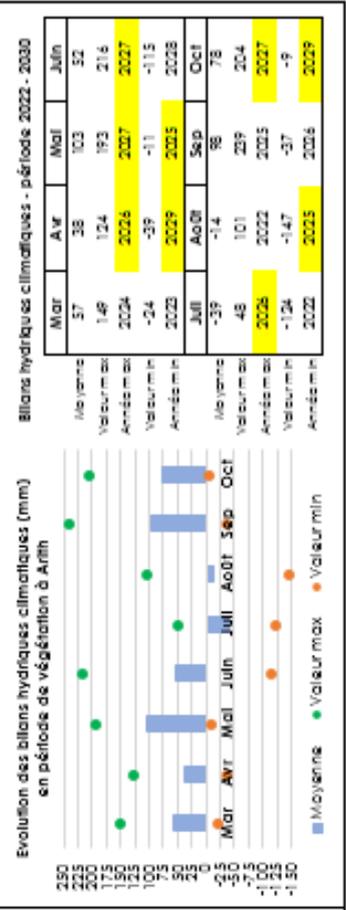
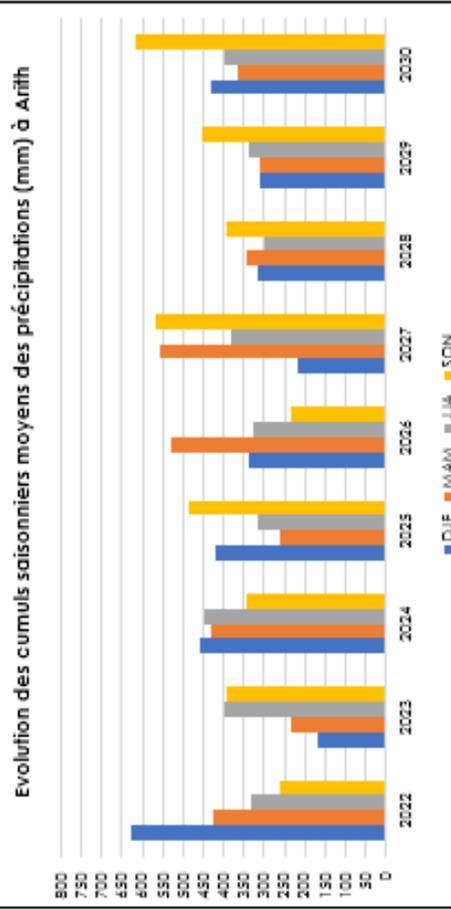
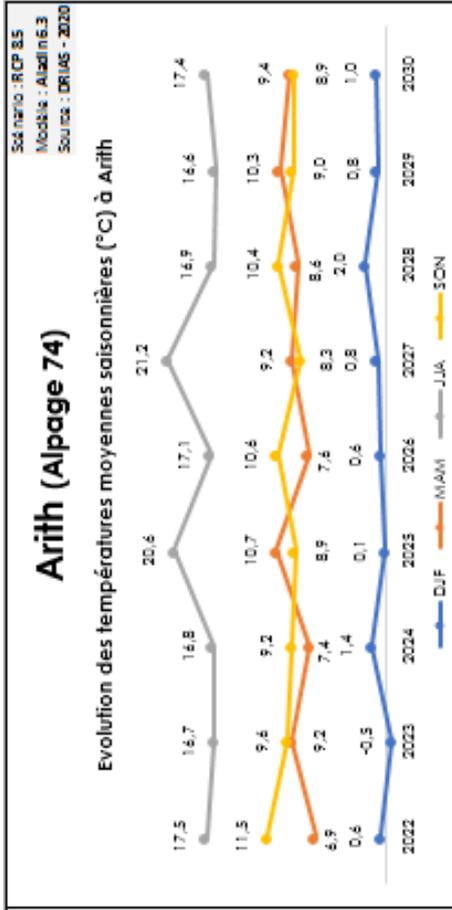
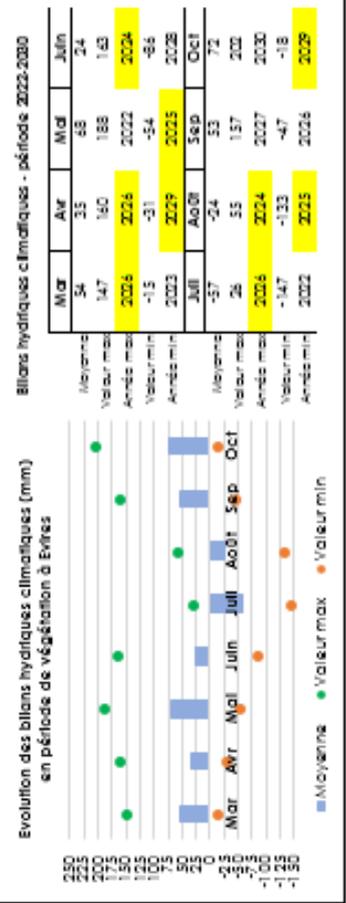
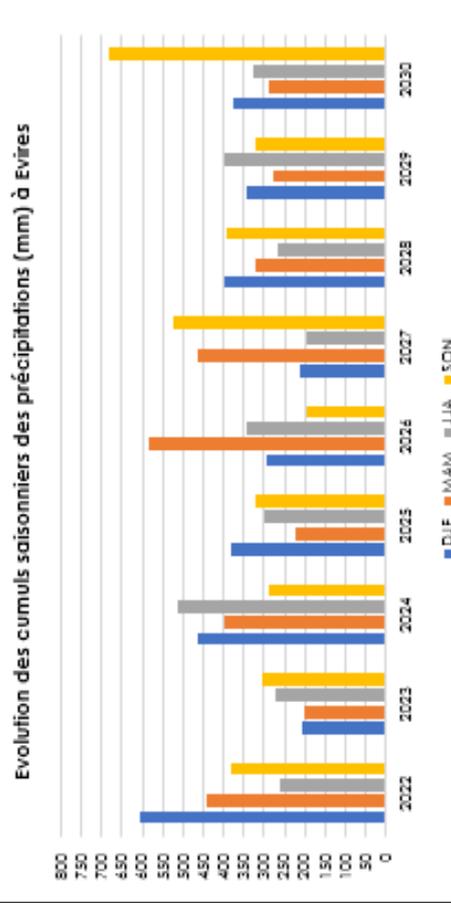
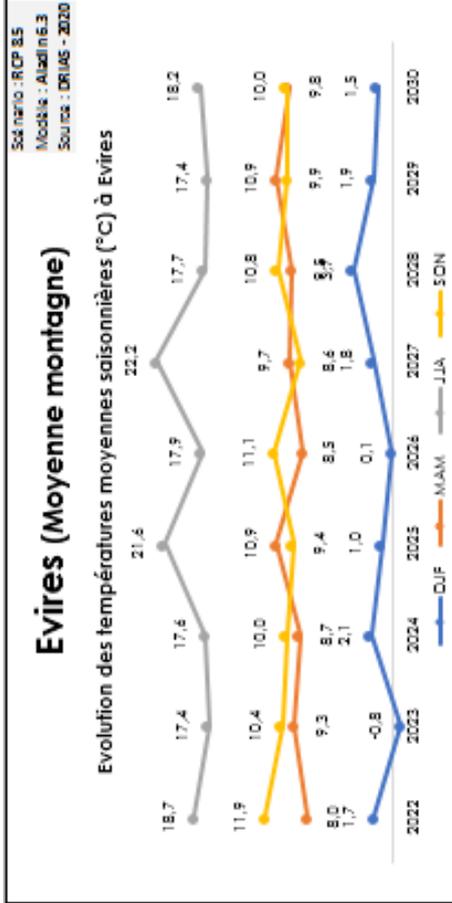
Tableau 11: Répartition géographique des exploitations ayant changé de main entre 2017 et 2021 (CASMB, 2021)

ALLEVES	1
ANNECY LE VIEUX	1
AVIERNOZ	1
CUSY	1
DUINGT	1
EVIRES	3
GRUFFY	1
LA CHAPELLE ST MAURICE	1
LES OLLIERES	2
POISY	4
PRINGY	2
SEYNOD	2
ST EUSTACHE	1
ST MARTIN BELLEVUE	1
THORENS GLIERES	1
VILLAZ	1



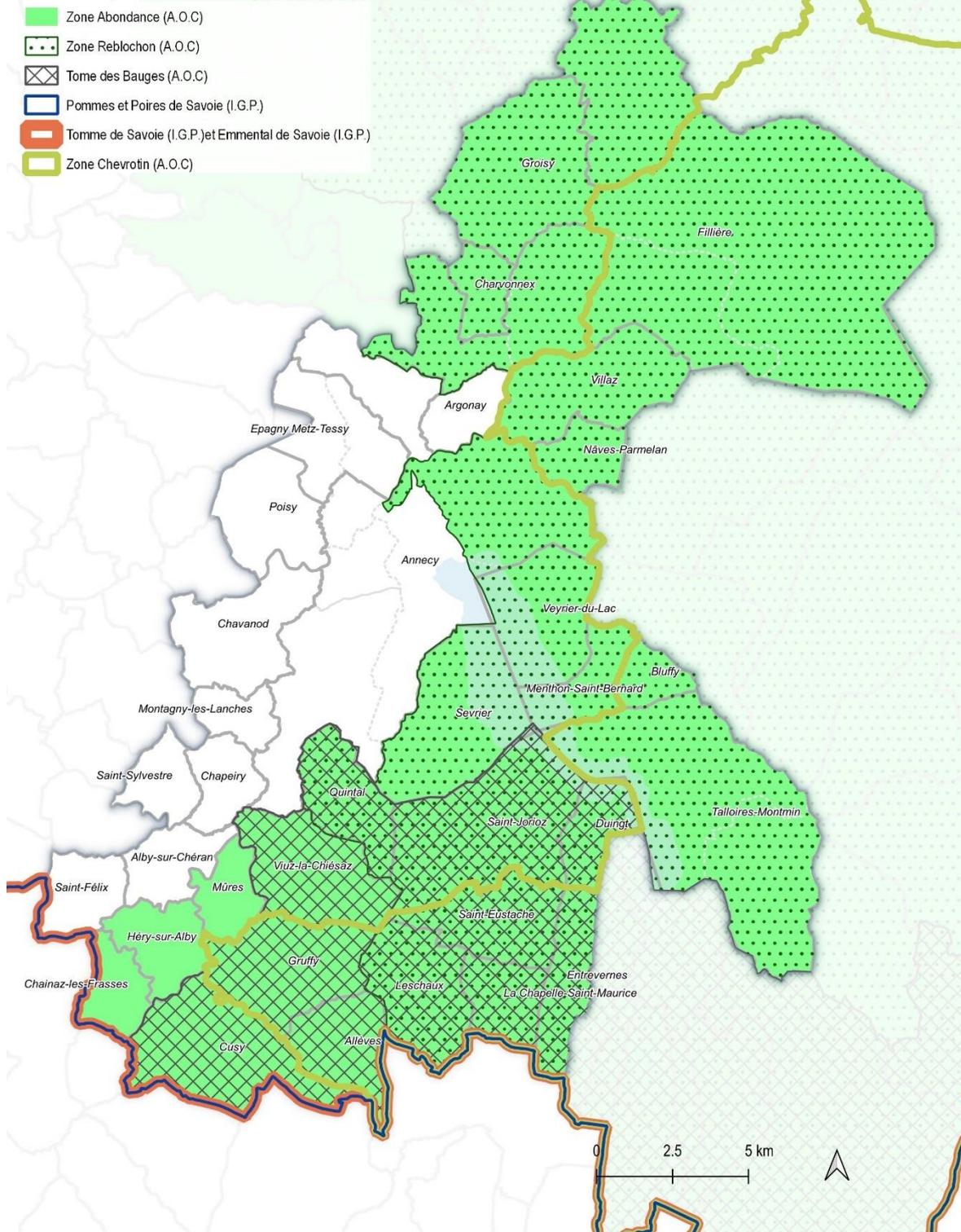
5. Résultats des projections climatiques à l'horizon 2030 (CASMB, 2021)





6. Carte des aires AOP et IGP présentes sur le Grand Anancy (CASMB, 2021)

Aires d'appellations présentes sur le Grand Anancy



7. Productions des exploitations du Grand Anancy (CASMB, 2021)

Lecture : nombre d'exploitations ayant telle production, dans tel niveau d'atelier (principal, secondaire et tertiaire)

Exemples : 130 exploitations ont un atelier principal bovin lait, 2 exploitations ont un atelier secondaire en caprin, 2 exploitations ont un atelier tertiaire en bovins viande...

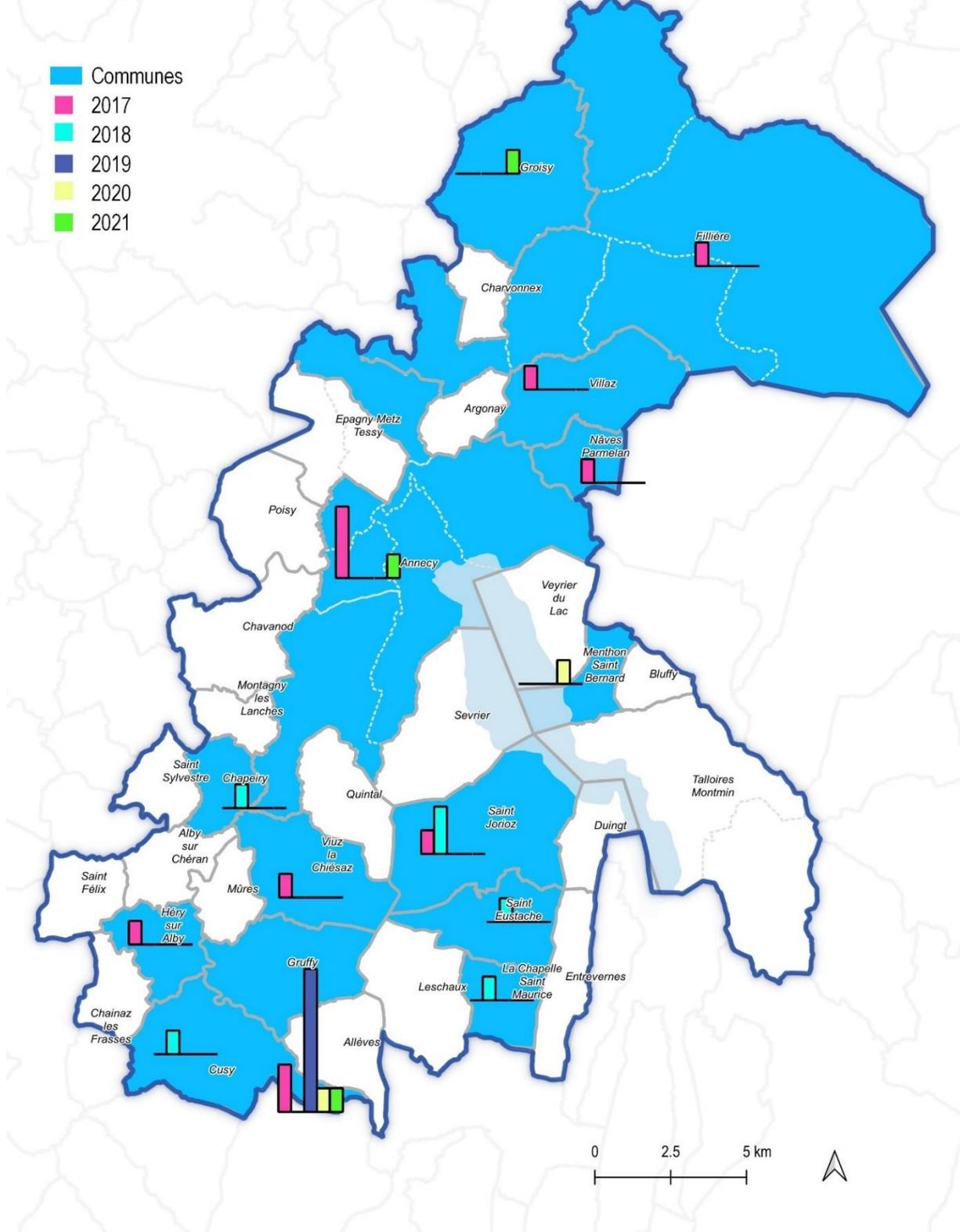
FILIERE	PRODUCTION	PRODUCTION PRINCIPALE	ATELIER SECONDAIRE	ATELIER TERTIAIRE	TOTAL
FILIERES ANIMALES - LAIT	BOVINS LAIT	130			130
	CAPRINS	10	2		12
	OVINS LAIT	2	2		4
FILIERES ANIMALES - VIANDES ET CEUFS	BOVINS VIANDE	19	9	2	30
	OVINS VIANDE	7	5		12
	PORCS	1	3		4
	VEAUX		4		4
	VOLAILLES CHAIR	5	1		6
	CEUFS		5	1	6
FILIERES VEGETALES	ARBORICULTURE	6	7	1	14
	MARAICHAGE	29	1		30
	CEREALES GRANDES CULTURES	9	3		12
	PETITS FRUITS	2			2
	VITICULTURE	1			1
FILIERES TRES SPECIFIQUES	ESCARGOTS	3			3
	PPAM	2	1		3
	POISSONS DE LAC	2			2
	MYCOCULTURE	1			1
	SPIRULINE	1			1
	JUMENT LAIT		1		1
ACTIVITES AGRICOLAS ANNEXES ET NON ALIMENTAIRES	VENTE DE FOIN	11	6	5	22
	PENSION BOVINS	11	6	3	20
	GENISSES ELEVAGE	3			3
	HORTICULTURE	2	1		3
	PEPINIERISTE	2			2
	LAPIN ANGORA	1			1
	ACTIVITES EQUINES (ELEVAGE CENTRE EQUESTRE, PENSION)	18	8		26
TOTAL		278	65	12	355



8. Localisation des installations 2017 à 2021 par filières (CASMB, 2021)

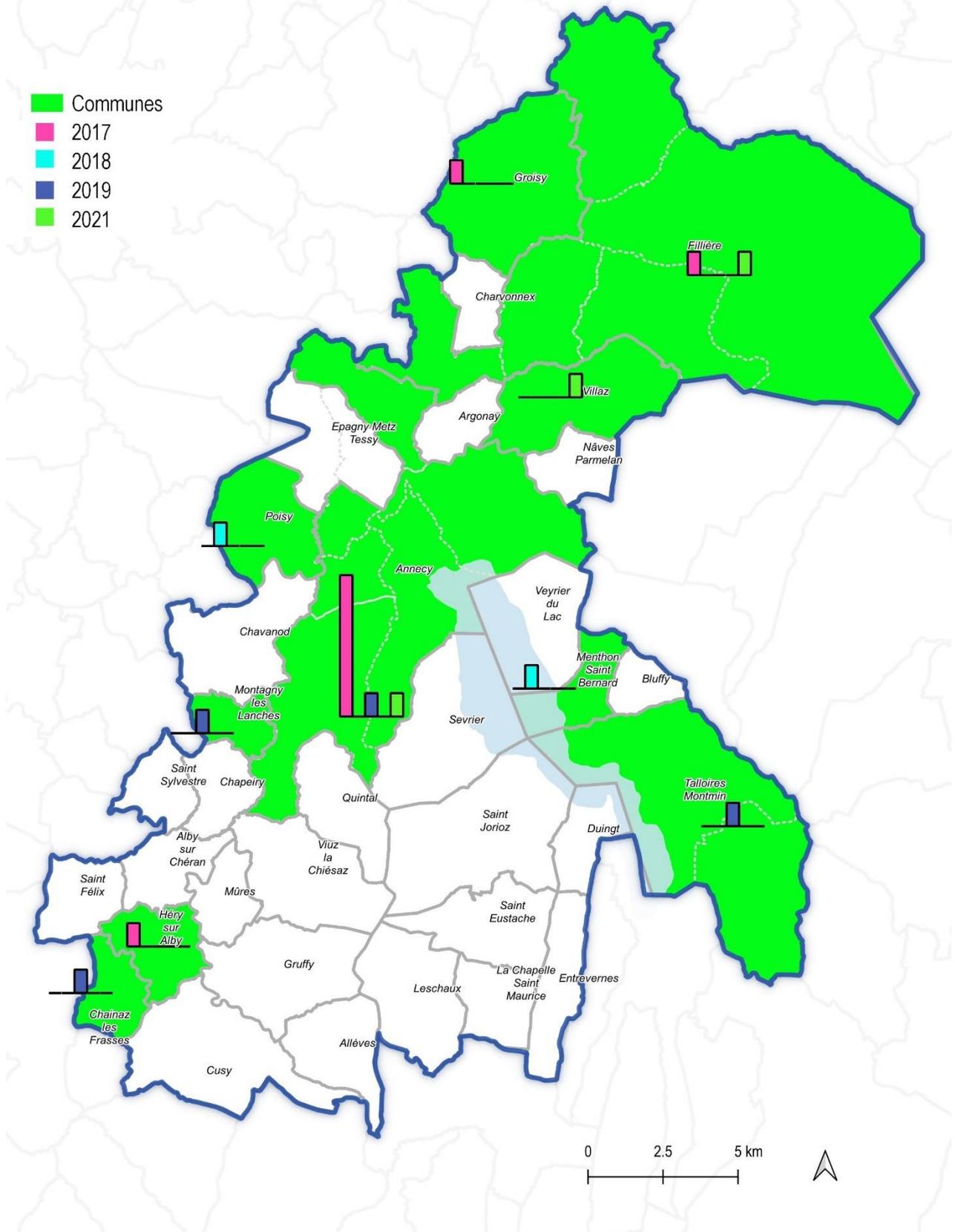
Grand Anancy

Installations filière bovins lait 2017 à 2021



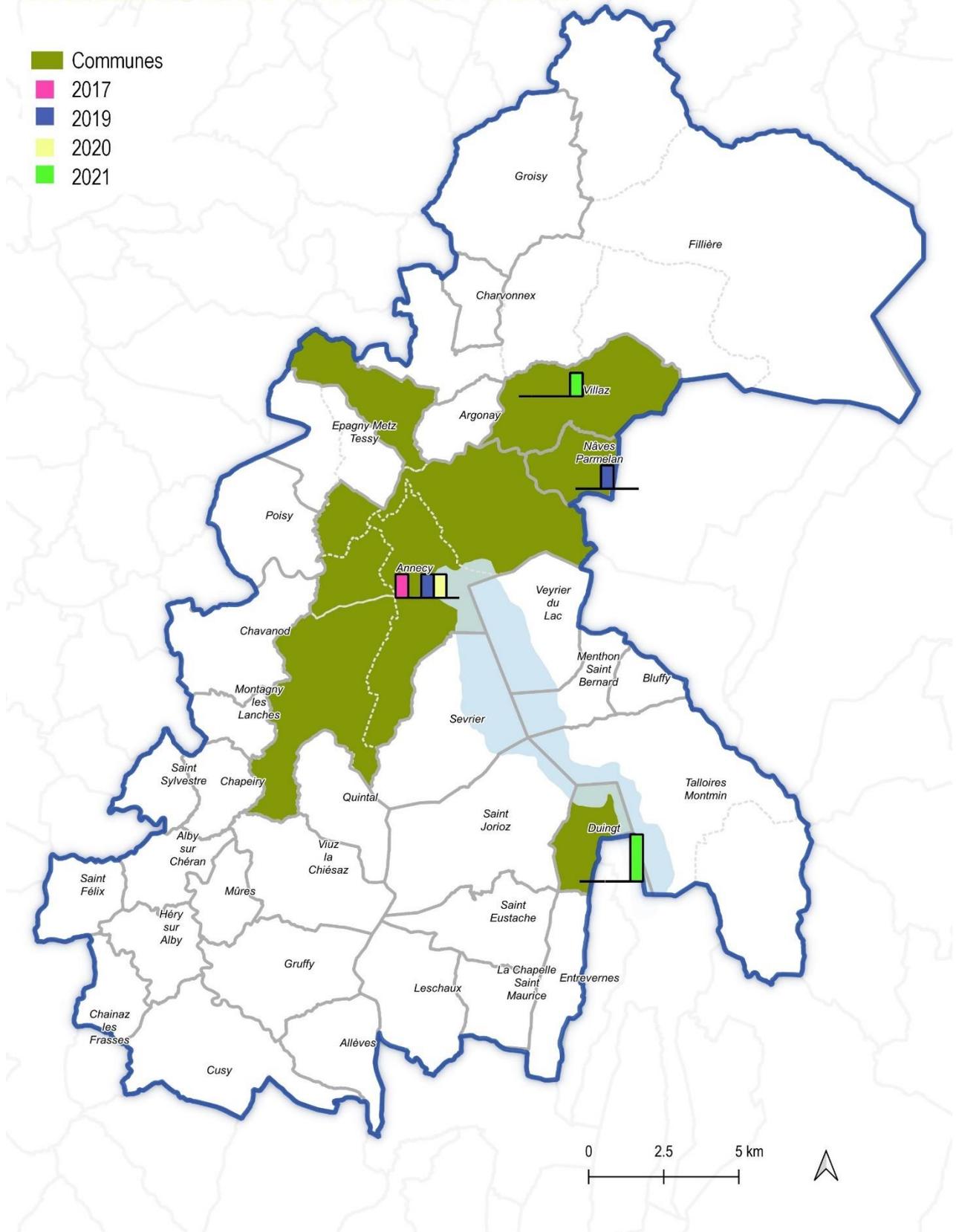
Grand Anecy Installations filière fruits, légumes (maraîchage, horticulture)

- Communes
- 2017
- 2018
- 2019
- 2021



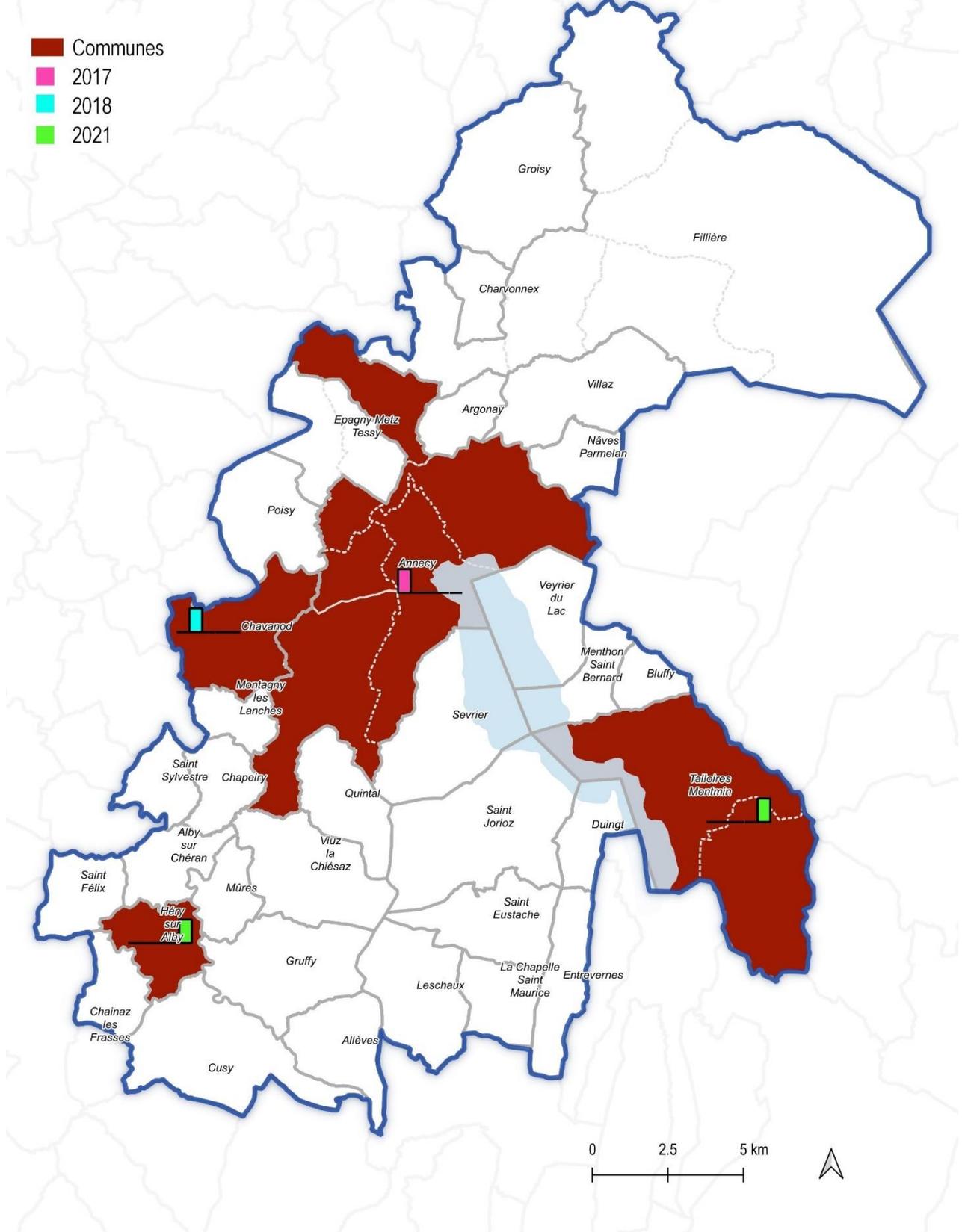
Grand Anancy Installations filière céréales 2017 à 2021

- Communes
- 2017
- 2019
- 2020
- 2021



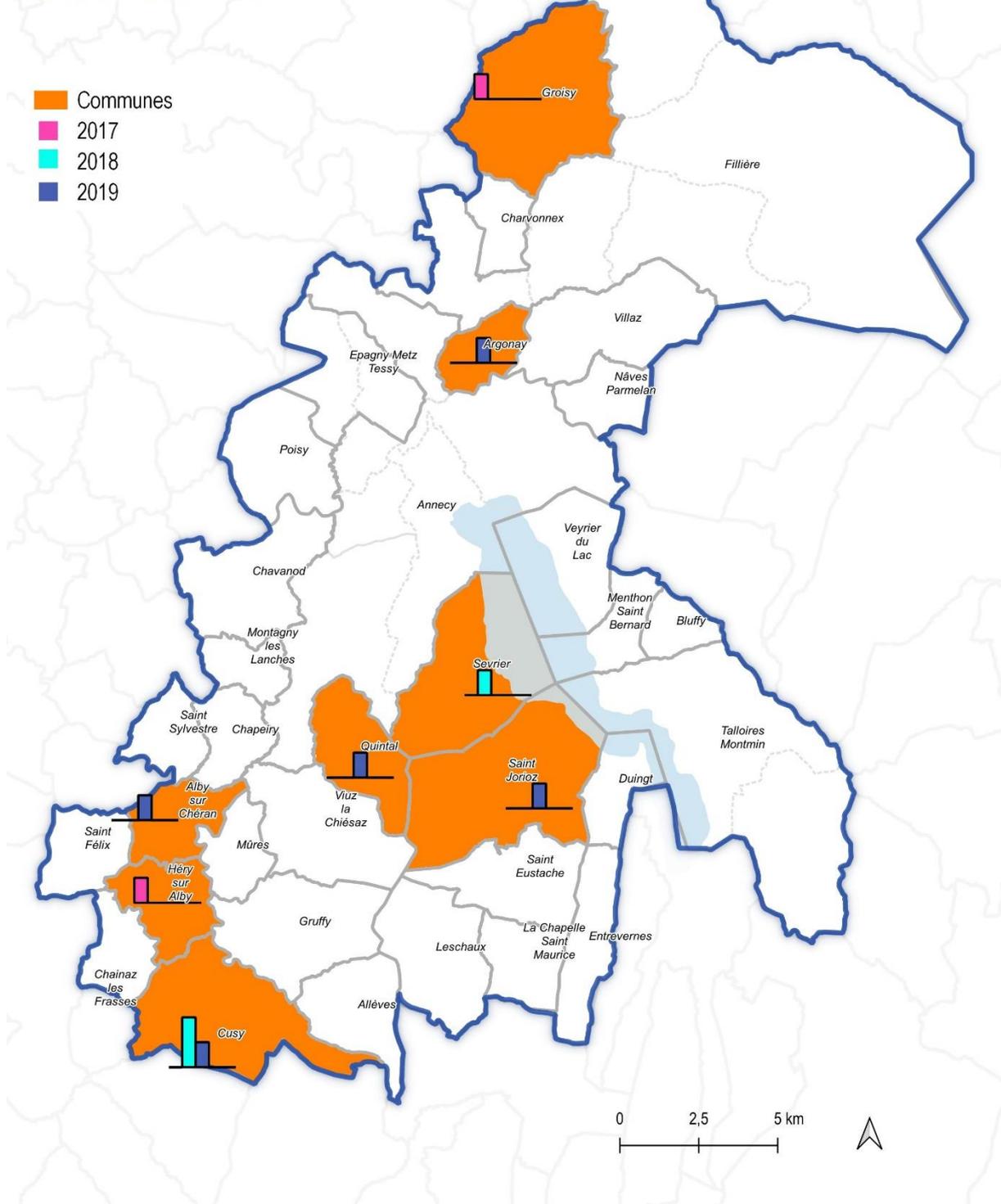
Grand Anancy Installations filière viande (bovins + ovins + porcs) 2017 à 2021

- Communes
- 2017
- 2018
- 2021



Grand Anancy
Installations activités agricoles non alimentaires (vente de foin, horticulture, lapins, chevaux)
2017 à 2021

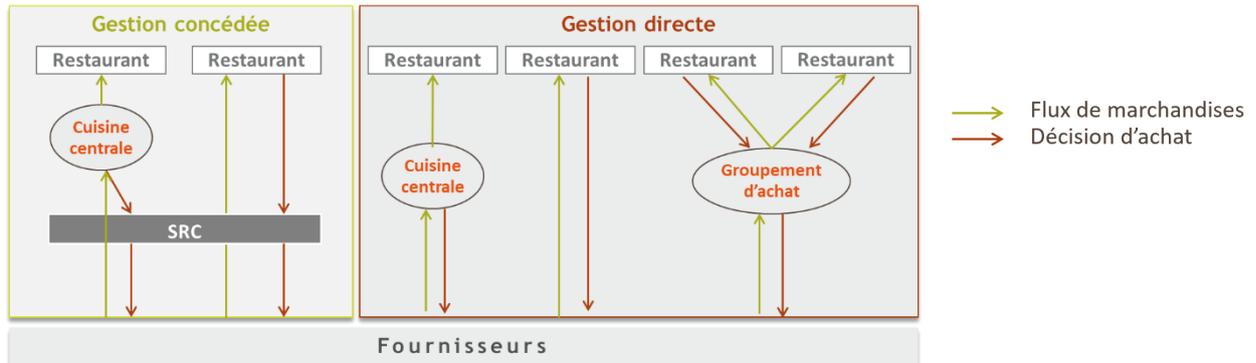
- Communes
- 2017
- 2018
- 2019



9. Introduction sur les mécanismes de décision en restauration collective

La restauration collective au sein d'un établissement peut être gérée de deux façons différentes :

Figure 45 : Schéma de gestion directe et de gestion concédée (Élaboration TriesseGressard Consultants)

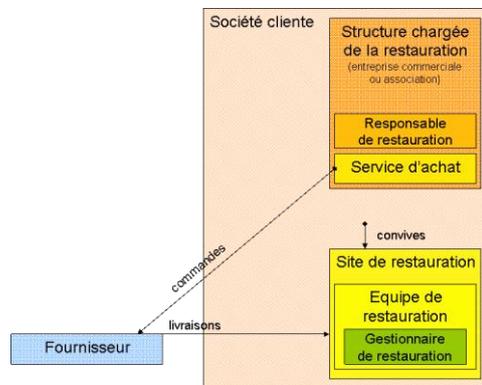


Au regard des expériences vues et menées sur différents territoires, une première analyse globale des modalités de gestion peut être menée. Elle est reprise dans le tableau ci-dessous.

1. La restauration autogérée ou en gestion directe

Une structure se charge de la restauration des convives, au sein de laquelle se retrouve le responsable de la restauration et le service achat (mêmes personnes dans les petits restaurants). Sur le site de restauration, l'équipe de restauration est dirigée par le gestionnaire de restauration.

Figure 46 : Restauration autogérée (Élaboration TriesseGressard Consultants)

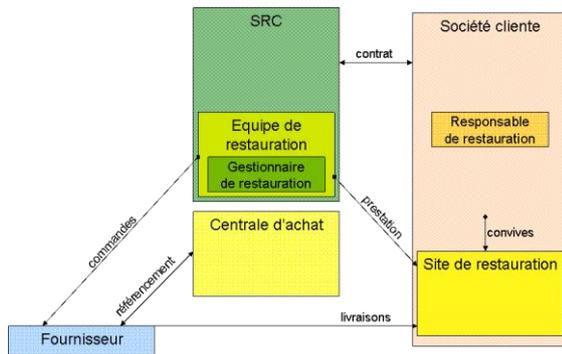


2. La restauration concédée

Dans ce cas l'établissement confie la préparation et le service des repas à une société de la restauration collective (SRC). L'équipe de restauration est salariée de la SRC. Cette dernière est soumise à un cahier des charges très précis. Le responsable de la restauration de la collectivité intervient uniquement pour gérer le contrat avec la SRC.



Figure 47 : Gestion concédée (Elaboration TriesseGressard Consultants)



La présence d'une gestion concédée varie selon le secteur. Elle est par exemple totalement absente dans les restaurants universitaires, alors qu'elle pèse 81% des établissements dans le secteur scolaire privé.

En France, le marché de la restauration concédée est dominé par trois groupes internationaux (Elior, SODEXO, Compass), ces trois acteurs représentant à eux seuls 75 % du chiffre d'affaires de la restauration collective concédée. Le reste est réparti entre les sociétés nationales et régionales (18 %) ainsi que les acteurs locaux (5 %).

Focus sur la loi Egalim

A QUI S'APPLIQUE LA LOI ?

aux restaurants collectifs gérés par des personnes morales de droit public (restauration collective publique)

aux restaurants collectifs gérés par des personnes morales de droit privé en charge d'une mission de service public

- Restauration scolaire (de la maternelle au lycée)
- Etablissements d'accueil des enfants de moins de 6 ans (crèches, pouponnières, haltes garderies, garderies et jardins d'enfants)
- Restauration universitaire
- Toute autre administration ou établissement public (restaurants d'administration, médico-social public, armée, pénitentiaire, EPA⁵⁶, etc.)
- Autres établissements privés mentionnés au L. 230-5 du CRPM (santé, social, médico-social et pénitentiaire)

QUALITE DES APPROVISIONNEMENTS

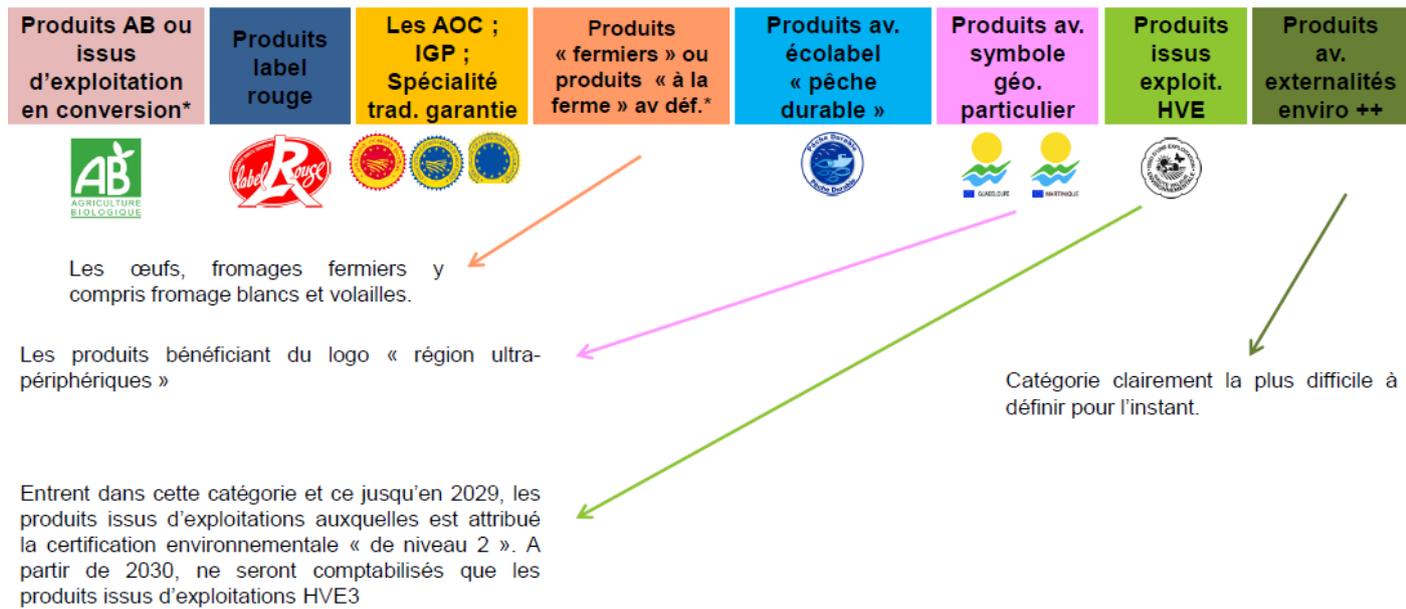
Au moins 50 % de produits de qualité et durables, dont au moins 20 % de produits biologiques dans les repas servis au 1^{er} janvier 2022

Quels produits entrent la composition des 50% ?

⁵⁶ EPA : Établissement public à caractère administratif



10. La loi Egalim traduite par la Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc



Remarques par catégories :

- **Label Rouge** : pas de LR en 73/74 (79 produits LR en AURA)
- **Autres SIQO** :
En 73/74 :
 - 5 AOP : Reblochon, Beaufort, Abondance, Tome des Bauges, Chevrotin
 - 4 IGP : Tomme de Savoie, Emmental de Savoie, Raclette de Savoie, Pommes et poires de Savoie
 En AURA : 27 AOP, 25 IGP, les AOC concernent les produits viticoles et sont moins concernés par la restauration collective
- **Produits fermiers** : uniquement les produits qui bénéficient d'un encadrement législatif : à ce jour, en France, cela concerne les œufs fermiers, les fromages fermiers (y compris les fromages blancs), les volailles de chair fermières (celles-ci doivent bénéficier des SIQO AOC/AOP, AB ou Label Rouge, sauf s'il s'agit d'une production à petite échelle destinée à la vente directe ou locale), ainsi que la viande de gros bovins de boucherie et la viande de porc fermières (celles-ci doivent bénéficier du SIQO Label Rouge).
- **Ecolabel pêche durable** : non concernés en AURA. Cette mention concerne uniquement la pêche maritime et pas la pêche des lacs
- **Région ultrapériphérique** : non concernés en AURA. Cette mention concerne les produits des DOM-TOM.
- **HVE** : 12 exploitations certifiées en 74 et 45 en 73 majoritairement en productions végétales
- ➔ **Les produits issus de Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) et du Commerce Equitable** sont encouragés par la démarche mais ne rentrent pas dans le calcul des 50% de produits durables et de qualité.



- ➔ Le caractère « local » d'un produit ne répond pas à une définition officielle et ne peut pas constituer un critère de sélection dans un marché public. Pour autant, des leviers existent pour ne pas défavoriser les produits locaux, dans le respect du code de la commande publique : allotissement plus fin, pondération des critères, promouvoir la saisonnalité...

Comment sont calculées les quantités ?

- Pour chacun des deux objectifs quantitatifs (50% et 20%), le calcul s'effectue en **part de la valeur hors taxe totale d'achat des produits de ladite catégorie sur la valeur totale hors taxe des achats de denrées alimentaires** destinées à la composition des repas pour chaque restaurant collectif.

Ex : pour 100€ d'achats de produits alimentaires, au moins 20€ doivent correspondre à l'achat de produits biologiques et au moins 50€ au total, à des produits entrant dans le décompte des 50%

- Ces proportions s'apprécient **sur une année civile**.

Quelles sont les modalités de suivi ?

Le suivi des objectifs s'effectue **par année civile** via la réalisation d'un bilan élaboré au plus tard le 31 mars de l'année suivante.

INFORMATION DES USAGERS

Information obligatoire des convives

- ➔ *Tous*

À partir du 1^{er} janvier 2020, les usagers des restaurants collectifs devront être informés une fois par an, par voie d'affichage et de communication électronique, de la part des produits de qualité et durables entrant dans la composition des repas servis et des démarches entreprises pour développer des produits issus du commerce équitable.

Expérimentation d'affichage volontaire

- ➔ *Les collectivités volontaires*

Les services de restauration collective des collectivités territoriales qui le souhaitent peuvent participer sur 3 ans à une expérimentation sur l'affichage, pour l'information des usagers de la nature des produits entrant dans la composition des menus.

Information nutritionnelle

- ➔ *Restaurants scolaires, universitaires et crèches*

Les gestionnaires sont tenus d'informer et de consulter régulièrement, dans chaque établissement et par tous moyens utiles, les usagers sur le respect de la qualité alimentaire et nutritionnelle des repas servis.

DIVERSIFICATION DES SOURCES DE PROTEINES

Plan pluriannuel de diversification des protéines

- ➔ *Restaurants collectifs qui servent plus de 200 couverts/j en moyenne*

Les gestionnaires sont tenus de présenter à leurs structures dirigeantes un plan pluriannuel de diversification de protéines incluant des alternatives à base de protéines végétales dans les repas qu'ils proposent.

Expérimentation d'un menu végétarien 1x/semaine

- ➔ *Restaurants collectifs scolaires de la maternelle ou lycée*



Dans les restaurants collectifs scolaires, de la maternelle au lycée, il est obligatoire de proposer un menu végétarien au moins une fois par semaine à titre expérimental sur 2 ans (à partir du 1^{er} novembre 2019).

SUBSTITUTION DES PLASTIQUES

Interdiction des ustensiles en plastique à usage unique

➔ *Tous*

Interdiction des bouteilles d'eau plate en plastique

➔ *Restaurants collectifs scolaires, de la maternelle au lycée*

Interdiction des contenants alimentaires en plastique

➔ *Restaurants collectifs scolaires et universitaires et les crèches*

LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Lutte contre le gaspillage

➔ *Toute restauration collective : publique et privée*

Obligation de mettre en place une démarche de lutte contre le gaspillage alimentaire. Un diagnostic préalable, incluant l'approvisionnement durable, doit avoir été réalisé avant le 22 octobre 2020.

Dons aux associations

➔ *Restaurants publics et privés > 3000 repas/j*

Obligation de proposer une convention de dons à une association habilitée d'ici le 22 octobre 2020.

LES ACCOMPAGNEMENTS DE L'EQUIPE CIRCUITS COURTS DE LA CHAMBRE D'AGRICULTURE SAVOIE MONT-BLANC SUR LA RHD ET EGALIM

- Présentation de la loi (aux producteurs ou aux collectivités)
- Analyse de l'offre agricole sur un territoire :
 - Echanges avec les producteurs ou collectifs intéressés par la RHD : produits, volumes disponibles, conditionnement, saisonnalité, prix
 - Identification des producteurs ayant une production entrant de la cadre de la loi
 - Création d'outils de recensement (cartes, catalogues)
- Analyse de la demande de la restauration collective
 - Identifier les collectivités et/ou les établissements intéressés pour développer l'approvisionnement local
 - Caractériser les modes de fonctionnement (gestion directe, gestion concédée)
 - Analyser la demande (produits utilisés, fournisseurs, prix, volume, freins à l'approvisionnement local...)
- Mise en lien entre l'offre et la demande
 - Organisation de rencontres entre les producteurs et les responsables de la restauration collective sur différentes thématiques : disponibilité de l'offre et besoins, logistique, aspects réglementaires
- Réalisation d'une phase test d'approvisionnement et suivi
 - Appui à la mise en place
 - Suivi côté producteurs, cuisiniers et gestionnaires d'établissement



11. Récapitulatif des différents types d'organisation en fonction des modes de vente en circuits courts

(Source : Chambre d'agriculture Savoie Mont-Blanc, 2021)

	Magasins de producteurs et PVC	AMAP	Marchés
Effectif sur le territoire du Grand Anecy	3 points de vente collectifs 1 magasin de producteurs	6 AMAP	1 marché de producteurs 3 marchés de producteurs et artisans locaux 23 marchés accueillant des producteurs 3 marchés sans producteurs
Nombre de producteurs	20 à 60 (associés ou dépôt-vendeurs)	1 à 15 (ventes spéciales comprises)	0 à 17
Disponibilité hebdomadaire	Accès libre au magasin selon horaires En moyenne : ouvert du mardi au samedi	1 à 2 distributions par semaine (créneau de 1 à 2 h en soirée), dans un lieu fixe	Marché hebdomadaire
Avantages / inconvénients pour le consommateur	Le consommateur est libre du choix de ses produits – est sûr de la traçabilité	Le panier est souvent prédéfini, - abonnement et paiement à l'avance. Communauté participative Sécurité de la traçabilité	Peu accessible pour la population actives lorsque le marché est en semaine Difficulté d'identifier les producteurs parmi les revendeurs
Avantages / inconvénients pour le producteur	Vente des produits en continu sans présence quotidienne du producteur. Dans le cas d'un PVC, les producteurs doivent s'organiser pour assurer la vente.	Contractualisation et sécurisation du débouché	Peu de gestion collective, le seul temps d'implication est celui à la vente - Autonomie du producteur
Produits vendus	Gamme complète	Beaucoup de légumes, plus ou moins de fruits suivants les maraîchers + ventes spéciales fromages / œufs / viande / miel	Légumes, fromages, miel, peu de fruits et viandes



12. Synthèse de l'entretien avec l'épicerie ALPAR de Meythet (CASMB, 2021)

Réalisation : 7/12/2021 par Claire BON, conseillère circuits courts Chambre d'agriculture

Contact : Claude SAINT ROMAIN, Présidente de l'association qui met à disposition les bénévoles dans l'épicerie (06 52 47 51 54 – clod.str@gmail.com)

• Présentation de la structure

ALPAR est une épicerie collaborative et participative. Ils ont créé une association en 2016, pendant 2 ans ils ont réfléchi par groupe sur le mode de la gouvernance partagée, ceci a abouti au souhait de créer une centrale d'achat. C'était d'abord une petite centrale d'achat avec un local. Il y avait un drive, les clients commandaient et venaient chercher leurs commandes > c'était pour se faire la main. Ils ont lancé l'épicerie le 1^{er} octobre 2018 en s'installant ici. Il y aurait besoin d'un local un peu plus grand mais pas trop car ils ne seraient pas assez nombreux pour gérer. Ils ont 180m², il leur faudrait 300m² de surface totale (bureau + stock + surface de vente).

Il y a 486 membres dans la coopérative mais en réalité 270 actifs : ils viennent faire les permanences et acheter à l'épicerie. Il faut verser 100€ de part sociale pour rentrer dans le projet dans le cadre de la SAS qui a été créée et après c'est à vie. Ils ont voté la part sociale à 10€ pour les moins de 26 ans récemment. Il y a aussi une adhésion à l'asso de 5€/ an.

La SAS a été créée à l'ouverture de l'épicerie en 2018.

Les épicerie de ce type ne dépendent pas d'un réseau, mais adhèrent à une fédération des projets d'épicerie collaborative. L'association existe encore, elle ne s'occupe plus maintenant que de la communication, vie sociale.

• Fréquence d'ouverture

5 jours par semaine et le mardi ouvert au travail le matin.

• Nombre de clients (= coopérateurs)

42 personnes par semaine font des vacations dans le magasin (les bénévoles font 3h mini/mois). Environ 120 coopérateurs font leur course chaque semaine dont 42 bénévoles vacataires.

• Origine des clients/coopérateurs

C'est assez variable car certains viennent pour le côté pratique, d'autres pour le projet et les valeurs portées. Ils viennent globalement d'Anecy et des communes à proximité et d'autres viennent de Talloires, Thônes, Manigod.

• Nouveaux clients

Pendant la crise Covid comme avec l'épicerie ils étaient reconnus comme « de 1^e nécessité », ils ont beaucoup vendu, ceux qui venaient de loin ne venaient plus, mais les autres coopérateurs venaient uniquement à ALPAR : constat d'une forte augmentation des ventes à cette période. Il y a eu quelques personnes qui sont arrivées (2-3 coopérateurs/semaine en plus).

Après le confinement, il y a eu un creux au printemps/été, ils trouvaient moins de monde pour les créneaux de vacation mais depuis octobre ça a bien démarré. Ils accueillent 1 collaborateur / semaine environ.

• Panier moyen

120€ par mois en moyenne soit 45€/ personne par passage en caisse.

• Famille des produits vendus



Diversité de produits : épicerie, produits frais, produits sanitaires et cosmétiques : 2400 références de produits au total.

- **Produits locaux / partenariats avec des producteurs locaux**

Aujourd'hui ils ne parlent pas de partenariats au niveau de l'épicerie, ce sont des fournisseurs et ils ne discutent pas du tout les prix qui sont proposés par les fournisseurs. L'idée à la base était de pouvoir faire en sorte que des gens dans le besoin puissent venir faire leurs courses à Alpar. Ils ont une volonté d'être inclusif et ne souhaitent pas faire que du bio et du local.

Catégorie de produits	Fournisseurs locaux (producteurs, artisans)
Produits laitiers	GAEC de l'Alambic à Marcellaz : fromages de chèvres Ferme de Bornette : fromages ENILV : beurre GAEC Perce Neige des Savoie : yaourts Aux douceurs de la Ferme : glaces
Œufs	Les Fermiers de Marin
Viandes	ENILV GAEC Bibollet : viande de bœuf, veau, porc, agneau (en bio sauf le porc) Bergerie du Salève : poulet Charcuterie Baud
Fruits et légumes	Didier BUNAZ : fruits Thomas le Prince : fruits, jus Agrobiodrom pour les fruits d'été
Epicerie	J'aime Boc'oh Saint Jean : quenelles et ravioles Le fumet des Dombes : poisson fumé Saveurs des alpes : terrines de Savoie
Vin / Bières	Vins de Seyssel Brasseries locales

- Ils travaillent beaucoup en local car c'est en demande, d'autant plus avec les nouveaux coopérateurs.

- **Besoins et problématiques rencontrés**

Besoins produits : fruits et légumes avec du raisonné et local (fournisseurs pas forcément proches), des fournisseurs locaux à des prix abordables.

Besoin global : ce qui freine c'est le local dont ils disposent, ils aimeraient pouvoir avoir plus de place, éventuellement une banque réfrigérée > besoin d'aide là-dessus ou de financements.

Problématique rencontrée : avec le bénévolat, il faut parfois un peu courir après les gens pour qu'ils fassent leurs permanences.

