



Projet Alimentaire territorial de Provence Alpes Agglomération Diagnostic de l'offre alimentaire et de la demande

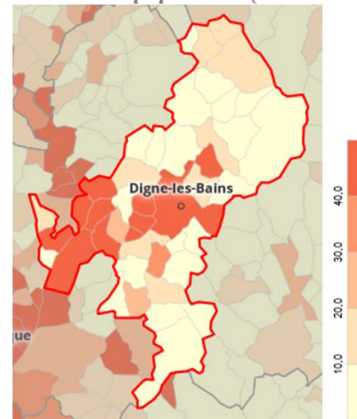
Note de synthèse

Provence Alpes Agglomération a initié en 2020 une démarche de Projet Alimentaire Territorial (PAT). Il s'agit d'un ensemble d'initiatives locales, coordonnées dans le cadre d'une stratégie territoriale globale et transversale. Un PAT vise à développer un système alimentaire territorial et à structurer l'économie agro-alimentaire en vue d'une alimentation locale, durable et de qualité. La démarche de PAT est un travail de concertation et de co-construction mené auprès de l'ensemble des parties prenantes du territoire : acteurs institutionnels, acteurs économiques, partenaires techniques et financiers, consommateurs. Ce document synthétise les principaux enseignements du diagnostic du système alimentaire réalisé en 2020 conjointement par la Chambre d'Agriculture du 04 et TriesseGressard Consultants.

Carte d'identité du territoire de Provence Alpes Agglomération

- Fusion de 5 communautés de communes, 46 communes dans l'axe central des Alpes de Haute Provence
- Un territoire montagneux de 1 574 km² soit 23% du département, pour 937 m d'altitude moyenne
- Un cadre naturel d'exception qui contribue à l'attractivité touristique, mis en valeur par l'UNESCO Géoparc, et des activités agricoles qui valorisent de vastes espaces de pâturage.
- 47 620 habitants, une densité moyenne de 29,6 habitants/km, supérieure à celle du département, réparti de manière inégale sur le territoire (moins de 10 hab/km² sur près de la moitié du territoire)
- Population plus âgée que la population française (31,8% de plus de 60 ans)
- Revenu moyen des ménages : 19 950 €, équivalent au département, plus faible qu'au national
- CSP : plus forte présence des retraités, moins d'ouvriers et de cadres

Densité de population (INSEE 2017)

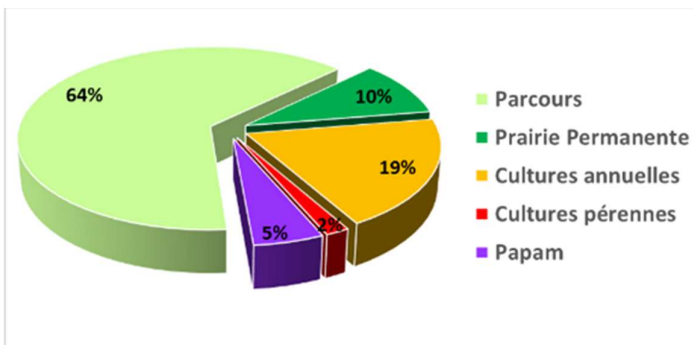


Offre alimentaire du territoire : un pays d'élevage, des productions de qualité et une dynamique importante sur les circuits de proximité

400 EXPLOITATIONS PROFESSIONNELLES SUR LE TERRITOIRE AU PROFIL DIVERSIFIE

- **62 000 ha** exploités dont 12 000 d'estives, 6 000 ha irrigables, **3/4 des surfaces pour les parcours** ou en prairie permanente
- 48% des exploitations ont comme activité principale l'élevage, avec une **dominante ovin et bovin viande**.
- 42% des exploitations sont sur des systèmes en production végétale
- **1/4 des surfaces agricoles du territoire** sont cultivables (fourrage 5 000 ha, céréales et oléo-protéagineux 4 500 ha, plantes à parfum 2 500 ha, légumes 80 ha et vergers 500 ha)

Utilisation des surfaces agricoles sur PAA (CA 04)



- Une pyramide des âges des exploitants qui traduit un **renouvellement correct des exploitants** (30% des chefs d'exploitations ont plus de 55 ans et 30% moins de 40 ans), notamment sur le secteur de la Blanche, très dynamique – 60 exploitations identifiées par le Comité Local Transmission comme ayant une problématique de transmission.
- En moyenne, **10 installations par an depuis 10 ans**, principalement sur les **territoires de Blanche** et de la **Bléone** – installation dans un cadre familial dans 65% des cas – 58 ventes de foncier en 10 ans liées à l'installation (1400 ha). – des **installations représentatives des productions** du territoire, très fréquemment liées au **développement d'un atelier en circuit court**, avec une **forte part d'Agriculture biologique**.

Zoom sur les productions de qualité du territoire

- 20% d'exploitations en agriculture biologique, pour 21% des surfaces, productrices de légumes, de viande (bovine, ovine), de lait (chèvre, brebis), ou de miel.
- Des productions sous signe de qualité : Label Rouge et IGP Agneau de Sisteron, AOP Fromage de Banon, AOP Huile d'Olive de Provence et de Haute Provence, IGP Petit Epeautre de Haute Provence, Label Rouge et IGP Miel de Provence
- HVE (Haute Valeur environnementale) : label en développement, peu présent sur le territoire mais avec une demande émergente – concerne les organisations de producteurs, ou les exploitations qui sont intéressées par la restauration collective - en arboriculture, légumes plein champ, élevage.

- Foncier : un marché **discret et peu ouvert** (moins de 10 notifications de vente par an en moyenne par commune), avec **des surfaces mise en vente assez faibles** (740 ha en moyenne par an sur PAA) - les **opportunités sont rares** - un marché préservé mais qui doit être maintenu via les outils de planification, notamment dans les secteurs péri-urbains – un potentiel de foncier agricole, avec un retour vers l'agriculture, de 1500 ha à confirmer.

DES FILIERES D'ELEVAGE QUI APPORTENT DES REPONSES A CONSOLIDER VERS LES CIRCUITS LOCAUX, DES FILIERES VEGETALES MOINS STRUCTUREES LOCALEMENT MAIS PORTEUSES DE POTENTIEL



La **production de fruits** (essentiellement pommes) est **conséquence** mais **s'écoule très majoritairement en dehors du territoire**. La commercialisation en circuits courts concerne essentiellement les fruits à noyaux. La **production biologique est peu développée** alors que la demande des consommateurs sur les circuits courts est forte.

La **production maraîchère** est **limitée** sur le territoire mais **très diversifiée et structurée autour des circuits courts**. Les secteurs irrigués permettent la présence de légumes de plein champ (pomme de terre, courge, melon) qui complètent des productions céréalières mais plutôt exportés du territoire. L'Agriculture biologique y est importante, avec une forte dynamique d'installation. La taille du bassin de production et l'écoulement en produits bruts expliquent l'absence d'un outil de transformation sur le territoire.



La **filière céréalière** est dédiée à l'export mais des initiatives locales fleurissent autour d'acteurs structurants : Moulin Pichard (AB), GPS (filière Lou Pan d'ici, développement filière bio locale, légumes secs Fermiers de Provence), productions fermières (pâtes et légumes secs).



La **production laitière** (caprin/ovin) est essentiellement **transformée à la ferme et dédiée aux circuits courts**. Il n'y a pas de transformateur artisanal ou industriel. La **production de lait de vache** est transformée par la Coopérative Laitière de l'Ubaye qui alimente le marché local et régional. La production est **très insuffisante** pour répondre aux besoins du territoire. Les producteurs de laitage fermiers peinent à répondre à la demande.



Une **filière bovine très bien implantée** et organisée autour de **circuits de commercialisation complémentaires**. 60% des exploitations vendent en partie en circuits courts.

La **filière ovine**, historique sur le territoire, est principalement orientée **vers les circuits longs**. Le **Label Rouge Agneau de Sisteron** permet une identification sur la qualité. 36% des exploitations ovines commercialisent en circuits courts. L'élevage ovin est essentiellement transhumant, permettant la valorisation des paysages d'estives.

Les **filières porcines, et volailles** sont quant à elles **quasi absentes** du territoire, alors même que la consommation de viande se concentre et se développe sur ces produits. Les productions du territoire s'adressent directement aux consommateurs.

La **filière œuf** est présente via les « œufs du gavots » qui alimentent différents circuits de consommation locaux et régionaux.

Zoom sur la structuration de la filière viande locale

Les atouts du territoire :

- Abattoirs de proximité de Digne et Seyne et ateliers de découpe, exclusivement dédiés aux circuits courts
- Collectif de producteurs bovins CELA adresse le marché de la restauration collective et travaille à la question de l'équilibre carcasse

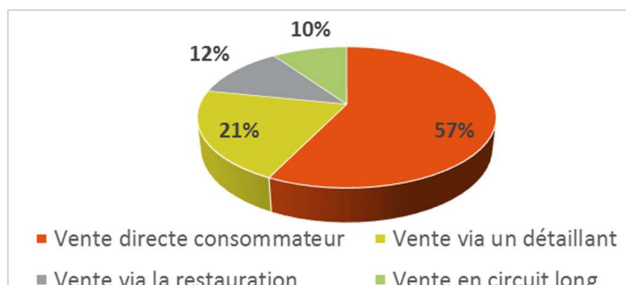
Les manques :

- Difficultés structurelles de Digne et Seyne, des enjeux de restructuration pour assurer leur pérennité et celles des circuits de commercialisation courts, sur lesquels PAA se mobilise en organisant un travail d'audit
- Mutualisation de moyens logistiques ou d'organisation producteurs / bouchers pour renforcer les circuits - outil de transformation de la viande

34% DES EXPLOITATIONS DU TERRITOIRE CONCERNÉES PAR DE LA COMMERCIALISATION EN CIRCUIT COURT, UN ENJEU DE TEMPS DE TRAVAIL ET DE GESTION DE LA LOGISTIQUE POUR LES EXPLOITANTS

- **165 exploitations de PAA commercialisent en partie en circuit court**, particulièrement en maraichage, apiculture, autres élevage (volailles, porcs), et caprin-ovin fromagers - Forte présence d'exploitations AB (légumes, viande, lait, miel) - La **transformation** se fait principalement à la **ferme** (lait caprin/ovin), ou à l'**abattoir** en filière viande avec découpe à Digne, Seyne ou Sisteron.

Modalités de vente citées par les exploitants (enquête CA 04)



« J'ai beaucoup de modes de commercialisation, j'y passe énormément de temps. Je fais beaucoup de route. Je voudrais passer plus de temps à m'occuper de mon exploitation, vendre plus à mon grossiste. »

- **Vente directe** comme principal mode de commercialisation en circuits courts via la vente à la ferme (52% des agriculteurs), les marchés (52%) et les points de vente collectifs (42%).

- **90% des exploitations écoulent leur production jusqu'à l'échelle régionale**, seules 18% des fermes vendent exclusivement sur le territoire de l'Agglomération (maraichers et fromagers).

- **Des réticences à aborder le marché de la restauration collective** : production trop faible par rapport à la demande, temps de travail pour fournir des produits standardisés, outils non adaptés aux exigences sanitaires, débouché perçu comme insuffisamment rémunérateur.

- 20% d'exploitations en recherche de nouveaux marchés (viande et le miel) – 12% se trouvent trop dispersés – 15% sont à saturation (fromages, légumes) et n'arrivent pas à répondre à la demande – un **enjeu de mutualisation des moyens, et de temps de travail** pour certains.

Chiffres clefs de la précarité alimentaire sur PAA

- **Taux de pauvreté = 15,7%** soit **3 450** ménages sous le seuil de pauvreté (INSEE)
- **760 ménages potentiels en situation d'insécurité alimentaire**, soit 1 520 personnes environ (estimation TG, d'après INSEE 2017 et ABENA 2)
- Profils des populations précaires du territoire : familles monoparentales avec des mères de familles seules, personnes âgées isolées, étudiants et jeunes sans ressources, travailleurs pauvres, migrants (sans-papiers et demandeurs d'asile).


L'aide alimentaire caritative


Aides alimentaires distribuées à Digne-les-Bains, en 2018

	Croix-Rouge	Restos du cœur	Secours populaire
Nombre de repas/colis distribués	1 820	58 806	4 806
Nombre de foyers bénéficiaires	25	181	400
Dont parents isolés, avec enfants	5	29	109
Dont couples, avec enfants	7	43	142
Dont personnes seules	13	109	149

Source : CCAS de Digne-les-Bains

La majorité des approvisionnements des acteurs de l'aide alimentaire est aujourd'hui assuré à une échelle plus vaste que le territoire et par de grands réseaux de distribution. Toutefois, les acteurs du territoire prennent en main les sujets de l'approvisionnement local, du gaspillage et plus largement de l'accessibilité à une alimentation variée des publics précaires :

- Organisation de tournées pour accéder aux populations isolées du territoires (Restos du cœur, Epicétou) 
- Accès à une production locale : Partenariats avec des producteurs locaux pour les produits frais

(Gourmandigne, Secours Populaire) / Réflexion CAF et MSA pour la mise en place de paniers solidaires en partenariat avec des producteurs locaux / Jardins partagés dans les quartiers en précarité  À Fleur de Pierre économique

- Création d'une conserverie pour limiter le gaspillage des fruits et légumes et varier les propositions de produits alimentaires (1001 Saveurs du Point Rencontre)

UNE RESTAURATION COLLECTIVE : S'APPUYER SUR LES EXPERIENCES REUSSIES DES ACTEURS DU TERRITOIRE POUR DEPLOYER DES DEMARCHES VERTUEUSES

La **restauration scolaire des collèges et des lycées** est engagée de longue date sur les réflexions d'approvisionnement local et de qualité grâce à l'appui du **Réseau Régal**. Le réseau travaille au rapprochement des acteurs de l'agriculture et de la restauration scolaire, en identifiant des entreprises en capacité à travailler avec la restauration scolaire et en structurant des filières. Sur le territoire, Régal a permis l'émergence du collectif d'élèves **CELA**. En collaboration avec l'abattoir, la Chambre d'Agriculture, les producteurs et chefs de cuisine, une filière viande bovine à destination de la restauration collective a été structurée. Une trentaine de lycée de la région s'approvisionnent ainsi auprès du CELA. **L'Unité de Préparation Culinaire** du département, qui approvisionne 10 collèges, travaille avec Régal et consacre 35% de son budget aux circuits courts et produits sous signe de qualité, en maîtrisant son coût matière. **Le lycée Carmejanne** labellisé Ecocert en cuisine, s'approvisionne à hauteur de 46% de ses achats via les circuits courts, dont 18% en bio.

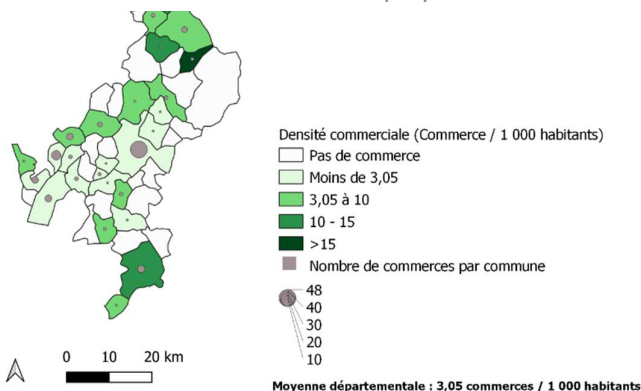
La **restauration scolaire communale et du secteur médico-social** n'atteint pas encore, dans la majorité des cas, les objectifs de la loi Egalim. Les principaux freins : les communes ont largement le recours à des **prestataires de services extérieurs**, avec une faible visibilité sur leurs approvisionnements ; les hôpitaux sont contraints par les **commandes via le groupement** d'achat Chicas et des **budgets extrêmement tendus** ; les maisons de retraites se heurtent à des **contraintes sanitaires et de traçabilité**.

RESEAU DE DETAIL ET GMS : LA DISTRIBUTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES ASSUREE PAR UN MAILLAGE DE 142 COMMERCES

Le territoire compte 3 **commerces** pour 1000 habitants avec une **répartition inégale** posant la question de l'accessibilité des commerces à certaines population du territoire, et de la logistique pour les approvisionnements locaux de ces commerces.

- **Boulangers** : il y a aujourd'hui **peu de démarches sur le territoire malgré une ambition de longue date de la profession** de faire vivre une filière territoriale. La profession note un manque de blé meunier locaux de qualité pour une filière territoriale ambitieuse.
- **Bouchers** : seulement **5 à 10% des bouchers** du département **travaillent en direct** avec les éleveurs. Le bassin est un atout pour développer ce type d'approche mais **cela demande du temps**. Les difficultés actuelles des **abattoirs de Digne et Seyne** peuvent mettre en péril ces filières. La profession note un **besoin de moyens logistiques dédiés voire d'organisation** éleveurs / bouchers pour développer ce type d'approvisionnement.
- **Grandes et Moyennes Surfaces (GMS)** : Certaines enseignes du territoire **développent des partenariats avec des producteurs locaux**. Les produits locaux rencontrent un grand succès dans ces magasins, ce qui pourrait constituer un levier important pour développer de nouveaux débouchés pour les producteurs locaux. Les enseignes se heurtent à la **difficulté de convaincre les agriculteurs** de travailler avec elles. Si certaines essayent de mettre en place des **modalités contractuelles facilitées** pour les approvisionnements locaux, dans les faits, **les producteurs font part de grandes difficultés** vis-à-vis des pratiques des distributeurs et se découragent.

Densité commerciale et nombre de commerce sur le territoire de PAA (TG)



DE NOMBREUX CIRCUITS DE PROXIMITÉ

En plus de la commercialisation de proximité avec un intermédiaire (supérette, GMS, artisans, restauration collective), le territoire est doté de **nombreux points de ventes directs** : 50 à 100 exploitations du territoire concernées par la **vente à la ferme** (dont 30 adhérentes à Bienvenue à la Ferme), un **point de vente collectif** sur le territoire (La ferme des Saveurs à Montclar), des points de vente collectifs à proximité (dont Couleurs Paysannes près de Manosque, débouché important pour les producteurs de PAA), de **nombreux marchés de plein vent** (communes et ou producteurs locaux), 5 **AMAP** et la vente en ligne.



Les **marchés restent le 1er lieu d'achat de produits locaux** et le mode privilégié pour les circuits courts. Les habitants recherchent en effet à simplifier leurs achats alimentaires en limitant le nombre de points de vente fréquentés (enquête habitant).

A noter la présence de la **Maison de Produits du Pays Dignois à Mallemoisson** qui propose des produits agricoles mais aussi d'artisanat ou d'artistes. La majorité des apporteurs alimentaires sont en dehors du territoire de PAA. Ce large espace de vente est fréquenté par une clientèle touristique (80% de gens de passage) et ne répond pas aux besoins des habitants du territoire en termes de point de vente collectif. La gamme de produits alimentaires comporte en effet peu de produits frais.

TOURISME et RESTAURATION COMMERCIALE – UN ENJEU FORT POUR LE DEVELOPPEMENT DE L'ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE ET DES FILIERES ALIMENTAIRES

Avec **2 millions de nuitées par an et 1 millions d'excursionnistes** sur le territoire de Provence Alpes Agglomération, le tourisme peut constituer un véritable **levier de développement pour des filières alimentaires territoriales**. Le 2^{ème} poste de consommation des visiteurs, sur un budget total de 114,5 M€, est en effet l'alimentation. A l'inverse, la mise en avant du patrimoine alimentaire local peut être un **facteur d'attractivité touristique** du territoire. La politique Pleine Santé de l'agglomération a un axe fort sur la montée en gamme des restaurateurs et métiers de bouche.



La labellisation des restaurateurs valorisant les produits du territoire est un des outils pour mettre en avant le patrimoine alimentaire locale. Dans cette veine, deux labels co-existent aujourd'hui (**Pays Gourmand** et partenaires du **Géoparc Unesco Haute Provence**). Une **clarification de l'articulation** entre ces deux labels est nécessaire pour simplifier le message auprès des touristes, **optimiser l'animation** de ces labels, aujourd'hui quasi inexistante sur le territoire, et **mobiliser les parties-prenantes** (producteurs, artisans, restaurateurs) autour de ce projet.

Des restaurateurs mettent en place des stratégies **d'approvisionnement locaux et de qualité**. Parmi eux, les centres d'accueil touristique pourvoyeurs d'un grand nombre de repas à l'année, font face à des **enjeux de mise en relation avec les producteurs, de temps** consacré à cette mise en relation et de contraintes budgétaires. Des restaurateurs traditionnels (60% de la restauration du territoire) se fournissent à proximité (marchés, direct de la ferme, magasin de producteurs, voir potager personnel). Une part non négligeable de la restauration est dite « rapide » et pourrait être le **support d'initiatives de « snacking » local**.

DES ENJEUX PARTAGES, UNE AMBITION COMMUNE A CONSTRUIRE

La stratégie du Projet Alimentaire de Provence Alpes Agglomération se structure autour de 8 enjeux, définies grâce au diagnostic et avec les partenaires techniques du territoire. Pour répondre à ces enjeux, des actions ont commencé à émerger de la concertation. Il s'agit maintenant de les compléter et de les consolider à travers un plan d'action opérationnel.

Enjeux	Des actions qui commencent à émerger
1 - Développer un tissu agricole diversifié et dynamique en lien avec les objectifs du PAT	Veille foncière / portage foncier sur des secteurs cibles Intégrer l'alimentation dans les documents d'urbanisme
2 - Pérenniser et développer la filière viande locale pour mieux correspondre à la consommation du territoire et développer la consommation de viande locale pour pérenniser et développer la filière viande	Amélioration/création d'équipements structurants (abattage, découpe, logistique et transformation) Gestion de l'équilibre carcasse : développer les partenariats producteurs/restauration collective/bouchers
3 - Répondre aux enjeux environnementaux pour renforcer l'agriculture du territoire	Développer les pratiques et équipements permettant les économies d'eau Soutenir le développement de l'AB et HVE
4 - Structurer les filières végétales vers le territoire	Développer une offre protéine végétale locale à destination de la restauration collective et/ou commerciale

Enjeux	Des actions qui commencent à émerger
5 - Améliorer l'accessibilité des produits locaux et de qualité à tous les habitants du territoire y compris aux populations fragiles/précaires	Développer des relations de confiance entre producteurs et GMS - Mettre en place une Charte de fonctionnement Accompagner la création de Magasins de Producteurs / Mieux valoriser la Maison de Produits de Pays
6 - S'intégrer dans la stratégie pleine santé du territoire et faire monter en gamme les restaurateurs	Clarifier l'articulation des 2 labels et développer les moyens d'animation et de contrôle
7 - Appuyer le développement d'un approvisionnement local et de qualité pour la restauration collective du territoire	Accompagner les collectivités locales sur la rédaction des AO pour intégrer des critères définissant la qualité des produits locaux.
8 - Informer, sensibiliser, communiquer autour de l'offre en produits locaux, autour de l'alimentation durable	Développer des outils pour mettre en lien l'offre et la demande Sensibiliser au gaspillage alimentaire Promouvoir l'origine des produits par une identification sur les lieux de vente

UNE DEMARCHE PARTENARIALE ET CO-CONSTRUITE APPELEE A SE POURSUIVRE EN 2021

Ce diagnostic a été élaboré de manière concertée avec les acteurs publics et privés impliqués dans le système agricole et alimentaire du territoire sur le 2^{ème} semestre 2020 :

- 80 entretiens conduits auprès des acteurs du système alimentaire, dont une enquête auprès des agriculteurs, menés entre juillet et septembre
- 1 enquête auprès des communes sur la restauration collective
- 1 enquête habitants (plus de 300 répondants)
- 1 atelier de travail début décembre avec les partenaires techniques du territoire

L'élaboration du projet alimentaire territorial se poursuit en 2021. Contribuez lors du forum de lancement et en vous impliquant dans les groupes de travail qui suivront !

Contacts		
Provence Alpes Agglomération Lucille Thiébot, cheffe de projet territoire Pleine Santé lucille.thiebot@provençalpesagglo.fr	Triesse Gressard Consultants Sylvain Kockmann, consultant skockmann@triessegressard.com	Chambre d'agriculture Alpes de Haute Provence Sabine Hauser, responsable du pôle Territoires Environnement shauser@ahp.chambagri.fr