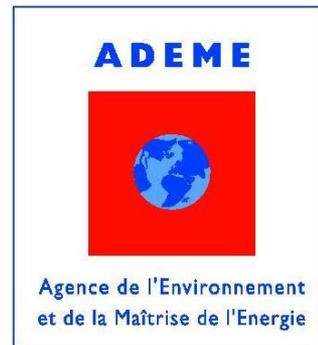


# ELABORATION D'UN PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL EN SUD MAYENNE « Manger local et durable »

**Consommation alimentaire des Sud-Mayennais :  
pratiques et comportements**  
*Analyse de l'enquête à la population*



**AUXILIA**  
CONSEIL EN TRANSITION

Le Solilab 8 rue Saint Domingue  
44200 NANTES

# / Un sujet populaire qui rassemble

**818** réponses reçues

Un sujet qui mobilise fortement la population active :

**78%** des répondants ont entre 30 et 60 ans

**63%** des ménages ont un revenu < à 3000€ (20% < à 2000€)

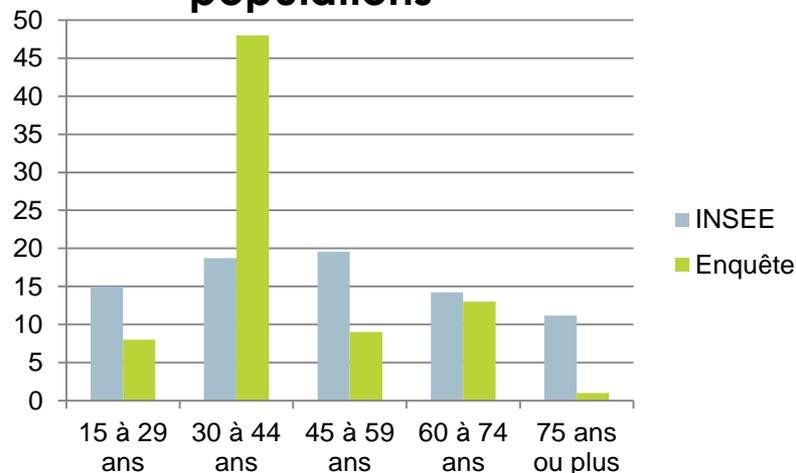
**Une enquête dont la représentativité est à mesurer dans son ensemble**

- Des plus de 30-44 ans, des cadres mais aussi des employés sur-représentés, à l'inverse des retraités sous-représentés
- 77% des répondants sont des femmes

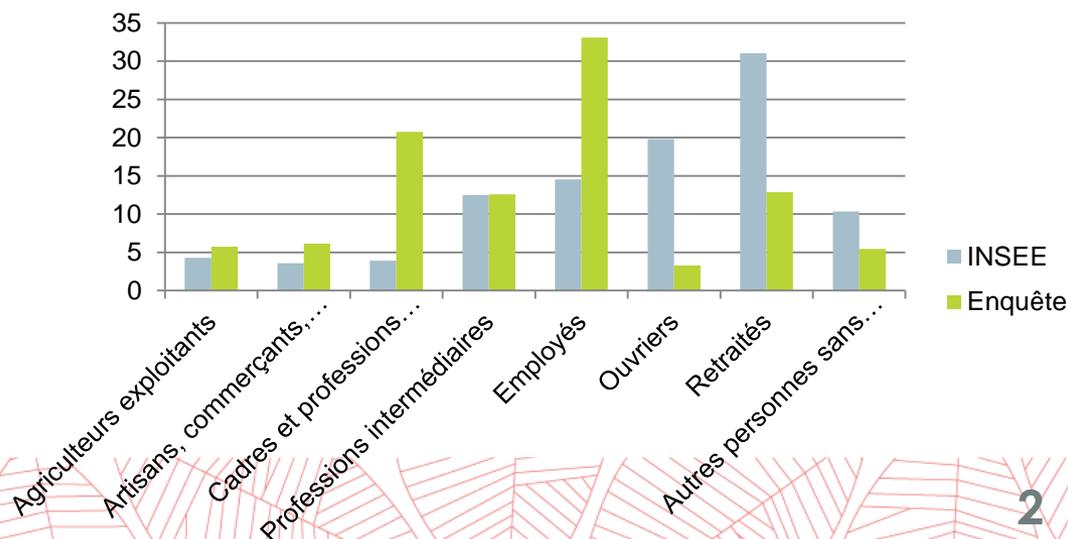
**A retenir : un sujet qui suscite la prise de parole de publics souvent éloignés des démarches de concertation publique**

- Davantage de 30-44 ans et d'employés alors que l'espace de concertation est habituellement occupé par les seniors et les CSP+

## Tranche d'âge des populations



## CSP des populations

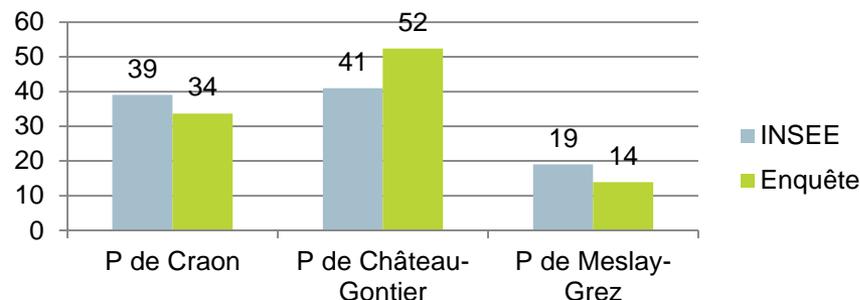


# / Géographie des répondants

92% des répondants résident dans une commune du Sud Mayenne

Des répondants domiciliés sur le territoire de la CC de Château-Gontier sur-représentés (41% de la population du Sud Mayenne au regard des recensements INSEE et 52% de répondants effectifs à l'enquête)

## Domiciliation des populations



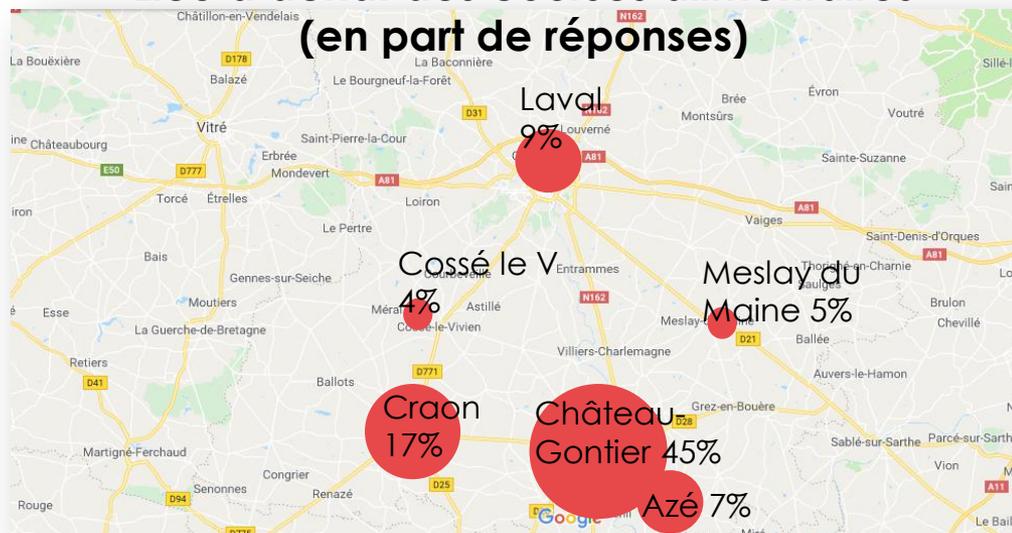
L'importance du lieu de résidence : 33% des répondants habitent et travaillent dans la même commune

85% des répondants ayant un emploi ont un emploi dans le Sud Mayenne (dont 28% à Château-Gontier, 11% à Laval et 9% à Craon)

Par conséquent des risques d'évasion de la consommation (par exemple sur le lieu de travail) limités.

Une donnée corroborée par l'analyse du lieu (principal) d'achat : moins de 15% de lieux d'achat sont localisés en dehors du Sud Mayenne

## Lieu d'achat des courses alimentaires (en part de réponses)



Le pôle Château-Gontier-Azé représente pour plus de la moitié des répondants le lieu d'achat de la consommation alimentaire.

# / Lieu d'achat des produits alimentaires par produit

## Vision d'ensemble

### J'achète majoritairement ces produits alimentaires en...

	Super-Hypermarchés	Discount	Petits commerces de proximité	Magasins spécialisés (frais, surgelés, bio, diét...)	Marchés de plein vent	Point de vente de producteurs, paniers, AMAP...	A la ferme	Internet (Drive, paniers en ligne...)	Je produis moi-même
Fruits	30%	2%	9%	27%	11%	10%	2%	4%	5%
Légumes	23%	2%	6%	18%	8%	17%	6%	3%	16%
Viande hors volaille	25%	1%	23%	7%	1%	7%	27%	1%	6%
Volaille	25%	2%	11%	6%	4%	7%	34%	3%	9%
Œufs	30%	2%	3%	6%	4%	8%	16%	4%	27%
Fromage	60%	3%	7%	11%	5%	7%	2%	5%	1%
Produits laitiers hors fromage	70%	3%	5%	8%	0%	1%	2%	6%	4%
Pain	6%	1%	74%	7%	1%	4%	1%	0%	4%

En rouge les valeurs les plus fortes observées par type de produit

Les réponses sud-mayennaises renvoient à l'acte d'achat habituellement observé en France, à savoir une consommation en GMS fortement concurrencée sur les produits alimentaires frais par des solutions alternatives, en dehors du **fromage** et des **produits laitiers**, qui demeurent encore fortement distribués par la GMS.

La part des magasins spécialisés (frais, bio, etc.) est particulièrement forte pour l'achat de **fruits**. Les **légumes**, production historique des circuits courts, se commercialisent de façon quasi-égale entre GMS, magasins spécialisés et point de vente de producteurs.

La **vente à la ferme** séduit un grand nombre de Sud-Mayennais pour l'achat de viandes et notamment de volaille.

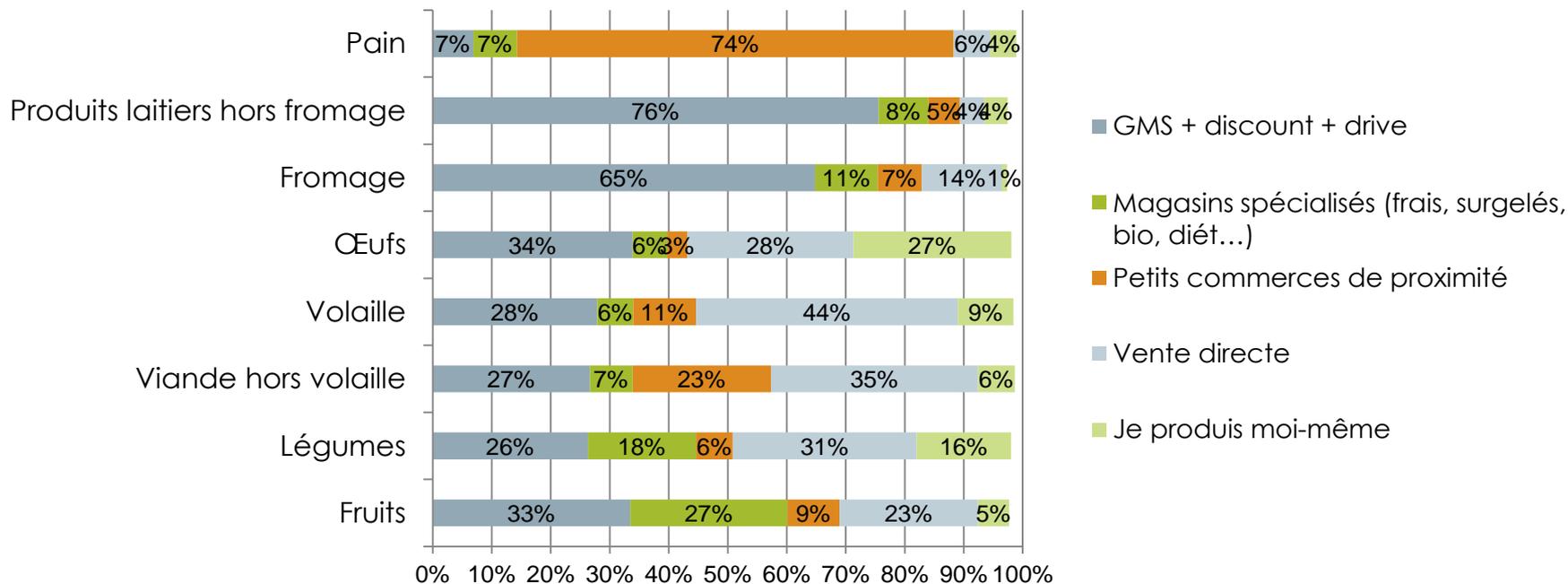
La **viande** (hors volaille) et le **pain** demeurent en Sud Mayenne principalement vendus dans les commerces de proximité.

Enfin, notons la forte part d'**auto-production** d'œufs et de légumes (respectivement 27 et 16%)

# / Lieu d'achat des produits alimentaires par produit

## Regroupement par typologie de lieu d'achat

J'achète majoritairement ces produits alimentaires en...



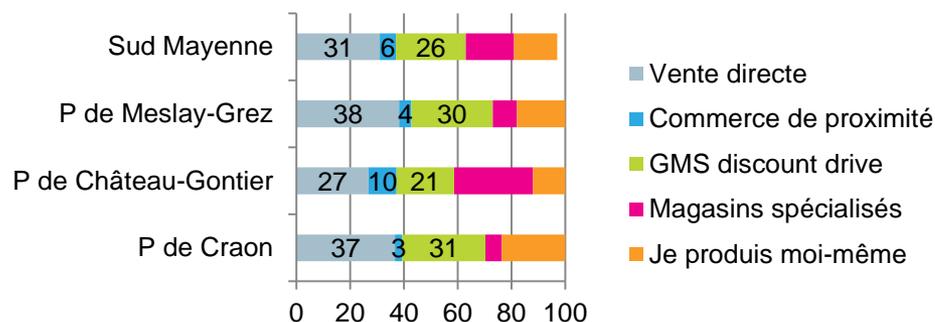
Le schéma ci-dessus propose un regroupement des typologies de lieu de distribution. La vente directe regroupe ainsi dans ce schéma les marchés, la vente à la ferme et les points de vente collectifs. Le GMS regroupe ainsi les hyper et supermarchés, le drive et le discount.

A la lecture du schéma, le constat est frappant : la vente directe est à ce jour la solution privilégiée par les Sud-Mayennais pour l'achat de légumes, de viandes et volailles

# / Lieu d'achat des produits alimentaires par produit

## Différences entre territoires

### Lieu d'achat de légumes par territoire



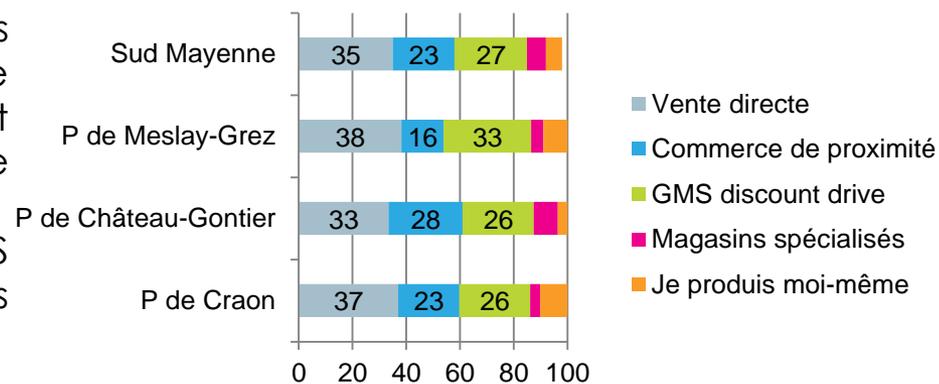
La part des commerces de proximité est quant à elle largement inférieure dans le Pays de Craon et de Meslay-Grez : l'achat de viandes en commerce de proximité est inférieure de 12 points à Meslay-Grez que dans le Pays de Château-Gontier.

De façon concomitante, la part de la GMS est supérieure dans les 2 Pays cités, pour les achats de légumes comme de viandes.

Ces focus légumes et viandes renvoient une image différenciée des 3 territoires composant le Sud Mayenne.

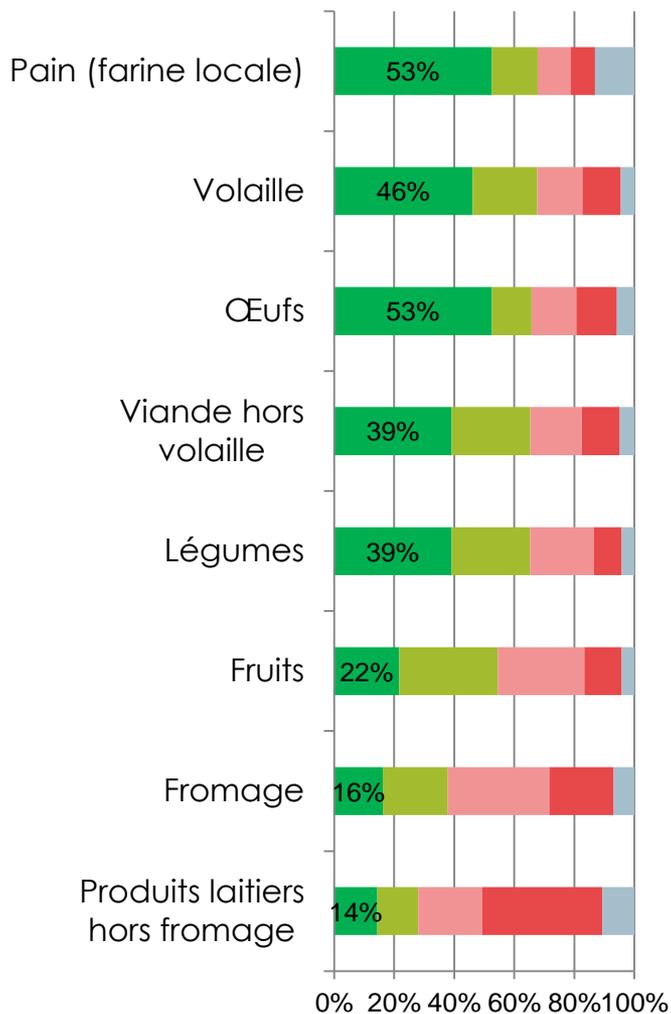
Pour l'achat de légumes, dans le Pays de Château-Gontier, la part des solutions de vente directe est inférieure au Sud Mayenne compte-tenu de la part des magasins spécialisés, dont la Biocoop, à Château-Gontier.

### Lieu d'achat de viandes (hors volaille) par territoire



## / Fréquence d'achat

**A quelle fréquence je consomme en local (du Sud Mayenne ou cantons limitrophes) les aliments suivants ?**



La fréquence d'achat de produits locaux [Sud Mayenne ou canton limitrophe] est particulièrement forte.

Bien qu'on puisse interroger le positionnement des répondants quant à ce qui peut s'apparenter à une « déclaration d'intention », il n'en demeure pas moins que la fréquence de consommation de produits locaux « toujours ou souvent » s'étalonne de 28% pour les produits laitiers aux volailles à près de 70%.

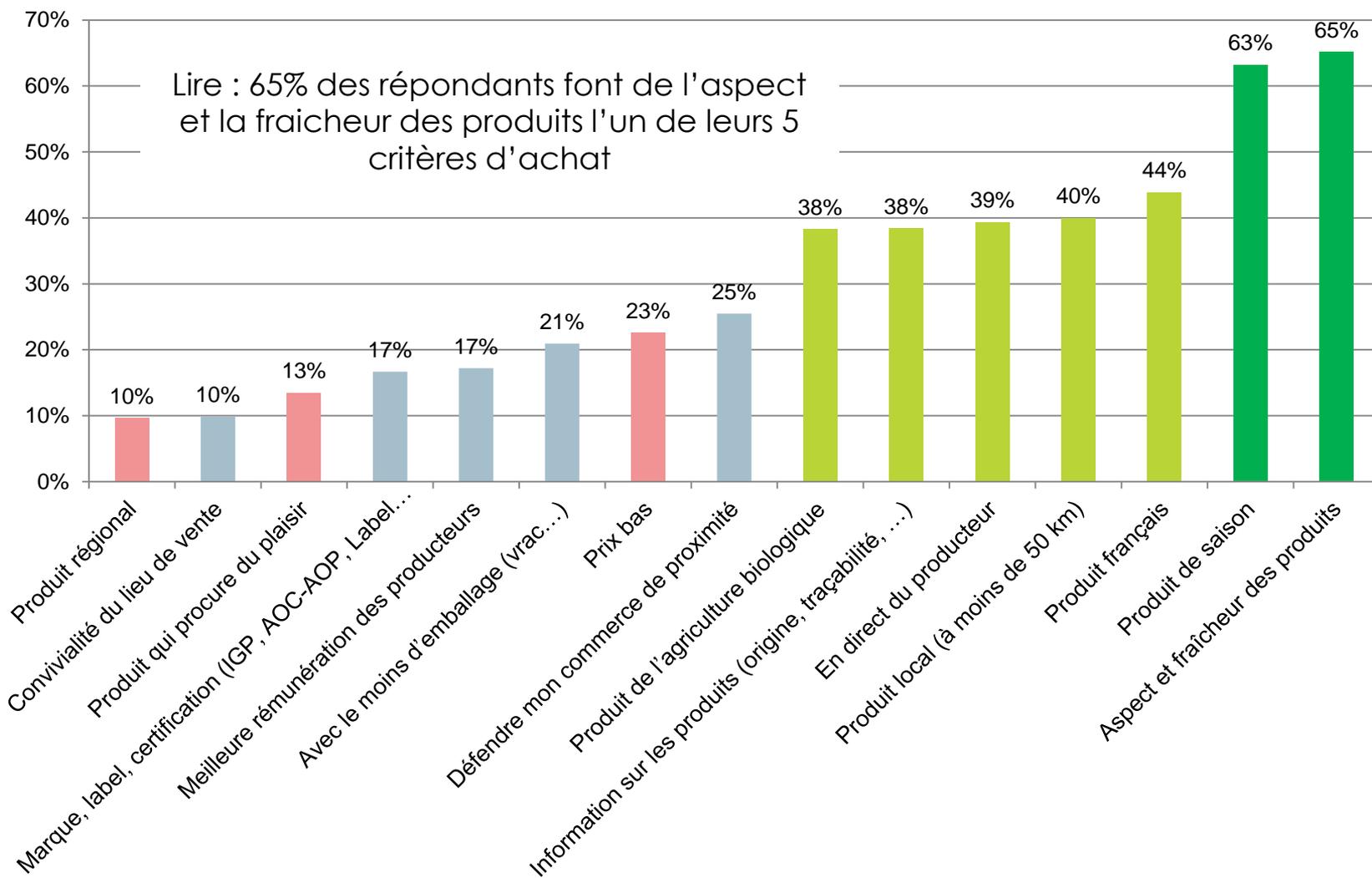
L'appétit des Sud-Mayennais et leur engagement pour une alimentation locale n'est donc pas à démontrer.

Enfin, par le biais de ces résultats, les Sud-Mayennais déclarent consommer rarement des produits laitiers « locaux », en dépit des structures de production agro-alimentaire du territoire.

- Quasi toujours en local
- Souvent en local
- Quelques fois en local
- Jamais ou très rarement en local
- Je ne sais pas

# / Critères d'achat

Les critères d'achat les plus importants pour moi sont (5 critères maximum) :



## / Critères d'achat

L'aspect, la fraîcheur des produits et la saisonnalité demeurent les grands marqueurs de la consommation des Sud-Mayennais, pour plus de 6 Sud-Mayennais sur 10.  
5 autres critères suivent plus loin pour compléter l'idéal-type de l'alimentation.

Le consommateur aura tendance à privilégier :

- Le produit français, et si possible le produit local (moins de 50km)
- La transparence du produit quant à son origine
- Un produit bio

A noter que le prix ne fait pas partie des critères prioritaires mais peut être un point bloquant, qu'il soit réel ou perçu.

Autres enseignements de l'enquête :

- Le label, marque ou certification n'est pas en soi un critère déterminant (pour moins de 20% des Sud-Mayennais), contrairement au produit bio
- Le périmètre géographique régional n'est pas non plus pertinent pour le consommateur sud-mayennais (cf un critère d'achat mis en avant fréquemment dans la restauration collective)

## / Engagement et changement

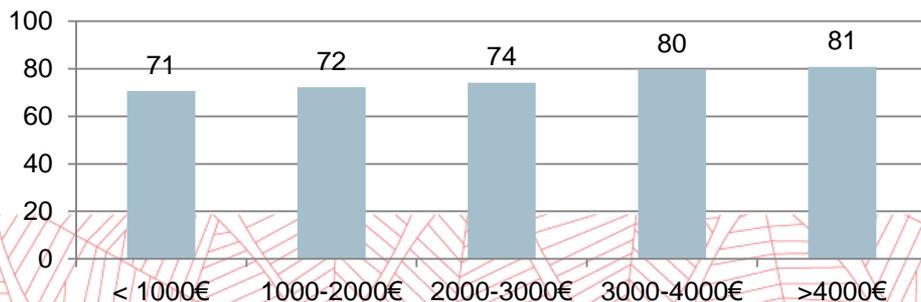
La mesure de l'engagement (cf le schéma à droite) témoigne de l'envie des Sud-Mayennais à orienter leur consommation au regard de critères qualitatifs et de proximité.

Bien qu'il faille en pondérer les résultats par leur aspect déclaratif, il n'en demeure pas moins que plus de  $\frac{3}{4}$  des répondants s'alimentent déjà régulièrement en produits locaux et de qualité, le plus souvent possible.

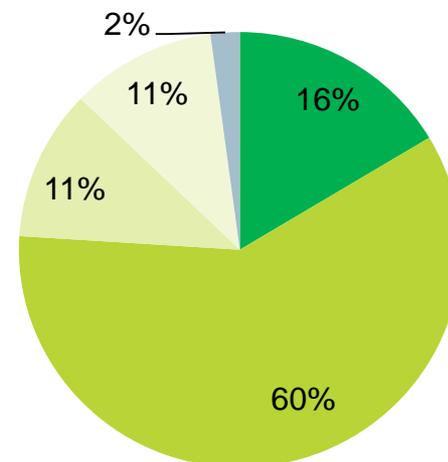
11% des répondants seraient prêts à franchir le pas s'ils étaient été accompagnés dans cette évolution (information, conseils, etc.)

A part égale, seuls 11% des répondants se déclarent dans l'incapacité de changer de consommation.

Il est intéressant de noter que le frein du pouvoir d'achat n'a pas un impact significatif sur l'engagement des Sud-Mayennais : la part des répondants consommant déjà quasi-intégralement ou le plus de souvent des produits de proximité et de qualité augmentent certes avec le pouvoir d'achat, mais de façon très mesurée.



## Mes habitudes de consommation en produits locaux et de qualité évoluent-elles ?

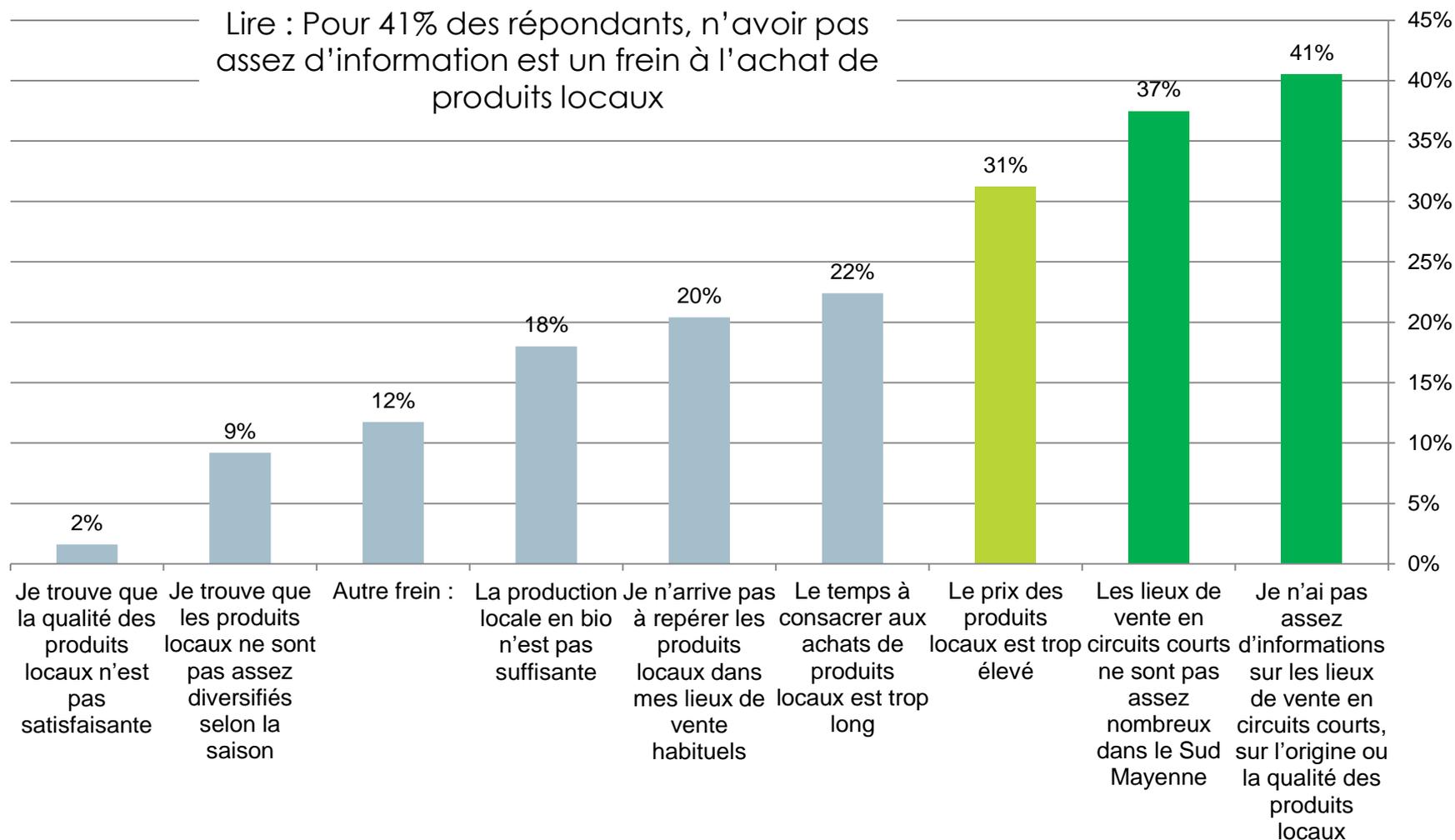


- Je m'alimente déjà quasi-intégralement avec des produits locaux et de qualité.
- J'essaie d'acheter des produits locaux et de qualité le plus souvent possible.
- Je pense vraiment à faire évoluer ma consommation, mais je ne sais pas comment faire.
- J'aimerais dans l'absolu pouvoir faire évoluer ma consommation, mais je ne peux pas le faire pour l'instant.
- Je ne privilégie pas particulièrement de produits et ne souhaite pas changer.

**% de répondants déclarant consommer en proxi et quali toujours ou souvent selon le revenu du ménage**

## / Freins à l'achat de produits locaux

A titre personnel, qu'est-ce qui peut freiner ma consommation de produits locaux dans le Sud Mayenne ? (3 maximum)



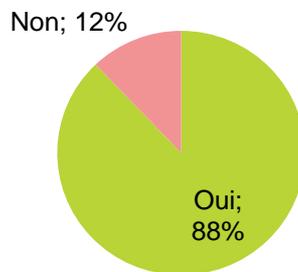
## / Freins à l'achat de produits locaux

Deux freins ressortent principalement de l'analyse, cités par +/- 40% des répondants :

- Le manque d'informations : « Je n'ai pas assez d'informations sur les lieux de vente en circuits courts, sur l'origine ou la qualité des produits locaux »
- Des lieux de vente pas assez nombreux sur le territoire

A l'instar des éléments exposés préalablement, le prix reste autant un critère d'achat qu'un frein pour 1/3 des ménages, mais de façon secondaire.

**Si je suis sûr.e qu'un produit est de qualité, local, et qu'il permet de mieux rémunérer le producteur, suis-je prêt.e à le payer plus cher ?**

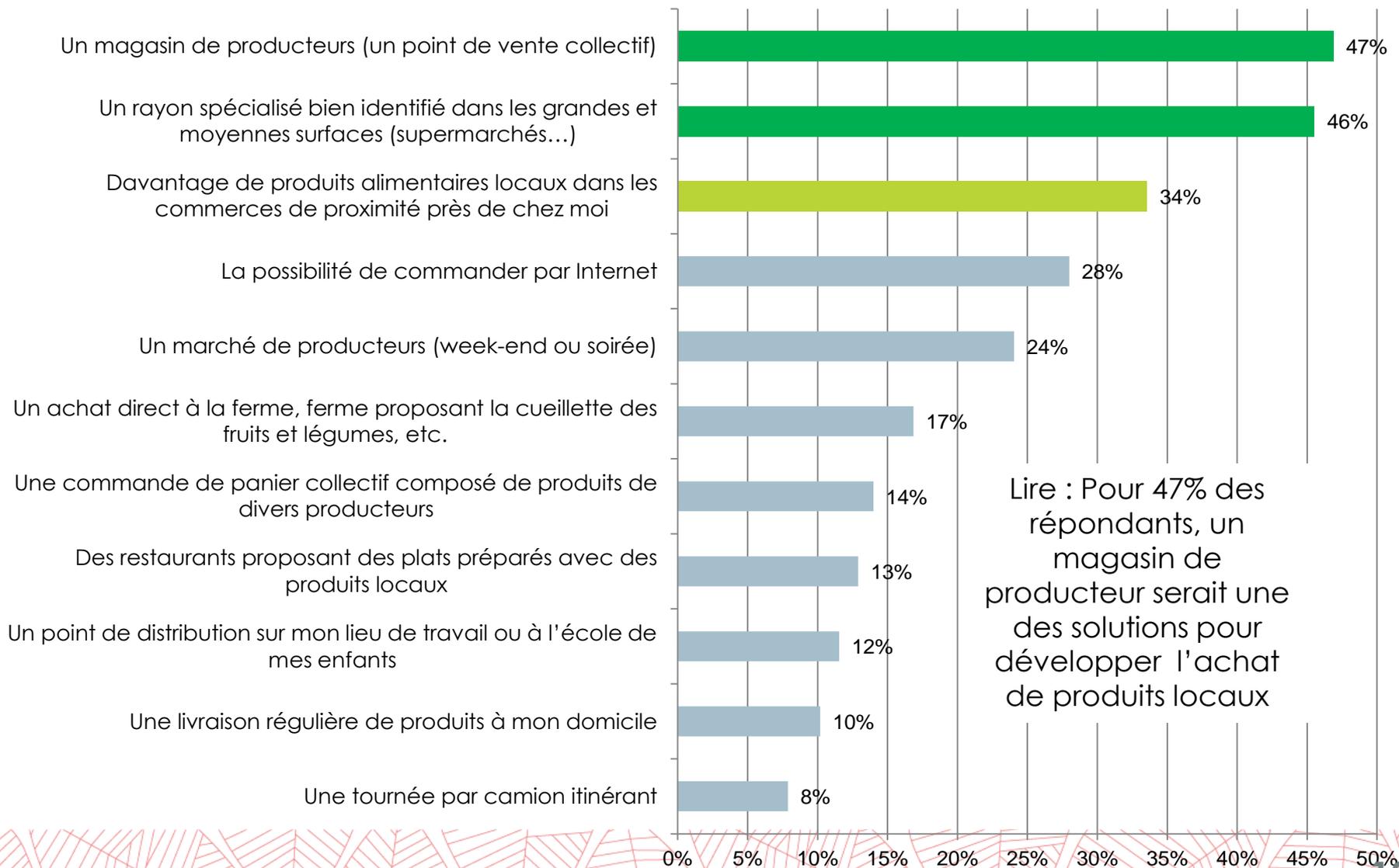


88% des répondants déclarent en effet être prêts à payer plus cher un produit s'il est de qualité, local, et qu'il permet de mieux rémunérer le producteur. A nouveau, le pouvoir d'achat n'intervient peu ou pas dans cet engagement : 81% des ménages ayant un revenu mensuel < à 2000€ approuvent cette affirmation.

A noter que le temps jugé trop long pour acheter des produits locaux (Marché ? À la ferme ?) est partagé par 22% des Sud-Mayennais et renvoie à un argument de praticité que les solutions en circuits courts doivent intégrer.

# / Solutions pour développer l'achat de produits locaux

A titre personnel, quelles sont les solutions qui me permettraient de consommer davantage de produits locaux ? (Cochez 3 réponses maximum)



## / Solutions pour développer l'achat de produits locaux

Deux solutions concentrent un nombre quasi-égal de réponses, retenues par près de la moitié des répondants

- Le magasin de producteurs (de type point de vente collectif) : 47% des répondants retiennent cette solution. On peut supposer que ce choix est motivé par 3 raisons possibles : soit pour pallier localement les carences du commerce de proximité, soit pour proposer une offre alternative aux grandes et moyennes surfaces, soit pour disposer d'une solution d'achat d'une alimentation de qualité et locale. Dans tous les cas, cette solution met en avant la relation directe, **et en confiance**, avec le producteur, tout en préservant une solution pratique, avec l'ensemble du panier représenté.
- Le rayon spécialisé bien identifié dans les grandes et moyennes surfaces (supermarchés...), partagé par plus de 45% des répondants. Cette part est supérieure aux déclarations d'achat par produit, décrit dans les premières pages, et correspond vraisemblablement à une hypothèse plus proche de la réalité au quotidien. Il n'en demeure pas moins que cette solution est retenue par une quasi-majorité de répondants. Ce résultat confirme l'importance d'intégrer les acteurs locaux de la GMS dans le Projet Alimentaire Territorial.

Au final, les résultats traduisent la pertinence des réponses dans la complémentarité des solutions de distributions qu'ils plébiscitent, afin d'optimiser l'achat de produits locaux et de qualité, selon la présence en local de solutions de proximité : point de vente collectif, GMS et commerces de proximité.

**Cette carte de la complémentarité** (points physiques, commande en ligne, à la ferme, marchés...) est en effet à jouer pleinement pour optimiser l'achat local selon la géographie et le consommateur.

# / Solutions pour développer l'achat de produits locaux

## Autres solutions proposées par les répondants : (extraits des résultats de l'enquête)

« Un regroupement de producteurs existe dans notre commune : Coudray, cela me semble être un bon exemple à soutenir et poursuivre. »

« Je me fournis déjà à Solicibio, mais certains produits ne sont pas proposés. »

« Mettre en place un système de panier 1 fois ou 2 /mois voire + avec différents produits locaux qui varient chaque semaine comme le panier du jardinier de la selle craonnaise »

« le camion itinérant pourrait être une solution et dynamiserait l'emploi (...), les tournée gardent également le lien social dans les petites communes où il n'y a plus d'activités (ex Peuton ou autre...) »

« Que les achats directs à la ferme aient des créneaux d'ouverture identiques »

« Un magasin à Cossé qui regroupe tous les producteurs du coin et qui vendent en direct leur production mais tous les jours pas seulement une journée/semaine (avec des jours de fermeture quand même et des horaires du soir pour ceux qui travaillent) »

« Une grande Halle avec une grande plage Horaire »

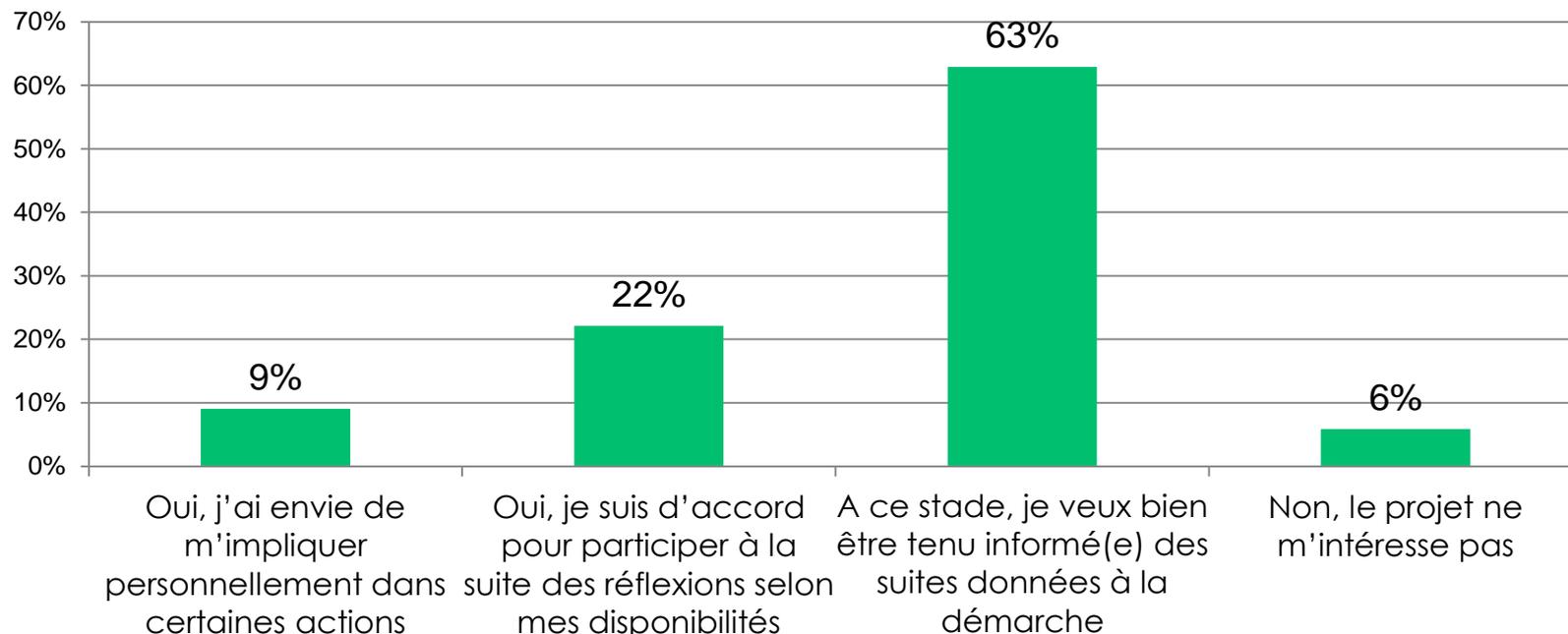
« Une identification claire en rayon ou sur l'étiquette ("Origine: Mayenne" ou quelque chose du genre) »

« Achat groupé pour faire du volume et réduire le coût »

« Je crois au pouvoir du consommateur responsable et "intelligent". [...] Il faut faire rentrer l'incidence sur la santé du consommateur de l'aliment, dans la labellisation ou plus simplement l'étiquetage d'information du produit. »

## / Mobilisation citoyenne

**Est-ce que cette démarche du Gal qui vise à soutenir les produits locaux et de qualité du Sud Mayenne m'intéresse ?**



Ces résultats confirment l'intérêt porté par les Sud-Mayennais aux enjeux alimentaires. Si 63% des répondants souhaitent être informés de la suite de la démarche, 1/3 des répondants ont envie soit de s'impliquer, personnellement, dans certaines actions, soit de participer à la suite des réflexions : 234 personnes sont au final intéressées pour participer activement à la réflexion, 472 souhaitent être tenues informées.

### J'ai d'autres idées pour développer les circuits courts de proximité et de qualité dans le Sud Mayenne : verbatim sur la base de 120 réponses

#### Solutions de distributions

- « L'idéal serait d'avoir un seul point de vente avec des produits de proximité, bio ou non mais qualitatif sans que les prix soient exorbitants. »
- « Nourriture des cantines en produits locaux et biologiques »
- « Plateforme de vente en ligne avec livraison en magasin de producteurs ou livraison à domicile en soirée »
- « Sur le secteur de Château-Gontier où déjà un certain nombre de possibilités existe, je pense qu'il y va de ma propre remise en question : m'autoriser le samedi à prendre plus de temps pour faire les courses, et arrêter d'aller au supermarché parce que j'ai "TOUT" au même endroit !!! »
- « Avoir des lieux de depose type coffre a code ou on va chercher sa commande a n importe quelle heure apres avoir eu validation du code avec son ticket de caisse »
- « Installer un distributeur de lait frais en ville ou sur les quais qui serait alimenté quotidiennement par les producteurs (BIO !) locaux. Système qui existe dans d'autres communes. »
- « il faudrait une meilleure organisation de ces réseaux: on a souvent connaissance de vente de viandes par exemple à chemazé et des oeufs à Azé et des volailles à grez mais pour faire des courses il faut gagner du temps et non courir de fermes en producteur (selon leur jour d'ouverture ???) véritable gymnastique décourageante. Il faudrait aussi pourvoir des amplitudes horaires plus large notamment le midi comme les supemarches. Actuellement sur le marché de chateau gontier le jeudi la plupart des commerçants ont remballé à 12h30 ce qui ne favorise pas la venue des salariés profitant de leur pauses pour y aller
- « mise en place de halles couvertes en centre ville ou les petits commerces alimentaires disparaissent (exemple ancien Leader Price) »
- « Organiser avec les mairies des points de distribution ou développer de petits marchés »
- « Point de vente associatif avec une case par producteur et ouvert un ou deux jours par semaine. Exemple marché couvert même modeste à proximité du super marché. »
- « Pérenniser le maillage des commerçants locaux en incitant les producteurs de légumes, viandes et fruits à vendre leurs productions auprès de ces acteurs économiques de centre ville ou centre bourg. »

#### Communication

- « Communiquer plus sur les circuits déjà en place (solicibio cossé, les petits pois st poix, au local chateau-gontier) et élaborer une carte des producteurs à distribuer dans les boîtes aux lettres. »
- « Un petit répertoire ou guide à télécharger avec des bons de réduction ou pour déguster, une carte de fidélité commune à plusieurs vendeurs en direct »
- « des stands pédagogiques et de dégustation lors des manifestations phares (pratiques et impacts sur santé et climat) »

## / Question ouverte

### **J'ai d'autres idées pour développer les circuits courts de proximité et de qualité dans le Sud Mayenne : verbatim sur la base de 120 réponses**

#### **Prix**

- « Payer une cotisation annuelle et obtenir ensuite des prix préférentiels auprès des producteurs locaux »
- « application type "to good to go" avec commerçants/producteurs participants et consommateurs sur les invendus de la journée vendus moins chers pour éviter le gaspillage alimentaire »
- « Permettre le paiement avec les tickets restaurants car c'est pour notre famille un moyen de paiement qui facilite l'achat chez les commerçants locaux ex le boucher »

#### **Accompagnement des producteurs**

- « Aider à l'installation de nouveaux maraîchers ou producteurs
- « Former les agriculteurs à la communication »
- « Soutien des collectivités pour l'installation, la conversion et le maintien des agriculteurs biologiques »
- « - soutenir les démarches collectives (financièrement ou de façon matérielle)
- Organiser des rencontres conviviales pour sensibiliser les consommateurs de l'intérêt de manger local et de qualité
- Aider à l'installation de jeunes ayant des projets en circuit courts donc surveiller les cessions de foncier pour éviter l'agrandissement de fermes tournées vers l'industrie agro-alimentaire sans qualité identifiée
- Aider les filières longues de qualité à écouler leur production localement (sans qu'elles viennent en concurrence avec la petite production en vente directe / travail avec la GMS) »



Merci de votre attention

**AGENCE AUXILIA DE NANTES GRAND-OUEST**



**Amandine Gatien-Tournat – Chef de projet**

Experte Agriculture – Alimentation

[Amandine.gatien@auxilia-conseil.com](mailto:Amandine.gatien@auxilia-conseil.com)

Tel. 06 77 85 23 91

**Christian Chatard – Directeur de projet**

Directeur de projets Territoires en transition

[Christian.chatard@auxilia-conseil.com](mailto:Christian.chatard@auxilia-conseil.com)

Tel. 06.32.91.65.36