

APPROVISIONNEMENT ALIMENTAIRE DE LA POPULATION LOCALE

RÉSULTATS DES ENQUÊTES AUPRÈS DES HABITANT·E·S

Dans le cadre de la mise en place de son Projet Alimentaire Territorial (PAT), la Communauté de communes Alpes Provence Verdon a souhaité en savoir plus sur les pratiques, les avis et les envies de ses habitant·e·s en matière d'alimentation. Questionnaires, ateliers, analyses ont permis de rassembler des données qui, mises bout à bout, dressent le portrait de la consommation sur le territoire. En voici quelques traits !

BOUGE TON PAT #1 : CYCLE DE CONCERTATION AUTOUR DE L'ALIMENTATION

- 3 évènements : Saint-André-les-Alpes (29 juin), Colmars-les-Alpes (2 juillet), Annot (9 juillet) ;
- Une quarantaine de participants au total ;
- Des échanges et débats sur l'avenir de l'alimentation.

QUESTIONNAIRE "QUE METTONS-NOUS DANS NOS ASSIETTES ?"

Questionnaire sur les achats alimentaires de la population, diffusé en ligne de mai à juillet 2019.

126 répondant·e·s soit plus d'1% de la population, résidant dans 29 des 41 communes de la CCAPV.

71 % sont des femmes

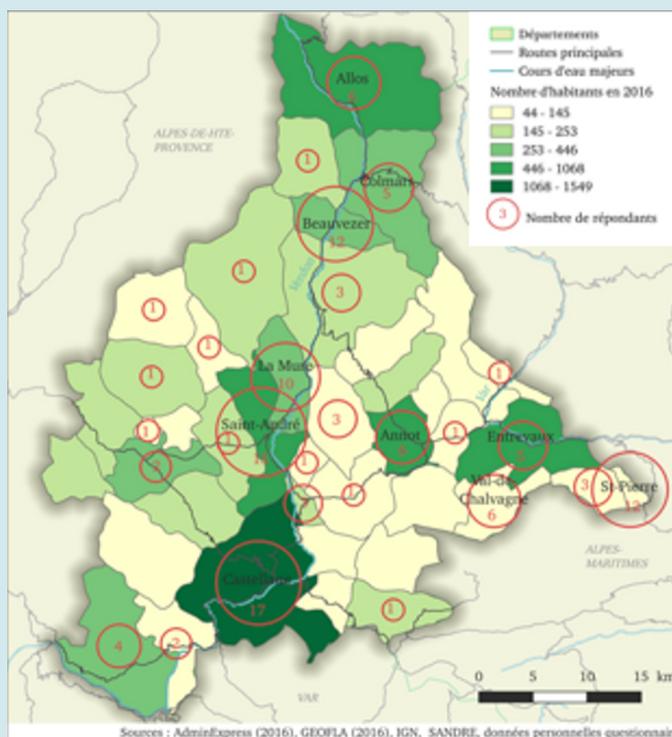
37 % sont âgé·e·s de 45 à 59 ans



39% sont des employé·e·s

28 % sont retraité·e·s

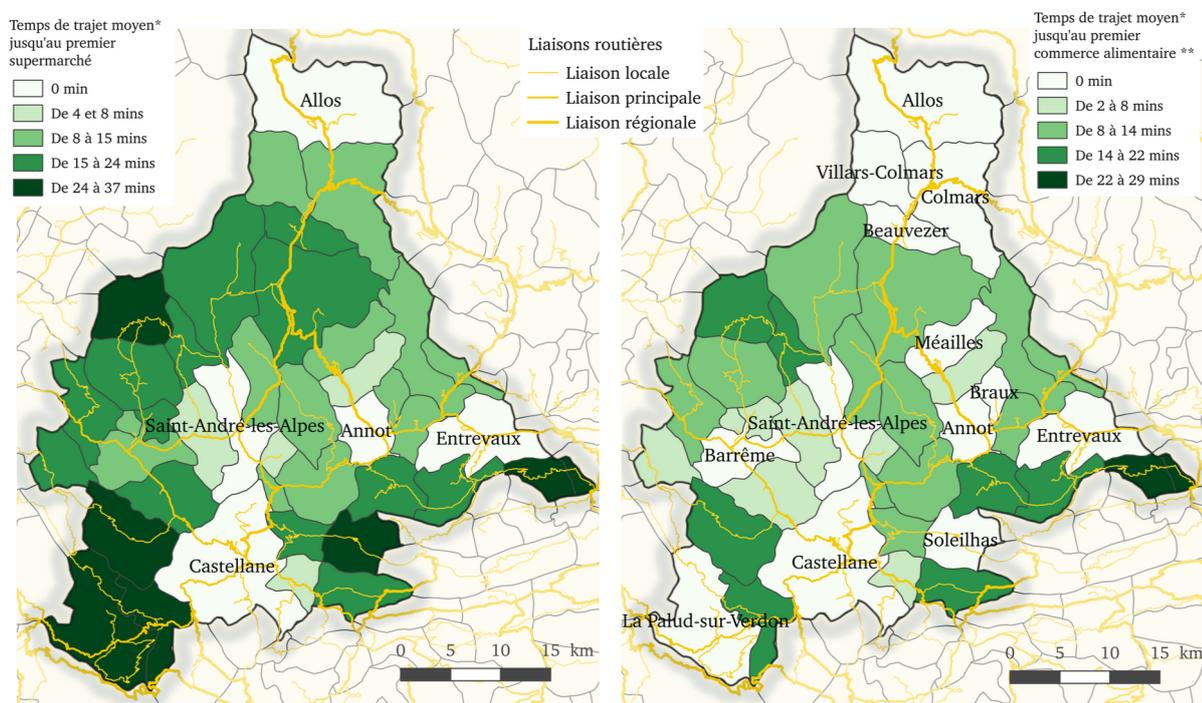
22% sont des cadres



PORTRAIT DE L'OFFRE ALIMENTAIRE LOCALE

Répartition des points de vente alimentaire

La densité commerciale sur le territoire atteint un niveau bien supérieur aux moyennes nationales : 47 commerces alimentaires pour 10 000 habitants, contre, en moyenne, 15 commerces pour 10 000 habitants dans les zones rurales (INSEE, 2017). L'analyse de la répartition des points de vente met en évidence la concentration des établissements dans les bourgs-centres de la CCAPV et a contrario leur absence dans 17 communes du territoire. Un état de fait qui est révélateur des inégalités d'accès à l'alimentation de la population sur un territoire où le relief allonge considérablement les temps de trajet.



Communauté de communes Alpes Provence Verdon : accès aux commerces alimentaires

* Temps de trajet calculé via Google Maps entre le bourg de la commune et celui de la commune la plus proche disposant du/des commerce(s) concerné(s)
 ** Sont pris en compte les commerces alimentaires de proximité (supérettes et commerces d'alimentation générale répertoriés comme tels par la CCI

NB : Cette représentation cartographique ne prend pas en compte les commerces itinérants, difficilement repérables mais qui participent de l'accès à l'alimentation dans certaines communes.

Une diversité limitée

L'offre alimentaire locale est fluctuante à la manière du nombre de consommateurs-rices sur le territoire. Si aux saisons d'affluence touristique, le nombre de points de vente offre une certaine diversité, les résident-e-s à l'année se heurtent aux faiblesses structurelles de l'offre aux saisons creuses : peu de marchés permanents, points de vente permanents aux surfaces limitées laissent insatisfaites certaines franges de consommateurs-rices en quête de denrées aux caractéristiques s'éloignant du classique "panier de la ménagère". À ce perceptions s'agissant des qualités de l'offre disponible s'ajouterait celle d'une cherté de l'alimentation commercialisée sur le territoire, accentuée quant à elle aux saisons touristiques.

PRATIQUES D'APPROVISIONNEMENT EFFECTIVES

Recours accru aux petits commerces, fréquences d'achat moindres qu'à l'échelle nationale du fait de distances et temps de trajet importants : les achats alimentaires sont, par le biais des caractéristiques de l'offre alimentaire locale, façonnées par la morphologie et les dynamiques territoriales. Exemple notable, l'achat de produits locaux principalement réalisé sur les marchés, est soumis à forte saisonnalité, à la manière des points de vente dans lesquels ces denrées sont commercialisées.

Ces singularités ne sont pas sans susciter des frustrations pour les consommateurs-rices qui par là-même, développent des stratégies d'approvisionnement alternatives. Individuelles ou collectives, satisfaisantes ou insatisfaisantes, elles contribuent à affranchir certains consommateurs-trices des contraintes relatives à l'achat de denrées sur le périmètre de l'intercommunalité.

STRATÉGIES D'APPROVISIONNEMENT ALTERNATIVES

Autoconsommation

Pratique éminemment liée au rural, l'autoconsommation regroupe en son sein autoproduction alimentaire (potager, verger, élevage), chasse, pêche et cueillette. Participant de l'alimentation des ménages "producteurs", ces produits bruts ou transformés font l'objet d'échanges (dons, troc...) et bénéficient ainsi à un cercle plus large que les seuls habitant-e-s s'adonnant à ces activités.



Parcelles des jardins potagers familiaux d'Annot

Recours à une offre extérieure

La diversité alimentaire manquante sur le territoire est également recherchée à l'extérieur de la CCAPV. Digne, Manosque, Nice : les centres urbains avoisinants sont des lieux d'achat incontournables pour certain-e-s consommateurs-rices, réalisant régulièrement ou à l'occasion de déplacements annexes leurs achats alimentaires. Des mobilités importantes et contraignantes qui ont été à l'origine de la création de groupements d'achat, organisations permettant de créer les conditions d'un déplacement de l'offre jusqu'aux consommateurs-rices.

Un projet qui reçoit le soutien de :

Pour plus d'infos sur le projet,
Rendez-vous sur le site de la CCAPV : www.ccapv.fr
ou contactez-nous :

- Par mail : projetalimentaire@ccapv.fr
- Par téléphone : 04.92.83.68.99

