

ANGERS RÉINVENTE LE MARCHÉ DE PRODUCTEURS EN PÉRIODE DE CONFINEMENT

aura

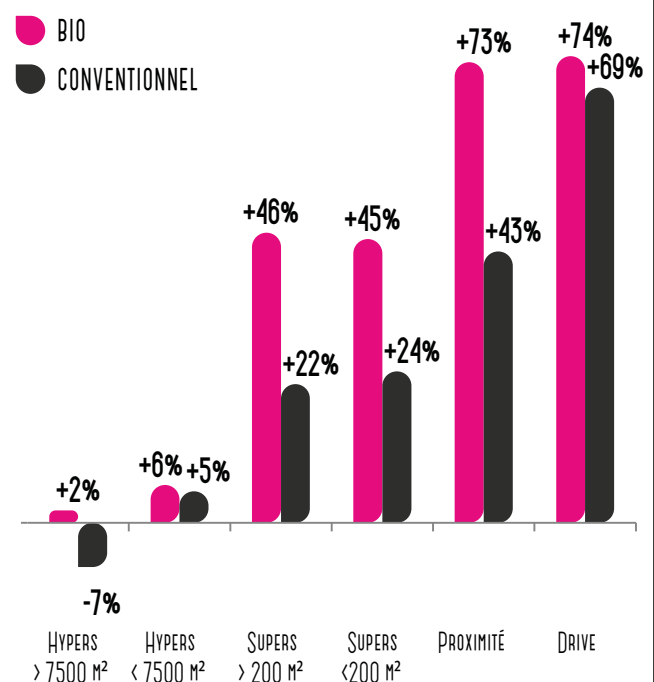
agence d'urbanisme
de la région angevine

La situation inédite que nous avons traversée a entraîné une modification importante de la consommation en produits alimentaires. En effet, alors que les déjeuners pris à l'extérieur (cantines, restaurants d'entreprise, fast-foods, brasseries...) étaient par nécessité remplacés par la prise de repas à domicile, les tendances déjà observées de consommation de produits frais, bio, de proximité depuis quelques temps se sont amplifiées à l'échelle nationale (cf. schéma ci-dessous). Ajoutons à cela que les contraintes imposées de distance de déplacement autour du domicile, y compris pour s'approvisionner, ont entraîné une demande importante de commerce de proximité, au détriment des hypermarchés. En Anjou, la vie en confinement dans un territoire aux productions légumières importantes a été l'occasion de mettre en place des initiatives pour aider les producteurs et répondre aux attentes des consommateurs. L'Aura s'est intéressée à ces initiatives.

Suite à la fermeture des marchés de plein air, plusieurs expériences ont été menées sur le territoire du Maine-et-Loire. La vente par internet s'est largement développée pour compenser la commercialisation en direct. L'expérience de mise en ligne de produits locaux via la plateforme « Mangeons loc'ALS », ALS étant l'acronyme d'Anjou Loir et Sarthe (nom du territoire communautaire concerné et partenaire de la démarche) est un exemple. Au bout de deux jours de mise en ligne, déjà 55 commandes étaient passées et pouvaient ensuite être récupérées à Seiches-sur-le-Loir ou Durtal.

A Angers, les commerçants des marchés ont su faire preuve d'agilité en passant à un système de commande et de livraison. Les points de livraison ont constitué des petits points de rencontre entre les habitants des quartiers pendant le confinement.

ÉVOLUTION DES VENTES VALEUR (%) SEMAINES 12 ET 13 2020



Source : Nielsen ScanTrack © 2020 The Nielsen Company

ADOPTER TON MARAÎCHER

Une autre initiative, « Adopte ton maraîcher », a été lancée à Angers suite à l'annonce de la fermeture des marchés le 27 mars, quelques jours après le début du confinement. La collectivité a cherché à venir très rapidement en aide aux producteurs qui vendent sur les 16 marchés angevins (de 4 ou 5 exposants à plus de 200), d'autant que la période est cruciale faisant la jonction entre les légumes d'hiver et les fruits et légumes de printemps (asperges, fraises...), qui poussent et mûrissent sous un soleil déjà chaud dans la vallée de la Loire et de l'Authion notamment.

Les commerçants du centre-ville, contactés pour savoir s'ils acceptent de mettre leur local à disposition des producteurs, ont répondu très favorablement à cette proposition, au point que l'offre dépasse la demande et l'élan de solidarité de certains est freiné. Ils mettent à la disposition des maraîchers un lieu couvert, mais aussi un branchement électrique ou un point d'eau, une deux fois par semaine. Les producteurs qui n'ont pas encore eu le temps de réfléchir à un plan B pour écouler leurs légumes répondent eux aussi en nombre à ce projet. L'initiative « Adopte ton maraîcher » est lancée sur les réseaux sociaux. Progressivement, l'offre s'étoffe avec l'accueil des producteurs de volailles et œufs, de produits laitiers ou encore de viande.

L'espace public est réinvesti. Les producteurs utilisent les commerces pour stocker leur marchandise, les étals empiètent entre pas de porte et trottoir.



Maraîcher ayant investi les locaux d'un restaurant d'Angers, Aura

Le samedi 9 mai, dernier week-end de confinement, on dénombre 85 étals répartis dans le centre d'Angers. Derrière les 85 étals, le nombre de producteurs qui les achalandent est encore plus important puisque les exposants vendent également des produits issus d'exploitations voisines. Un principe de commande par internet est venu compléter le dispositif, les clients pouvant passer commande et récupérer leurs paniers les jours de présence sur site.

Mais sans une clientèle nombreuse et fidèle, l'initiative peut-elle réussir ? Les angevins ont plébiscité cette initiative de la collectivité. L'installation des producteurs sur l'ensemble du cœur de ville a redonné une animation à ce lieu de vie devenu presque trop apaisé, quasi sans vie. La clientèle, respectant la distanciation, fait ses achats à l'intérieur des commerces ou depuis l'espace public. La météo clémente a permis de garder un esprit marché de plein air. Malgré cette dispersion apparente, le marché à ciel ouvert est bien réel.



QUE NOUS ENSEIGNE LA RÉUSSITE DE CETTE INITIATIVE ?

Si les angevins ont été si enthousiastes et consommateurs fidèles, ce n'était pas seulement par solidarité envers leurs producteurs locaux mais également par l'envie de produits frais et de qualité. Le déploiement sur l'ensemble du cœur de ville a permis aux angevins de s'approprier autrement les rues du centre-ville, qu'elles soient piétonnes ou non, la voiture ayant disparu du paysage urbain. Aller d'un commerce à un autre intensifie l'envie de déambuler dans des rues apaisées. Beaucoup de témoignages sur les réseaux sociaux montrent l'enthousiasme des angevins et révèlent de nouvelles cartes postales, à l'image des producteurs quai des Carmes et cale de la savatte, au bord de la Maine. Mais c'est bien plus qu'une image, c'est une ambiance et une nouvelle appropriation de l'espace urbain, dont les angevins voudraient profiter encore. Cale de la savatte, un futur lieu de marché ? De même, dans le nouveau quartier des Hauts de Saint Aubin, les habitants réclament aujourd'hui qu'un marché s'y installe de manière durable ; ils ont goûté aux avantages d'avoir des produits frais et locaux à proximité de chez eux. La ville « du quart d'heure » et des circuits courts, où l'on déambule volontiers à pied dans un espace public calme et animé aux étals colorés, est source de qualité de vie.

Des rapports de proximité sont nés entre producteurs et angevins, dont beaucoup ne fréquentaient pas ou tout du moins pas de manière habituelle les marchés de la ville. Ce sont donc de nouvelles pratiques de consommation et d'habitudes alimentaires qui émergent pour les uns et se confirment pour les autres : une recherche de produits locaux et une envie de les cuisiner. Vouloir une nouvelle alimentation plus saine et prendre le temps de cuisiner, ces deux concepts peuvent-ils rester compatibles quand le lieu familial et l'espace de travail seront distincts de nouveau ? Comment réduire l'écart entre ceux qui ont le temps et ceux qui en ont moins ?

On apprend aussi que les locaux commerciaux de petite surface (moins de 300 m² pour la plupart) peuvent avoir plusieurs fonctions : à la fois commerces sédentaires (souvent non alimentaires) et lieux de ventes de produits

frais. Ce partage des locaux en alternant les fonctions selon les jours de la semaine est-il possible demain ? Ces transformations temporaires et réversibles illustrent le caractère évolutif d'un projet conçu dans l'immédiateté, qui a fait sa preuve par l'expérimentation, loin d'une vision longuement réfléchie et descendante. Nous retiendrons donc également cette formidable capacité à s'ouvrir à l'incertitude, à laisser évoluer les pratiques, soutenir l'initiative et accompagner la mobilisation citoyenne.



Vente à emporter sur une péniche, Cale de la savatte à Angers, Facebook

La rapidité avec laquelle cette démarche s'est mise en place a été un facteur de réussite. Elle n'a pas laissé le temps aux maraîchers de jeter des marchandises rapidement périssables et elle leur a permis de ne pas perdre de temps à rechercher d'autres solutions. Dès le démarrage, le nombre de maraîchers a été suffisamment important pour créer un 1er noyau et offrir une diversité de produits dans plusieurs points de vente de la ville. Ce noyau a très vite grossi et tous les producteurs ont écoulé les marchandises sur leurs étals, la clientèle s'étant elle aussi faite de plus en plus nombreuse. D'autres villes ont souhaité reproduire cette expérience angevine, mais le succès n'a pas toujours été à la hauteur de celle d'Angers. Un démarrage plus tardif est peut-être une des raisons de cette moindre réussite.

Dans cette période de privation d'un certain nombre d'activités, les angevins ont expérimenté une nouvelle forme de « consommation » de l'espace public de proximité. La crise sanitaire a mis en évidence le besoin de faire se rencontrer l'urbain et le rural pour davantage de résilience urbaine. Angers s'est réinventée le temps du confinement.

LES INCIDENCES DU CONFINEMENT SUR L'ÉCONOMIE AGRICOLE DU MAINE-ET-LOIRE

Le Département de Maine-et-Loire compte une grande diversité de productions agricoles ; le pôle de compétitivité mondial du végétal regroupe de nombreux organismes de recherche liés à la filière du végétal et stimule l'innovation d'amont en aval.

Quels effets la crise a-t-elle eus sur la consommation des produits agricoles en fonction des filières ? L'Aura s'est appuyée sur la note d'actualité tenue par la Chambre d'agriculture depuis le mois de mars pour montrer les impacts de la crise du covid-19 sur les différentes productions agricoles.

HORTICULTURE-PÉPINIÈRE

Le printemps représente entre 50 à 80 % du chiffre d'affaires annuel des horticulteurs. Les fleurs et plantes n'étant pas considérées comme des produits de 1^{ère} nécessité, les entreprises horticolas n'ont pas pu vendre leurs productions. Les ventes directes n'ont pu ouvrir leurs portes au public et les horticulteurs expéditeurs ont été à l'arrêt tant que les jardinerie, les fleuristes et les magasins de bricolage sont restés fermés. Après plus de trois semaines de confinement, les destructions de plantes et les pertes de chiffre d'affaires se sont accumulées.

Une lueur d'espoir est revenue avec la possibilité de vendre des plants potagers à partir du 2 avril puis l'ouverture des jardinerie (avec espace animalerie) le 8 avril. Cette disposition a permis un redémarrage de l'activité horticole. Toutefois, le secteur des fleurs coupées et les producteurs détaillants dont la vente directe était interdite sont restés sinistrés.

VITICULTURE

Les conséquences de l'épidémie de coronavirus ont touché tous les marchés mais à des degrés variables. Celui des circuits spécialisés (Cafés-Hôtels-Restaurants, salons et exports) est le plus touché, complètement à l'arrêt. La grande distribution est moins impactée, mais les commandes portent essentiellement sur les vins tranquilles (hors pétillants).

VIANDES

Les tendances de consommation observées durant le confinement sur le marché français ont vu la progression de la part de viande hachée, notamment surgelée.

LÉGUMES

L'impact du confinement a été moindre pour les entreprises qui approvisionnent la grande distribution. La situation a par contre été très défavorable pour les entreprises positionnées sur un débouché de restauration hors domicile.

Les principaux éléments à souligner sont une demande globalement plutôt soutenue, ainsi que la progression des commandes en vente directe, en drive fermiers et des ventes à la ferme. La situation est plus compliquée sur certains produits positionnés majoritairement sur le débouché restauration hors domicile (salades, mâche, jeunes pousses).

aura

agence d'urbanisme
de la région angevine
29, rue Thiers
49100 Angers
Tel. +33 (0)2 41 18 23 80
Fax +33 (0)2 41 18 23 90
aura@aurangevine.org
www.aurangevine.org



Directrice de la publication
Alexandra LE PROVOST - Directrice
Dépôt légal : mai 2020
ISSN : en cours