

TORSADES TerritORialisation de Systèmes Agri-alimentaires Durables

Impacts et modalités, du local au régional

LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

La distribution alimentaire se définit comme l'ensemble des opérations liées à la commercialisation des produits alimentaires à destination de leur consommation finale. Analyser ces opérations permet de mettre en évidence le chemin d'un produit du producteur au consommateur en y incluant l'ensemble des intermédiaires potentiels (ou *a contrario* l'absence d'intermédiaires). Le développement de la consommation de masse depuis les années 1960, a été porté par le modèle de la grande distribution. Mais ce modèle a montré des fragilités et « au début du 21^e siècle, les grandes enseignes peinent à combler les nouvelles attentes des consommateurs » (Daumas *et al.*, 2006). Le confinement lié à l'épidémie de Covid-19 du printemps 2020 a illustré ces limites. D'une part, les plus grandes surfaces ont été touchées par une baisse de la fréquentation en raison du manque de compatibilité avec les restrictions (notamment de distance) que les consommateurs devaient respecter. D'autre part, la hausse de la demande sur certains produits et le temps d'adaptation des chaînes d'approvisionnement ont conduit à des ruptures de stock dans des enseignes de la grande distribution.

Bien que la distribution alimentaire ne soit pas le cœur du projet Torsades, elle mérite une attention particulière car elle constitue un point particulièrement important pour l'accès à une alimentation durable ; elle permet par ailleurs de souligner des initiatives locales intéressantes dans les trois territoires. La fiche est donc envisagée selon cette double entrée (i) l'inventaire des formes de distribution existantes, avec notamment leurs répartitions spatiales et le nombre d'emplois qu'elles génèrent (ii) l'identification d'initiatives de distribution alternatives à la grande distribution.

MÉTHODOLOGIE

Cette fiche est élaborée à partir de la base de données Sirene (voir Annexes), qui nous a permis un travail de recensement et de classement des entreprises et établissements du commerce alimentaire de détail dans les trois territoires de Torsades (pages 2 et 3). Nous avons choisi d'opérer trois types de regroupements (hyper et supermarchés = grande distribution ; épiceries, supérettes = commerces non spécialisés ; boucheries, boulangeries, charcuteries, poissonneries, ... = commerces spécialisés). Ce faisant, nous ne traitons dans cette fiche que du commerce dit « de détail » (par opposition au commerce de gros). Le découpage dans la base de données Sirene permet une approche des grandes tendances de répartition spatiale des commerces. Toutefois, elle comporte des biais importants, notamment liés au caractère volontaire de la saisie des informations et au manque de mise à jour de certaines variables, comme les classes d'établissements lors d'un changement d'activités. Par ailleurs, elle ne permet pas de rendre visibles les doubles activités (production-distribution par exemple) en raison du code d'activité principale exercée (APE) unique. De plus, Sirene ne met pas en avant la diversité des formes de distribution, et notamment les formes émergentes ou plus informelles qui ne rentrent pas nécessairement dans les classes de la nomenclature proposée. Afin de donner plus de sens à la densité de commerces par commune, nous l'avons rapportée à la population communale pour la réalisation des cartes.

La distribution de détail recouvre toutefois des réalités qui ne sont pas toujours visibles par le traitement des bases de données comme Sirene. Pour tenter de repérer ces formes plus marginales nous avons donc aussi mobilisé notre connaissance des terrains complétée par des recherches sur le web (page 4).

LÉGENDES DES 9 CARTES

Nombre de commerces
de type spécialisé
pour 1000 habitants



Nombre de commerces
de type non spécialisé
pour 1000 habitants



□ Limites départementales

▭ Limites du territoire d'étude

Nombre de commerces
de type grande distribution
pour 1000 habitants



LE PÉRIURBAIN DE L'OUEST PARISIEN



LA BRIE LAITIÈRE



L'OUEST VOSGIEN



CE QUE NOUS MONTRENT LES CARTES

DES INÉGALITÉS ENTRE LES TROIS TERRITOIRES

- Le périurbain de l'ouest parisien est le mieux doté en tous types de commerces.
- La Brie apparaît comme une situation intermédiaire entre le périurbain de l'ouest parisien et l'ouest vosgien.
- La concentration spatiale des commerces (de tous types) est bien plus marquée dans l'ouest vosgien avec des zones entières éloignées de tous lieux d'approvisionnement alimentaire. Le fait de rapporter le nombre de commerces au nombre d'habitants de la commune où ils sont situés est aussi un élément d'explication des plus fortes valeurs (là où il y a concentration spatiale) dans l'ouest vosgien. Les communes y sont essentiellement plus rurales et drainent les habitants des communes environnantes qui viennent faire leurs achats alimentaires.

QUEL QUE SOIT LE TERRITOIRE CONSIDÉRÉ

- On n'observe ni phénomène très net d'exclusion (par exemple, un hyper n'exclut pas les petits commerces) ni phénomène contraire de renforcement mutuel.
- Le maillage territorial est bien plus assuré par les commerces spécialisés que par les hyper et supermarchés.

ZOOM SUR L'EMPLOI LIÉ À LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

Un gradient entre les trois territoires s'exprime sur la part de l'emploi généré par l'ensemble des commerces : de 3% du total des emplois dans le périurbain de l'ouest parisien et plus du double dans la Brie laitière, où la part de l'emploi liée au commerce alimentaire se révèle donc non négligeable. Mais quel que soit le territoire considéré, les parts relatives d'emplois liés aux trois types de commerces considérés restent similaires : plus de la moitié du total des emplois liés à la distribution pour les super

et hypermarchés, près de 40% pour les commerces spécialisés et environ 10% (un peu moins dans l'ouest vosgien) pour les commerces non spécialisés.

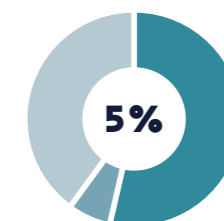
Il convient de noter deux limites à ces calculs : tout d'abord, on ne considère ici que les emplois directs (travailleurs dans les commerces considérés) et pas tous les emplois liés à ce commerce (pour son approvisionnement par exemple). Par ailleurs, l'emploi dans les Hyper et supermarchés englobe des activités autres que celles liées à l'alimentaire (bricolage, textile, ...) et se trouve donc de ce fait surestimé alors que les commerces spécialisés n'intègrent que les commerces de bouche. Les différences entre les territoires sont toutefois valides.

PART DE L'EMPLOI DANS LA DISTRIBUTION par rapport à l'emploi total et répartition suivant les types de commerces

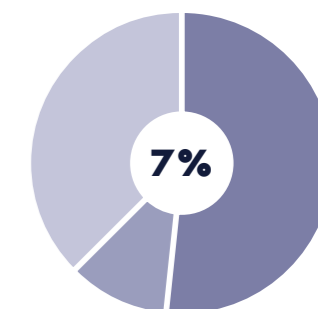
- Commerces spécialisés
- Commerces non spécialisés
- Hyper et supermarchés



LE PÉRIURBAIN
DE L'OUEST
PARISIEN



L'OUEST VOSGIEN



LA BRIE LAITIÈRE

DES FORMES DE DISTRIBUTION ALTERNATIVES AU MODÈLE DE LA GRANDE DISTRIBUTION

Ces formes « alternatives » cherchent à se distinguer du schéma d'une distribution en grandes et moyennes surfaces par des moyens et pour des raisons multiples ; on y trouve :

- Des commerces de détail qui intègrent (en totalité ou partiellement) des produits biologiques
- Des « épicerie » prônant une éthique (le bio, la réduction des emballages avec le vrac, le local) : il peut s'agir d'enseignes nationales mais il existe aussi des initiatives plus autonomes
- Des ventes à la ferme qui mettent directement en contact producteurs et consommateurs : des magasins fermiers, magasins de producteurs ou marchés paysans qui permettent en outre de rassembler en un même lieu une offre plus large
- Des plateformes de distribution, drive fermiers et paniers commandés en ligne, avec intermédiation professionnalisée (La Ruche qui dit oui, Potager City...) ou non (auto-organisation des producteurs et des consommateurs en mobilisant des outils existants comme cagette.net)
- Des formes qui mobilisent des citoyens au-delà de l'acte d'achat : magasins tenus par des associations, micro-marchés et épicerie solidaires à vocation de justice alimentaire et de réappropriation de l'alimentation par des citoyens en situation de précarité ; AMAP (Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) dans lesquelles l'engagement du consommateur par la formule de l'abonnement garantit le revenu du producteur ; GASE (Groupement d'achat Service Epicerie) ou épicerie associatives/participatives/coopératives qui, au-delà des objectifs d'alimentation durable pour tous, intègrent aussi une visée de renforcement des liens entre usagers et de leur niveau d'information.



EXEMPLE D'ÉPICERIE ÉTHIQUE

L'épicerie participative MonEPI (périurbain de l'ouest parisien) : Elle met en avant « Des produits locaux, de qualité et décarbonés, des prix de gros et sans marge ajoutée, une épicerie de proximité créant du lien social ou de (re)dynamiser un quartier ou un village, un mode de distribution directe et groupée du producteur vers les adhérents. » Elle vise à « mettre à la disposition de tous un ensemble d'outils simples facilitant la relation entre citoyens et producteurs locaux. ».



EXEMPLE DE VENTE À LA FERME

La Ferme Saint Colombe (Brie laitière) - Des labels mis en avant : « Produit en Ile de France, AB, Bienvenue à la ferme ». L'offre est composée de produits laitiers et fromages fermiers bio produits sur la ferme, avec une boutique ouverte 3 fois par semaine et qui propose aussi d'autres productions bios et locales pour compléter l'offre. ».



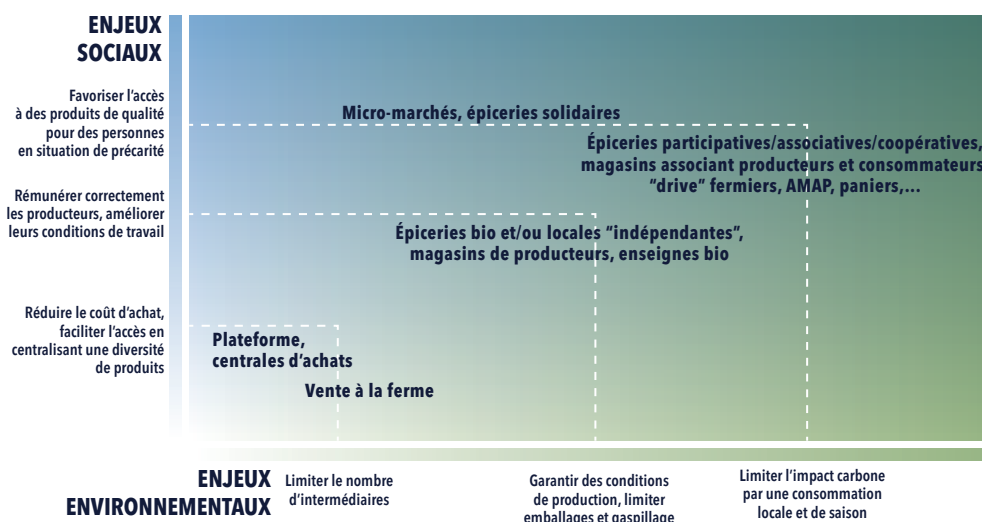
EXEMPLE D'ASSOCIATION PRODUCTEURS-CONSOMMATEURS

L'association BioZiQ (ouest vosgien) : « Relais de producteurs bio à Mirecourt- Le collectif BioZiQ (structure associative portée par les Foyers Ruraux) propose à la fois un lieu de distribution de produits bio et locaux et d'information sur les initiatives citoyennes pour la culture et l'environnement ». L'outil cagette.net est utilisé pour les commandes. Les consommateurs peuvent ajouter un "produit solidaire" à leur commande à destination des Restos du Cœur.

MULTIPLICITÉ ET DIVERSITÉ DES FORMES ALTERNATIVES ANALYSÉES SELON DEUX AXES

L'un environnemental, l'autre social incluant les aspects économiques

Tandis qu'une plateforme de type « la Ruche qui dit oui » est portée avant tout par une vision entrepreneuriale de la distribution alimentaire, certaines associations producteurs-consommateurs, ambitionnent à la fois de privilégier des modes de production durables, une rémunération juste des producteurs, un accès au plus grand nombre et une réelle réappropriation de l'alimentation par les citoyens dans une perspective de démocratie alimentaire.



LES LIMITES DE L'EXERCICE

Le schéma a été réalisé à partir des arguments ou systèmes de valeurs qui transparaissent au travers des sites internet, chartes d'engagement... Cette exploration mériterait évidemment d'être complétée par des approches analytiques plus fouillées à partir d'entretiens avec ces différents acteurs.

Notons qu'une telle représentation présente l'inconvénient de suggérer un gradient ou une hiérarchie entre différents aspects des enjeux socio-économiques et environnementaux. Or il n'y a en fait pas nécessairement emboîtement successif des enjeux (une opération visant à diminuer les emballages peut être menée sans un passage obligé par une réduction du nombre d'intermédiaires par exemple).