

4

# Atelier des solutions

Comment réinventer la distribution et la logistique alimentaire pour reconnecter producteurs et consommateurs ?

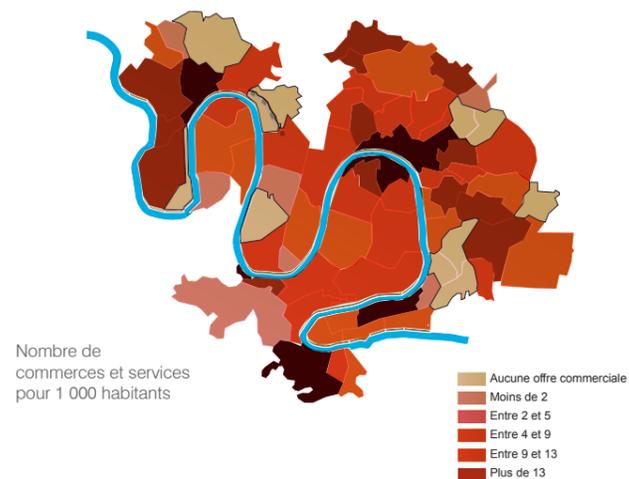


## Diversifier les canaux de distribution de produits locaux et construire de nouvelles filières logistiques moins impactantes pour le territoire constituent des enjeux primordiaux pour répondre aux attentes des citoyens.

### Diagnostic

Comme à l'échelle nationale, les circuits de distribution sont largement dominés par les **grandes surfaces d'alimentation générale qui représentent 65% des parts de marchés.**

Les lieux de consommation sous formes diverses sont concentrés majoritairement au sein de polarités commerciales dont la répartition suit celle de la population et des axes de circulation. **Plus des 2/3 des ménages fréquentent au moins une fois par semaine un supermarché ou un hypermarché et s'y rendent pour y effectuer la grande majorité de leurs achats alimentaires.**



# 86%

des pratiques d'achat réalisés en Grandes et Moyennes Surfaces

# 136

acteurs de la vente en circuits courts

# 1%

des déplacements hebdomadaires totaux dus à l'alimentation

Au niveau de la répartition des surfaces de vente par secteur d'activité, la surface pour l'alimentaire généraliste reste **25 fois supérieure à celle de l'alimentation spécialisée** (204 805 m<sup>2</sup> contre 7 956 m<sup>2</sup>) même si cette dernière a connu une belle progression sur le territoire (plusieurs ouvertures de Biocoop et Planète Bio dernièrement).

**Une baisse des drives, grandes surfaces et discounters (-27%)** a eu lieu sur la Métropole ces dernières années.

La localisation et les formats de vente évoluent donc sur la Métropole. Il est constaté, comme dans de nombreuses autres agglomérations françaises, l'implantation nouvelle de petites surfaces et supermarchés en centralité urbaine. Ceci témoigne de la prise en compte par les grands groupes des évolutions des comportements d'achat dans ce domaine, qui vont vers une :

- recherche de proximité
- simplification de l'offre
- anticipation des mutations de l'équipement commercial

Les pratiques d'achat varient sensiblement d'une enseigne à l'autre, notamment en fonction des obligations d'achat des magasins auprès de leurs centrales nationales ou régionales. D'une manière générale, en France, la capacité à sécuriser des volumes importants est fondamentale ; les ruptures ne sont pas acceptables en GMS. La grande distribution, en France, s'est engagée de plus en plus sur des approvisionnements de proximité et toutes les enseignes de distribution mènent des projets exploratoires pour développer des partenariats locaux. **Pour autant, à ce jour, les approvisionnements locaux ne vont pas au-delà de 5% de leurs achats.**

La carence de l'offre, particulièrement sur les produits transformés, et une organisation logistique encore inadéquate chez les producteurs, sont considérés comme les principales difficultés d'approvisionnement en ce qui concerne les circuits courts.

Les Grandes et Moyennes Surfaces sont à la recherche de sourcing sur le territoire pour des produits locaux et bio. La majorité recherche une gamme diversifiée de produits.

Comme pour le commerce alimentaire généraliste, les commerces de détail spécialisés (boulangerie, boucherie, primeur, poissonnerie...) sont en baisse (-3%). Mais au-delà de cette baisse, l'analyse individuelle des types de magasins de détail spécialisés, réalisée dans le cadre du diagnostic, a permis de dégager quelques tendances à prendre en compte :

- **un phénomène de gentrification de la population :** développement accru de la catégorie « alimentaire divers » qui concerne les magasins bio, de producteurs, du vrac, des fromageries et traiteurs (+25%) et des produits surgelés (+20%),
- **une faible dynamique des commerces traditionnels :** boulangeries et boucheries notamment mais également poissonneries malgré la proximité de la côte de la Manche.

La Métropole affiche également une bonne dynamique de développement des acteurs et initiatives positionnés sur l'alimentation de proximité, et bien souvent de qualité.

Au total, ce sont 136 acteurs travaillant en circuits courts de proximité sur le territoire et répartis de la manière suivante :

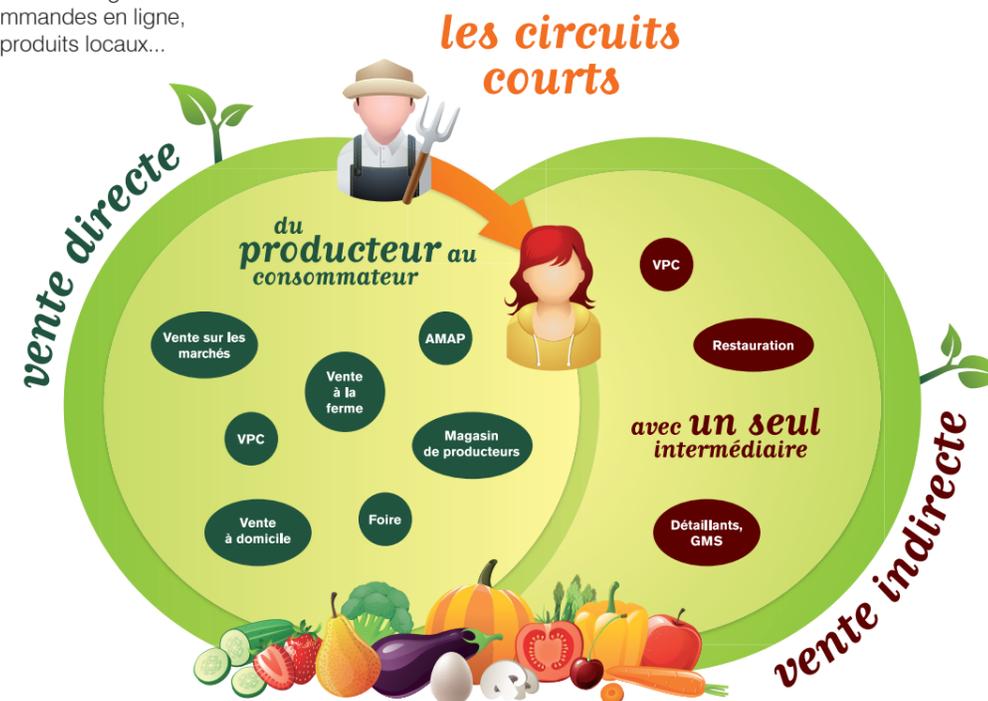
- **33 AMAP**, soit presque 1 AMAP pour 1 400 habitants
- **82 producteurs**, dont un certain nombre sont présents sur les quelques 70 marchés de plein vent du territoire
- **21 intermédiaires** positionnés sur des segments complémentaires : livraisons/commandes en ligne, épiceries spécialisées dans les produits locaux...

Certaines zones du territoire sont tout de même moins bien fournies, et notamment, les communes de l'ouest (secteur Seine Austreberthe).

Par ailleurs, l'offre commerciale en produits locaux touche majoritairement les populations les plus aisées et est assez peu implantée dans les Quartiers Prioritaires Politique de la Ville.

En effet, dans ces zones spécifiques, les marchés de plein vent restent l'offre principale, avec Potimarron, société de livraison de paniers dont certains de produits locaux, qui couvre relativement bien le territoire.

**Là encore, les intermédiaires manquent d'offre agricole de proximité et les acteurs font face à des problématiques de performance logistique et de notoriété qui freinent leur développement commercial.**



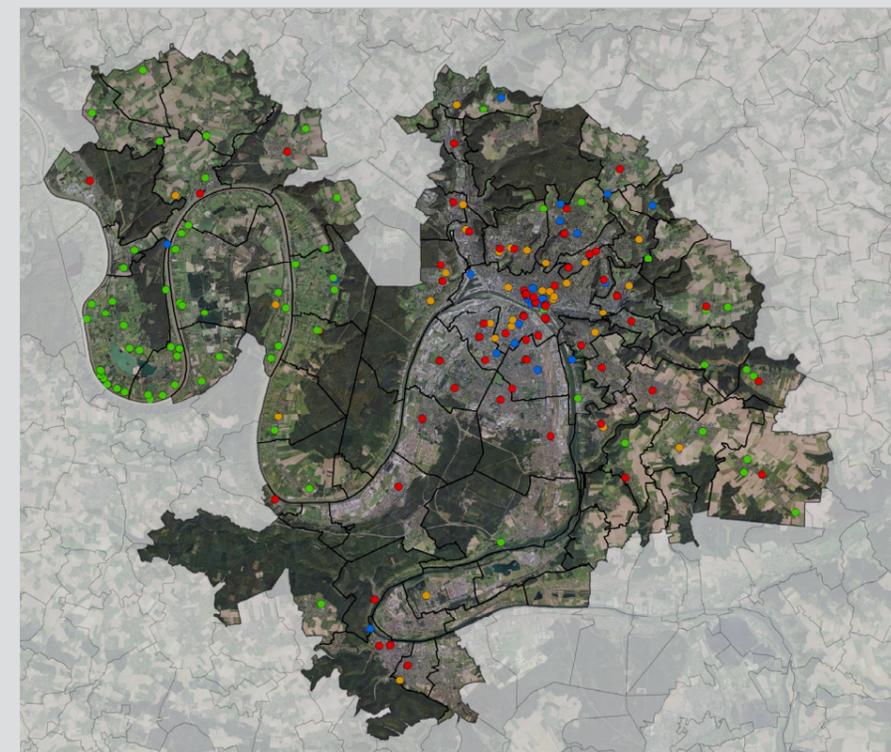
### Quels acteurs concernés ?

Les acteurs de la grande distribution, les commerces spécialisés, les producteurs, le Marché d'Intérêt National (MIN) de Rouen, les industries agroalimentaires, les structures regroupant les producteurs et organisant l'offre et la demande, les communes, les citoyens...

### Quels fournisseurs ?

Principalement les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) même si l'offre en produits locaux reste limitée, les producteurs en direct ou via des intermédiaires spécialisés dans la vente de produits locaux.

- Type
- AMAP
  - INTERMEDIAIRE
  - MARCHE
  - PRODUCTEUR



# Le territoire

71 communes • 665 km<sup>2</sup>

28% de terres agricoles  
dont 430 ha en bio

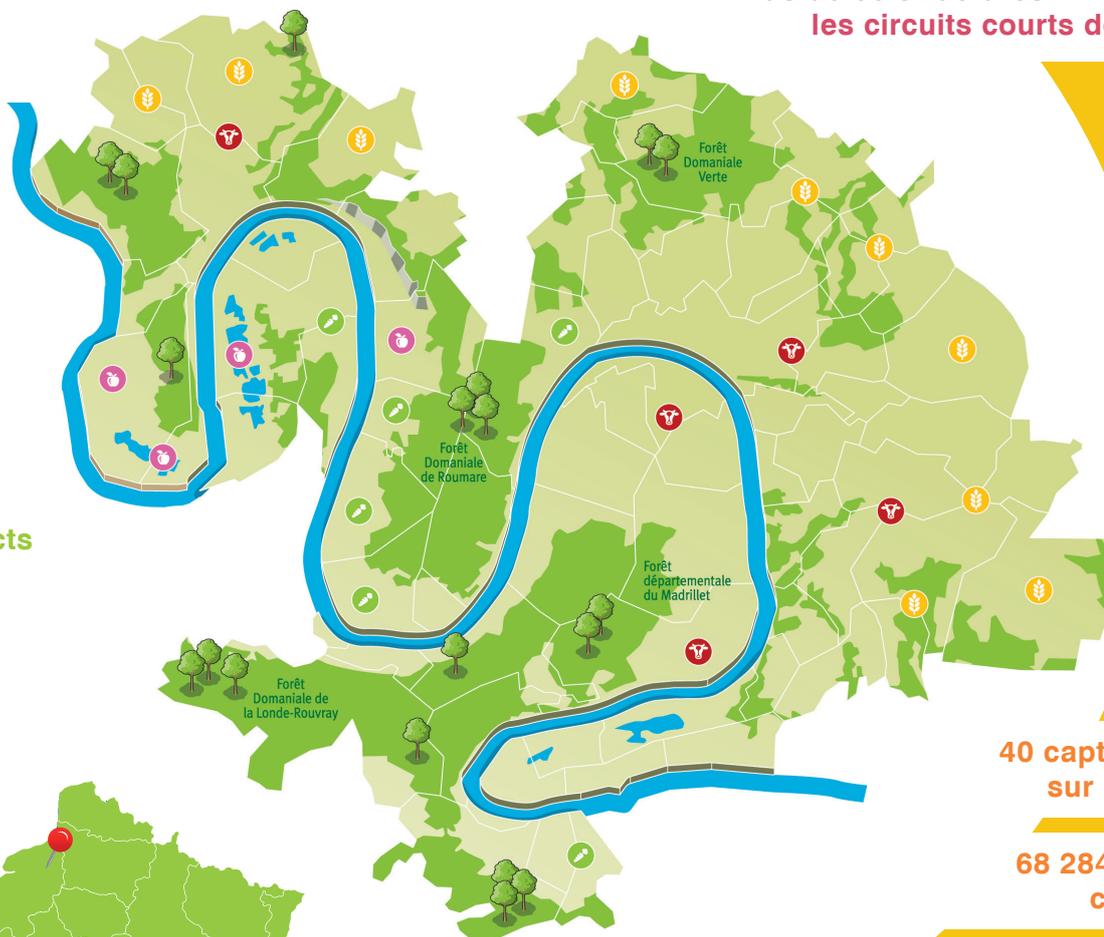
243 exploitations

529 emplois directs

1 MIN

Rouen, 1<sup>er</sup> port céréalier de l'ouest-européen

Plus de 60 structures investies dans  
les circuits courts de proximité



40 captages d'eau  
sur le territoire

68 284 m<sup>3</sup>/j d'eau  
consommés

Atelier co-animé avec :



## CONTACTS

**Amélie Arnaudet**

Responsable agriculture et administration  
tél. 02 35 52 92 54

**Amandine Mosnier**

Chargée d'opérations agricoles  
tél. 02 35 52 83 62

**Métropole Rouen Normandie**

Direction de l'Énergie et de l'Environnement  
Le 108 108 allée François MITTERRAND –  
CS 50589 – 76006 ROUEN CEDEX

[www.metropole-rouen-normandie.fr](http://www.metropole-rouen-normandie.fr)