

Accusé de réception en préfecture
013-241300276-20140115-2014_B065-DE
Date de télétransmission : 17/01/2014
Date de réception préfecture : 17/01/2014



ACTE RENDU EXECUTOIRE
PAR APPLICATION DES
FORMALITES DE TELE-
TRANSMISSION AU
CONTROLE DE LEGALITE



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU BUREAU COMMUNAUTAIRE
SEANCE DU 15 JANVIER 2014

PRESIDENCE DE MADAME MARYSE JOISSAINS MASINI

2014_B065

OBJET : Agriculture et forêt - Halle de producteurs "Terres de Provence" - Bilan de l'édition 2013 et principe de reconduction de la 5ème édition en 2014

Le 15 janvier 2014, le Bureau de la Communauté d'agglomération du Pays d'Aix s'est réuni en session ordinaire à l'espace Aixagone à Saint-Cannat, sur la convocation qui lui a été adressée par Madame le Président de la Communauté d'Agglomération le 9 janvier 2014, conformément à l'article L.5211-1 du Code général des collectivités territoriales.

Etaient Présents :

JOISSAINS MASINI Maryse, président - AMIEL Michel, vice-président, Les Pennes-Mirabeau – BARRET Guy, vice-président, Coudoux - BOYER Michel, vice-président, Simiane-Collongue – BRAMOULLÉ Gérard, vice-président, Aix-en-Provence – BRUNET Danièle, membre du bureau, Aix-en-Provence - BUCCI Dominique, vice-président, Les Pennes-Mirabeau – BUCKI Jacques, vice-président, Lambesc – BURLE Christian, vice-président, Peynier – CHARDON Robert, vice-président, Venelles – CHARRIN Philippe, vice-président, Vauvenargues – CHORRO Jean, vice-président, Aix-en-Provence - CIOT Jean-David, vice-président, Le Puy-Sainte-Réparate - CRISTIANI Georges, vice-président, Mimet – DAGORNE Robert, vice-président, Eguilles - DELOCHE Gérard, vice-président, Aix-en-Provence – DI CARO Sylvaine, membre du bureau, Aix-en-Provence – DUFOUR Jean-Pierre, vice-président, Saint-Estève-Janson – DUPERREY Lucien, vice-président, Saint-Antonin-sur-Bayon – FERAUD Jean-Claude, vice-président, Trets – FILIPPI Claude, vice-président, Ventabren - GACHON Loïc, vice-président, Vitrolles - GALLESE Alexandre, vice-président, Aix-en-Provence - GARÇON Jacques, membre du bureau, Aix-en-Provence – GERACI Gérard, vice-président, Aix-en-Provence – GERARD Jacky, vice-président, Saint-Cannat – GROSSI Jean-Christophe, membre du bureau, Aix-en-Provence – GUINIERI Frédéric, vice-président, Puyloubier - JOUVE Mireille, vice-président, Meyrargues – LAFON Henri, membre du bureau, Pertuis – LAGIER Robert, vice-président, Meyreuil – LARNAUDIE Patricia, membre du bureau, Aix-en-Provence – LEGIER Michel, vice-président, Le Tholonet – LONG Danielle, vice-président, Peyrolles-en-Provence - LOUIT Christian, vice-président, Aix-en-Provence – MANCEL Joël, vice-président, Beaurecueil – MARTIN Régis, vice-président, Saint-Marc-Jaumegarde – MARTIN Richard, vice-président, Cabriès – MONDOLONI Jean-Claude, membre du bureau, Vitrolles – MORBELLI Pascale, membre du bureau, Vitrolles – PAOLI Stéphane, membre du bureau, Aix-en-Provence - PERRIN Jean-Claude, vice-président, Bouc-Bel-Air – PERRIN Jean-Marc, membre du bureau, Aix-en-Provence – PIERRON Liliane, membre du bureau, Aix-en-Provence - PIN Jacky, vice-président, Rognes – PIZOT Roger, vice-président, Saint-Paul-lez-Durance - RIVET-JOLIN Catherine, vice-président, Aix-en-Provence - SANGLINE Bruno, membre du bureau, Bouc-Bel-Air - SLISSA Monique, membre du bureau, Les Pennes-Mirabeau – SUSINI Jules, vice-président, Aix-en-Provence – TAULAN Francis, membre du bureau, Aix-en-Provence - VILLEVIELLE Robert, vice-président, La Roque d'Anthéron

Excusé(s) avec pouvoir :

ALBERT Guy, vice-président, Jouques, donne pouvoir à JOUVE Mireille - FOUQUET Robert, membre du bureau, Aix-en-Provence, donne pouvoir à CHORRO Jean - JOISSAINS Sophie, vice-président, Aix-en-Provence donne pouvoir à JOISSAINS MASINI Maryse - PELLENCO Roger, vice-président, Pertuis, donne pouvoir à LAFON Henri - SICARD-DESNUELLE Marie-Pierre, membre du bureau, Aix-en-Provence, donne pouvoir à BRAMOULLÉ Gérard

Excusé(s) :

BENNOUR Dahbia, membre du bureau, Aix-en-Provence – BOULAN Michel, vice-président, Châteauneuf-le-Rouge – CANAL Jean-Louis, vice-président, Rousset

Monsieur Christian BURLE donne lecture du rapport ci-joint.

BUREAU DU 15 JANVIER 2014

Rapporteur : Christian BURLE

Thématique : Agriculture et forêt

Objet : Halle de producteurs « Terres de Provence » - Bilan de l'édition 2013 et
approbation du principe de reconduction de la 5^{ème} édition en 2014
Avis du Bureau

Mes Chers Collègues,

Je vous demande de bien vouloir donner votre avis sur ce rapport qui sera présenté
au prochain Bureau communautaire.

CONSEIL DU 15 JANVIER 2014

Rapporteur : Christian BURLE

Thématique : Agriculture et forêt

Objet : Halle de producteurs « Terres de Provence » - Bilan de l'édition 2013 et approbation du principe de reconduction de la 5^{ème} édition en 2014
Décision du Conseil

Mes Chers Collègues,

La Halle de producteurs « Terres de Provence » dynamise depuis 4 ans la vente directe de produits locaux en demi-gros sur le territoire, soutenant ainsi fortement l'agriculture périurbaine. Le succès de la manifestation, le plébiscite des consommateurs et le souhait de dupliquer le concept a permis une 2^{ème} implantation à Pertuis. La 4^{ème} saison de Plan de Campagne a été très satisfaisante et la 1^{ère} saison test de Pertuis concluante : les 2 marchés ont drainé 101 284 visiteurs sur 5,5 mois. Afin de pérenniser cette réussite, il vous est proposé de reconduire l'opération pour la 5^{ème} édition sur Plan de Campagne et pour la 2^{ème} année sur Pertuis. Le Budget prévisionnel pour la Halle de Plan de Campagne et celle de Pertuis s'élève à 269 484 € HT (dont 152 500 € en investissement).

Exposé des motifs

>Historique du projet :

La 1^{ère} édition de ce circuit court agricole de produits locaux a été créée dans le cadre du projet Rururbal (Rural Urbain Alimentation), en 2010.

Le projet était fondé sur la valorisation, la commercialisation, l'incitation à la consommation de produits locaux.

Les éditions de la « Halle de producteurs » se sont bâties avec l'expertise et le contrôle de la Chambre d'agriculture des Bouches-du-Rhône pour le marché de Plan de Campagne, et celle de Vaucluse, en 2013, pour le marché de Pertuis.

>Enjeux de l'opération 2013 :

▪ Enjeux économiques :

1. Des débouchés complémentaires pour la profession :

-Un impact positif a été constaté sur les exploitations du Pays d'Aix : grâce au chiffre d'affaires réalisé, certains producteurs ont pu améliorer leur situation économique, étendre leur surface de production, voire créer des emplois.

-**34 producteurs** locaux ont participé à la Halle de producteurs de Plan de Campagne et **18 producteurs** à Pertuis (roulement).

-Une enquête de la chambre d'agriculture des Bouches-du-Rhône de 2009 indique que 71% des producteurs locaux estiment que le marché de demi-gros est complémentaire aux marchés de détails existants (et non en concurrence).

-**536 225 kg** de marchandises ont été écoulées entre le 13 mai et le 23 octobre 2013 à Plan de Campagne

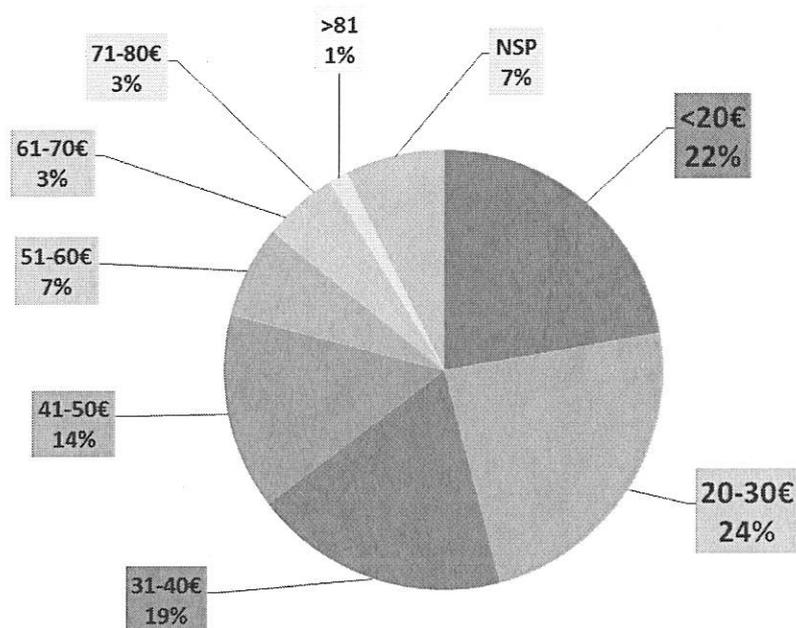
Chiffres clé (synthèse des 220 questionnaires des clients de Plan de Campagne)

>vente en demi-gros, conditionnement : satisfaction à 80%

>prix : satisfaction à 77%

>poids du panier moyen : 11,38 kg en 2013 (11,57kg en 2012)

>prix du panier moyen : 33,79 € en 2013 (32,77 € en 2012)



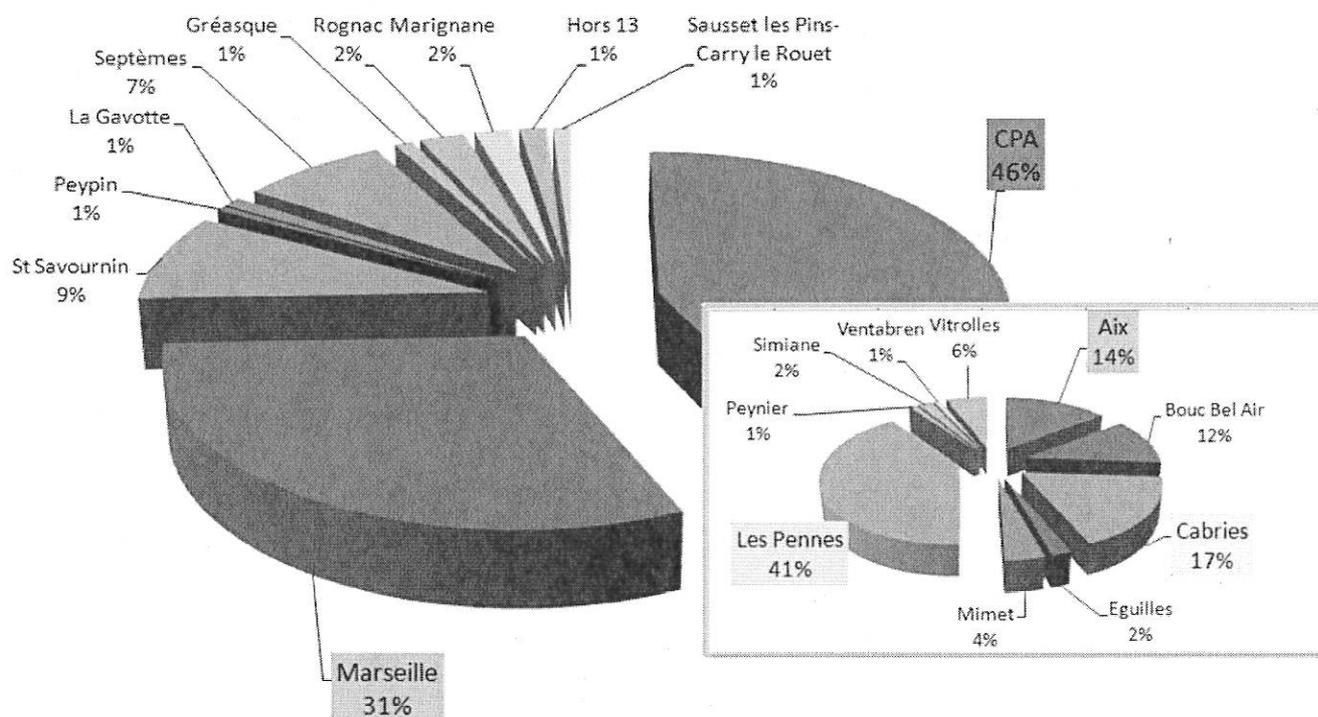
2. Bénéfices consommateurs :

- Les consommateurs ont bénéficié, en moyenne, de prix inférieurs à 20% par rapport à la grande distribution (en pleine saison).
- Des prix attractifs sont possibles grâce au conditionnement en demi-gros (veille des prix hebdomadaire : transmission des prix de détail, de gros par « France Agrimer »).
- Grand choix de produits : fruits, légumes de saison, produits laitiers, miel, huile d'olive etc. Nouveauté 2013 : 5 producteurs ont proposé à la vente des produits diversifiés (viande, pain, brousse) : 17% des consommateurs ont acheté ces produits.

Chiffres clé (synthèse des 220 questionnaires des clients de Plan de Campagne)

>tranche d'âge : 16% de 20-40 ans/ 46% de 40-60 ans/ 38% 60 ans et plus

>lieu de résidence des consommateurs de Plan de Campagne:



-90% des consommateurs se déclarent satisfaits ou très satisfaits de l'opération et 100% réclament sa pérennisation.

>Pour information concernant l'édition test de Pertuis:

-lieu de résidence des consommateurs : 69% Pertuis, 19% Sud Luberon, 12% Bouches-du-Rhône.

-prix moyen : 10 €.

3. Plus-value pour les commerçants :

-La Halle profite à une grande partie des commerçants de la zone qui bénéficient de retombées économiques non négligeables dues à la hausse de fréquentation de leur magasin, engendrée par les consommateurs du marché (pour exemple une enseigne qui jouxtait le terrain en 2013 a vu son chiffre d'affaires augmenter de 28%).

▪ Enjeux sociaux :

-Des liens se tissent entre producteurs et consommateurs et permettent aux agriculteurs de faire connaître leur métier et de valoriser leurs productions.

-Le système de vente à la cagette, induisant parfois le partage de produits, encourage cette tendance.

-Plusieurs fois par mois, l'association caritative « Cancer Espoir » a bénéficié des produits frais offerts par les producteurs (le gaspillage alimentaire est en outre évité).

-65% des consommateurs se sont déplacés sur la Halle grâce à la campagne de communication, 35% par le bouche à oreille. 86% sont déjà venus lors des précédentes éditions et 14% sont de nouveaux clients.

-Des animations mensuelles ont été réalisées sur les 2 sites (tombola, jeux de découverte et de sensibilisation au circuit-court...).

Chiffres clé (synthèse des 220 questionnaires des clients de Plan de Campagne)

-**Attrait** de la Halle, relation avec les producteurs : satisfaction à 82%.

▪ Enjeux environnementaux :

-La relocalisation de l'économie répond aux préoccupations écologiques visant à diminuer les dépenses énergétiques : les produits vendus ont parcouru peu de distance (entre 2km et 77 km maximum pour 2013) et nécessitent moins d'emballage et de conditionnement.

-Les modes de production sont variés (sous serre, en plein champ, hors sol/ Label Rouge/ Agriculture biologique etc.) et répondent aux exigences de l'agriculture raisonnée.

▪ Enjeux nutritionnels

-La qualité et la traçabilité en matière alimentaire étant une exigence forte, une sélection rigoureuse des participants est effectuée par les Chambres d'agriculture concernées : contrôle des exploitations permettant de vérifier la provenance des produits, cahier des charges strict élaboré (les producteurs ne sont autorisés à vendre que leurs productions), sélection de producteurs locaux et pratiquant une agriculture raisonnée, biologique etc.

-Consommer 5 fruits et légumes par jour est désormais possible à prix attractifs.

Chiffres clé (synthèse des 220 questionnaires des clients de Plan de Campagne)

-Fraîcheur et qualité des produits : satisfaction à 98%.

▪ **Rappel pratique 2013 :**

-Ouverture de la Saison du 13 mai au 30 octobre de 17h00 à 19h00.

-Ouverture les lundis, mercredis et vendredis à Plan de Campagne.

-les mercredis et vendredis à Pertuis.

>Bilan de l'opération 2013 et reconduction pour 2014 :

-Une fréquentation inférieure à celle de l'édition 2012, mais cependant très satisfaisante dans la mesure où l'édition 2013 avait mal débuté avec une nouvelle surface de vente réduite de 20% à Plan de Campagne, une pénurie de fruits et légumes en mai - conséquence des intempéries du Printemps. Rappel du contexte :

| Année | Durée | Surface de vente | Terrain | Fréquentation | Contexte |
|-------|----------|--------------------|--|---|--|
| 2010 | 5 mois | 750 m ² | Truffaut | 50 000 visiteurs | -Action pilote Rururbal. -Terrain adéquat. |
| 2011 | 6 mois | 750 m ² | Truffaut | 62 000 visiteurs | -CPA autonome dans le financement et l'élaboration du projet. -Terrain adéquat. |
| 2012 | 5,5 mois | 750 m ² | Literie n°1 | 118 168 visiteurs | -Terrain adéquat, visible. |
| 2013 | 5,5 mois | 600 m ² | - <u>Plan de Campagne</u> : terrain mis à disposition gracieusement par But. | 98 104 visiteurs (pic en août avec 22 294 visiteurs) | - <u>Plan de Campagne</u> : -Terrain peu praticable, peu visible des axes routiers. -Surface de vente et de stationnement réduite. -Météo très défavorable à la production en début de saison. -Baisse de fréquentation générale des enseignes de Plan de Campagne de 20%. |
| 2013 | 5,5 mois | 100 m ² | - <u>Pertuis</u> : parking mis à disposition gracieusement par la cave des Bons Sachants de Pertuis. | 3 180 visiteurs (pic en août avec 927 visiteurs) | - <u>Pertuis</u> : -Surface de vente peu visible des axes routiers. -Pas de chapiteau (test) -Météo très défavorable à la production en début de saison. |

Malgré ces contraintes ponctuelles, la CPA, confortée par le succès de la saison 4, œuvre pour la mise en place de la 5^{ème} édition.

▪ **Implantations géographiques 2014 :**

Plan de Campagne :

-Terrain vaste situé face à Conforama, en bout de zone, en direction des Pennes-Mirabeau (sur la D6, qui sera totalement réaménagée d'ici mars 2014) qui pourra accueillir une halle modulaire en semi- dur de 750 m² et un grand parking visiteurs. Rond point proche du site qui permettra une circulation fluide.

Pertuis :

-Terrain situé en début de zone commerciale de Pertuis (terrain de l'entreprise Chazal) qui pourra accueillir un chapiteau de 250 m² et un parking visiteurs. Rond point proche du site qui permettra une circulation fluide également.

▪ **Périodes d'ouverture :**

-Les périodes, jours et horaires d'ouverture seront sensiblement identiques à l'édition de 2013. La possibilité d'un jour et d'un mois d'ouverture supplémentaires est à l'étude, afin de répondre aux demandes croissantes des producteurs du Pays d'Aix (liste d'attente).

>Plan de financement 2014 estimatif des 2 halles sur 6 mois (Halle Plan de Campagne et Halle de Pertuis) :

| Nature des dépenses | Actions sur 6 mois : mai/octobre 2013 | Montant 2014 HT | Montant 2013 pour information |
|---|---|---|---|
| 1. Convention de partenariat avec la Chambre d'agriculture des Bouches-du-Rhône | -Présence sur le site 3 fois par semaine pendant 6 mois + 2 mois en amont et en aval de la manifestation pour : la sélection des producteurs, bilan saison -Contrôle régulier des exploitations et des prix les 2 autres jours de la semaine, enquêtes de satisfaction. -Suivi administratif, d'animations. | 25 084 € sur un coût total de 50 000 € | 25 084 € |
| 2. Convention de partenariat avec la Chambre d'agriculture de Vaucluse | -Présence sur le site 2 fois par semaine pendant 6 mois + 2 mois en amont et en aval de la manifestation pour : la sélection des producteurs, bilan saison -Contrôle régulier des exploitations et des prix 1 jour par semaine, enquêtes de satisfaction. -Suivi administratif. | 13 000 € sur un coût total de 32 595 € | 13 000 € |
| 3. Terrain Plan de Campagne | -Location du terrain : mise à disposition gracieuse pendant au moins 4 ans (par l'Association des propriétaires de Plan de Cgne). | -100 000 €* (achat halle modulaire -en semi-dur- de 750m²) -30 000 €* (travaux) | 40 500 € (location chapiteau de 600m² pour Plan |

| | | | |
|-------------------------|---|--|----------------------------------|
| | -Achat d'une structure modulaire de 750 m ² -Travaux d'aménagement -Parc caddies (remplacement de 15 caddies). | -500 €* caddies (*Investissement) | de Campagne + travaux + caddies) |
| 4. Terrain Pertuis | -Location du terrain : mise à disposition gratuite <u>pendant plusieurs années</u> (terrain communal) -Travaux d'aménagement -Location chapiteau de 250 m ² - Achat de 50 caddies | -20 000 € (location d'un chapiteau de 250 m ²) -20 000 €* (travaux) -2 000 €* (caddies) (*Investissement) | / |
| 5. Signalétique | -Signalétique, pose et dépose. -Signalisation directionnelle. | 8 000 € | 8 000 € |
| 6. Communication | -Campagne d'affichage, annonces presse, radio... Communication supplémentaire (changement de lieux). | 43 000 € | 43 000 € |
| 7. Objets promotionnels | -Dans une démarche de développement durable, de fidélisation de la clientèle : distribution de 1 000 cabas en toile | 2 100 € | 2 100 € |
| 8. Animations | -6 animations mensuelles sur divers thèmes : développement durable, œnologie, nutrition, restauration scolaire, gastronomie etc. | 5 800 € | 5 800 € |
| TOTAL HT | | 269 484 €* | 137 484 € |

>*pour l'édition 2014, **152 500€** sont inscrits en **investissement**.

>*l'achat d'une structure modulaire s'avère désormais très intéressant :

- La Halle ne sera désormais plus « nomade » mais durable, implantée sur un terrain fixe pendant au moins 4 ans (convention de mise à disposition en cours avec le propriétaire du terrain) et plus solide ;
- En outre, elle s'avère plus rentable : à la place d'une location d'environ 36 000 € HT tous les 6 mois, la CPA acquiert définitivement une structure de 100 000 € HT (amortie sur 3 ans maximum) qui profiterait à d'autres communes du territoire (où le concept devrait être dupliqué) et à d'autres manifestations communautaires.
- L'achat de la structure modulaire comprend : le bâtiment industriel (avec panneaux isolants modulables), le montage, le démontage et le stockage.

>Les outils de communication sont mutualisés pour les 2 halles (points 5, 6, 7 et 8).

Visas :

VU l'exposé des motifs ;

VU le Code général des collectivités territoriales;

VU la délibération n°2004_A236 du Conseil communautaire du 17 décembre 2004 adoptant la Charte agricole du Pays d'Aix ;

VU la délibération n°2013_B565 du Bureau communautaire du 05 décembre 2013 favorable au principe d'achat d'une Halle modulaire pour Plan de Campagne et à la location d'un chapiteau de 250 m² pour Pertuis ;

VU l'avis de la Commission développement économique et emploi- agriculture en date du 17 décembre 2013 ;

Dispositif :

Au vu de ce qui précède, je vous demande, Mes Chers Collègues, de bien vouloir :

- **APPROUVER** la reconduction de l'opération « Halle de producteurs Terres de Provence » en 2014 à Plan de Campagne et à Pertuis;
- **AUTORISER** Madame le Président ou son représentant à signer tous les actes afférents à ce dossier ;
- **DIRE** que les dépenses liées à cette opération seront affectées sur les postes budgétaires correspondants qui présentent les disponibilités nécessaires.

OBJET : Agriculture et forêt - Halle de producteurs "Terres de Provence" - Bilan de l'édition 2013 et principe de reconduction de la 5ème édition en 2014

VU la délibération n° 2009-A143 du 29 juillet 2009 portant délégation d'attributions au Bureau ;

Après en avoir délibéré, le Bureau de la Communauté du Pays d'Aix adopte à l'unanimité le rapport qui précède et le transforme en délibération.

Le Président de la Communauté du Pays d'Aix
Maryse JOISSAINS MASINI

16 JAN. 2014