



RAPPORT FINAL

Étude de la faisabilité d'ouverture d'un marché
fermier au sein de l'ÉcoQuartier Liberté Mont
Valérien à Suresnes (92)



Avant propos ...

Aujourd'hui, force est de constater que les marchés ont perdu de leur authenticité et que les consommateurs n'arrivent plus à donner leur confiance aux producteurs ne sachant pas s'ils produisent leurs denrées localement ou s'ils importent. Il nous semble important d'installer un climat de confiance entre les consommateurs et les producteurs en leur apportant davantage de visibilité sur les produits qu'ils consomment.

Notre projet porte sur la faisabilité de la mise en place d'un marché de producteurs dans l'ÉcoQuartier de Suresnes Liberté Mont-Valérien. Il s'agit du premier ÉcoQuartier citoyen de France, mis en place en 2018, sa mission est d'amener les habitants à s'approprier la transition écologique tout en créant un lieu d'échange et de partage intergénérationnel entre producteurs et consommateurs.

« Nous souhaitons que ce marché soit un lieu d'échange et de partage intergénérationnel autour de démarches écologiques. »

- Team Farmer Market



Problématique

Quelle est la faisabilité de la mise en place d'un marché de producteurs dans l'ÉcoQuartier de Suresnes Liberté Mont Valérien?

Remerciements

Nous remercions Mme. Maurine Verhoye d'avoir trouvé tous ces beaux projets et de nous avoir épaulé tout au long de l'année par de bons conseils et aussi d'avoir partagé avec nous son expérience.

Nos remerciements vont tout particulièrement à M. Philippe Lakas notre commanditaire qui a été présent pour nous, qui nous a fait confiance quant à l'élaboration et la mise en oeuvre de ce projet.

En remerciant M. Barbara d'être à l'initiative de ces projets qui nous ont permis de nous confronter à différents types d'acteurs et ainsi de se professionnaliser.



Sommaire

I. Présentation du projet

1. Qu'est ce qu'un ÉcoQuartier?
2. Qu'est ce qu'un marché de producteurs?
3. Les enjeux
4. Les acteurs
5. Les objectifs

II. Plan d'action

III. Actions menées

1. Questionnaire consommateurs
 - a. Généralités
 - b. Producteurs - Stand de sensibilisation
 - c. Fréquence
 - d. Budget
2. Questionnaire producteurs

IV. Gestion du marché

1. Synthèse réglementation
2. Synthèse règlement intérieur
3. Charte du marché fermier
4. Gestionnaire du marché

V. Business plan

VI. Conclusion

1. Conclusion générale
2. Retour sur expérience
3. Devenir du projet



L'équipe



Noémie Pouard
BTSA Aménagement
Paysager
En B3 à l'ISE



Laure Aberton
En B3 à l'ISE



Dilane-Olivier Mba
Obame
En B3 à l'ISE



Guillaume Pouthé
En B3 à l'ISE



Adrien Thibaud
BTS GEMEAU
En B3 à l'ISE

I. Présentation du projet

I. Qu'est ce qu'un ÉcoQuartier?

Un ÉcoQuartier, est un quartier conçu pour et avec les citoyens. C'est un quartier urbain qui s'inscrit dans une perspective de développement durable : il doit réduire au maximum l'impact sur l'environnement, favoriser le développement économique, la qualité de vie, la mixité et l'intégration sociale. Une place importante est laissée aux espaces verts et aux transports collectifs. Le recyclage des déchets et la préservation des ressources en eau sont favorisés ainsi que les énergies renouvelables.

L'objectif de l'ÉcoQuartier est d'entraîner le reste de la ville dans une dynamique de développement durable.

C'est en 1996, dans le sud-ouest de l'Allemagne que le premier ÉcoQuartier du monde a vu le jour. En effet, l'ÉcoQuartier Vauban a été installé sur une base militaire désaffectée de 44ha et, est ainsi devenu, la vitrine mondiale des bonnes pratiques en matière de développement durable urbain.



Le néologisme « ÉcoQuartier » est à l'origine du label ÉcoQuartier promu par le ministère français de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie (MEDDE). Lancée en décembre 2012 et renouvelée en 2016, ce label distingue et valorise des démarches de conception et de réalisation de quartiers qui respectent les principes du développement durable tout en s'adaptant aux caractéristiques de leurs territoires.

L'association « Liberté Mont-Valérien », présidée par notre commanditaire M. Philippe Lakas, est à l'origine du 1er ÉcoQuartier français d'initiative citoyenne, situé à Suresnes (banlieue ouest de Paris). L'objectif principal de cette initiative est de gérer durablement un quartier urbain de densité moyenne à forte.



Ce projet est un laboratoire expérimental et concret de la transition écologique ayant pour ambition de répondre aux critères d'un ÉcoQuartier (renforcer le lien social, maintenir une ville durable/adaptable/attractive, répondre aux enjeux climatiques et sociétaux, améliorer la qualité de vie)

Ce projet s'inscrit dans un cadre associatif (non lucratif), ayant pour seule ambition de rassembler toutes les énergies existantes afin d'aboutir à des projets concrets permettant de mieux vivre tous ensemble durablement.

Une des forces de l'association "Liberté Mont-Valérien" est l'adhésion que lui apportent les habitants, syndicats, bailleurs, professionnels et entreprises du territoire concerné.

L'ÉcoQuartier Liberté Mont Valérien adhère à la Charte trame verte & bleue ainsi qu'à la Charte de l'eau et, est labellisé « ÉcoQuartier ».

C'est au sein de cet ÉcoQuartier que nous avons pour objectif d'étudier la faisabilité d'ouverture d'un marché de producteurs.



Carte représentant les limites de l'ÉcoQuartier de Suresnes Liberté Mont Valérien (en rouge)

2. Qu'est ce qu'un marché de producteurs?

Les marchés de producteurs sont des marchés réunissant uniquement et exclusivement des producteurs locaux, tous engagés au respect d'une charte de bonnes pratiques, garantissant ainsi au consommateur :

- la qualité fermière des productions,
- des produits locaux, de saison et des spécialités de pays
- la qualité des pratiques de production et transformation,
- un contact direct avec le producteur,
- une transparence sur les pratiques agricoles.

La définition officielle implique toutefois de répondre à deux critères :

- le circuit de vente doit être direct ou peut inclure un intermédiaire (« circuit court »),
- la distance doit être limitée (généralement inférieure à 150 km) entre le lieu de production et celui de consommation (« circuit de proximité »).

Ces circuits courts se multiplient car ils répondent aux besoins de ceux que l'on nomme désormais les consom'acteurs: quête de sens, produits bio et/ou locaux, terroir, etc. Ces initiatives sont soutenues localement dans la mesure où elles permettent d'aider l'économie de proximité. Du côté des producteurs, la formule séduit car elle permet souvent de compléter les revenus, de mieux maîtriser ses débouchés, de gagner en indépendance.



Le premier marché de producteurs est né à Lancaster, en Pennsylvanie (E.U), en 1730. À cette date, lorsque les urbanistes ont conçu la ville, ils ont créé un espace suffisamment grand dans le centre-ville pour accueillir un marché public donnant naissance au Marché Central de Lancaster.

L'achat et la vente de produits locaux et frais, de viandes et de produits de boulangerie étaient si essentiels dans la vie quotidienne - en particulier dans une ville marchande comme Lancaster - que dès 1818 jusqu'à la fin de la Première Guerre mondiale, plusieurs "marchés sur le trottoir" ont également vu le jour dans la ville. Ces "marchés sur le trottoir" consistaient à ce que des fermiers et des commerçants locaux installent leurs chariots au bord des rues et vendent leurs produits à la communauté. Voici l'origine des marchés de producteurs.

Dans notre cas, l'association souhaite placer le marché sur l'esplanade Mont Valérien ou la Terrasse du Fécheray.



Esplanade du Mont Valérien et Terrasse du Fécheray

Notre objectif premier est la mise en place d'un Farmer Market dans l'ÉcoQuartier de Suresnes. Nous devons tout mettre en oeuvre afin qu'il y ait le minimum de démarches restantes pour ouvrir le marché en été, après la fin de notre mission.

Afin de cerner du mieux possible les enjeux et les objectifs du projet, nous avons effectué une mindmap¹.

Une mindmap est un graphique représentant des idées, des tâches, des mots, des concepts qui sont liés entre eux autour d'un sujet central. Elle nous permet d'organiser nos idées de façon intuitive.

Pour aboutir à la réalisation de cette mindmap, nous avons réalisé un brainstorming au début du projet qui nous a permis de déterminer chaque secteur sur lesquels il fallait se focaliser pour mener à bien la mission qui nous a été confiée.

Nous avons également utilisé une méthode basée sur le questionnement en créant un QQQQCCP² (Qui, Quoi, Ou, Quand, Comment, Combien, Pourquoi). Il nous a permis de mieux structurer notre projet en se posant les bonnes questions afin de déterminer les acteurs, les actions à mener et identifier les contraintes que nous pourrions être amenés à rencontrer.

¹ Cf Annexe Mindmap électronique et papier (IV)

² Cf Annexe QQQQCCP (V)

3. Les enjeux

Pour atteindre ce but, nous avons de nombreux objectifs à remplir, en lien avec les enjeux du projet :

Enjeux sociaux :

Le marché doit être créateur de liens sociaux, il doit répondre à la demande de la majorité de la population sous tous ses aspects (diversité des producteurs, récurrence et horaires...) et leur donner confiance par la transparence des producteurs, ainsi que par un gage de qualité et la présence de labels pertinents. La population doit être tenue informée de l'évolution du marché à travers le site internet de l'écoquartier ou le journal entre autres.

Enjeux écologiques :

Le marché doit être à l'image de l'ÉcoQuartier, l'aspect environnemental est très important. Il faudra réduire autant que possible l'empreinte carbone du marché, des stands de sensibilisation pourront être installés sur le marché, il faudra répondre efficacement aux risques sanitaires (déchets, eaux usées...)

Enjeux économiques :

Le marché devra être bénéfique économiquement parlant pour le quartier et les producteurs. Il faut qu'il y ait des retombées économiques pour l'ÉcoQuartier, des emplois devront être créés tels que celui de placier du marché ou encore de gestionnaire du marché

Enjeux réglementaires :

Le marché devra être soumis à des règles strictes pour son bon fonctionnement. Il faudra obtenir les autorisations nécessaires à l'implantation du marché de producteurs. La charte du marché devra être conçue afin de détailler ce qui est autorisé ou non sur le marché.

4. Les acteurs

Afin de mettre en oeuvre notre projet, nous devons travailler en relation avec différents acteurs:

Des réseaux de producteurs fermiers: on recherche des réseaux de producteurs (GAP, Ruche qui dit oui, chambre d'agriculture, parc naturels...) afin de proposer aux clients des produits directement du producteur au consommateur.

Notre commanditaire: le président de l'association Liberté Mont-Valérien (Mr. Philippe Lakas), il valide ou non les idées qu'on lui soumet ou en apporte de nouvelles.

Le maire et les agents municipaux: nous aurons à les consulter lors de nos démarches administratives et réglementaires. Il faudra par exemple s'assurer que le lieu visé soit bien accordé.

Président de l'AMAP: qui pourrait nous mettre en contact avec des producteurs.

Associations: on pourrait installer des stands pour des associations afin qu'elles y fassent de la sensibilisation par exemple.

5. Les objectifs

Nos différents objectifs seront :

- La mise en place d'un questionnaire pour les habitants de Suresnes afin d'étudier la faisabilité de notre marché de producteurs. Cela nous donnera des informations à propos de leurs attentes vis à vis d'un marché de producteur, l'heure à laquelle ils souhaitent que cela se produise (matinée ou soirée) et sa fréquence (hebdomadaire, bihebdomadaire ou mensuelle). Ils pourront aussi nous donner les aspects positifs et négatifs des marchés présents aux alentours de Suresnes afin qu'on puisse créer un nouveau concept de marché plus à l'écoute des consommateurs et producteurs. Nous pouvons insérer ce questionnaire sur le site "LibertéMontValérien", les réseaux sociaux et sur le journal de la ville "Suresnes magazines" afin qu'il touche tout type de consommateurs et obtienne le maximum de réponses possibles.
- L'étude de la réglementation pour savoir si l'on peut placer le marché au niveau du parking de l'esplanade du Mont-Valérien comme le souhaite l'Association "LibertéMontValérien". Nous devons rencontrer les élus et étudier les différentes réglementations et normes en vigueur pour l'installation d'un marché. Comme

l'accès aux PMR (personnes à mobilité réduite), les arrivées d'eau et d'électricité, les étals (si la mairie peut nous en mettre à disposition)

- Etablir une charte des producteurs interdisant les produits importés et non produits sur les terres du producteur, les denrées étant à plus de 100 km de Suresnes, les produits transformés, que les producteurs soient transparents à propos des denrées qu'ils vendent.
- Rencontrer des producteurs fermiers à l'aide de réseaux de producteurs tels que les GAP, la chambre d'agriculture, les parcs naturels, la ruche qui dit oui. Ce qui nous permettra de leur exposer notre projet et qu'ils deviennent des acteurs de notre marché. Nous souhaitons en trouver au minimum douze afin d'assurer aux consommateurs davantage de choix et de produits.
- Mettre en place une zone de compostage près du marché afin que les producteurs puissent y déposer leurs fruits et légumes abîmés ou invendus. Puis mettre en place des poubelles de tri.
- Réaliser l'empreinte carbone de l'installation du marché selon les producteurs qui se déplacent pour y venir et les différentes émissions dues à l'installation du marché par la mairie.
- Réaliser un business plan pour connaître les coûts et les bénéfices attendus de l'installation d'un marché

Nous allons vous présenter ces différents points à travers un tableau récapitulatif :

AVANTAGES - OPPORTUNITÉS	FAIBLESSES - COTRAINTES
Création d'emploi (auto-entrepreneur qui se chargera de la gestion du marché)	Risques sanitaires (évacuation des eaux usées)
Des retombées économiques et sociales (amène du monde, crée de la demande et de l'offre dans l'ÉcoQuartier de Suresnes)	Empreinte carbone
Produits locaux et transparence des produits	Emplacement non défini (mais pour l'instant on vise l'Esplanade de Mont Valérien ou la Terrasse du Fécheray)
Possibilité de mettre en place un stand de sensibilisation ou autre	Dépend des disponibilités des producteurs
Création de lien social	Soumis à des restrictions

II. Plan d'action

Afin de travailler efficacement en groupe, nous avons décidé de créer un drive, une conversation Facebook et WhatsApp afin de travailler efficacement dessus. Cela nous a permis de travailler simultanément sur le même document quelques fois ou encore, de pouvoir observer l'avancement d'un membre du groupe à tout moment. Lorsque nous avons dû réaliser des sondages, nous avons opté pour google forms qui est assez simple d'utilisation, plutôt complet, qui donne des résultats sous forme de graphique instantanément et qui peut être diffusé simplement à l'aide d'un lien.

Pour ne pas nous disperser mais plutôt faire le travail de manière cohérente, nous avons réalisé notre plan d'action³ sur un tableur. Pour ce faire, nous avons listé toutes les tâches à effectuer grâce à la liste des livrables et aux idées qui nous sont venues ou qui nous ont été données par notre commanditaire. Nous avons alors classé ces tâches par ordre de priorité et nous avons assigné un ou plusieurs membre(s) du groupe à leur réalisation. Notre plan d'action montrait aussi les périodes durant lesquelles devrait être effectuée chaque tâche, avec bien entendu, leur échéance. Nous avons également intégré une colonne "avancement" où nous avons utilisé des pourcentages afin de suivre l'évolution de chaque tâche.

Nous avons également développé des automatismes dans notre méthode :

- Nous avons utilisé régulièrement le sondage comme outil pour récolter l'avis des différents acteurs
- À chaque fois que nous avons une réunion (avec le commanditaire, les agents municipaux), nous réalisons une grille d'entretien⁴ afin de se rappeler de toutes les questions que nous voulions poser et noter les réponses efficacement..
- Au début de chaque séance, on effectuait un bilan des actions qui avaient été faites par chacun et de celles qui seront à mener par la suite.
- Aussi, nous établissions des comptes rendus⁵ après chaque entrevue avec les acteurs.

Pour la réalisation des grilles d'entretiens, nous préparions en amont les questions que nous voulions poser lors des rencontres avec les différents acteurs. Cela nous a permis d'être plus efficace lors de ces rendez-vous et d'en retenir l'essentiel afin de

³ Cf Annexe Plan d'action (II)

⁴ Cf Annexe grilles d'entretiens (III)

⁵ Cf Annexe comptes rendus (I)

créer un compte rendu complet.

Concernant l'élaboration des comptes rendus, à chaque rencontre nous avons notre chef, Mlle Laure Aberton qui prenait des notes sur les questionnements et les idées principales qui étaient soulevées. Cela nous permettait également d'organiser la suite des opérations et aussi de se répartir au mieux le travail à réaliser.

III. Actions menées

I. Questionnaire consommateurs

Dans le cadre de la création d'un marché fermier, nous avons décidé de mettre en place un sondage à destination des futurs consommateurs. Tout d'abord ce sondage informe les Suresnois et les communes alentours d'une possible apparition d'un marché fermiers au sein de l'ÉcoQuartier de Suresnes. Il nous permet aussi d'évaluer l'engagement de la population pour la création d'un marché fermiers, via le nombre de réponses au sondage.

Ainsi notre sondage⁶ a pour but de connaître l'opinion de la population sur la création d'un marché fermiers et leurs attentes vis à vis de l'intégration d'un marché de producteurs au sein de l'ÉcoQuartier de Suresnes Liberté Mont Valérien.



⁶ Cf Annexe Sondage à l'intention des consommateurs (VI)

Bilan des réponses au questionnaire:

Après avoir réalisé le questionnaire, nous l'avons diffusé sur les réseaux sociaux entre autres LinkedIn, Facebook et dans les services de communication de la mairie de Suresnes. Nous avons rejoint les groupes des villes de Suresnes, Saint-Cloud, Rueil Malmaison et leurs alentours.

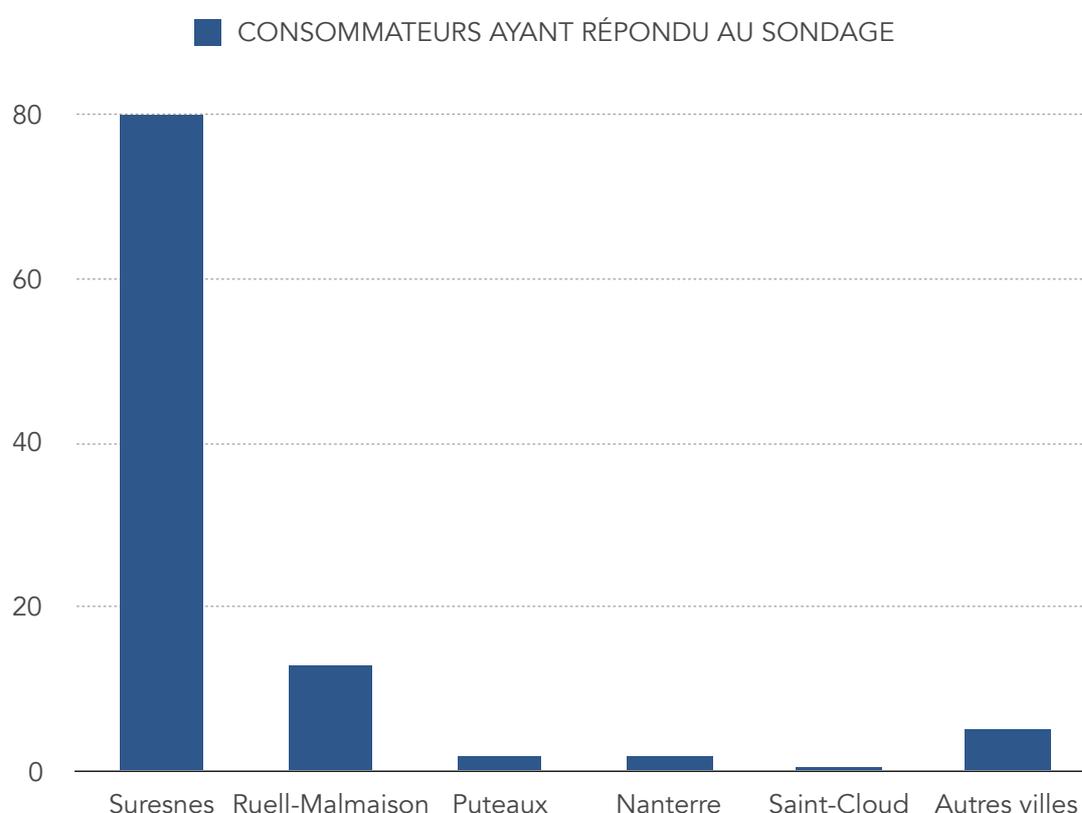
Grâce à ces modes de communications, nous avons récolté 170 réponses et avis, ce qui est très encourageant pour la suite de notre projet. Ce résultat est représentatif de l'engagement qu'apporte la population à notre projet.

a. Généralités

82,9% des réponses au questionnaire étaient féminines. On peut donc supposer qu'il y a davantage de femmes qui font leurs courses dans un marché.

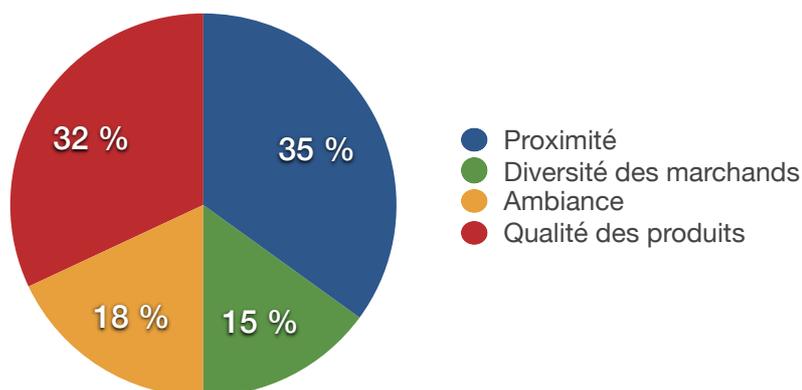
La plupart des personnes ayant répondu ont un âge situé de 26 à 59 ans et habitent à Suresnes dans 79,4% des cas.

Histogramme représentant d'où viennent les personnes ayant répondu au sondage



Tout d'abord, nous avons demandé aux participants s'ils avaient l'habitude de fréquenter un marché et pour quelle raison. 91,2% des participants fréquentent un marché et pour les raisons suivantes :

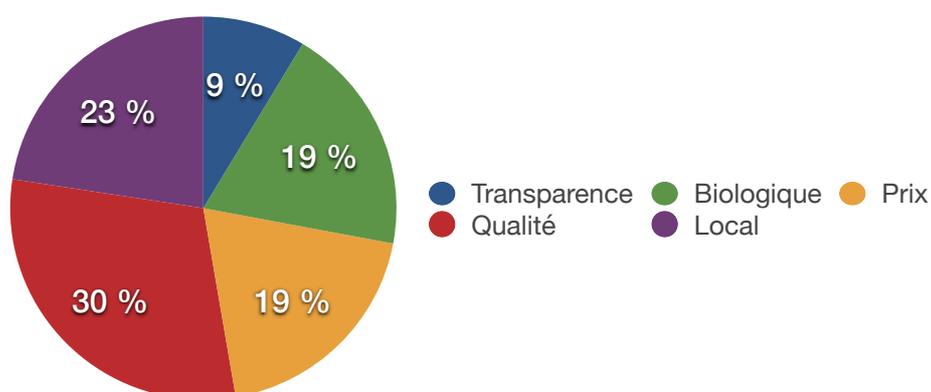
91,2% FRÉQUENTENT UN MARCHÉ POUR:



Ces résultats traduisent d'une part, l'importance pour eux d'être à proximité d'un marché et d'autre part le souhait d'acheter des produits de qualité.

Ensuite, nous leur avons demandé quelles étaient les raisons qui les feraient venir sur un marché fermiers. Sur le graphique suivant vous allez pouvoir voir les raisons qui leurs importent le plus :

SOUHAITS POUR UN MARCHÉ FERMIER:



Sans grande surprise, les consommateurs souhaitent acheter des produits de qualité, locaux afin de se fournir près de chez eux en limitant l'émission de carbone et pour soutenir les producteurs locaux.

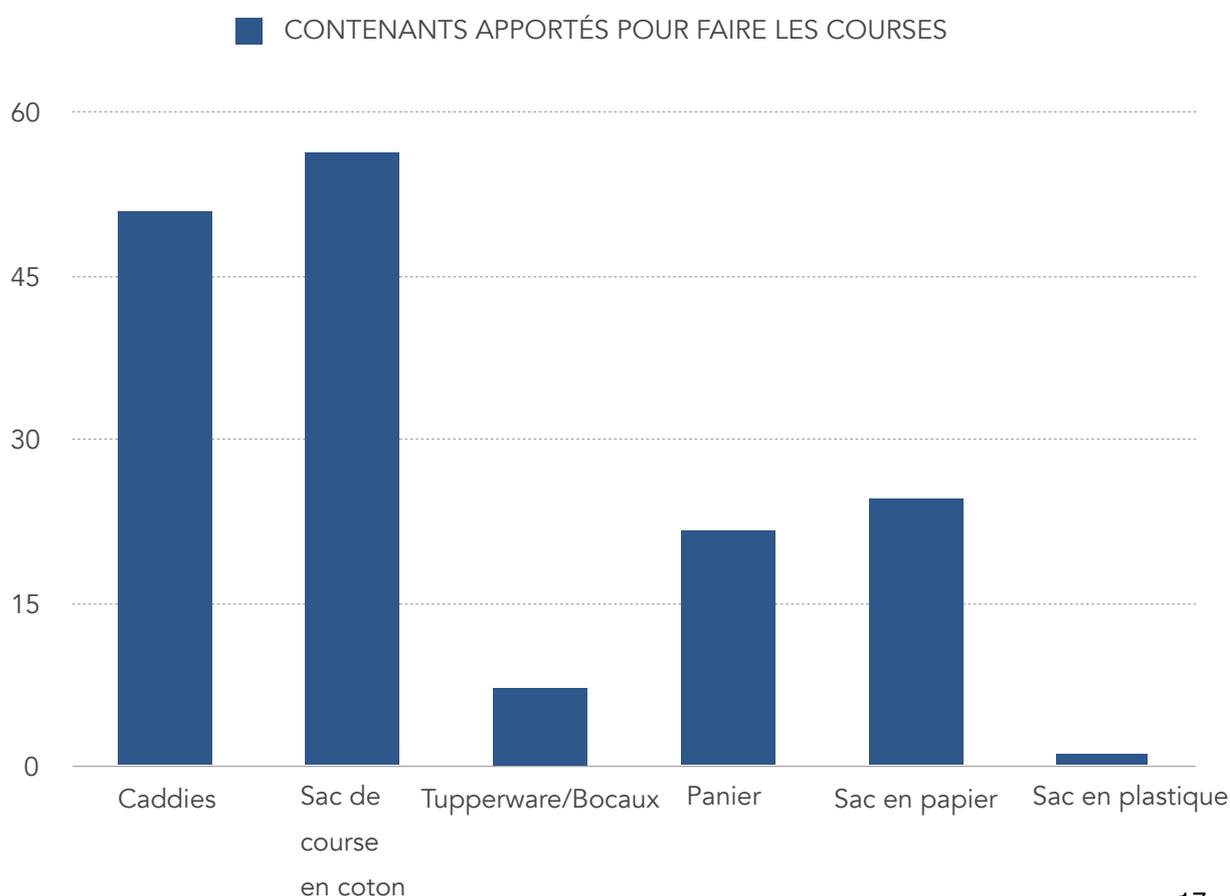
Puis, ils ont pu répondre ouvertement à propos de ce qu'ils souhaitent d'un marché fermiers. Ils attendent principalement :

- Circuit court/Vente directe
- Produits locaux
- Qualité
- Transparence
- Produits de saison et biologiques si possible
- A un prix juste
- Soutenir les producteurs
- Un lieu d'échange

Grâce à cette question, nous remarquons qu'en plus de rechercher des produits locaux et de qualité, les consommateurs sont également à la recherche de denrées issues d'un circuit court tout en soutenant les producteurs dans leur démarche écologique.

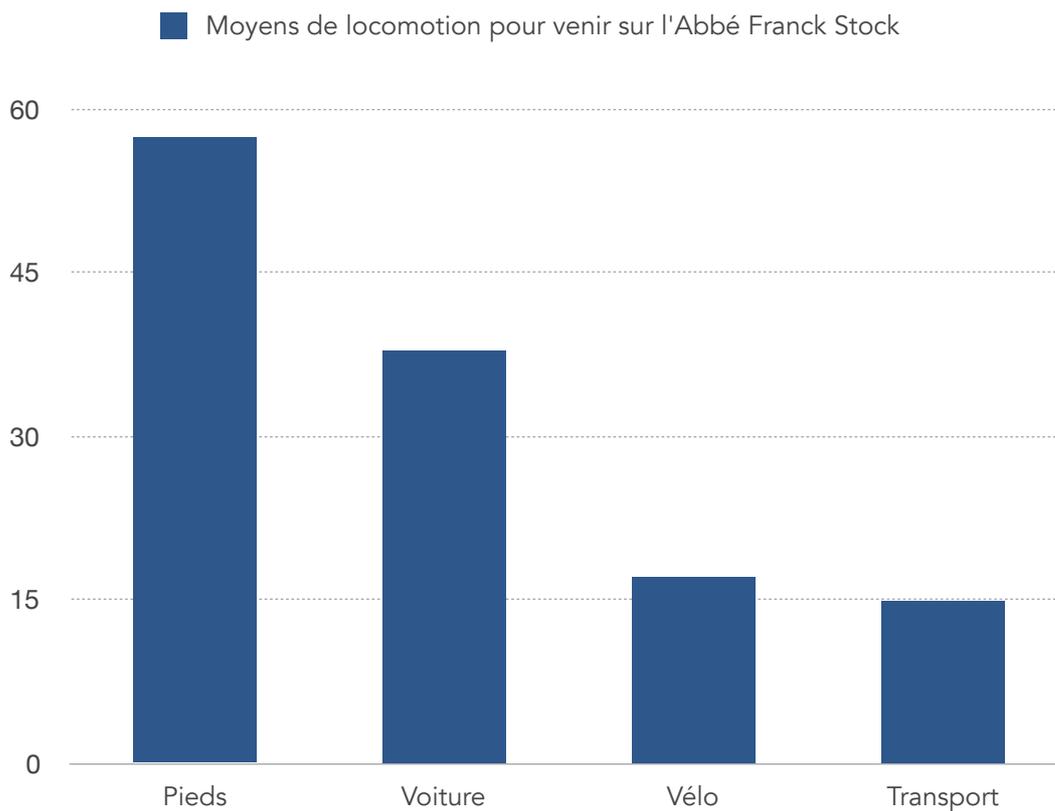
Par la suite, nous leur avons demandé s'ils apportent leurs propres sacs ou contenants dans un marché. C'est le cas pour la majorité 96,5%. Ils viennent principalement avec un caddie, des sacs en coton, un panier et des sacs en plastique (en minorité).

Diagramme représentant les différents contenants apportés pour faire le marché:



98,5% des participants sont prêts à changer leurs habitudes afin de bannir le plastique. Ils ont donc été quasiment unanimes pour l'arrêt de l'utilisation des plastiques qui est une condition sine qua non pour la mise en place du marché fermiers et l'un des enjeux les plus importants de notre siècle.

Pour ce qui est du lieu, sur l'histogramme suivant vous allez pouvoir observer les différents moyens de locomotion que les participants comptent prendre pour se rendre sur l'Esplanade du Mont-Valérien dans l'hypothèse où le marché y voyait le jour :

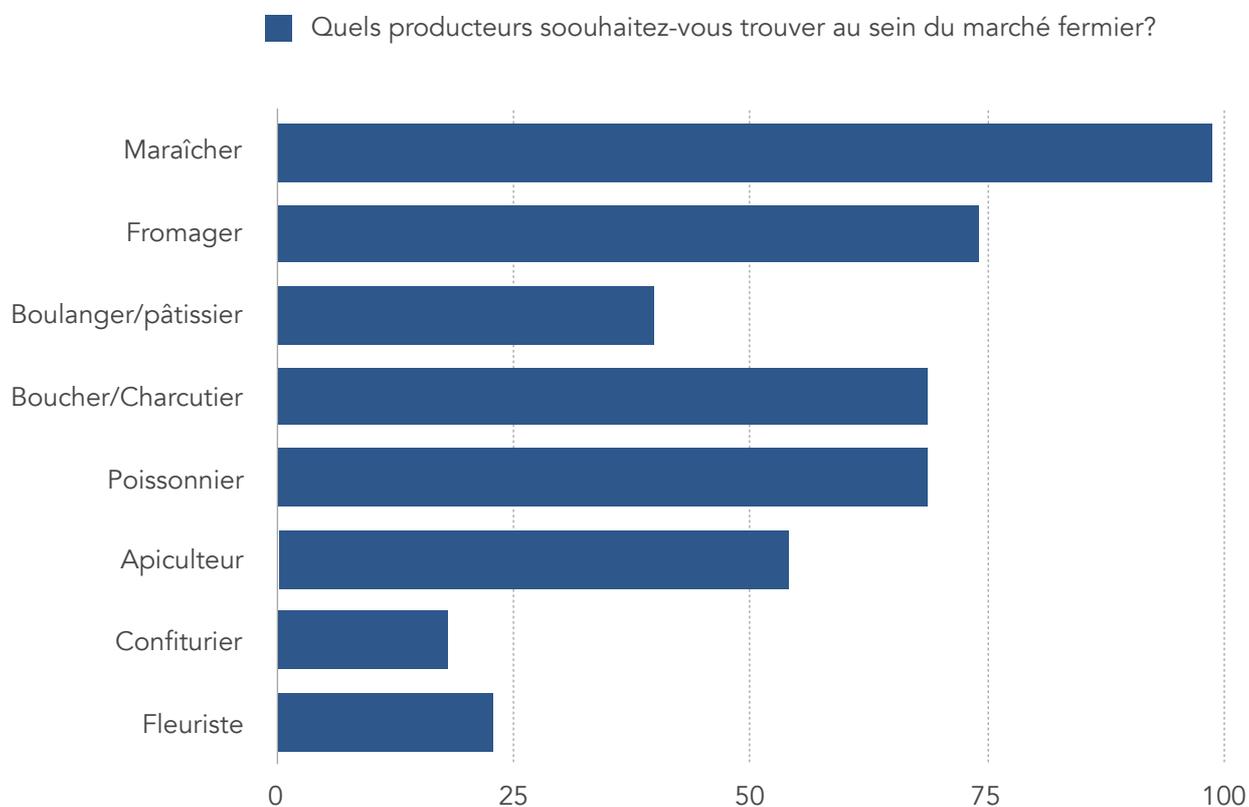


On remarque que la majorité souhaite venir à pieds ce qui est une bonne nouvelle puisque cela permet de ne pas avoir à prévoir une aire de stationnement trop importante et cela n'induit pas d'émission de carbone en plus.

Le reste des participants souhaitent venir à vélo, en transports en commun ou bien en voiture. Dans la plupart des cas, les futurs consommateurs privilégient un mode de locomotion éco-responsable, limitant leur empreinte carbone.

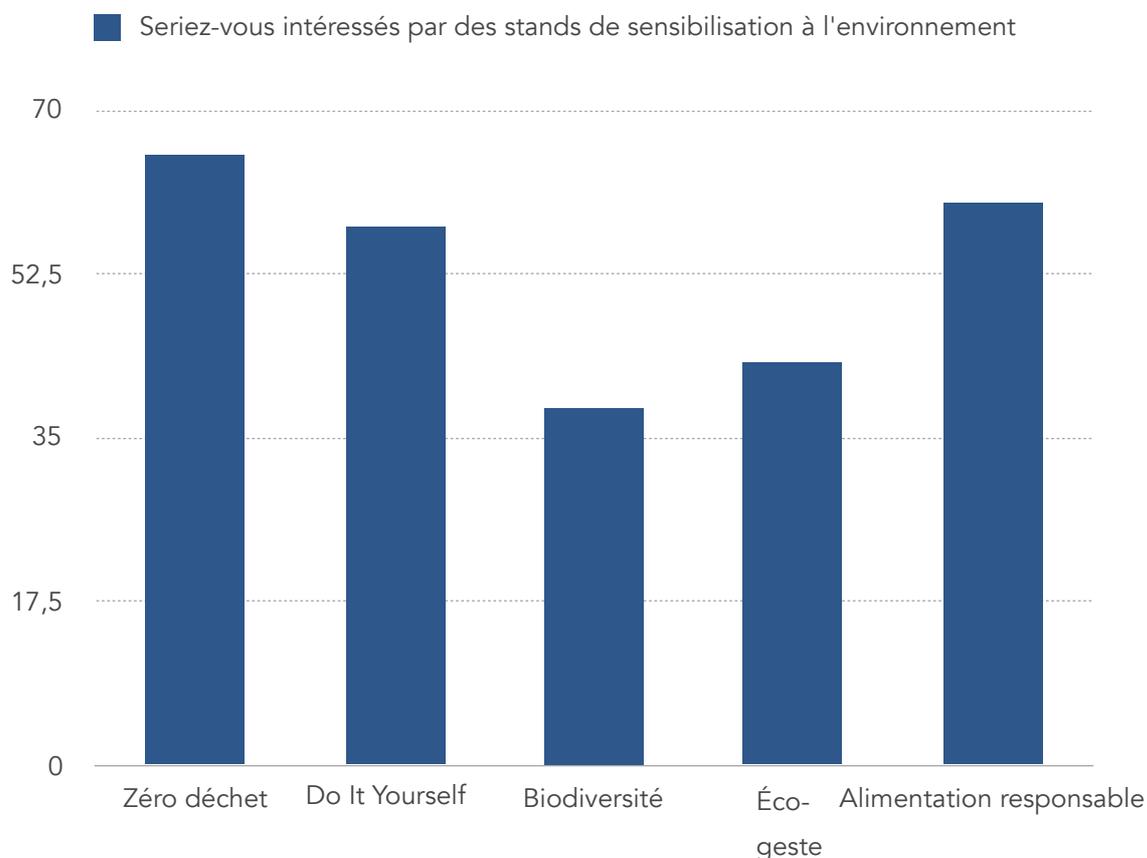
b. Producteurs - Stands de sensibilisation

Par la suite, nous avons demandé aux participants du questionnaire de nous dire quels étaient les producteurs qu'ils voulaient trouver au sein du marché fermiers.



Ils sont principalement intéressés par des maraîchers, fromagers, bouchers/charcutiers, poissonniers et apiculteurs.

Puis, nous leur avons proposé différents types de stands de sensibilisation afin de voir ceux qui pouvaient principalement les intéresser.

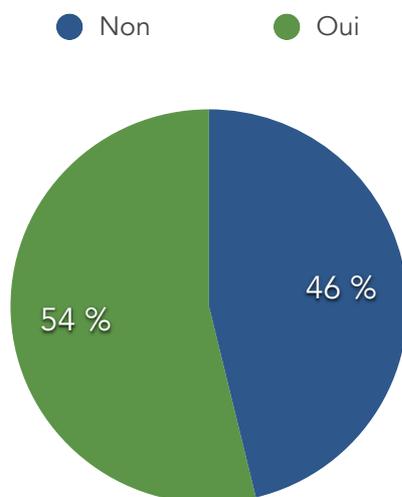


A notre grande surprise, ils souhaitent voir apparaître sur le marché fermiers des stands de sensibilisation tels que le zéro déchet, le "Do It Yourself (faire soi-même) et l'alimentation responsable. Cela va permettre au marché fermiers de se démarquer des marchés déjà existants.

Nous leur avons également demandé si cela les intéressait de voir des produits transformés sur le marché.

Les consommateurs sont assez partagés sur cette question ce qui est assez surprenant.

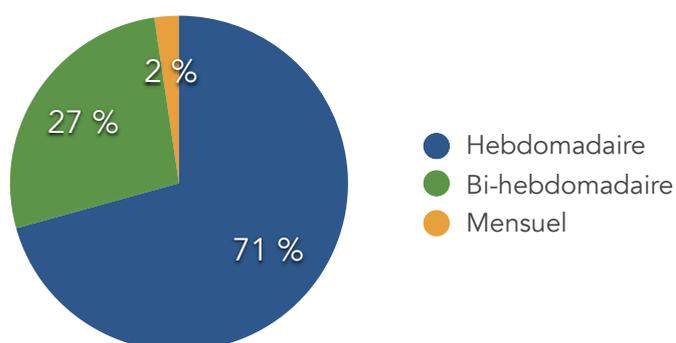
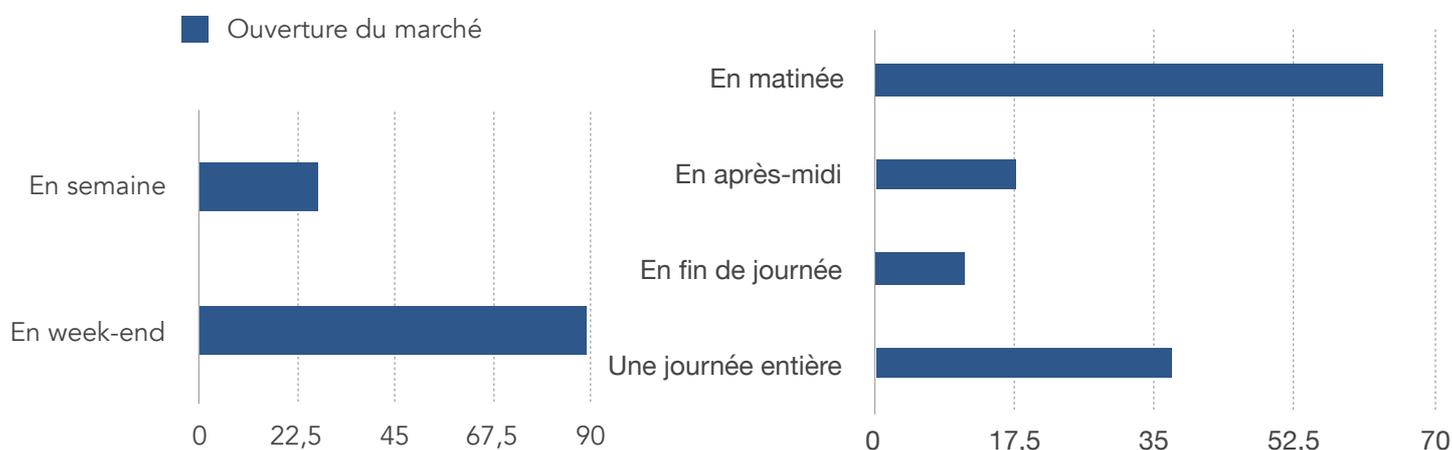
Seriez-vous favorable à la présence de produits transformés sur le marché (crêpes, glaces par exemple) ?



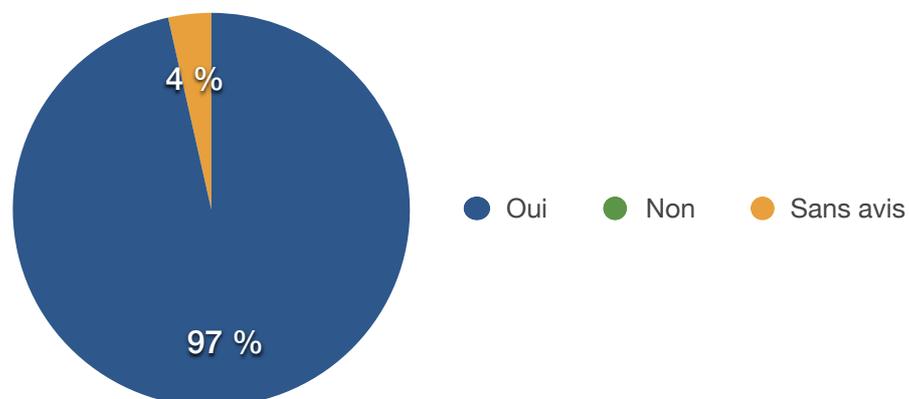
c. Fréquence

Maintenant se pose la question de la fréquence. Quand est-ce que la population Suresnoise et ses alentours souhaiteraient que le marché soit ouvert, à quelle fréquence et à quel moment de la journée ?

Sur les schémas ci-dessous vous pouvez voir les différents souhaits des consommateurs.



Etes-vous favorable à la création d'un marché de producteurs dans l'ÉcoQuartier de Suresnes ? 170 réponses

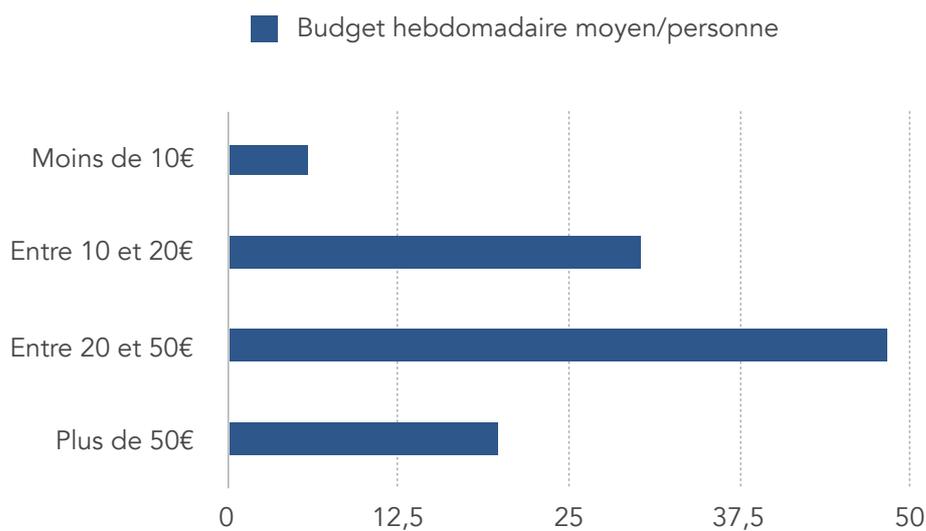


Suite à ces réponses, on remarque que plus de la majorité souhaite que le marché fermiers se déroule en week-end pendant la matinée ou une journée entière de façon hebdomadaire.

Ces réponses montrent l'engouement des consommateurs pour le projet.

d. Budget

Pour ce qui est du budget, les Suresnois sont pour la majorité prêts à mettre entre 20 et 50€ dans l'achat de produits au sein du marché.



Etant donné que notre questionnaire à l'intention des consommateurs du marché fermiers a eu du succès, nous avons décidé de réitérer l'expérience avec les producteurs fermiers que nous avons sélectionnés.

2. Questionnaire producteurs

Les producteurs sont les principaux acteurs du marché fermiers. La diversité des produits est importante pour les consommateurs, ainsi nous avons essayé de trouver un large panel de producteurs qui répondent aux attentes des consommateurs. Des attentes que l'on a pu découvrir grâce au sondage effectué pour les habitants de la ville de Suresnes et ses alentours.

Pour trouver des producteurs locaux, nous avons effectué principalement des recherches via internet afin d'avoir un ensemble de producteurs répondant à un circuit court et biologique de préférence, situés à 150 km maximum. Grâce à ces recherches nous avons pu composer un tableau⁷ classant tous ces producteurs en fonction des produits qu'ils proposent, de leur lieu de production et aussi de la nature biologique, végétal ou locale des produits... Nous sommes également partis à la rencontre de deux commerces équitables, Locabio et Biocoop, situés à Versailles. Nous leur avons demandé où est ce qu'ils se fournissaient en produits locaux, bio et provenant du circuit court. Ils nous ont donc fourni une liste de leurs producteurs.

Nous avons contacté les producteurs par mail et les stands de sensibilisation⁸. Ce choix a été fait car on pouvait présenter aux producteurs les différentes attentes que l'on souhaitait et aussi montrer le présupposé lieu d'emplacement. C'est un moyen d'avoir une prise de contact rapide pour le premier échange qui laissera place à une rencontre afin d'exposer nos motivations et attentes de vive voix.

La prise de contact des producteurs en porte à porte aurait été une idée ingénieuse seulement nous manquions de temps pour aller visiter une soixantaine de producteurs autour de la région parisienne.

À travers ce mail nous leur avons indiqué quelques attentes de notre part, telles que la disposition de panneaux explicatifs sur leur stand affichant la transparence de leurs produits. Nous souhaitons qu'ils soient au courant de ce qu'ils mettent dans leurs assiettes depuis la méthode de culture, au transport de la marchandise jusqu'au point de vente.

⁷ Cf Annexe Liste des producteurs (XIII)

⁸ Cf Annexe Exemples de mail type à destination des producteurs (X)

Malgré le faible nombre de réponses positives, la plupart des producteurs nous ont répondu en expliquant les raisons pour lesquelles ils ne pouvaient pas faire partie du marché. Le motif du temps était le plus présent. En effet, la plupart des producteurs participant déjà à d'autres marchés le week-end ou en semaine, cela ne leur laisse pas assez de temps pour être présent au sein d'un autre marché.

Afin de connaître les habitudes et les attentes des producteurs sur les marchés nous avons décidé de proposer à chacun d'eux de répondre à un sondage. Nous avons donc disposé un lien du sondage dans chacun des mails afin de connaître leurs attentes et disponibilités pour leur présence sur le marché fermiers.



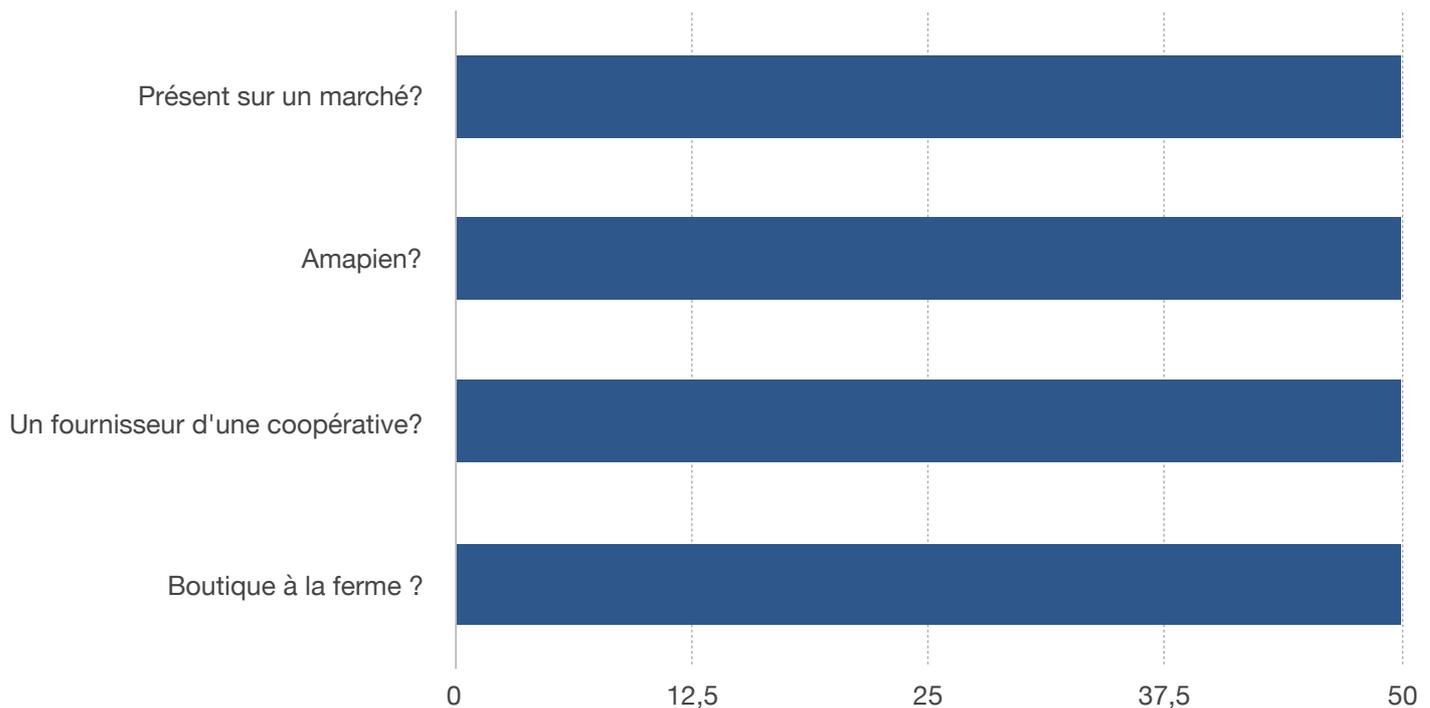
Que très peu de producteurs ont répondu à ce questionnaire⁹ à l'heure d'aujourd'hui. Nous avons eu seulement deux personnes, une femme et un homme qui sont des maraîchers et arboriculteurs.

Tout d'abord nous leur avons demandé à quelle distance ils se situaient du Mont-Valérien. L'un se situe à 20 km tandis que l'autre est à 42 km du futur emplacement du marché. Ce résultat montre que ce sont des producteurs locaux.

Nous souhaitons ensuite savoir s'ils étaient déjà présents sur un marché ou bien s'ils étaient Amapiens ou fournisseurs dans une coopérative, voici leurs réponses.

⁹ Cf Annexe Sondage à destination des producteurs et stands de sensibilisation (VII)

■ Êtes-vous déjà ...

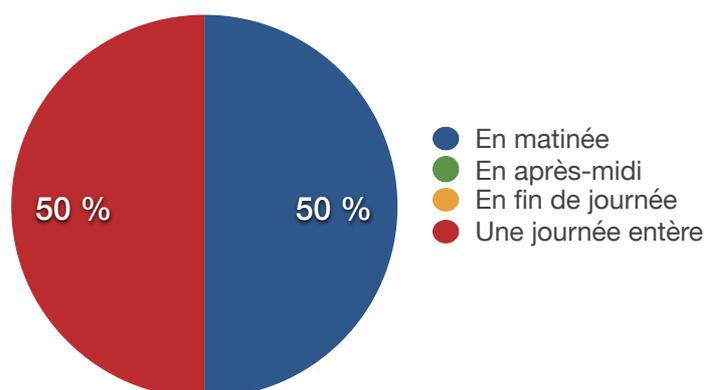


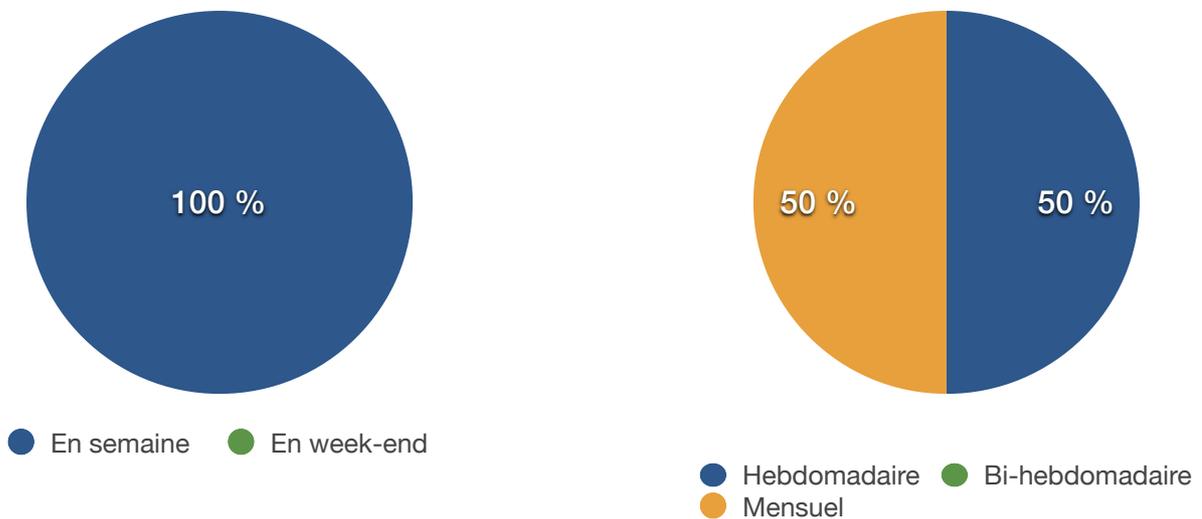
Les deux producteurs sont dans une démarche d'agriculture biologique. Nous les avons questionnés à propos des emballages qu'ils utilisent en temps normal sur leur lieu de vente. Leurs réponses étaient: du tissu ou bien des sacs en papiers ou en plastiques réutilisables/biodégradables. Cela montre qu'ils sont déjà dans une démarche éco-responsable comme nous le souhaitons pour le marché de producteurs de Suresnes.

Une de nos requêtes pour ce marché était de présenter une totale transparence vis-à-vis des consommateurs en demandant aux producteurs de mettre en place des affiches explicatives sur leur moyen de production. Tout deux étaient d'accord mais cela n'est pas représentatif au vu du nombre de réponses.

Se pose maintenant la question de la fréquence à laquelle les producteurs peuvent venir vendre leurs productions.

Les diagrammes ci-dessous montrent ainsi les disponibilités des producteurs pour s'installer sur notre marché. On peut voir qu'ils préfèrent que le marché soit hebdomadaire ou mensuel et qu'il ait lieu en semaine, de préférence en matinée ou toute la journée.





Nous avons seulement eu deux réponses au sondage mais plusieurs réponses négatives par mail. N'étant pas disponibles pour participer à ce marché, ils n'ont pas trouvé utile de répondre au sondage, d'où le faible taux de réponse.

3. Stands de sensibilisation

Nous avons choisi pour la création de ce marché de producteurs, d'introduire des stands de sensibilisation axés autour des thématiques de développement durable, pratique du zéro déchet, économie circulaire et solidaire. En effet, nous souhaitons que ce marché ne soit pas seulement un lieu de commerce classique mais plutôt un lieu d'échange et de partage intergénérationnel autour d'activités ludiques et écologiques qui se démarque des autres marchés existants. À travers des stands d'ateliers DIY, de dépôt de vêtements ou encore de sensibilisation environnementale, nous souhaitons amener les consommateurs vers un mode de vie plus éco-responsable.

Une démarche éco-responsable a pour objectif d'économiser au maximum les ressources naturelles et de minimiser ses impacts sur les écosystèmes.

Le choix des futurs stands présents sur le marché s'est porté principalement sur des associations présentes en île de France (empreinte carbone réduite du fait de la proximité) telles que: PikPik, Secours Populaire, Croix rouge, La Textilerie, La maison du zéro déchet, ...¹⁰

Nous avons donc contacté ces associations en utilisant un mail type.¹¹ Malheureusement nous n'avons eu aucune réponse malgré plusieurs relances. De même pour le sondage. Il peut y avoir plusieurs facteurs du fait de leur abstention entre autres: manques de temps, déplacement, manques de mains d'oeuvres ...

¹⁰ Cf Annexe liste des stands de sensibilisation (XIII)

¹¹ Cf Annexe mails type à destination des stands de sensibilisation (XI)

IV. Gestion du marché

I. Synthèse de la réglementation

Un marché quel qu'il soit, doit obligatoirement fournir une réglementation¹², une charte et un règlement intérieur. Ces différents documents ont pour but de rappeler les différentes règles de fonctionnement auxquelles sont soumis les marchés de producteurs.

Nous avons divisé dans un premier temps, la synthèse de la réglementation en deux grandes parties. L'une traitant de la réglementation en matière d'hygiène et l'autre parlant de la réglementation au niveau de l'administration/gestion du marché.

La première partie sur la question d'hygiène regroupe tout ce qui concerne les produits alimentaires, la gestion des déchets et l'évacuation des eaux. Les produits alimentaires représentent un point essentiel de la réglementation du marché. Les producteurs doivent faire preuve de transparence à l'égard des produits par l'intermédiaire de panneaux explicatifs et/ou d'étiquetage des produits. Ces étiquettes devront informer sur l'origine, la traçabilité du produit et son mode de production.

Nous retrouvons en seconde partie, tout ce qui s'apparente à la gestion du marché. C'est à dire la commission de marché, le droit de place et enfin les accès PMR (personnes à mobilité réduite). D'après le décret n°2017-431 du 28 mars 2017 relatif au registre public d'accessibilité, les accès PMR prévoient plusieurs aménagements et dispositions réglementaires tels que : le stationnement, la pente, le devers, la signalisation, ...

2. Synthèse du règlement intérieur

Le présent règlement a pour objet de vous rappeler les différentes règles auxquelles sont soumis les marchés de producteurs.

Ce règlement intérieur¹³ précise les conditions d'accès au marché, le fonctionnement du marché ainsi que les différentes étapes de la vie du marché.

¹² Cf Annexe Synthèse de la réglementation (VIII)

¹³ Cf Annexe Synthèse du règlement intérieur (IX)

Ce règlement intérieur concerne particulièrement les producteurs et leurs aliments. En effet, une législation sur les aliments et les pratiques à adopter par les fermiers est indispensable pour le bon déroulement des activités du marché. Entre autres certaines règles à respecter sont :

- Le producteur doit être présent sur le marché
- Il doit y avoir une traçabilité sur la provenance des produits
- Les produits doivent être locaux et de saison afin de limiter les émissions de GAS (Gaz à effet de serre)

D'autre part la réglementation s'applique aux stands de sensibilisation présents sur le marché c'est-à-dire que les animateurs des stands de sensibilisation devront respecter les mêmes règles que les producteurs en ce qui concerne la tenue de l'espace qui leur sera dédiés.

Une procédure d'entrée pour respecter les valeurs du marché : plusieurs règles seront à respecter pour l'introduction d'un producteur dans le marché. Nous citons :

- Exercer exclusivement une ou plusieurs activités de services à la personne
- Disposer de moyens humains, matériels et financiers suffisants pour exercer l'activité dans de bonnes conditions.
- Transmettre chaque mois un état statistique à la Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi.
- Respecter le cahier des charges.
- Établir, chaque année, un bilan annuel qualitatif et quantitatif de l'activité

N.B : Le nouveau producteur devra signer la charte des marchés fermiers de qualité ainsi que le règlement intérieur.

3. Charte du Marché fermiers de Suresnes

Après avoir fait des recherches à propos de la réglementation et rédiger le règlement intérieur pour le marché de producteurs fermiers de Suresnes, nous avons créé une charte¹⁴ afin d'expliquer ce qu'apporte la création d'un marché fermiers, tels que les bienfaits de ce marché qui va permettre aux consommateurs d'acheter des denrées de qualité tout en assurant un revenu équitable aux producteurs.

Cette charte permettra également aux fournisseurs de mieux comprendre les enjeux de ce marché et ses valeurs.

Mais pour que ce marché voie le jour, nous avons besoin d'un placier qui veillera au bon fonctionnement du marché.

¹⁴ Cf Annexe Charte du Marché fermiers de Suresnes (XII)

4. Le gestionnaire du marché

Le placier joue aussi le rôle de gestionnaire du marché, il a un rôle capital.

Dans un premier temps, le placier doit assurer le suivi administratif. Il se doit de contrôler les documents officiels remis par les commerçants pour être présents sur le marché, vérifier quels sont les marchands présents ou absents et encaisser les paiements des emplacements.

Ensuite, il doit s'assurer que les commerçants respectent bien les règles du marché :

- Respect des normes d'hygiène
- Respect de la charte et de la réglementation propre au marché fermiers
- Que les commerçants ne dépassent pas les limites de leur emplacement

Puis, il se doit d'être ferme, juste et diplomate afin de régler les problèmes qui peuvent survenir entre les commerçants. Il a un rôle très important de médiateur.

Le placier va devoir se baser sur le règlement intérieur et la charte du marché afin de faire respecter les règles aux producteurs et consommateurs.

Il est donc indispensable d'avoir un placier pour que notre marché de producteurs fermiers soit pérenne.

V. La rencontre avec la mairie

Nous avons contacté la mairie de Suresnes d'une part pour leur exposer notre projet.

D'autre part, à la suite de notre sondage à l'intention des consommateurs, la mairie a commencé à recevoir des retours des producteurs étant sur des marchés existant et des commerçants alentours, ne souhaitant pas voir apparaître un marché fermiers par peur de voir leur clientèle réduite.

L'objectif de cette réunion était de présenter le projet de la création d'un marché fermiers à Suresnes initié par l'association « Liberté Mont-Valérien ».

Les personnes à qui nous avons présenté notre projet sont:

- Mme Christine Donnat, directrice du pôle environnement
- une représentante travaillant avec Mme Lola Bahri, responsable des associations
- Bérangère Rocher et Noura Roubal, les représentantes du service commerce de la ville de Suresnes
- Mme Maylis Joanicot, appartenant au service environnement

I. Localisation

Lors de cette réunion, nous avons parlé des deux sites emblématiques que nous souhaitons pour l'implantation d'un marché fermiers :

- L'Esplanade du Mont-Valérien,
- La Terrasse du Fécheray



Les représentantes de la mairie présentes nous ont fait savoir que l'implantation du marché sur la terrasse du Fécheray n'allait pas être possible. En effet, ce lieu est déjà en concession et le reste du temps il est réservé à la mairie de Suresnes pour

qu'elle puisse y créer des événements. D'après la mairie, il y aurait également un problème de tonnage pour l'accueil d'un marché.

Mais des voitures d'exception sont déjà exposées sur la terrasse du Fécheray et notre marché fermiers ne sera pas un marché d'envergure, de ce fait le tonnage ne sera pas forcément un problème pour le marché.

L'Esplanade du Mont-Valérien semble être plus adéquate n'ayant pas de tonnage en particulier à respecter et elle dispose de places de stationnement pour les camions dans la rue descendante de l'esplanade. Cette rue pourrait être interdite de stationnement lors des jours de marchés afin de permettre aux producteurs de garer leurs camions. Grâce au service juridique de la mairie, nous pourrions mettre en place un arrêté préfectoral lors des jours de marché pour qu'ils puissent se garer.

Ensuite, il nous faudrait trouver un point d'eau et un tableau électrique afin de pouvoir fournir les producteurs en électricité et en eau pour qu'ils puissent mener à bien le marché.

Puis, il serait nécessaire de ne pas trop impacter le sol, étant en gravier, avec des déchets et d'éviter de laisser des déchets et cagettes sur place à la fin du marché. La mairie souhaiterait écarter les bouchers et poissonniers du marché pour éviter les rejets de déchets trop importants sur les graviers de l'Esplanade du Mont-Valérien.

La mairie nous a aussi proposé d'implanter le marché dans le quartier liberté, vers la poste, ayant peu de commerces dans le secteur et une population en demande. Mais cette proposition ne nous semble pas adéquate puisqu'elle ne nous permettra pas d'attirer des producteurs fermiers. Ce n'est pas un lieu emblématique qui pourrait faire de la publicité aux producteurs.

2. Installation du marché

Pour ce qui est du matériel pour le marché fermiers, la mairie de Suresnes ne souhaite pas fournir aux producteurs des tables et meubles réfrigérés et préférerait que les producteurs viennent avec leur propre matériel ou avec des camions permettant la vente directe depuis leur véhicule.

Ensuite, nous sommes à la recherche d'un placier qui pourrait être le gestionnaire du marché afin de veiller à son bon fonctionnement.

La mairie de Suresnes ne dispose pas de placier au sein même de la mairie, faisant appel à un sous-traitant, nous aurions aimé savoir quels sont les coûts moyens:

- Nettoyage du marché
- Sécurité
- Nombre de personnes qui sont chargées de ce travail et leur coût

- Le coût de l'emplacement

Cependant, ils ne disposaient pas de ces informations à ce moment.

Ensuite, ils nous ont transmis des pistes afin de nous aider dans la réalisation de notre projet.

3. Pistes

Sur le marché de Nanterre, un maraîcher fonctionne sous forme de commande. Les consommateurs lui passent leur commandes et viennent la récupérer le jour du marché et le reste de sa production est vendu aux consommateurs n'ayant pas commandé.

La mairie de Suresnes nous a conseillé de nous tourner vers le service commerce de la mairie de Rueil Malmaison ayant un marché de producteurs pour nous fournir leur charte et leur réglementation pour aider les agents municipaux de Suresnes qui n'ont jamais eu affaire à un marché différent de ceux habituels.

VI. Business plan

Après notre rendez-vous avec la mairie, nous avons contacté le pôle commerce afin d'avoir le contact du gestionnaire des marchés de Suresnes dans le but d'avoir les données nécessaires à la réalisation du business plan¹⁵ chiffré. Nous n'avons à ce jour pas eu de réponse malgré une relance effectuée une semaine après la première prise de contact.

Il nous manque ainsi les chiffres exacts concernant le prix d'une place de marché au mètre linéaire pour les producteurs et les frais de gestion de marché qui seraient récupérés par le gestionnaire. Nous avons néanmoins cherché par nous-mêmes ces chiffres, mais n'avons pas trouvé les frais de gestion. Le prix d'une place de marché peut quant à lui aller de 0.7 à 15€ le m² selon le lieu où est implanté le marché.

Avant de réaliser le business plan chiffré, il nous semblait important de produire une version écrite détaillant les modalités du projet, ces points forts ainsi que des chiffres clés concernant la clientèle potentielle par exemple.

¹⁵ Cf Annexe Business Plan (XIV)

VII. Conclusion

I. Conclusion générale

Pour conclure, nous avons remarqué un fort intérêt venant de la population suresnoises et des communes alentours pour l'élaboration d'un marché fermiers à Suresnes.

Toutefois, nous nous sommes confrontés à diverses difficultés tant au niveau des démarches administratives que de la disponibilité de certains producteurs. La première difficulté concerne la rencontre avec les agents municipaux qui sont en accord avec le projet mais qui n'ont pas la possibilité de fournir leur aide financière pour l'implantation du marché. Le fait est qu'ils n'ont pas de textes juridiques pour un marché fermiers, cela étant une première pour eux. Ils sont aussi effrayés par la concurrence que générerait le marché fermiers vis à vis des autres marchés suresnois déjà existants. La deuxième difficulté est liée à la disponibilité des producteurs qui soit, sont déjà présents sur d'autres marchés ou fournissent déjà une AMAP par exemple, soit s'estiment trop loin de Suresnes.

Quant à la réponse de la problématique qui est de savoir si la mise en place d'un marché de producteurs dans l'ÉcoQuartier de Suresnes Liberté Mont-Valérien est faisable.

Le projet du marché fermiers est faisable, il reste cependant des démarches administratives à réaliser, telles que contacter le pôle voirie de la mairie et avoir les contacts du gestionnaire se chargeant des marchés sur Suresnes afin d'avoir les données nécessaires pour la réalisation d'un business plan complet et trouver un gestionnaire.

Pour ce qui est de l'emplacement, l'Esplanade du Mont-Valérien est la localisation la plus adéquate. Chacun des acteurs y est favorable.

Mais, il faudra trouver des producteurs engagés pour participer à l'initiative de ce projet. Cela sera peut être plus facile de les intéresser si c'est l'association Liberté Mont-Valérien qui les contacte.

Enfin pour que le marché soit entièrement réalisable, il faudra que l'association Liberté Mont-Valérien menée par Mr Philippe Lakas reprenne les rênes de cette initiative afin de faire fleurir le marché fermiers.

2. Retour sur expérience

POSITIF	CONTRAINTES
Projet intéressant: il nous a permis de voir comment on monte une affaire et toutes les démarches à entreprendre	Difficultés avec les agents municipaux qui n'ont pas le même temps imparti et le même engouement
Bonne équipe: bonne cohésion de groupe, tout le monde s'est impliqué et a mis du bon vouloir	Manque de temps par rapport à la recherche de producteurs et de formalités administratives
Commanditaire présent lors de chaque étape, beaucoup de soutien et s'est montré rassurant	Recherche de producteurs et stands: retours insuffisants et manque de disponibilité de leur part
Sensation d'avancer dans le projet, avoir de l'impact	
Demande des Suresnois: notre projet répond à une demande réelle de la part des consommateurs	

3. Devenir du projet

Les actions que nous avons menées lors de ce projet seront communiquées à M.Philippe Lakas afin que l'association "Liberté Mont-Valérien" puisse créer le marché fermiers.

Voici les pistes qui permettront d'aboutir à l'ouverture du marché fermiers:

- Trouver des producteurs et stands de sensibilisation prêts à intervenir sur le marché
- Fixer avec la mairie l'emplacement du marché (Esplanade du Mont Valérien)
- Rencontrer les services juridique et voirie de la mairie
- Relancer la mairie pour connaître l'entreprise qui fournit les différents gestionnaires/placiers des marchés de Suresnes afin d'avoir des devis pour pouvoir finir de réaliser un business plan complet.
- Voir si la mairie est prête à fournir le matériel nécessaire pour la mise en place du marché ou si les producteurs devraient apporter leurs propres matériels.
- Voir les formalités à propos de l'alimentation en eau et en électricité et la gestion des déchets
- Réaliser un bilan carbone