



PROJET ALIMENTAIRE TERRITORIAL

de l'Espace Sud Martinique



COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION
DE L'ESPACE SUD MARTINIQUE

DIAGNOSTIC DU SYSTÈME ALIMENTAIRE

2024



Sommaire

1. LE TERRITOIRE ET LA DÉMARCHE PAT

- A. Agir sur la durabilité des systèmes alimentaires
- B. Qu'est-ce qu'un PAT ?
- C. Vers un projet alimentaire territorial pour l'Espace Sud : historique et démarche
- D. Synthèse des enjeux du PAT de la CAESM et orientations stratégiques

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

- A. Le consommateur
- B. La précarité alimentaire
- C. Education et sensibilisation alimentaire
- D. Le gaspillage alimentaire

3. DISTRIBUTION ALIMENTAIRE SUR LE TERRITOIRE

- A. Les commerces alimentaires de détail et grande distribution
- B. Les circuits courts et de proximité
- C. La restauration commerciale, gastronomie et tourisme
- D. La restauration collective

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

- A. Dynamiques agricoles du territoire
 - A.1. *Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM*
 - A.2. *Agriculture et environnement*
 - A.3. *Signes de qualité et agriculture biologique*
- B. Filières agricoles et halieutiques
 - B.1. *Les filières bananes et canne à sucre*
 - B.2. *Les filières fruits, légumes et tubercules*
 - B.3. *Les filières viande*
 - B.4. *La filière lait*
 - B.5. *La filière halieutique*

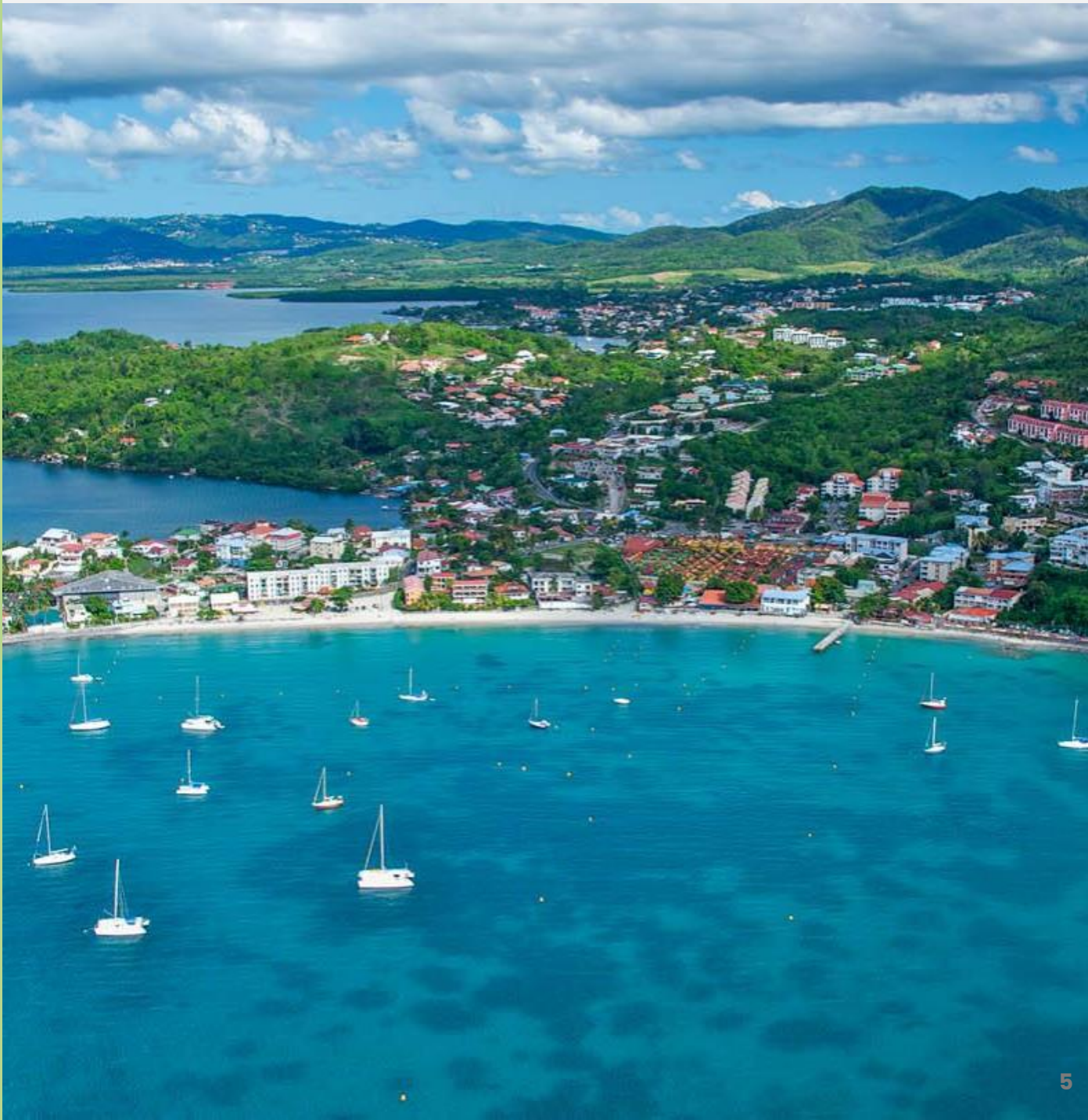
Sigles et abréviations

- **AB** : Agriculture Biologique
- **ADEME** : Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie
- **AFP** : Association Foncière Pastorale
- **AMAFEL** : Interprofession Martiniquaise des Fruits et Légumes de Martinique
- **AMAP** : Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne
- **AMI** : Appel à Manifestation d'Intérêt
- **ANSA** : Agence Nouvelles des Solidarités
- **AOC** : Appellation d'Origine Contrôlée
- **ARS** : Agence Régionale de Santé
- **CACEM** : Communauté d'Agglomération du Centre Martinique
- **CAESM** : Communauté d'Agglomération de l'Espace Sud Martinique
- **CC** : Circuits courts
- **CCAS** : Centre Communal d'Action Sociale
- **CD** : Conseil Départemental
- **CHR** : Café, Hôtel, Restaurant
- **CLS** : Contrats Locaux de Santé
- **CIRAD** : Centre de coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement
- **CMA** : Chambre des Métiers et de l'Artisanat
- **CODEM** : Coopération Des Eleveurs bovins de la Martinique
- **COFERM** : Centre Opérationnel de Formation des Eleveurs de la Région Martinique
- **COP** : Céréales et Oléo-Protéagineux
- **CR** : Conseil Régional
- **CRC** : Culture Raisonnée Contrôlée®
- **CSP** : Catégorie Socio Professionnelle
- **CTM** : Collectivité Territoriale de Martinique
- **DAAF** : Direction l'Agriculture, de l'Alimentation et des Forêts
- **DEAL** : Direction de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement
- **DGAL** : Direction Générale de l'Alimentation
- (Loi) **EGALIM** : loi pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine, durable et accessible à tous
- **EA** : Exploitation Agricole
- **EPCI** : Etablissement Public de Coopération Intercommunale / Intercommunalité
- **ESMS** : Etablissements Sociaux et Médico-Sociaux
- **FIJ** : Fonds d'Insertion des Jeunes
- **GAL** : Groupe d'Action Locale
- **GBH** : Groupe Bernard Hayot
- **GES** : Gaz à Effet de Serre
- **GMS** : Grandes et Moyennes Surfaces

Sigles et abréviations

- **GRAB** : Groupe de Recherche en Agriculture Biologique
- **HVE** : Haute Valeur Environnemental (Label)
- **INSEE** : Institut National des Statistiques et des Etudes Economiques
- **IFAC** : Institut de Formation à l'Action Sociale
- (Programme européen) **LEADER** : Liaison entre Actions de Développement de l'Economie Rurale
- **MIN** : Marché d'Intérêt National
- **MSA** : Mutualité Sociale Agricole
- **OP** : Organisation de Producteurs
- **OTEX** : Orientation Technico-Economique des Exploitations
- **PAEN** : Périmètres de Protection des Espaces Naturels et Agricoles Périurbains
- **PARM** : Pôle Agroressources et de Recherche de Martinique
- **PAT** : Projet Alimentaire Territorial
- **PCAET** : Plan Climat Air-Énergie Territorial
- **PLU** : Plan Local d'Urbanisme
- **PNA** : Programme National pour l'Alimentation
- **PNNS** : Programme National Nutrition Santé
- **PNRM** : Parc Naturel Régional de la Martinique
- (Programme européen) **POSEI** : Programme d'Options Spécifiques à l'Eloignement et à l'Insularité
- **PTCE** : Pôle Territorial Coopération Economique
- **QPV** : Quartier Prioritaire de la politique de la Ville
- **RA** : Recensement Agricole
- **RC** : Restauration Collective
- **RD** : Restauration à Domicile
- **RHD** : Restauration Hors Domicile
- **RPG** : Registre Parcellaire Graphique
- (Label) **RUP** : Région Ultra-Périphérique
- **SAFER** : Société d'Aménagement Foncier et d'Etablissement Rural
- **SAU** : Surface Agricole Utile
- **SCoT** : Schéma de Cohérence Territorial
- **SIQO** : Signe de Qualité et d'Origine
- **SNANC** : Stratégie Nationale pour l'Alimentation, la Nutrition et le Climat
- **SRC** : Sociétés de Restauration Collective
- **SRDEII** : Schéma régional de développement économique d'innovation et d'internationalisation
- **UGB** : Unité Gros Bétail
- **ZAP** : Zone Agricole Protégée

1. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT



I. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT

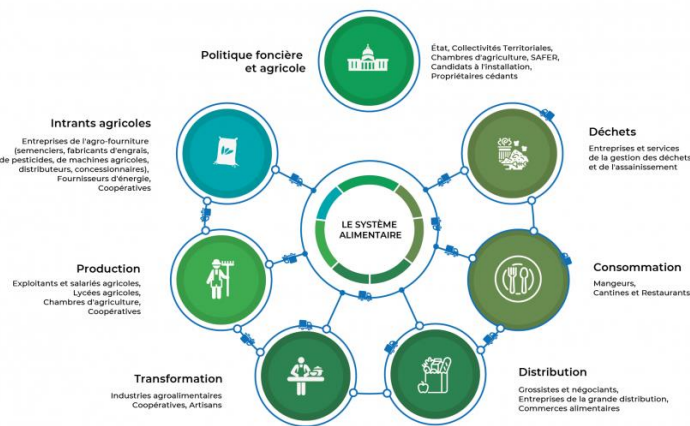
A. Agir sur la durabilité des systèmes alimentaires

Le système alimentaire, un écosystème complexe...

L'expression "système alimentaire" désigne l'ensemble des étapes nécessaires pour nourrir une population : cultiver, récolter, conditionner, transformer, transporter, commercialiser et consommer

Le système alimentaire englobe toutes les interactions entre les personnes et l'environnement naturel – la terre, l'eau, le climat, etc. – ainsi que les effets de l'environnement naturel sur la santé humaine et la nutrition. Il inclut également les intrants, les institutions, les infrastructures et les services qui sous-tendent la réalisation de toutes ces étapes, ainsi que la place des régimes alimentaires et des pratiques culturelles dans la détermination de l'impact.

Source : Fonds international de développement agricole



Représentation du système alimentaire – Les Greniers d'abondance

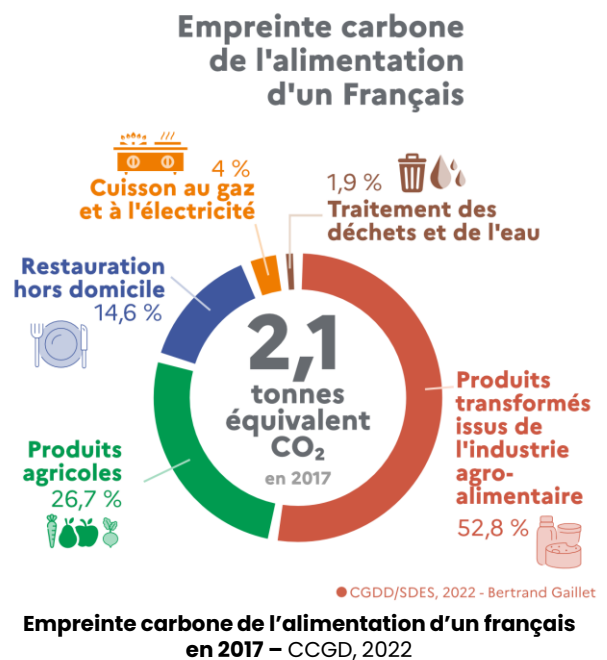
...confronté à des défis en matière d'environnement, de santé et d'accessibilité

- D'après le Commissariat Général pour le Développement Durable, l'alimentation représente 22 % de l'empreinte carbone de notre consommation totale, elle est le 3^{ème} poste le plus émetteur de Gaz à Effet de Serre (GES), après le transport (30 %) et le logement (23 %).

Les émissions de GES sont liées aux modes de production de l'ensemble des étapes de la chaînes :

Au stade production / collecte / transformation : usage d'intrants chimiques, mécanisation, élevage, surproduction, transports, procédés de transformation, emballages, etc.

Au stade distribution/consommation : stockage, mise en rayon, cuisson pertes et gaspillages, etc.



I. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT

A. Agir sur la durabilité des systèmes alimentaires

- Certains modes de production les plus intensifs ont d'autres impacts sur l'environnement. L'homogénéisation des zones agricoles et naturelles impacte l'ensemble de la biodiversité ; l'usage d'intrants agricoles, le travail du sol perturbent les cycles de l'azote et du phosphore, dégradent la qualité des sols et contribuent à la pollution des eaux superficielles et sous-terraines. Ainsi, la production agricole, menacée par le changement climatique et dépendante de l'environnement contribue, en partie, à sa propre vulnérabilité.
- Le lien entre alimentation et santé est de mieux en mieux documenté, et le risque de développer de nombreuses maladies – cancer, maladies cardiovasculaires, obésité ou encore de diabète de type 2 – peut être réduit en suivant les recommandations nutritionnelles nationales. Le suivi des régimes alimentaires des Français montre que ces recommandations sont peu respectées. En parallèle, on relève une augmentation des maladies non transmissibles liées aux modes de vie et en particulier à l'alimentation (et à la pratique sportive).



La précarité alimentaire en France en 2021, Cerin

- Un autre enjeu majeur lié au système alimentaire est sa capacité à fournir à tous une alimentation saine et de qualité. En France, la précarité alimentaire s'est accentuée au cours des dernières années, un phénomène qui s'est intensifié depuis la crise du Covid-19, culminant en 2022 dans un contexte marqué par l'inflation. Entre juillet et novembre 2022, la part des personnes déclarant ne pas avoir assez à manger est passée de 12 % à 16 %, soit + 4 points en cinq mois alors qu'elle n'avait augmenté que de 3 points entre 2016 et 2022 (Crédoc, 2023).

Vers un système alimentaire plus durable ?

Les systèmes alimentaires durables, d'après la FAO, Bioversity International et IPES Food (2015) :

- « permettent l'accès pour tous à une nourriture suffisante, saine, nutritive et culturellement acceptable ;
- protègent l'environnement et la biodiversité sans épuiser les ressources non renouvelables et la biodiversité et sans polluer ;
- s'appuient sur un système économique inclusif favorisant la création d'emplois pour tous et réduisant les inégalités de pouvoir entre entreprises et au sein des chaînes de valeur pour une répartition plus équitable des valeurs ajoutées ;
- favorisent la cohésion sociale et le respect de la diversité et de la dynamique des cultures.
- restaurent la confiance dans le système et permettent la participation des citoyens à son évolution ».

Les Projets Alimentaires Territoriaux, grâce à leur grille de lecture systémique de l'alimentation et l'approche concertée de la démarche, constituent des leviers d'action pertinents à l'échelle locale pour accompagner les transformations des systèmes.

I. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT

B. Qu'est-ce qu'un PAT ?

Une démarche volontaire pour construire un système alimentaire durable



« Les projets alimentaires territoriaux [...] sont **élaborés de manière concertée** avec l'ensemble des acteurs d'un territoire et répondent à l'objectif de **structuration de l'économie agricole** et de **mise en œuvre d'un système alimentaire territorial**. Ils participent à la consolidation de filières territorialisées et au développement de la consommation de produits issus de circuits courts [...]. »

Définition des PAT (Projets Alimentaires Territoriaux), Loi d'Avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt, 13 octobre 2014, art. 39

Portés le plus souvent par des collectivités territoriales, les PAT sont des **démarches volontaires et collectives** des territoires, et ont l'ambition de fédérer les différents acteurs autour de la question de l'alimentation, contribuant ainsi à la prise en compte des dimensions sociales, environnementales, économiques et de santé de ce territoire. Ils ont pour finalité « d'assurer à la population l'accès à une alimentation sûre, saine, diversifiée, de bonne qualité et en quantité suffisante, produite dans des conditions économiquement et socialement acceptables par tous, favorisant l'emploi, la protection de l'environnement et des paysages et contribuant à l'atténuation et à l'adaptation aux effets du changement climatique ». Le PAT a pour ambition d'appréhender l'alimentation de manière systémique et transversale, en prenant en compte la diversité des champs complémentaires de l'alimentation et de contribuer à l'évolution des systèmes agricoles et alimentaires.

Ils sont issus de la loi d'Avenir pour l'Agriculture, l'Alimentation et la Pêche de 2014 et définis aux articles L.1 et L. 111-2-2 du code rural et de la pêche maritime, et constituent des leviers d'action pour la mise en œuvre du **Programme National pour l'Alimentation** (PNA*).

Le déploiement des PAT s'est fortement accéléré à partir de 2021. Cela s'explique notamment par le rôle clé qu'ils ont joué dans la résilience alimentaire des territoires pendant la crise sanitaire du Covid-19. Cette accélération a également été favorisée par l'impulsion donnée par le plan France relance, en lien avec une révision du dispositif de reconnaissance des PAT, avec l'introduction de **deux niveaux de labellisation** : niveau 1 pour les PAT en phase d'émergence et niveau 2 pour les PAT en phase opérationnelle.

En 2021, la loi « Climat & Résilience » prévoit qu'une **stratégie nationale pour l'alimentation, la nutrition et le climat** (SNANC) sera publiée pour déterminer les orientations d'une politique d'alimentation durable, c'est-à-dire « une alimentation moins émettrice de gaz à effet de serre, respectueuse de la santé humaine, davantage protectrice de la biodiversité, favorisant la résilience des systèmes agricoles et des systèmes alimentaires territoriaux et garante de la souveraineté alimentaire, ainsi que les orientations de la politique de la nutrition, en s'appuyant sur le PNA et sur le Programme national nutrition santé (PNNS). » C'est pourquoi en novembre 2023, le nouvel Appel à Projet du PNA était intitulé « vers la Stratégie Nationale pour l'Alimentation, la Nutrition et le Climat », avec la vocation d'accompagner des projets qui s'inscrivent dans les orientations de la Stratégie Nationale pour l'Alimentation, la Nutrition et le Climat (SNANC).

PROGRAMME NATIONAL
POUR L'ALIMENTATION
**TERRITOIRES
EN ACTION**
2019-2023

1. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT

B. Qu'est-ce qu'un PAT ?

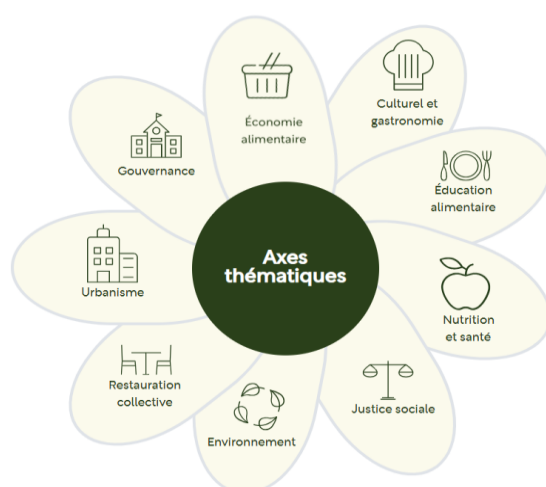
Une démarche volontaire pour construire un système alimentaire durable

En 2024 – 10ème anniversaire de l'inscription du dispositif dans la loi – une nouvelle impulsion est donnée en termes d'animation, d'accompagnement et d'ambition des PAT. Tout d'abord, les **critères de reconnaissance de niveau 2 ont été renforcés**, afin d'assurer le caractère leur impact sur les différentes dimensions de la durabilité des systèmes alimentaires, en réponse aux enjeux de SNANC. Dans ce cadre, une récente instruction technique de la DGAL renforce certains prérequis et critères de reconnaissance des PAT de niveau 2. Ce nouveau référentiel s'appuie sur des travaux récents menés par les institutions finançant les PAT et sur de nombreux retours d'expériences et vise à promouvoir des démarches qui réunissent les conditions indispensables à la transition agricole et alimentaire à savoir :

- ✓ La systémie du projet
- ✓ L'articulation avec les autres schémas locaux
- ✓ L'élaboration d'une démarche de suivi et évaluation
- ✓ La mise en place d'une gouvernance partagée
- ✓ Des moyens pérennes dédiés à l'animation du PAT

La phase d'émergence du PAT doit ainsi d'ores et déjà s'assurer de prendre en compte les critères d'évolution vers une reconnaissance de niveau 2. Cela garantit la pérennité de la démarche et facilite l'accès à des moyens de mise en œuvre du plan d'action, notamment l'Appel à Projets **planification écologique** qui prévoit, dans les actions de ses chantiers thématiques, le soutien à la structuration des PAT, en particulier dans leur phase opérationnelle (niveau 2).

En 2024, cette nouvelle impulsion est également donnée en termes **d'animation et d'accompagnement** : le portail France PAT, la consolidation des réseaux régionaux de PAT ainsi que le dispositif de soutien au passage en phase opérationnelle des PAT dans le cadre de la planification écologique ont pour objectif de renforcer l'impact des PAT sur les territoires en matière de transition vers des systèmes alimentaires durables. Les réseaux régionaux se déploient également sur le territoire, en articulation avec le réseau national.



Au 1^{er} juillet 2024, **444 PAT** sont reconnus par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire, dont 104 PAT opérationnels (niveau 2).



Il y a au moins 1 PAT dans chaque département.

Concrètement, un PAT est donc élaboré à partir d'un **diagnostic partagé** mettant en lumière des **enjeux clés** du système alimentaire d'un territoire. Il doit aboutir à la définition d'une stratégie alimentaire déclinée en un plan d'action opérationnel et concret, adapté à la réalité d'un territoire. Pour y tendre, les territoires doivent créer un nouvel espace de mobilisation et de coopération entre les acteurs institutionnels, associatifs, partenaires techniques et acteurs économiques. Ainsi, une large place est faite à la concertation pour la co-construction de ces démarches.

1. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT

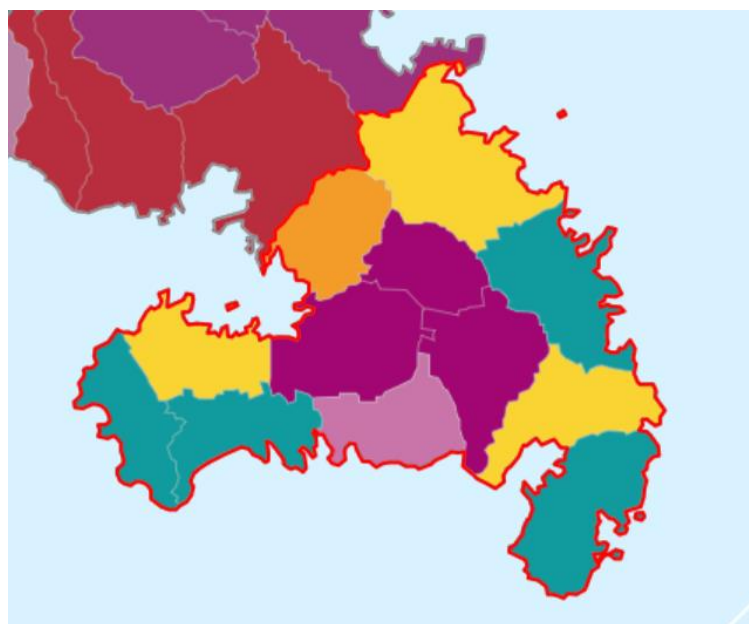
C. Vers un projet alimentaire territorial de l'Espece Sud : historique et démarche

L'Espece Sud : un territoire dynamique aux multiples facettes

UN TERRITOIRE AUX ACTIVITÉS DIVERSIFIÉES

La Communauté d'Agglomération de l'Espece Sud Martinique (CAESM) est un territoire abritant 115 068 habitants et s'étendant sur 409,1 km². Il regroupe 12 communes localisées au sud de la Martinique. Sa façade littorale relativement étendue et la présence d'infrastructures et de sites touristiques en font un territoire attractif et le principal pôle touristique de l'île. **Territoire intermédiaire** d'un point de vue démographique, il n'en reste pas moins attractif pour la population active grâce à ses activités culturelles et économiques. En effet, la part de sa population active ayant un emploi a augmenté de 8,4 % entre 2015 et 2021, contre 6,7 % à l'échelle de CAP Nord et 6,9 % pour la CACEM (Insee, 2024). Le territoire est composé de **centres urbains intermédiaires** (Ducos), de **petites villes** (Les Trois-Ilets) mais également de **bourgs ruraux** et de **territoires dispersés** (Saint-Anne) présentant des activités diversifiées mais devant répondre à des enjeux spécifiques concernant l'accessibilité de la population à une alimentation locale, notamment en matière d'enclavement et d'accès aux services alimentaires.

Le territoire dispose également de nombreux **espaces naturels** (littoral, mangroves) et de **zones agricoles** abritant des cultures de diversification et notamment de l'élevage.



■ Grands centres urbains (774)
■ Centres urbains intermédiaires (545)
■ Petites villes (901)
■ Ceintures urbaines (1 973)
■ Bourgs ruraux (5 104)
■ Rural à habitat dispersé (18 386)
■ Rural à habitat très dispersé (7 262)

Grille communale de densité en 7 niveaux
– élaboration : observatoire des territoires –
Source : Insee, 2021

1. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT

C. Vers un projet alimentaire territorial de l'Espece Sud : historique et démarche

L'Espece Sud : un territoire dynamique aux multiples facettes

UN TERRITOIRE ENGAGÉ SUR LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET AGRICOLES

En lien avec les enjeux agricoles et alimentaires, la CAESM intervient au travers de différentes compétences (obligatoires, optionnelles et facultatives) :

- **Développement économique** : accompagnement des filières économiques, politique locale du commerce, création / aménagement / gestion / animation des zones d'activités économiques ;
- **Aménagement de l'espace** : SCOT, PLU ;
- **Politique de la ville** : développement local et d'insertion économique et sociale ;
- Collecte et traitement des **déchets** des ménages : actions pour la réduction des déchets ;
- **Protection et mise en valeur de l'environnement** et du cadre de vie : maîtrise de l'énergie, PCAET ;
- **Restauration scolaire** : production et livraison des repas au travers de la SPL SOGES

La CAESM apporte également un soutien aux filières et aux producteurs de son territoire, via le **Service Développement Rural et Agricole** (au sein de sa Direction du Développement économique), qui assure les missions suivantes :

- Assurer le maintien des espaces agricoles dans leur usage et leur vocation ;
- Positionner l'agriculture dans une stratégie globale de développement économique du territoire ;
- Mettre en œuvre la stratégie territoriale de développement LEADER visant à dynamiser l'agriculture traditionnelle et renforcer l'attractivité et l'identité du territoire au travers du tourisme et du soutien à la commercialisation des produits agricoles locaux en circuit court ainsi que les projets d'agro transformation.

En 2021, les élus de la CAESM font le choix de s'engager dans une **démarche de PAT** afin de répondre aux principaux enjeux agricoles du territoire. La CAESM est ainsi **labellisée PAT émergent (niveau 1)** lors de l'Appel à Projet du PNA 2020-2021.

1. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT

C. Vers un projet alimentaire territorial de l'Espace Sud : historique et démarche

L'Espace Sud : un acteur clé des dynamiques agricoles et alimentaires territoriales en Martinique

UNE COOPÉRATION INTER-TERRITORIALE NÉCESSAIRE

Au-delà de la coopération indispensable entre les acteurs du système alimentaire du territoire, une autre dimension fondamentale des PAT est la **mise en cohérence des politiques des collectivités** sur leurs champs de compétences en lien avec l'agriculture et l'alimentation. Cela inclut les démarches portées par l'Agglomération elle-même, celles portées à un niveau infra par les communes, celles portées à un niveau supra par la CTM, ainsi qu'en collaboration avec les collectivités voisines.

De par sa spécificité liée à l'insularité et aux enjeux communs de **souveraineté alimentaire** pour l'ensemble du territoire martiniquais, le PAT de l'Espace Sud doit d'autant plus s'articuler avec les dynamiques voisines.

Dans ce cadre, les 3 GAL (Groupe d'Action Locale) de Martinique, s'appuyant sur les 3 EPCI (Cap Nord, CAESM, CACEM) pilotent des stratégies de développement économique. Ils collaborent ainsi sur des thématiques agricoles et rurales, notamment sur une étude d'opportunité d'outils partagés de transformation alimentaire dans le cadre du programme LEADER.

DES DÉMARCHES ALIMENTAIRES À METTRE EN COHÉRENCE

En termes de politiques territoriales, le territoire martiniquais compte des collectivités territoriales investies dans le champ de l'alimentation et de l'agriculture. Ducos et Schoelcher sont considérés comme des PAT émergents tandis que CAP Nord, CACEM et Le Prêcheur pourraient émerger en 2025.

La CTM souhaite se positionner comme un animateur des dynamiques alimentaires et accompagner les coopérations sur le territoire au travers de la mise en place d'un réseau régional des PAT au service du « Bien manger local ». Dans le cadre du dispositif de partenariat Européen d'Innovation du FEADER (fiche 77.01), la CTM pourrait envisager d'intégrer la gestion et la coordination de l'animation territoriale des différentes démarches de PAT du territoire.

Plus largement, au travers de son Projet FEWOs, la CTM, lauréat de l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) France2030, a pour ambition de créer un démonstrateur d'un nouveau modèle agroalimentaire, reposant sur l'approvisionnement local en produits sains, de qualité et durables pour la restauration collective, grâce à une combinaison d'innovations.

1. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT

C. Vers un projet alimentaire territorial : historique et démarche

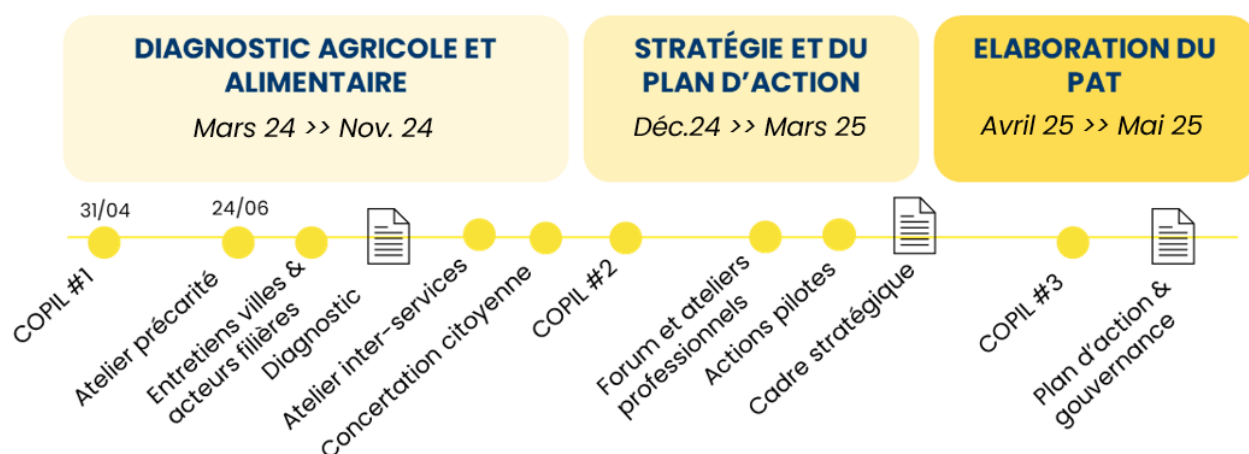
Les grandes étapes de l'élaboration d'un PAT

LA DÉMARCHE DE L'ESPACE SUD

La démarche d'élaboration du PAT de l'Espace Sud est structurée en 3 phases. Le présent document résulte des travaux de la phase 1, basés sur des analyses statistiques et bibliographiques et de collecte de données auprès des acteurs du système alimentaire. Les enjeux du système agricole et alimentaire mis en lumière par le diagnostic permettront la construction d'une stratégie et d'un plan d'action concertés, correspondant aux spécificités du territoire. La phase d'élaboration du PAT sera dédiée à la formalisation du projet, à travers l'établissement d'une gouvernance dédiée et la mise en œuvre d'actions pilotes. La démarche guidant l'élaboration du PAT est présentée ci-dessous.

Tout au long de l'élaboration du PAT, la démarche sera guidée par les prérequis et les critères de labellisation niveau 2 des PAT :

- Prérequis 3 : Transversalité de la démarche – Cohérence avec les schémas directeurs en lien avec les différentes dimensions du système alimentaire structurants (CLS, PCAET, SCOT, etc.)
- Critère 1 : Diagnostic partagé –
- Prérequis 4 : Coopération inter-PAT
- Prérequis 5 : Suivi systématique des actions et des partenariats – Un indicateur par thématique SNANC
- Critère 2 : Au moins une action sur l'économie alimentaire, justice sociale, restauration collective, environnement
- Critère 3 : Gouvernance représentative des partenaires et actions prévues
- Critère 4 : Méthode d'évaluation validée et indicateurs de suivi



1. LE TERRITOIRE ET LES DÉMARCHES PAT

C. Vers un projet alimentaire territorial : historique et démarche

Les grandes étapes de l'élaboration d'un PAT

MOBILISATION ET CONCERTATION AU SEIN DU PAT DE LA CAESM

La phase de diagnostic a permis de mobiliser un nombre important d'acteurs clés. Fin juin 2024, un atelier dédié a réuni 21 acteurs de la précarité alimentaire pour échanger sur les constats et les défis du territoire en matière d'accessibilité alimentaire. Une trentaine d'acteurs d'une diversité de structures (opérateurs économiques, associations, élus et techniciens des villes, institutionnels, chambres consulaires, chercheur) ont été entretenus et mobilisés durant la phase de diagnostics au travers **d'entretiens individuels en visioconférence ou en physique**.

3 ateliers de concertation citoyenne seront organisés dans 3 communes de l'Espace Sud durant le dernier trimestre 2024, afin de recueillir les habitudes de consommation et d'achat des habitants du territoire ainsi que leurs freins pour accéder à une production locale.

Des ateliers thématiques permettront de continuer la mobilisation des acteurs clés tout au long de la construction du PAT, afin d'élaborer le plan d'action partagé. L'organisation d'un **forum** permettra de présenter largement les résultats du diagnostic du PAT, ainsi que sa stratégie et les actions qui seront menées dans le cadre de sa mise en œuvre.

Enfin, après le lancement du PAT, il s'agira de maintenir la dynamique engagée durant la phase d'émergence grâce à la mise en place d'une **gouvernance adaptée** et l'enclenchement de la mise en œuvre d'actions pilotes.

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES



DÉMOGRAPHIE *(Insee)*

- **121 133** habitants
- **27,2 %** de retraités
- Projection 2030 : **+17 % de 60 ans** et plus

SANTÉ

- **33 %** de la population martiniquaise en surpoids (Kannari, 2013)
- **20 %** de la population martiniquaise en obésité (Kannari, 2013)
- **9 %** des habitants de la CAESM touchés par du diabète de type 1 ou 2 (CLSi, Espace sud 2024)

PAUVRETÉ *(Insee)*

- **47,8 %** de taux de pauvreté chez les moins de 30 ans
- **30,5 %** de taux de pauvreté chez les 75 ans et plus

CONSOMMATION

- L'alimentation est **40 %** plus chère en Martinique qu'en France hexagonale *(Insee)*
- **17 %** de la viande consommée provient de Martinique en 2019 contre 64% pour les produits laitiers *(Insee)*
- **52 %** des fruits consommés proviennent du bord de route, de dons ou d'autoproductions *(Ademe)*

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

A. Les consommateurs

Éléments de cadrage socio-économique

MALGRÉ UNE BAISSÉ DÉMOGRAPHIQUE ET UN VIEILLISSEMENT, LE TERRITOIRE RESTE ATTRACTIF À L'ÉCHELLE DE L'ÎLE

La CAESM compte 115 068 habitants en 2021 (dont 27,2 % de ménages retraités), pour une densité de population relativement importante (157 hab/km²), bien plus élevée que dans le reste du département (45 hab/km²) (INSEE, 2021).

L'étude Compas dans le Contrat local de santé intercommunal de la CAESM projette une augmentation de 17 % des 60 ans et plus d'ici 2030.

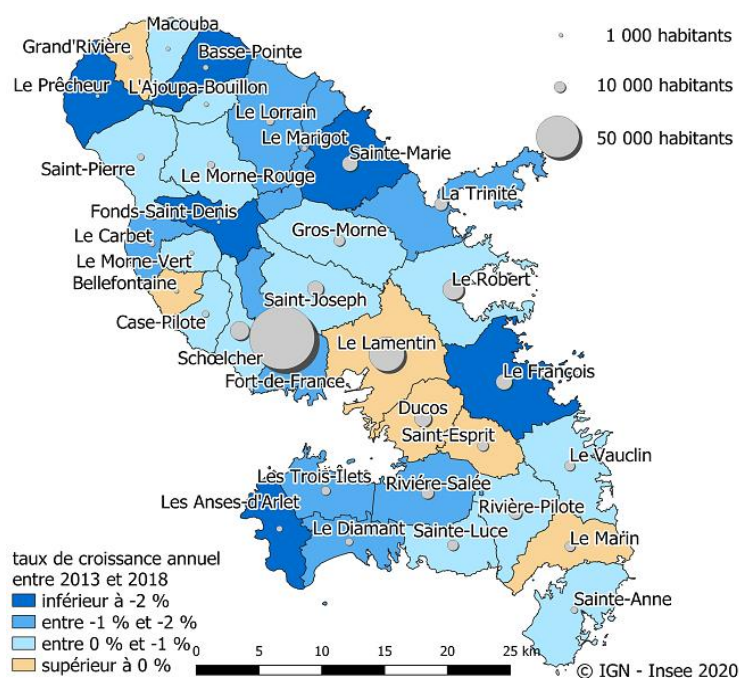
Le Sud de la Martinique est la région la plus touristique de l'île et bénéficie de nombreux atouts comme les plages, des sites culturels (Savane des Esclaves, habitation Clément), ou encore des infrastructures telle que la marina du Marin. L'économie du territoire est en ce sens essentiellement tournée vers le tourisme. L'agriculture représentaient seulement 4,1 % de l'économie en 2021 (INSEE, 2021).

Le potentiel de consommation du territoire est en moyenne supérieur au reste de l'île :

- La part de CSP+ (7,1 %) est supérieure au reste du département (5,9 %).
- Le revenu disponible par Unité de Consommation (UC) est également supérieur aux données du Nord : 19 200 € en 2021 contre 18 270 € pour Cap Nord (INSEE, 2021).

Néanmoins, trois bassins de consommation attirent davantage d'habitants à travers des zones commerciales plus denses : Le François, Rivière Salée / Ducos, Le Marin / Sainte Anne.

Par ailleurs, seuls 58 % des actifs résident y travaillent. Les déplacements induits par l'activité professionnelle entraînent mécaniquement **des consommations hors du territoire**, probablement dans le secteur Fort-de-France / Lamentin, fortement pourvu en commerces et cœur économique de l'île.



Taux de croissance de la population en 2020 d'après l'Insee, à pondérer avec l'analyse des besoins sociaux (ABS)

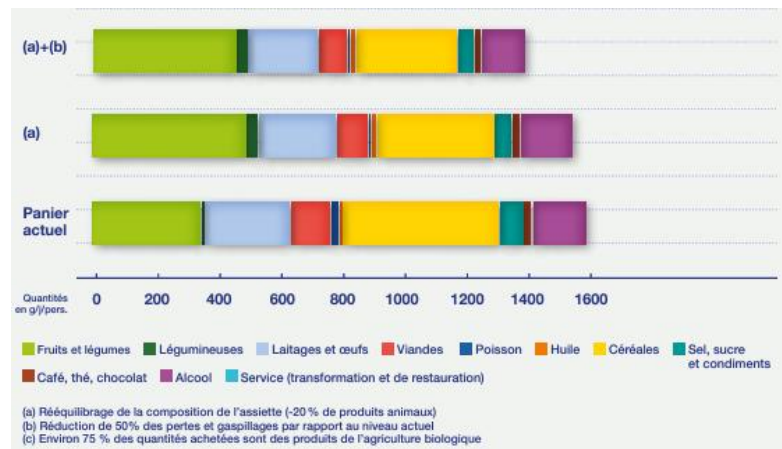
2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

A. Les consommateurs

Le concept d'assiette durable

Les scénarios Afterres de Solagro (2016) et Ten Years For Agroecology (TYFA) de l'IDDRI (2018) proposent tous deux une assiette durable, physiquement faisable et compatible avec les enjeux d'atténuation du changement climatique, de préservation de l'environnement et de garantie de l'adéquation nutritionnelle des consommateurs. La moyenne de ces deux assiettes se caractérise par des quantités totales inférieures aux quantités actuelles, par une plus grande consommation de fruits et légumes et de légumineuses, ainsi que par une moindre consommation de produits animaux et de céréales (Figure ci-dessous).

Adopter ce régime alimentaire permet de réaliser des économies, de l'ordre de 5 % à 10 % des dépenses alimentaires actuelles, selon le niveau de revenu. Ces gains sont légèrement amplifiés si cette transition est assortie d'une division par deux des pertes et gaspillages. Pour toutes les catégories de revenus, les dépenses supplémentaires de fruits et légumes sont plus que compensées par les moindres dépenses en produits animaux et en céréales.



Les impacts d'une transition vers le régime moyen Afterres-Tyfa aux prix de 2017 > Les quantités. Source : Lucile Rogissart, Valentin Bellassen, Claudine Foucherot. Une alimentation plus durable augmente-t-elle le budget des consommateurs ?

On verra ci-après que certaines pratiques alimentaires martiniquaises comportent une quantité importante de légumineuses et de fruits et légumes dans l'esprit de transition vers une assiette durable. D'autres pratiques alimentaires sont néanmoins axées vers des produits transformés et carnés.

DEUX EXEMPLES DE LEVIERS À LA TRANSITION VERS UN RÉGIME ALIMENTAIRE PLUS DURABLE

Selon le scénario et le niveau de revenu considéré, la transition vers un régime alimentaire plus durable peut se solder par une diminution des dépenses initiales de 30 %, comme par une augmentation de 67 %. Les augmentations de budget sont les plus importantes pour les ménages aux plus faibles revenus, tandis que ces surcoûts ne dépassent pas les 50 % pour les revenus moyens et élevés.

- **Composition de l'assiette.** Toutes choses égales par ailleurs et pour tous les niveaux de revenus, adopter un régime moins carné – environ -20 % de produits animaux – permet de réaliser des économies comprises entre 4 % (revenus les plus faibles) et 12 % (revenus les plus élevés) du budget alimentaire initial. Ces gains sont doublés voire triplés si le régime adopté est végétarien.
- **Pertes et gaspillages.** Les gains additionnels d'une division par 2 du gaspillage en supplément de l'adoption d'un régime moins carné sont relativement minces : entre 3 et 5 points de pourcentage. Cette division par deux des pertes et gaspillages au niveau de la consommation correspond à l'objectif national (Loi n°2020-105 du 10 février 2020) déjà considéré comme très ambitieux.

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

A. Les consommateurs

Les pratiques alimentaires en Martinique

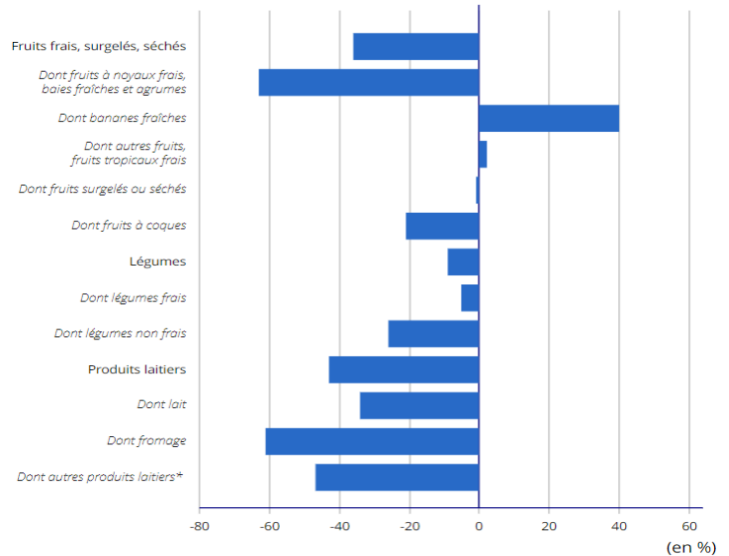
LES HABITUDES ALIMENTAIRES ACTUELLES

La quantité de fruits et légumes achetée par personne est moindre en Martinique qu'en France hexagonale (-36 % pour les fruits et -9 % pour les légumes). De manière identique, les produits laitiers sont 43 % moins consommés en Martinique qu'en France hexagonale. Il en ressort que l'on achète en Martinique davantage de produits issus de la production locale comme les bananes fraîches (+40 %) et les choux frais (+69 %), au détriment des fruits frais à noyau, baies et agrumes (-63 %).

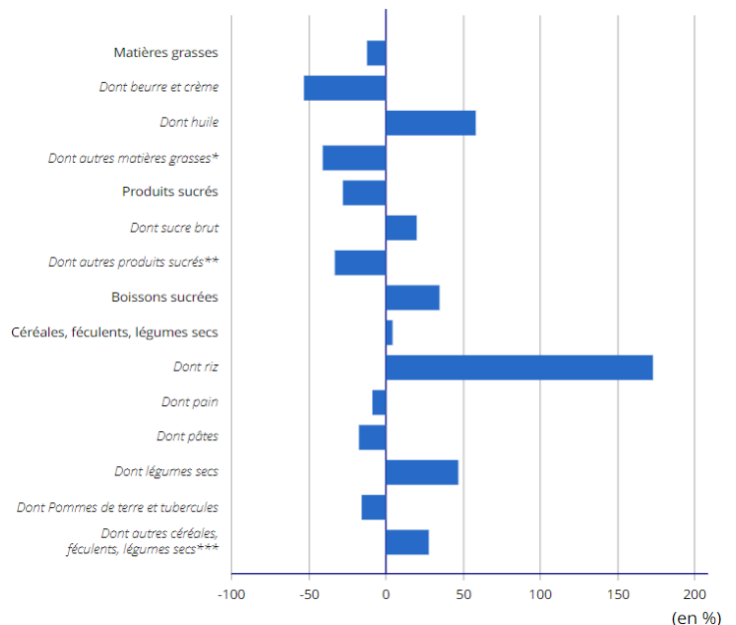
Par ailleurs, les martiniquais consomment davantage de riz qu'en Hexagone (+173 %). Idem pour les légumes secs (+47 %), mais moins de pâtes, de pommes de terre et de pain. La consommation de l'huile est, elle, 58 % plus élevée comme pour le sucre brut (+20 %) et les boissons sucrées (+35 %). Sources : INSEE / RCI

Catégorie	Hexagone (% du budget)	Martinique (% du budget)
Pain, produits à base de céréales	22.9	23.2
Viandes	19.5	14.9
Poissons et fruits de mer	5.5	9.0
Lait, fromage et œuf	12.8	10.1
Huiles et graisses	1.9	1.7
Fruits	6.0	5.3
Légumes	8.7	9.9
Produits sucrés	5.7	5.4
Autres produits alimentaires	3.0	2.9
Café, thé, cacao	2.5	1.4
Boissons non alcoolisées	4.8	10.2
Boissons alcoolisées	6.7	6.1

Structure des dépenses alimentaires (en %). Source : BRASSET 2014



Écart relatif des quantités de fruits et légumes consommées au domicile par personne en Martinique par rapport à la France métropolitaine en 2017. Source : INSEE



Écart relatif des quantités de matières grasses, produits sucrés et féculents consommées au domicile par personne en Martinique par rapport à la France métropolitaine en 2017. Source : INSEE

L'écart de prix entre la France hexagonale et la Martinique continue de se creuser, avec des prix nettement plus élevés en Martinique. En 2015, cet écart atteignait déjà 38 %. Les produits laitiers, la viande et les fruits contribuent majoritairement à cette évolution. La structure des dépenses alimentaires et l'inflation confirment les habitudes alimentaires et la nécessaire transition vers une assiette durable.

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

A. Les consommateurs

Les pratiques alimentaires en Martinique

DES PRATIQUES ALIMENTAIRES ET DES TENDANCES DE CONSOMMATION CONTRADICTOIRES

Deux tendances alimentaires opposées coexistent en Martinique. D'un côté, **la consommation de produits bio connaît une progression** notable, en particulier chez les catégories socio-professionnelles élevées (CSP+), où 34 % des consommateurs optent pour le bio, contre 18,3 % chez les moins aisés. Malgré des prix élevés et une offre limitée, ces produits séduisent de plus en plus pour leurs bienfaits perçus sur la santé, l'environnement et la qualité gustative. En effet, **95 % des consommateurs se disent prêts à payer davantage pour des produits plus sains**, et 66 % s'intéressent aux innovations axées sur la naturalité, traduisant une transition vers un modèle alimentaire valorisant à la fois le "manger sain" et le "bien manger" traditionnel (Parm 2019).

Cependant, cette transition est contredite par une autre évolution des pratiques alimentaires : l'augmentation de la consommation de protéines animales, de boissons sucrées et de plats préparés, au détriment des produits locaux et du savoir-faire culinaire traditionnel. Alors que la consommation de viande augmente, celle des légumineuses, tubercules et poissons décline. Les aliments sucrés, notamment les boissons, sont également consommés en dehors des repas, une habitude qui se répand à travers toutes les catégories sociales (IRD 2020).

Ces deux tendances montrent une cohabitation complexe en Martinique entre une recherche de produits sains, naturels et ancrés dans la tradition, et une adoption croissante des pratiques alimentaires occidentales, souvent moins bénéfiques pour la santé et l'environnement. Cette dynamique reflète un **paradoxe entre une volonté de retour à des pratiques alimentaires durables et la dépendance aux produits transformés**, en grande majorité importés. Malgré cela, l'attachement aux produits locaux demeure fort : près de 90 % des consommateurs considèrent important d'acheter local, pour la fraîcheur, la qualité et le soutien à l'économie. Cet engagement est renforcé par une méfiance croissante envers certaines importations et un intérêt marqué pour les innovations locales, soutenues par 76 % des consommateurs (Parm 2019).

Sources : IRD, Alimentation et nutrition dans les départements et régions d'Outre-mer (2020) Parm, Première étude de caractérisation du marché Antilles-Guyane (2019), CIRAD, projet Maracudja (2024)

L'AUTO-CONSOMMATION, UNE PRATIQUE ANCRÉE

L'ADEME a récemment qualifié les habitudes et actes d'achat des martiniquais. On retrouve des habitudes relativement similaires à la métropole : 79 % des achats se réalisent en grandes surfaces, suivi par 11 % en petites surfaces d'alimentation générale et 10 % via les marchés et producteurs. Particularité du contexte martiniquais, l'achat des fruits se réalise en grande partie via des circuits informels, avec 52 % des volumes consommés par les ménages qui proviendraient du bord de route, du don ou de l'autoproduction.

Au total, ce sont 26 % des ménages qui ont déjà pratiqué l'autoconsommation, et 44 % des fruits et légumes consommés par le ménage (en volumes) sont issus de leur propre production. 6 % de la consommation de fruits et 2 % de la consommation de légumes sont autoconsommés. Tous les martiniquais ne pratiquent pas l'autoconsommation de manière identique : les personnes seules et les familles monoparentales y ont moins recours (21,6 %) que les ménages sous le seuil de pauvreté (28,4 %)

Source : ADEME, Impact environnemental de l'alimentation en Outre-Mer, 2022

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

A. Les consommateurs

Les pratiques alimentaires en Martinique

DES INITIATIVES EMERGENTES AU SERVICE DE LA QUALITÉ ET DE LA TRAÇABILITÉ DES PRODUITS LOCAUX

Si la vente dans des circuits informels est importante en Martinique, on observe une demande croissante de traçabilité et de qualité chez les consommateurs. Des communes et des acteurs privés s'organisent pour répondre aux besoins des habitants.



La Ville du Saint-Esprit s'est associée au projet *Ti'Marché* de l'association Production locale pour animer son marché local et créer une dynamique au sein de la halle de la ville. *Ti'Marché* est une plateforme en ligne qui met en relation producteurs et consommateurs. Les clients réalisent leurs achats en ligne et récupèrent les produits dans un point de distribution tenu à tour de rôle par les producteurs. Un partenariat avec le CCAS de la commune était à l'étude début 2024.



Cerise Péyi est une société dédiée aux marchés de l'alimentation. Elle propose de la vente de produits locaux et de paniers avec livraison. Elle transforme également fruits et légumes en jus, confitures, galettes, etc. Les produits transformés sont disponibles en GMS et sur le site internet aux côtés des produits bruts. Cerise Péyi travaille avec la SOGES pour la fourniture des galettes salées végétales à la restauration collective de la CAESM.

Ces initiatives au service de la qualité, de la traçabilité et de la valorisation des produits locaux trouvent leur place dans les habitudes de consommation de certains habitants de la CAESM. Toutefois, le caractère haut de gamme des produits vendus ne permet pas un accès grand public – voir p.40 pour davantage de détail sur les circuits-courts.

COMPRENDRE LES FACTEURS INFLUENCANT LES CHOIX ALIMENTAIRES : UN TRAVAIL EN COURS PAR LE CIRAD

Le CIRAD, à travers son projet MARACUDJA (*Mieux comprendre les comportements Alimentaires et les Représentations socio-Culturelles pour accompagner le changement et inverser la transition nutritionnelle pour une alimentation plus végétale des Jeunes Adultes martiniquais*) en collaboration avec l'INRAE, cherche à comprendre les freins et leviers au renforcement de la consommation d'aliments riches en protéines végétales en substitution à la viande chez les jeunes martiniquais. Les résultats produits d'ici 2026 permettront de définir des actions et des orientations de politiques publiques pour favoriser des repas plus végétalisés chez les jeunes.

Sources : IRD, Alimentation et nutrition dans les départements et régions d'Outre-mer (2020)Parm, Première étude de caractérisation du marché Antilles-Guyane (2019), CIRAD, projet Maracudja (2024)

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

B. La précarité alimentaire

Une précarité alimentaire multifactorielle

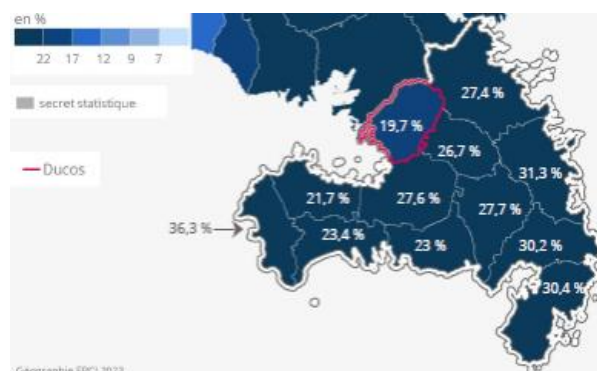
La précarité alimentaire n'a pas été définie en tant que telle. Elle qualifie la conséquence de l'insécurité alimentaire sur les personnes et l'incertitude qui va être associée au besoin vital de manger. La précarité alimentaire comporte donc des points de bascule dans le parcours de vie des personnes (perte d'emploi, surendettement, perte du conjoint, divorce, maladie, naissance, accident, retraite, perte de logement, difficultés administratives, etc.). Ce qui distingue la précarité de la pauvreté, c'est que la précarité n'est pas mesurable, elle est subjective et nécessite de s'intéresser à la situation des personnes, à ce qui la produit (Régis Pierret, « Qu'est-ce que la précarité ? », Socio, 2 | 2013, 307-330.).

Pour caractériser la précarité alimentaire du territoire, il est nécessaire d'analyser la **précarité économique** de la population ; les publics vulnérables ; la structuration de l'**aide alimentaire** ; la capacité à accéder à une offre alimentaire de qualité ; **le lien alimentation et santé** ; l'accès géographique aux ressources et **le besoin de mobilité**.

UNE PRÉCARITÉ ÉCONOMIQUE PRÉSENTE DANS TOUT LE TERRITOIRE ET TOUCHANT TOUS LES ÂGES

D'après l'INSEE, toutes les communes de la CAESM sont concernées par la précarité, mais plus particulièrement les jeunes et les retraités :

- 30,5% de taux de pauvreté chez les 75 ans et +
- 47,8 % de taux de pauvreté chez les moins de 30 ans
- Taux de pauvreté moyen CAESM : 26,4 %



Taux de pauvreté monétaire par commune.

Source : INSEE

De manière plus qualitative, l'atelier *précarité alimentaire* avec les professionnels du secteur a mis en lumière les publics suivants comme vulnérables :

Qui sont les publics vulnérables sur le territoire de la CAESM ?	Où sont localisés ces publics sur le territoire ?
Travailleurs pauvres	Logements sociaux, habitats collectifs, appartements
Familles monoparentales	Logements sociaux, habitats collectifs, appartements
Jeunes étudiants	Disséminés sur le territoire
Les jeunes de la mission locale, de l'école de la seconde chance, les participants du PLIE, les jeunes en reconversion	Disséminés sur le territoire
Les jeunes majeurs sans activité et en errance	Disséminés sur le territoire
Jeunes actifs avec emplois précaires	Disséminés sur le territoire
Personnes à mobilité réduite (PMR)	Chaque commune a ses spécificités mais globalement les publics en difficulté sont identifiés dans les campagnes, excentrés des bourgs
Personnes âgées isolées	
Migrants, primo-arrivants en Martinique	Disséminés sur le territoire
SDF, personnes en situation d'errance	Disséminés sur le territoire

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

B. La précarité alimentaire

L'aide alimentaire en soutien aux publics fragiles

DE NOMBREUX ACTEURS DE L'AIDE ALIMENTAIRE SUR TOUT LE TERRITOIRE

De nombreuses associations d'aide alimentaire sont présentes sur le territoire de la CAESM, notamment les acteurs têtes de réseaux comme la Banque Alimentaire, le Secours catholique ou la Croix-Rouge française. On retrouve également les communes à travers les Centres communaux d'action sociale (CCAS) et des structures associatives locales.

L'épicerie solidaire est le moyen le plus fréquemment mis en œuvre par ces structures de l'aide alimentaire, tout comme la distribution de panier. L'outil jardin partagé est également régulièrement employé pour répondre aux besoins d'accessibilité alimentaire des habitants. Enfin, les ateliers de cuisine des produits péyi se développent peu à peu.

LES STRUCTURES DE L'AIDE ALIMENTAIRE CONFRONTÉES À DES DIFFICULTÉS STRUCTURELLES ET À UNE PAUPÉRISATION PLUS GLOBALE

Le fonctionnement actuel de l'aide alimentaire semble atteindre ses limites :

- Les structures éprouvent des difficultés **logistiques dans le stockage**, l'acheminement, le respect des normes notamment de la chaîne du froid.
- **L'augmentation du nombre d'épiceries** solidaires génère un morcellement des subventions à budget constant.
- **L'accès aux financements** publics est complexe : les délais mettent en difficulté la trésorerie des petites associations ; le fonctionnement en appel à projet limite les perspectives à long terme.



Épicerie solidaire. Source : Martinique la 1ère

Au-delà des difficultés structurelles, c'est une paupérisation plus large qui limite l'aide :

- **Les quantités** de denrées disponibles et leur **diversité** sont insuffisantes (notamment en produits frais locaux).
- Les bénéficiaires souffrent souvent de difficultés plus larges que les questions alimentaires et ont besoin **d'accès aux droits** plus complets que ce que les structures d'aide alimentaire peuvent apporter.

Structures représentées à l'atelier

Association alliance sociale	CCAS de Sainte-Luce
Association <i>La martiniquaise</i>	CCAS des Trois-Ilets
Association de étudiants de la Martinique	CCAS de Saint-Esprit
Association Saint-Vincent de Paul	CCAS du Marin
Banque alimentaire de Martinique	Croix-Rouge française
CCAS de Ducos	Secours Catholique
CCAS de Sainte-Anne	Ville du Diamant

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

B. La précarité alimentaire

L'aide alimentaire en soutien aux publics fragiles

Liste non exhaustive

Structures	Actions
CCAS de Sainte-Luce	<ul style="list-style-type: none"> • Epicerie sociale : vente de produits frais et de conserves à prix réduit • FAFED : distributions gratuites de produits importés
Secours Catholique	<ul style="list-style-type: none"> • Epicerie sociale itinérante : aide alimentaire, accès aux droits, accompagnement social • Boutik Bô Kay : épicerie solidaire • Jadem Bô Kay : jardins familiaux
Association Saint-Vincent de Paul	<ul style="list-style-type: none"> • Les locavores : création d'un réseau de fournisseur locaux de proximité pour améliorer la qualité des paniers • FMF : ateliers pluridisciplinaires à destination des familles dont un temps cuisine et alimentation
Association des étudiants de la Martinique	<ul style="list-style-type: none"> • Epicerie solidaire • Jardin partagé • Ateliers cuisine et ateliers de gestion du budget
CCAS de Saint-Esprit	<ul style="list-style-type: none"> • Aide alimentaire • Ateliers cuisine • Ateliers nutrition
CCAS de Sainte-Anne	<ul style="list-style-type: none"> • Distribution alimentaire avec la Banque alimentaire • Jardin partagé • Convention <i>mieux manger pour tous</i> avec la DEETS : distribution de produits frais
Association La martiniquaise	<ul style="list-style-type: none"> • Epicerie solidaire
CCAS du Marin	<ul style="list-style-type: none"> • Tickets services pour paniers alimentaires • Epicerie solidaire • Ateliers gestion du budget
Croix-Rouge française	<ul style="list-style-type: none"> • Hébergement d'urgence pour demandeur d'asile (HUDA) : distribution de colis alimentaire à l'accueil et orientation vers d'autres structures
Banque alimentaire de Martinique	<ul style="list-style-type: none"> • Collecte de dons, stockage et redistribution • Proxidon : plateforme digitale de publication de paniers alimentaires par les donateurs commerçants, réservation par les associations intéressées • Bon geste, Bonne assiette : ateliers de cuisine pour apprendre à cuisiner les paniers distribués
CCAS des Trois-Ilets	<ul style="list-style-type: none"> • Portage de repas • Bon alimentaire • Panier alimentaire
Ville du Diamant	<ul style="list-style-type: none"> • Ateliers de cuisine des produits locaux • Ateliers de jardinage
Association alliance sociale	<ul style="list-style-type: none"> • Paniers alimentaires • Ateliers bons gestes : cuisiner les produits distribués
CCAS de Ducos	<ul style="list-style-type: none"> • Paniers solidaires • Boutik solidaire

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

B. La précarité alimentaire

L'aide alimentaire en soutien aux publics fragiles

DES SYNERGIES À ÉTABLIR POUR SOUTENIR L'EXISTANT ET INNOVER

Plusieurs pistes sont partagées par les professionnels de l'aide alimentaire pour améliorer l'efficacité de leurs activités :

- Soutenir la mise en réseau et l'interconnaissance à l'image du collectif des épiceries solidaires* pour envisager la mutualisation d'outils logistiques notamment et favoriser les passerelles géographiques (décloisonner les communes).
- Inclure d'autres partenaires au contact des mêmes habitants comme les bailleurs sociaux ou les points d'accès aux droits.
- Faire avec les publics : construire les programmes d'aide avec les bénéficiaires pour répondre au mieux à leurs besoins.

**Association créée en 2020 dont l'objet est la coordination opérationnelle et financière pour l'amélioration et l'optimisation de l'aide alimentaire en Martinique à travers la mutualisation d'actions, des activités des épiceries solidaires et sociales, la participation à la création d'une centrale d'achat, l'élaboration, la mise en œuvre et la promotion des projets des épiceries solidaires et sociales, la recherche de financements, la collaboration avec toutes structures et travailleurs sociaux intervenant dans l'aide alimentaire et l'accompagnement des familles, les échanges avec les collectifs du même type*



LA BOUTIK BO KAY DU SECOURS CATHOLIQUE DEPUIS 2018

La Boutik Bo Kay est une épicerie sociale itinérante du Secours catholique dans le Sud de la Martinique. Elle va à la rencontre de personnes et de familles peu mobiles et souvent isolées. Les prix des denrées de première nécessité sont 70 % moins cher que dans les grandes et moyennes surfaces classiques. La démarche propose également des outils et méthodes pour optimiser les budgets et un accompagnement plus global pour faire face à la précarité. L'épicerie est un moyen de faire venir des personnes isolées, de créer du lien, voire d'amorcer de l'accompagnement. En 2021, 116 personnes ont été aidées.

Ce modèle ayant fait ses preuves, un Jaden Bo Kay a plus récemment été lancé dans l'esprit de transmettre des connaissances en jardinage et de se réappropriier son environnement.



L'outil PAT est au cœur des enjeux de précarité alimentaire : il croise et coordonne des ressources relevant de l'aide sociale, de la mobilité, de la santé, de l'accès aux droits, du logement, etc. A l'image de la Boutik Bo Kay du Secours catholique, le prisme de l'alimentation est un moyen d'aller-vers et d'entrer en contact avec des habitants éloignés des dispositifs classiques.

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

C. Education et sensibilisation alimentaire

Un enjeu d'éducation alimentaire pour toutes les générations

L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE COMME LEVIER D'ACTION PRIMORDIAL

L'éducation à l'alimentation permet d'acquérir les connaissances utiles à chacun pour réaliser ses propres choix constructeurs d'une alimentation favorable à la santé. Cette éducation doit ainsi porter sur l'ensemble des dimensions de l'alimentation (répertoires du comestible, culinaire et gastronomique, plaisir sensoriel) et accompagner le mangeur à tous les âges de la vie. L'éducation à l'alimentation participe aussi au renforcement du lien social et à l'émergence d'une citoyenneté consciente des effets positifs ou négatifs de certains types de consommations sur l'état de notre planète (CNA, Avis N°84 - 09/2019 - Education à l'alimentation).

L'éducation à l'alimentation permet d'aborder quatre grandes composantes de l'alimentation : la dimension nutritionnelle, la dimension sensorielle, la dimension environnementale et écologique, la dimension patrimoniale et culturelle.

L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE AUPRÈS DES HABITANTS DE LA CAESM

L'éducation à l'alimentation peut prendre forme dans de nombreux lieux et auprès de multiples publics. Sur le territoire de la CAESM, l'éducation à l'alimentation prend place dans la restauration collective, à travers des caisses des écoles par exemple. La restauration collective est en effet un outil pour diffuser des habitudes alimentaires saines aux convives, afin qu'ils puissent ensuite les appliquer dans leur foyer. Plusieurs actions peuvent être mises en place, comme les menus à thèmes, les semaines du goût.

Tout l'enjeu est de réussir à communiquer autour de ces recommandations et d'éduquer les convives et le personnel de cuisine à adopter une alimentation durable et de qualité.

La CAESM propose, en partenariat avec l'ADEME, **un Défi famille** dans l'objectif de favoriser une autonomie alimentaire et une capacité des habitants à recréer leur jardin. Dans ce cadre, des friches sont notamment mises à disposition des communes.

L'ÉDUCATION ALIMENTAIRE AUPRÈS DES PUBLICS PRÉCAIRES DE LA CAESM

La dimension nutritionnelle de l'alimentation, associée à l'activité physique, est un déterminant majeur de santé. Une alimentation déséquilibrée et la sédentarité augmentent le risque de développer les principales maladies de nos sociétés. L'impact des inégalités sociales dans la survenue de ces problèmes de santé demeure important, c'est pourquoi l'éducation à l'alimentation et à la nutrition est un vecteur d'égalité sociale. Plusieurs structures d'aide alimentaire développent des ateliers en ce sens – voir page 29.

SE RÉAPPROPRIER LE PATRIMOINE CULINAIRE MARTINICAIS

La réappropriation du patrimoine local est un enjeu alimentaire majeur face au délaissement des fruits et légumes péyi : manque de connaissance de leurs vertus et bienfaits sur la santé, publicité peu développée sur les productions locales, essor de la consommation hors domicile, place croissante des produits ultra-transformés, etc.



Atelier accessibilité alimentaire du PAT de la CAESM le 24/06/2024

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

C. Education et sensibilisation alimentaire

L'impact des produits transformés sur la santé

DES ENJEUX DE SANTÉ INDÉNIABLEMENT LIÉS À L'ALIMENTATION

En Martinique, l'enquête Escal (QUENEL et al., 2008 ; MERLE et al., 2008) a montré que plus de la moitié de la population adulte était en surcharge pondérale, dont 33 % en surpoids et 20 % en obésité avec, pour l'obésité, près de deux fois plus de femmes concernées (26 % de femmes contre 14 % d'hommes).

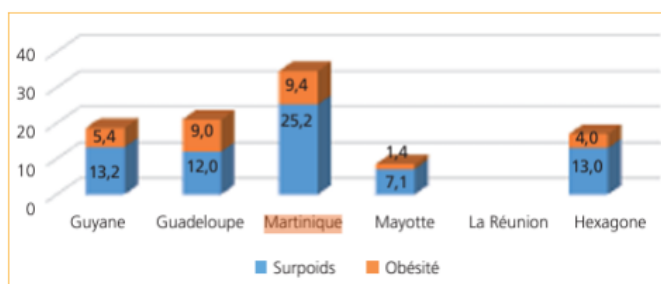
Les consommations journalières moyennes de boissons sucrées en Guadeloupe et Martinique sont presque trois fois plus élevées que celles de la France hexagonale.

En 2019, les martiniquais consomment moins de fruits et légumes qu'en France métropolitaine. Seulement 39 % d'entre eux mangent des fruits tous les jours (contre 45 % en Guadeloupe et 59 % en France métropolitaine).

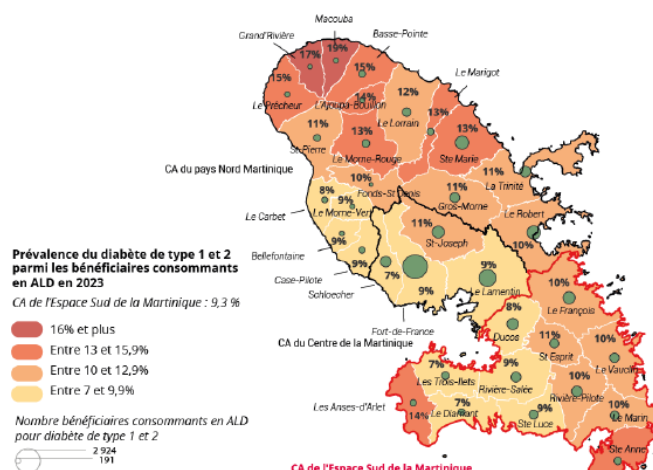
19 % de la consommation alimentaire est ultra-transformée d'après l'Insee. Cependant, les aliments ultra-transformés sont plus chers à l'achat que les produits bruts et représentent ainsi 27 % du budget alimentaire des ménages martiniquais.

Les jeunes adultes consomment davantage de produits ultra-transformés, avec 23 % des quantités. De l'avis de plusieurs professionnels au contact de la population, les jeunes se tournent vers les produits transformés et les fast-food par facilité mais également du fait d'une image dégradée et vieillissante des légumes péyi.

Le diabète types 1 et 2 concerne plus de 9 % des habitants de la CAESM d'après le Contrat local de santé intercommunal, soit plus de 10 500 habitants avec un des taux les plus élevés aux Anses d'Arlet et à Sainte-Anne. La CAESM s'avère cependant moins touchée que Cap Nord.



Prévalences mesurées de surcharge pondérale chez les enfants (en %). Source : Kannari, 2013



Prévalence du diabète de type 1 et 2 parmi les bénéficiaires consommant en ALD en 2023. Source : CLSI 2024

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

C. Education et sensibilisation alimentaire

Un enjeu d'éducation alimentaire pour les générations futures

UNE VOLONTÉ INSTITUTIONNELLE AU SERVICE D'UNE ALIMENTATION DURABLE

L'ADEME, l'ARS, la CTM, la DAAF et la DEETS proposent un appel à projets 2024 conjoint autour de deux enjeux :

1. Améliorer l'accessibilité des publics précaires à une alimentation saine et de qualité. Il s'agit de soutenir les structures dans leurs besoins en équipements ou dans l'instauration de lieux permettant d'améliorer les conditions d'accès à une alimentation de qualité des publics précaires.

2. Animer et sensibiliser les publics vulnérables. Il s'agit de valoriser et diffuser les pratiques alimentaires locales et durables auprès des publics précaires.

Le programme régional nutrition santé de l'ARS Martinique dédie également un champ autour de l'information, de l'éducation nutritionnelle et de la communication : on y retrouve une multitude de mesures à destination de tous les âges.

A noter que le **contrat local de santé (CLS)** intercommunal est en cours d'élaboration. Une attention particulière sera portée à la prise en compte des questions d'alimentation et à la perméabilité avec le PAT. Il s'agira notamment de travailler conjointement les enjeux de santé liés aux intrants agricoles et les pathologies liées à l'alimentation.



DES INITIATIVES À DESTINATION DU GRAND PUBLIC

Le défi famille



La CAESM organise annuellement le défi famille pour promouvoir la consommation de produits locaux tout en améliorant son capital santé. Les volontaires sont conseillés durant 9 mois par des professionnels lors d'ateliers thématiques et ludiques. Ils sont encouragés à cultiver certains produits de leur alimentation en réalisant un jardin Bo Kay. S'en suivent des ateliers culinaires, en cosmétiques et produits ménagers. Les familles sont aussi invitées à la découverte de la pharmacopée locale et à des visites de jardins et d'exploitations agricoles.

La p'tite ferme éco et ses actions de sensibilisation



La p'tite ferme éco est une ferme pédagogique basée à Ducos. Elle propose des actions à destination d'un large panel de publics : famille, ado, seniors. Par exemple, les vendredis seniors abordent 5 thèmes mêlant alimentation et bien être des seniors : rompre l'isolement et bien vieillir, plantes et pathologies, bien être au quotidien, le bain dérivatif, découverte des pratiques alimentaires responsable, apprendre à créer des routines favorables à la santé

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

D. Le gaspillage alimentaire

La réduction du gaspillage comme levier d'action

CONTEXTE NATIONAL DE LA THÉMATIQUE PERTES ET GASPILLAGES

Le gaspillage alimentaire concerne « toute nourriture destinée à la consommation humaine qui, à une étape de la chaîne alimentaire, est perdue, jetée, dégradée » (Pacte de lutte contre le gaspillage alimentaire, juin 2013).

En France, **le gaspillage alimentaire s'élèverait à 140 kg par français et par an** en considérant l'ensemble de la chaîne alimentaire. La totalité des pertes et du gaspillage alimentaires en France est évaluée par l'ADEME à 10 millions de tonnes de produits par an pour une valeur commerciale estimée à 16 milliards d'euros, réparties sur les étapes de production, transformation, distribution, restauration et consommation (ADEME, 2016, « Pertes et gaspillages alimentaires : état des lieux et leur gestion par étapes de la chaîne alimentaire »).

L'Etat français impulse depuis 2013, la lutte contre le gaspillage alimentaire à travers le Pacte national de lutte contre le gaspillage alimentaire, suivi des lois TECV (2015), Garot (2016), EGAlim (2018), AGECE (2020), la loi Climat et résilience (2021), les décrets et ordonnances associées, le Programme national pour l'alimentation, et des outils contractuels et opérationnels.

Par ailleurs, l'entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2024 de l'obligation de tri des biodéchets pour les particuliers comme pour les professionnels (Loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, dite loi anti-gaspillage), appelle une accélération du développement de nouveaux services.

La lutte contre le gaspillage alimentaire est l'une des thématiques centrales du PAT. Le PAT représente une opportunité de structurer et coordonner les efforts de lutte contre le gaspillage alimentaire à l'échelle locale, en impliquant une diversité de profils d'acteurs et en intégrant cette lutte dans une vision plus large de l'alimentation durable : soutenir l'agriculture locale, sensibiliser, optimiser les flux, promouvoir le compostage, valoriser les achats responsables.

QUELQUES EXEMPLES DE RESSOURCES EN MARTINIQUE

- Les sensibilisations de la **Banque alimentaire** en milieu scolaire : en 2021, la Banque alimentaire est intervenue dans 7 établissements scolaires pour un total de 438 élèves sensibilisés au gaspillage alimentaire.
- Plusieurs **applications mobiles de revente des invendus des GMS**, restaurants, boulangerie, etc. sont apparues ces dernières années : ACT2WIN, Yummy, Gland'Market.
- **Le Réveil agricole** est une association d'agriculteurs créée en 2019. Elle a réalisé l'opération AGRIKILTE SANBLE KONT GASPIYAJ, visant à quantifier et à valoriser les pertes agricoles, les surplus de production, qui pourraient être utilisés pour la consommation humaine. Sur la base des conclusions de l'enquête et de la dynamique, elle a organisé un réseau Agriculteurs solidaires en Martinique, avec l'objectif de créer un maillage territorial pour une action de plus grande envergure, afin d'assurer une offre de produits croissante en quantité et en diversité. L'association assure l'aspect logistique de tournées et de récupération des denrées chez les producteurs, et de livraison chez son principal partenaire, la Banque Alimentaire, qui redistribue ensuite aux autres associations d'aide alimentaire. Actuellement, l'association travaille régulièrement avec 20 producteurs mais pourrait développer son réseau et son activité lorsque ses capacités logistiques ainsi que celles de la Banque Alimentaire seront améliorées. 10 tonnes ont été collectées entre décembre 2023 et mai 2024. La CAESM soutient le dispositif.

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

RECENSEMENT DES ACTIONS DE L'ESPACE SUD

Tous sujets confondus pour le chapitre *consommateurs et pratiques alimentaires*

Actions	Service/Direction
Défi familles : Défi Ti manmay	Service Milieux naturels et énergie
Défi familles : Lutte contre le gaspillage alimentaire	Service Milieux naturels et énergie
Défi familles : Défi Grand moun	Service Milieux naturels et énergie
Soutien à l'épicerie sociale et solidaire franciscaine	Direction de la cohésion sociale
Soutien à l'épicerie solidaire des étudiants « TI KABA »	Direction de la cohésion sociale
Soutien aux structures d'aide alimentaire dont Boutik Bo Kay	Direction de la cohésion sociale
Soutien aux ateliers d'éducation alimentaire de l'association Fanmi Sé Fos	Direction de la cohésion sociale
Conception d'un livret de recettes	Service développement rural et agricole
ACI dans le domaine de la production agricole	Direction de la cohésion sociale
Financement des activités du Réveil agricole	Direction de la cohésion sociale
CLSI dans l'ensemble (voir aussi l'action sur les marchands)	Direction de la cohésion sociale

2. CONSOMMATEURS ET PRATIQUES ALIMENTAIRES

A RETENIR

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Une richesse gastronomique à valoriser • Des pratiques alimentaires ancrées chez certaines catégories notamment l'ultra-transformé chez les jeunes • Des initiatives existantes au service des produits locaux de qualité • Une multitude de structures et d'actions d'aide alimentaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Une précarité économique présente dans tout le territoire et touchant tous les âges mais principalement les jeunes et les retraités • Des limites logistiques et organisationnelles de certaines structures de l'aide alimentaire • Un éclatement des structures de l'aide alimentaire • Une demande d'aide alimentaire croissante
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Des initiatives émergentes portées par des acteurs publics ou privés au service de la qualité et de la traçabilité des produits locaux mais à des prix élevés • Une volonté des structures d'aide alimentaire de se structurer • Des volontés communales d'investir les questions alimentaires : jardin partagé, soutien de la caisse de l'école, CCAS. 	<ul style="list-style-type: none"> • Une évolution des pratiques alimentaires chez les plus jeunes vers des produits ultra-transformés • Une inflation forte et des prix des denrées élevés • Conséquences sanitaires d'une alimentation déséquilibrée

PISTES DE SOLUTIONS PROPOSÉES PAR LES ACTEURS

- ✓ Soutenir des actions pédagogiques en faveur du bien manger local
- ✓ Coordonner le PAT avec les politiques de santé notamment le CLSi
- ✓ Encourager la coordination des structures de l'aide alimentaire notamment pour mutualiser des moyens et rendre leurs actions complémentaires

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE



3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

GRANDE DISTRIBUTION ET COMMERCE DE DÉTAIL EN MARTINIQUE

- **80 %** des achats alimentaires sont réalisés dans les GMS (IRD 2020)
- **18 %** des achats alimentaires sont réalisés dans le hard discount (IRD 2020)
- **11 %** des achats alimentaires sont réalisés dans les petits commerces et commerces spécialisés (IRD 2020)
- **Moins de 0,5 %** des achats alimentaires sont réalisés en ligne (IRD 2020)
- **50-55 %** des achats de légumes sont réalisés dans les GMS (IRD 2020)
- **52 %** des fruits consommés proviennent de circuits informels (bordures de route, dons, autoproduction) (ADEME)

MOBILITÉ ET ACCÈS AUX COMMERCE

- **75 %** des martiniquais se déplacent en voiture, **15 %** à pied, et **9 %** en transports en commun (Observatoire des transports de Martinique)
- **78,3 %** des ménages de la CAESM sont équipés de véhicules (taux moins élevé qu'à l'échelle nationale (81,1%)) (Observatoire des transports de Martinique)
- **546** commerces alimentaires sur la CAESM : **175** GMS, **180** commerces de détail, **169** métiers de bouche (SIRENE)
- **45,5** commerces par commune en moyenne sur la CAESM (SIRENE)
- **4,94** commerces pour 1 000 habitants en moyenne sur la CAESM (SIRENE)

CIRCUITS COURTS ET PRODUITS LOCAUX SUR LA CAESM (Ageste)

- **65 %** des exploitations agricoles vendent en circuits courts avec **51 %** en vente directe
- **-3 %** de commercialisation via les circuits courts entre 2010 et 2020
- **63 %** des circuits courts sont de la vente à la ferme
- **46 %** sont gérés par des commerçants détaillants
- **13 %** sont représentés par les marchés hebdomadaires et halles

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

A. Les commerces alimentaires de détail et grande distribution

La place des différents circuits de distribution en Martinique

LES GMS (GRANDES ET MOYENNES SURFACES) DOMINENT LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION EN MARTINIQUE À HAUTEUR DE 80 % DES ACHATS ALIMENTAIRES

En 2020, le commerce non spécialisé en Martinique comptait 677 entreprises, dont 82 % étaient dédiées à l'alimentation générale (IEDOM 2022). Ces commerces englobent une variété d'établissements, tels que les magasins d'alimentation générale, les supérettes, les supermarchés et les hypermarchés. Malgré la hausse des prix en 2022, le chiffre d'affaires de la grande distribution en Martinique a connu une croissance de 4,6 %, aussi bien globalement que pour le segment alimentaire (IEDOM 2022).

Les grandes et moyennes surfaces (GMS) dominent nettement le secteur alimentaire, ils représentent 80 % des achats alimentaires en Martinique (IRD 2020).

La part du hard discount est également significative en Martinique, atteignant 18 % du marché, un taux supérieur à celui observé en France métropolitaine (13 %). En revanche, les petits commerces et commerces spécialisés, bien que présents, ne représentent plus que 11 % des achats alimentaires, marquant une tendance à la baisse similaire à celle observée en métropole (IRD 2020).

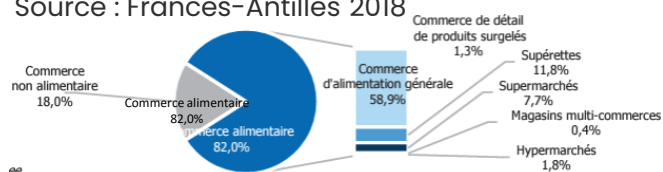
Bien que les achats en ligne restent marginaux, représentant moins de 0,5 % des achats alimentaires, les marchés et les ventes en bord de route jouent un rôle important dans l'approvisionnement en produits frais, notamment en fruits et légumes, même si leur part précise est difficile à quantifier. L'autoconsommation et la production locale contribuent également de manière significative à l'approvisionnement. Pour les légumes, les martiniquais privilégient majoritairement les GMS, qui captent entre 50 et 55 % de leurs achats (IRD 2020).

Sources : IRD, Alimentation et nutrition dans les départements et régions d'Outre-mer (2020), IEDOM, Rapport annuel économique Martinique (2022), Parm, Première étude de caractérisation du marché Antilles-Guyane (2019)

LES GMS SONT DÉTENUES PAR 7 PRINCIPAUX ACTEURS EN MARTINIQUE

- Le Groupe Bernard Hayot (GBH) : 28 % des GMS (Carrefour)
- Le Groupe Parfait : 22 % des GMS (enseignes U remplacées par Leclerc)
- Le Groupe Ho Hio Hen : 10 % des GMS (Cora, Ecomax)
- Le Groupe Fabre/Créo : 16 % des GMS (Pli Bel Price, Caraïbes Price)
- Le Groupe SAFO : 15 % des GMS (Carrefour Market, Promocash)
- Le Groupe Fernand Ho Hio Hen : 6 %
- Le Groupe MACX2 : 2 % des GMS

Source : Frances-Antilles 2018



Commerces de détails en magasins non spécialisés. Source : IEDOM 2022



Caraïbes Price aux Trois-Îlets
Crédits : Thierry Wanted



Carrefour Market au François
Source : France-Antilles

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

A. Les commerces alimentaires de détail et grande distribution

La place des différents circuits de distribution en Martinique

LES MARCHÉS COMMUNAUX SONT PRÉSENTS DANS TOUTES LES COMMUNES DE LA CAESM

Les marchés communaux jouent un rôle central dans le dynamisme des villes et peuvent être un canal de distribution des produits locaux, même si on constate une part importante de revendeurs et de produits d'import sur les marchés de l'ensemble de l'île, tout comme sur le marché de gros de Dillon. Le territoire de la CAESM possède des marchés dans chaque commune du territoire, ces marchés ont des dynamismes variables.

« Les marchés municipaux vivent. Il y a 30 ans de ça, chaque commune avait sa halle avec son marché. Aujourd'hui, les halles s'écroulent dans différentes communes. On y retrouve plus d'artisanat touristique que de produits locaux ». Acteur technique

L'AUTOCONSOMMATION ET LA VENTE EN BORD DE ROUTE DE FRUITS ET LÉGUMES, DEUX PRATIQUES SOLIDEMENT ENRACINÉE DANS LA CULTURE LOCALE

En Martinique, 52 % des fruits consommés proviennent de sources informelles telles que les bordures de route, les dons ou l'autoproduction, selon un rapport de l'ADEME sur l'alimentation durable de 2022. Cette activité économique informelle s'inscrit dans un contexte de chômage élevé et joue un rôle important dans l'économie locale. En particulier dans le Nord de l'île, les fruits et légumes produits par des semi-grossistes (producteurs revendeurs et revendeurs simples) ou des retraités trouvent principalement leurs débouchés via ces circuits informels.

La vente en bord de route représente un poids significatif pour la commercialisation la production locale de fruits et légumes, selon la DAAF. L'autoconsommation semble avoir un poids encore plus important, avec 44% des fruits et légumes consommés par les ménages issus de leur propre production (ADEME, 2022).

L'offre des produits en bord de route est généralement plus accessible, tant en termes de prix que de distribution spatiale (trajet domicile-travail), compensant ainsi l'absence de petits commerces sédentaires spécialisés. Toutefois, ce mode de commercialisation pose des problèmes de traçabilité. Il est nécessaire de mieux identifier et soutenir la production locale face aux importations pour éviter toute confusion chez les consommateurs. À cet effet, des contrôles sanitaires sont en cours, supervisés par le préfet, pour améliorer la sécurité et la transparence de cette filière. Les récents contrôles de la Préfecture ont révélé des traces de produits phytosanitaires interdits, qu'ils s'agissent des fruits et légumes martiniquais ou importés.



Marché de Rivière-Pilote
Source : France-Antilles



Vente en bord de route
Source : TropicMe

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

A. Les commerces alimentaires de détail et grande distribution

Etat des lieux des commerces alimentaires sur le territoire

L'IMPLANTATION DES COMMERCES, UN ÉLÉMENT CLÉ DE L'ACCESSIBILITÉ ALIMENTAIRE

Frugal research
Formes urbaines
et gouvernance alimentaire

L'accessibilité alimentaire et la capacité des consommateurs à faire des choix sont également liées aux questions d'accessibilité géographique. Les résultats publiés en 2021 par la recherche-action FRUGAL (PSDR4) ([Projet Frugal](#)) précisent que « L'organisation spatiale des commerces alimentaires dans la ville contribue à déterminer les comportements d'approvisionnement et les choix alimentaires des habitants ».

Ce travail a conduit à un certain nombre de recommandations pour les territoires porteurs de PAT :

- Intégrer un diagnostic de l'offre commerciale dans les diagnostics de PAT, croisé avec sa morphologie sociale, permettant de mieux comprendre les problématiques d'accessibilité à l'alimentation d'un point de vue spatial ;
- Prendre en compte la capacité des collectivités à agir sur le levier de la planification commerciale du fait de leur compétences en matière de planification (document d'urbanisme), de développement économique (accompagnement des commerces, gestion des marchés, etc.).

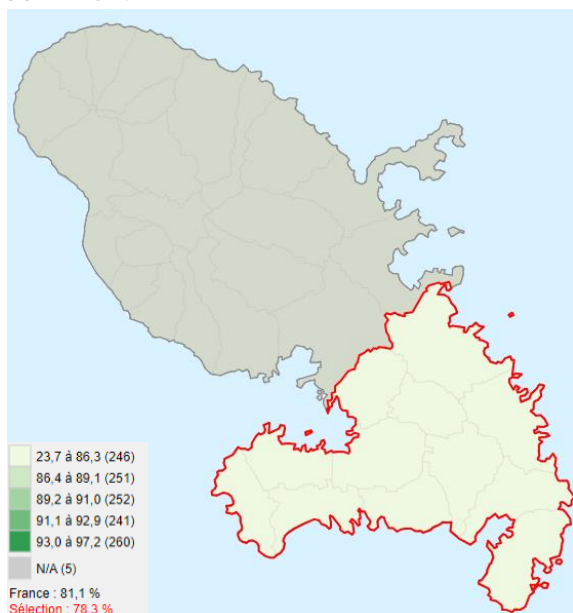
SUR LE TERRITOIRE DE LA CAESM, LES ENJEUX D'ACCESSIBILITÉ GÉOGRAPHIQUE SONT HOMOGENES

En Martinique, un territoire insulaire avec peu d'infrastructures de transports en commun, les populations dépendent largement de la voiture individuelle pour leurs déplacements. En effet, d'après [l'Observatoire des transports de Martinique](#) pour l'année 2015, 75 % des martiniquais se déplacent en voiture, 15 % en marchant et 9 % en empruntant les transports en commun.

Paradoxalement, le taux d'équipement des ménages en véhicules est relativement moins élevé qu'à l'échelle nationale : dans la CAESM, ce taux est de 78,3 %, comparé aux 81,1 % à l'échelle nationale. Ce taux d'équipement est homogène sur tout le territoire de la CAESM, variant de 71,2 % dans la commune du Vauclin, où les ménages sont les moins bien équipés, à 85,1 % à Ducos, où les ménages sont les mieux équipés.

La CAESM demeure néanmoins l'EPCI avec le meilleur taux d'équipement en véhicules de l'île, la moyenne étant de 74,2 %. Les ménages de la CACEM et de CAP Nord sont respectivement équipés à 72,9 % et à 71,4 %.

Ainsi, bien que les habitants soient moyennement équipés en voitures individuelles, ils dépendent fortement de celles-ci pour leur mobilité. Cette situation soulève des questions sur l'accessibilité géographique des habitants à l'alimentation, en particulier pour les personnes isolées géographiquement et qui ne possèdent pas de véhicule comme les personnes âgées.



Part des ménages disposant d'au moins une voiture (%) en 2020 sur le territoire de la CAESM. Source : Observatoire des Territoires

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

A. Les commerces alimentaires de détail et grande distribution

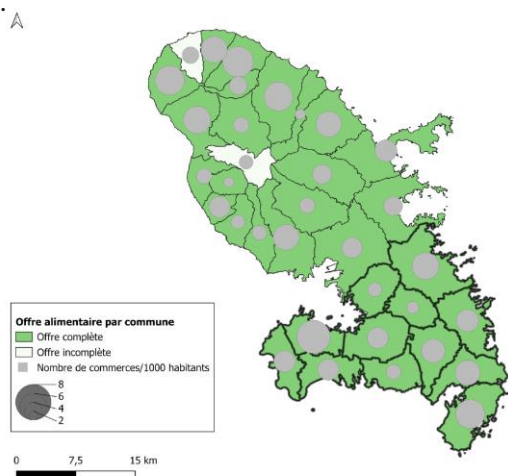
Etat des lieux des commerces alimentaires sur le territoire

UNE ACCESSIBILITÉ GÉOGRAPHIQUE DES POINTS DE VENTE SATISFAISANTE SUR LE TERRITOIRE

En Martinique, les communes sont relativement bien pourvues en points de vente alimentaires, avec au moins deux commerces alimentaires chacune. À l'exception de certaines communes au nord (Fonds-Saint-Denis et Grand'Rivière), toutes les autres offrent au moins un commerce proposant une offre alimentaire complète (hypermarché, supermarché, multi-commerces, marché) ou au moins trois commerces de base (boulangerie, pâtisserie, poissonnerie, boucherie, primeur, épicerie, supérette).

Dans le territoire de la CAESM, toutes les communes disposent d'une offre complète avec un total de 546 commerces alimentaires.

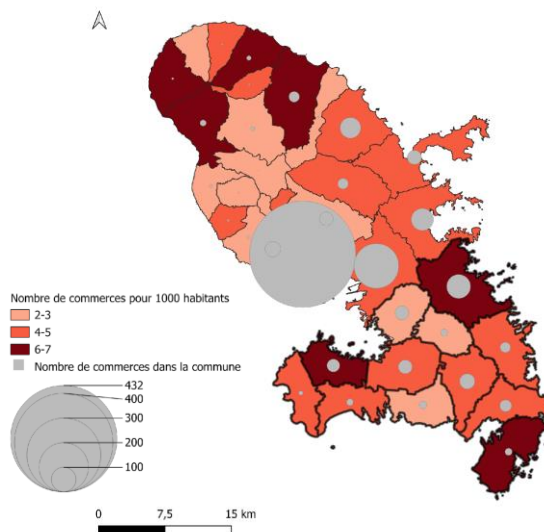
Le nombre de commerces pour 1 000 habitants sur le territoire est en moyenne de 4,94, supérieur au reste de la Martinique (4,48 pour l'ensemble Nord et Centre de l'île). Le nombre de commerces pour 1000 habitants va de 2,73 à Saint-Esprit, jusqu'à 7,47 aux Trois-Îlets.



Qualification du niveau d'équipement en commerces alimentaires des communes de CAESM - Elaboration Soliance Alimentaire, Source : SIRENE.

Offre complète : au moins 1 commerce proposant une offre alimentaire complète (hypermarché, supermarché, multi commerces, marché) ou au moins 3 commerces de base (boulangerie, pâtisserie, poissonnerie, boucherie, primeur, épicerie, supérette).

Offre incomplète : 1 ou 2 commerces de base.



Qualification du nombre de commerces pour 1000 habitants et nombre de commerces par commune - Elaboration Soliance Alimentaire, Source : SIRENE

Les communes possèdent en moyenne 45,5 commerces, allant de 18 à Anses-d'Arlet, jusqu'à 92 au François.

Nom de la commune	Nombre de commerces	Nombre de commerces pour 1000 habitants
Les Anses-d'Arlet	18	4,80
Le Diamant	27	4,75
Saint-Esprit	28	2,73
Sainte-Anne	29	6,48
Sainte-Luce	31	3,32
Le Vauclin	42	4,96
Le Marin	48	5,59
Les Trois-Îlets	52	7,47
Ducos	56	3,13
Rivière-Salée	56	4,71
Rivière-Pilote	62	5,29
Le François	97	6,06

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

A. Les commerces alimentaires de détail et grande distribution

Les commerces de grande et de moyenne distribution

Sur le territoire de la CAESM, la moitié des communes (6/12) possèdent des supermarchés, hypermarchés ou magasins multi-commerces : Ducos, Le François, Le Marin, Les Trois-Ilets et Le Diamant. Les autres communes possèdent au moins 5 supérettes ou commerces d'alimentation générale. Au total, le territoire possède 175 commerces de grande ou de moyenne distribution, allant de 5 à Sainte-Luce, jusqu'à 24 au François.

Communes	Magasins multi-commerces	Hypermarchés	Supermarchés	Supérettes	Commerce d'alimentation générale	TOTAL
ANSES D'ARLET					7	7
DIAMANT			1	5	3	9
DUCOS		1	3	1	12	17
LE FRANCOIS			3	5	16	24
LE MARIN			2	3	11	16
LES TROIS-ILETS	1		1	5	9	16
RIVIERE-PILOTE			1	4	18	23
RIVIERE-SALEE		1	1	3	13	18
SAINTE-ANNE				5	4	9
SAINTE-LUCE				3	2	5
SAINT-ESPRIT				3	8	11
VAUCLIN				6	14	20
TOTAL	1	2	12	43	117	175

Les équipements en GMS par commune sur le territoire de la CAESM. Source : Sirène 2024

Les commerces de détail

Sur le territoire de la CAESM, les communes sont bien pourvues en commerces de détail, avec des spécificités selon les types de produits.

- Viande : Toutes les communes disposent d'au moins un commerce de détail de viande.
- Fruits et légumes : Seule la commune de Saint-Esprit ne possède pas de commerce de détail de fruits et légumes.
- Pain : Seules les communes de Ducos et de Sainte Anne n'ont pas de commerce de détail. Elles possèdent cependant respectivement 10 et 6 boulangeries ou boulangeries-pâtisseries (cf page suivante).
- Poisson : Seules les communes du Diamant et de Sainte-Anne ne disposent pas de commerce de détail de poisson.

En tout, le territoire compte 180 commerces de détail, répartis de manière hétérogène parmi les communes, allant de 5 commerces de détail aux Anses d'Arlet à 41 au François.

Communes	Commerce de détail de fruits et légumes	Commerce de détail de pain, pâtisserie	Commerce de détail de viandes	Commerce de détail de poissons	Commerce de détail de produits surgelés	Autres commerces de détail alimentaires	TOTAL
ANSES D'ARLET	1	1	1	1		1	5
DIAMANT	1	2	4			1	8
DUCOS	4		2	3		8	17
LE FRANCOIS	9	2	8	7	2	13	41
LE MARIN	2	4	3			3	12
LES TROIS-ILETS	1	3	1	1		8	14
RIVIERE-PILOTE	5	4	9	1		5	24
RIVIERE-SALEE	1	2	4	3		6	16
SAINTE-ANNE	5		3			3	11
SAINTE-LUCE	2	1	4	1	1	2	11
SAINT-ESPRIT		1	6	1		1	9
VAUCLIN	1	2	4	2		3	12
TOTAL	32	22	49	20	3	54	180

Les équipements en commerces de détail par commune sur le territoire de la CAESM. Source : Sirène 2024

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

A. Les commerces alimentaires de détail et grande distribution

Les métiers de bouche

Sur le territoire de la CAESM, les communes sont toutes pourvues de boulangeries ou boulangeries-pâtisseries (au moins 5 dans chaque commune). Chaque commune possède au moins 2 pâtisseries sauf les Anses d'Arlet. Concernant les charcuteries, la moitié des communes en possède au moins une. Au total, 169 métiers de bouche sont recensés sur le territoire.

Communes	Boulangerie et boulangerie-pâtisserie	Charcuterie	Pâtisserie	TOTAL
ANSES D'ARLET	6			6
DIAMANT	6		3	9
DUCOS	10	2	7	19
LE FRANCOIS	19	1	10	30
LE MARIN	11	2	5	18
LES TROIS-ILETS	5	1	9	15
RIVIERE-PILOTE	8		7	15
RIVIERE-SALEE	14	1	5	20
SAINTE-ANNE	6		2	8
SAINTE-LUCE	9		3	12
SAINTE-ESPRIT	5		2	7
VAUCLIN	7	1	2	10
TOTAL	106	8	55	169

Les équipements en métiers de bouche par commune sur le territoire de la CAESM. Source : Sirène 2024

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

B. Les circuits courts et de proximité

Etat des lieux et dynamiques actuelles

Au-delà de la répartition spatiale des commerces alimentaires sur le territoire, se pose également la question de l'offre en produits locaux au sein de ces circuits de distribution. Cette dimension gagne en importance dans un contexte où l'autonomie alimentaire de la Martinique est primordiale et où la demande des consommateurs pour des produits locaux et de qualité ne cesse de croître. Cette tendance influence directement les choix et les préférences des consommateurs locaux, renforçant ainsi la nécessité d'intégrer davantage de produits locaux dans les points de vente alimentaires.

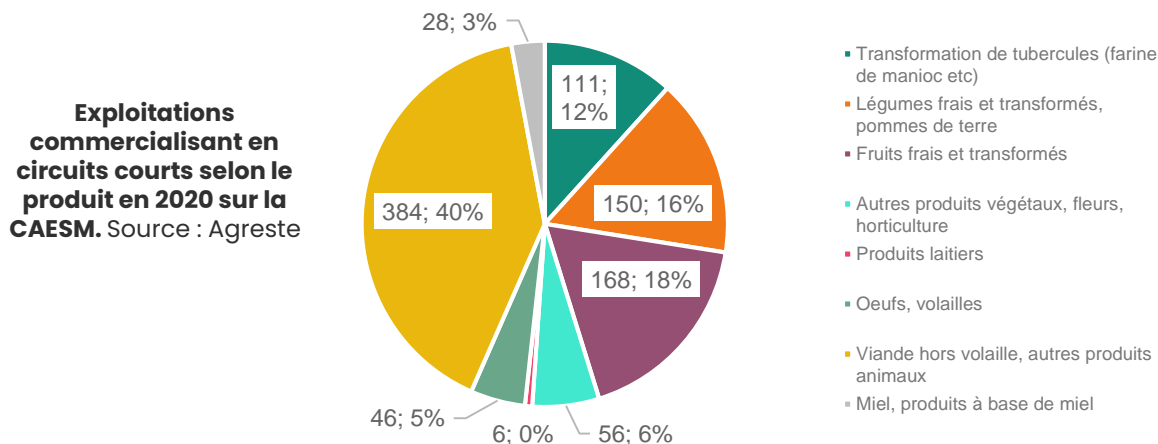
UNE UTILISATION IMPORTANTE DES CIRCUITS COURTS PAR LES PRODUCTEURS

Une grande partie des producteurs de la CAESM est engagée dans la commercialisation en circuits courts. À l'échelle nationale, 23 % des producteurs utilisent ces circuits. En revanche, sur le territoire de la CAESM, 65 % des exploitations agricoles adoptent cette forme de vente, un taux équivalent à celui de la Martinique et de CAP Nord. Sur la CAESM, cela représente 613 exploitations agricoles. Parmi celles-ci, 51 % pratiquent la vente directe, un chiffre similaire à celui de la Martinique, soit 419 exploitations. Cette spécificité insulaire se retrouve également en Guadeloupe, où 65 % des exploitations commercialisent en circuits courts, dont 48 % en vente directe. À La Réunion, ces taux sont plus bas, avec 45 % des exploitations vendant en circuits courts, dont 39 % en vente directe.

Cependant, les données du Recensement Agricole montrent une chute de 3 % de la commercialisation en circuits courts entre 2010 et 2020, une tendance également observée sur la CACEM (-3 %) et plus significativement sur CAP Nord (-29 %), résultant en une diminution totale de 25 % des exploitations utilisant ces circuits à l'échelle de la Martinique. Cette diminution est surprenante, étant donné qu'à l'échelle nationale, la commercialisation en circuits courts a augmenté de 2 points entre 2010 et 2020, et de 7 % en Guadeloupe, bien qu'une diminution similaire ait été observée à La Réunion (-28 %) (Agreste).

LA VIANDE HORS VOLAILLE ET LES AUTRES PRODUITS ANIMAUX REPRÉSENTENT LA PART LA PLUS IMPORTANTE DE VENTE EN CIRCUITS COURTS

Parmi les 65 % d'exploitations vendant en circuit court, les exploitations vendant de la viande ou autres produits animaux hors volaille sont les plus nombreuses (40 %, 384 exploitations), puis les fruits frais et transformés (18 %, 168 exploitations), les légumes frais et transformés (16 %, 150 exploitations) et enfin celles qui vendant de la transformation de tubercules comme de la farine de manioc (12 %, 111 exploitations) (Agreste).



3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

B. Les circuits courts et de proximité

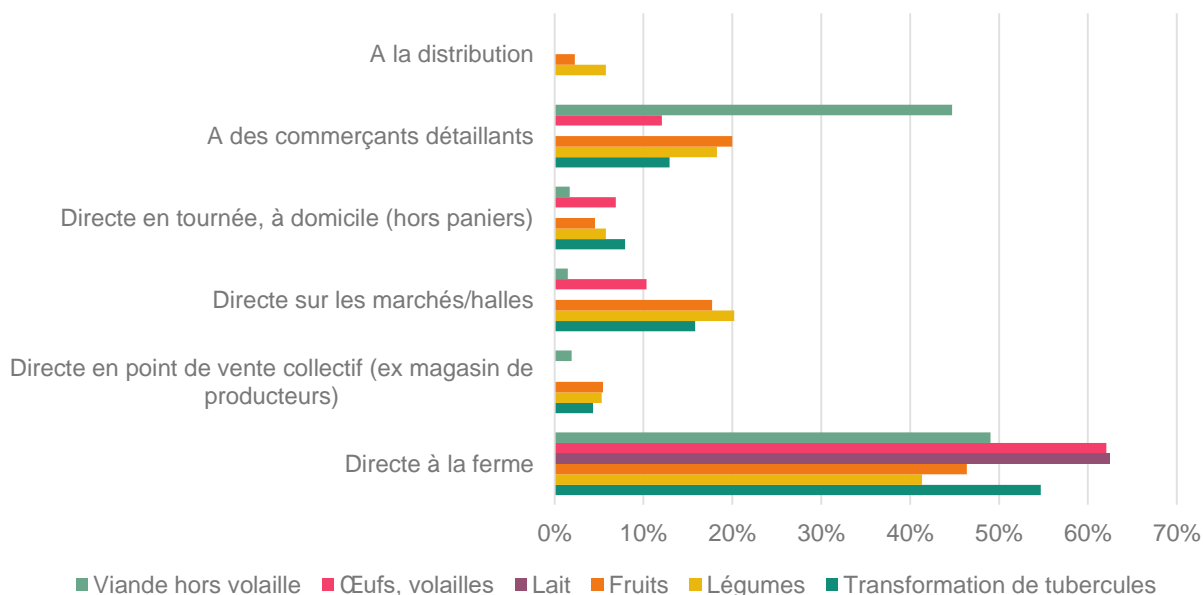
Etat des lieux et dynamiques actuelles

DES POINTS DE VENTE EN CIRCUITS COURTS VARIÉS

Les exploitations agricoles du territoire utilisent divers types de circuits courts pour commercialiser leurs produits. La vente à la ferme représente 63 % de ces circuits, comme Le Domaine de la Bergerie au Vauclin. Les commerçants détaillants, tels que Cerise Péyi à Rivière-Pilote, représentent 46 % des circuits courts. Ce type de débouché concerne particulièrement la distribution des fruits et légumes et de viande. Les marchés hebdomadaires et halles, situés dans des communes comme Anses d'Arlet, Diamant, Sainte-Anne, Rivière-Salée, Trois-Ilets, Vauclin et Saint-Esprit, comptent pour 13 % des circuits. Les marchés de producteurs, comme Bokodji et celui de Rivière-Pilote, offrent également une plateforme pour la vente directe. Les tournées et ventes à domicile, comme Les sélections d'Elodie au François, représentent 7 % des circuits. Les points de vente collectifs, tels que Paniers Madras aux Anses d'Arlet, couvrent 5 % des ventes. Enfin, la distribution en grandes et moyennes surfaces constitue 4 % des circuits courts utilisés par les exploitations agricoles du territoire.

Même si la vente à la ferme est le moyen de vente en circuits courts majoritaire, le choix de circuits court employé dépend aussi du type de produit vendu.

Ce sont uniquement les légumes et les fruits qui sont vendus en circuits court à la distribution (6 % des légumes, 2 % des fruits vendus en circuit courts), les commerçants détaillants achètent surtout de la viande (15 % de la viande vendue en circuits courts), les produits vendus en directe à domicile sont surtout ceux issus de la transformation de manioc (8 % de ce type de produit vendu en circuit court), sur les marchés et halles ce sont surtout des légumes (20 %) et des fruits (18 %) qui sont vendus en directe, dans les points de vente collectif, ce sont 5 % des légumes et 5 % des fruits qui sont vendus. Enfin, 63 % du lait, 62 % des œufs/volailles, 55 % des produits issus de la transformation de tubercule, 49 % de la viande hors volaille, 46 % des fruits et 41 % des légumes vendus en circuits courts sont vendus en directe à la ferme.



Part des circuits courts selon les produits en 2020 sur la CAESM. Source : Agreste

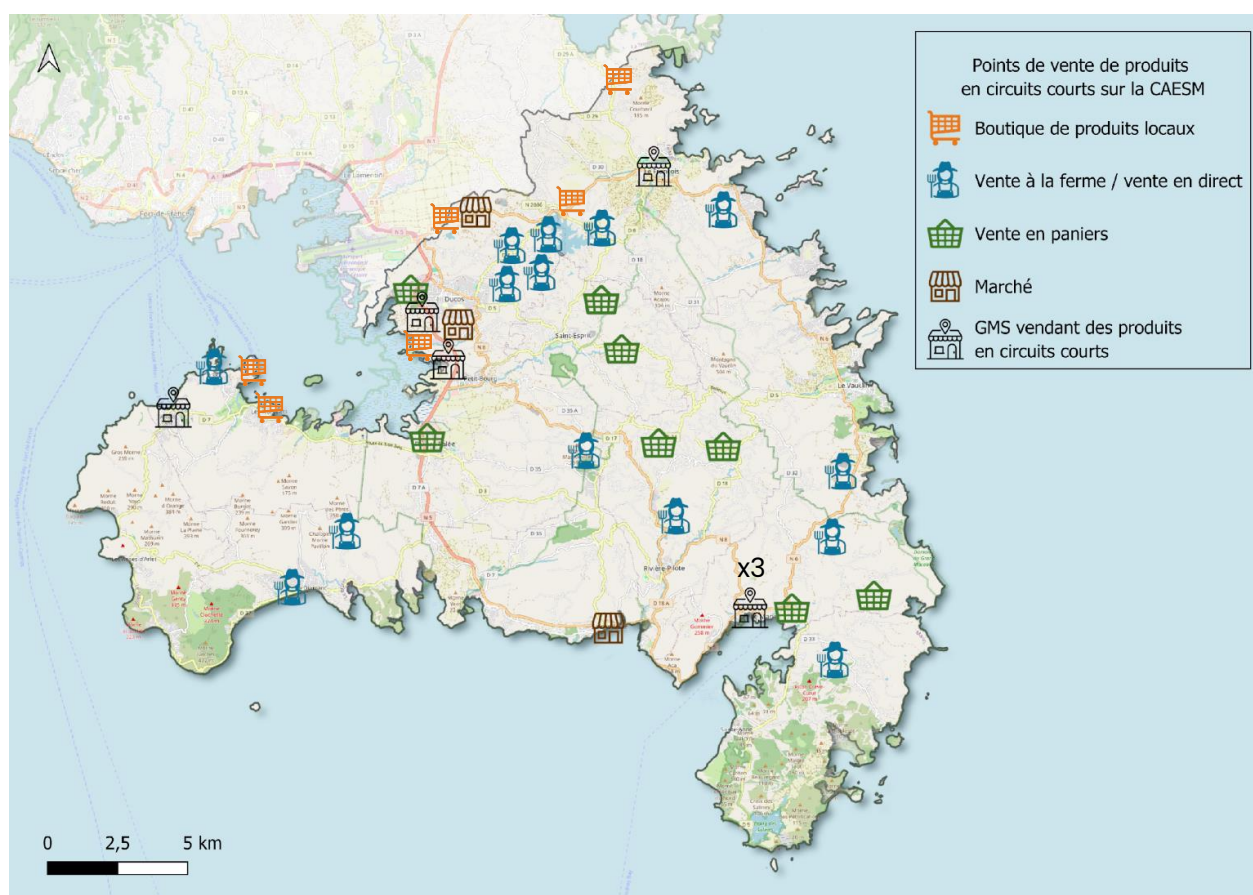
3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

B. Les circuits courts et de proximité

Etat des lieux et dynamiques actuelles

LOCALISATION DES POINTS DE VENTE EN CIRCUITS COURTS SUR LE TERRITOIRE

À partir de recherches bibliographiques, plusieurs types de points de vente en circuits courts ont été identifiés et localisés sur le territoire, comme illustré sur la carte ci-dessous. Bien que la liste ne soit pas exhaustive, la carte met en avant une majorité de points de vente à la ferme, ainsi que des boutiques proposant des produits locaux et des systèmes de vente en paniers.



Localisation des points de vente en circuits courts sur le territoire de la CAESM. Source : recherches bibliographiques

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

B. Les circuits courts et de proximité

Etat des lieux et dynamiques actuelles

LES POINTS DE VENTE DE PRODUITS BIO EN CIRCUITS COURTS SUR LE TERRITOIRE SONT RESENCÉS

Le GRAB de Martinique et le Domaine de la Chabet ont recensé dans un document tous les points de ventes en circuits courts de produits bio à l'échelle de l'île ainsi que les producteurs qui approvisionnent ces points de vente. Sur le territoire de la CAESM, des points de vente dans plusieurs communes ont été recensés :

- Ducos : CC Genipa, Naturalia, Bell'Santé, Tipikal au LEGTA de Croix Rivail
- Trois-îlets : Atout Bio, Les îles Gourmandes, Carrefour Express
- Le François : Alizée fruit, Jad Ka Prod, La Vie Claire, La Tite Prairie
- Le Marin : Nature A, Braud&Quenesson, EliDiet, La Vie Claire, Naturalia, Carrefour Market
- Rivière-Pilote : Cerise Péyi
- Rivière-Salée : Biovie
- Rivière-Salée : Diet Discount
- Sainte-Anne : Le Jardin de la Santé
- Sainte-Luce : Carrefour Express

UN BESOIN D'OUTILS MUTUALISÉS DE VENTE ET DE TRANSFORMATION POUR VALORISER LA PRODUCTION LOCALE

Les producteurs expriment un besoin important d'un outil de transformation mutualisé pour valoriser leur production et minimiser les pertes de valeur ajoutée, tout en évitant les coûts élevés associés aux transformations industrielles. Cependant, le manque de mutualisation et de communication entre les acteurs, ainsi que l'absence de planification de la production, posent problème.

Par ailleurs, il y a une demande pour un point de vente mutualisé, un local réfrigéré où les producteurs pourraient vendre leurs produits en vente directe. L'absence de marché de producteurs sur le côté Atlantique dans le Sud de l'île et la baisse de popularité des paniers après la crise Covid accentuent ce besoin. Les marchés souffrent également du manque de temps et d'énergie des producteurs pour y participer. Un marché de producteurs dans le Sud pourrait être une solution viable, à condition de trouver un point de vente commun géré par une personne dédiée.

Bien que le projet de création d'une unité de transformation existe depuis longtemps, il n'a pas encore été réalisé. Un producteur de manioc biologique a déjà un projet en ce sens, ce qui montre la volonté des producteurs de s'engager dans la transformation locale.

DES DISTRIBUTEURS COMME LE GROUPE CRÉO SOUHAITENT VALORISER LES PRODUITS LOCAUX EN CIRCUITS COURTS

Le groupe Créo, principalement actif en Martinique, avec une présence réduite en Guyane et en Guadeloupe, fonctionne de manière similaire à un grossiste. Doté d'une équipe d'acheteurs approvisionneurs, il gère à la fois les produits d'importation et les produits locaux, opérant en flux tendu pour maintenir un stock zéro, particulièrement pour les produits locaux déstockés quotidiennement afin de garantir une fraîcheur maximale. Créo s'appuie sur un modèle de hard discount, avec des magasins sous l'enseigne Pli bel price (anciens Leader Price). Le groupe compte 18 magasins sous format supermarché répartis dans diverses communes de Martinique, approvisionnés centralement via une plateforme au Lamentin. Cette centralisation permet de contrôler la fraîcheur et la qualité des produits, faciliter les facturations, et maintenir le flux tendu. Créo est l'un des deux groupes en Martinique, avec SAFO-Carrefour, à utiliser une telle plateforme logistique.

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

B. Les circuits courts et de proximité

Etat des lieux et dynamiques actuelles

En collaboration avec des producteurs, coopératives, et grossistes, Créo favorise les partenariats directs avec les producteurs locaux pour éviter les ruptures de stock et contrebalancer le manque de produits locaux par des importations. Lors des bonnes saisons, les produits locaux représentent 45-50 % de l'approvisionnement en février et environ 40 % le reste de l'année. Depuis deux ans, Créo a établi des partenariats directs avec des producteurs pour assurer la continuité des livraisons, visant une autonomie de 60-70 % via ces partenariats, le reste étant couvert par les coopératives.

Les produits locaux principaux incluent laitues, tomates, et concombres, bien que la production de laitues et de tomates soit entravée par le climat et les maladies depuis deux ans. Les concombres sont approvisionnés presque entièrement localement, tandis que 90 % des tomates sont importées, la filière locale étant quasi inexistante. Créo importe également des tomates, melons, courgettes, pastèques, et avocats de la Guadeloupe, de Saint-Domingue, et de l'Amérique du Sud pour compléter l'offre locale insuffisante.

Le groupe collabore aussi avec une dizaine de producteurs en agriculture biologique, bien que le volume reste limité, et met en avant le bio avec trois magasins Naturalia spécialisés.

"On manque de visibilité à plus de 2-3 semaines. On préfère avoir 5 producteurs qui livrent tous les jours que 50 qui livrent une fois tous les 6 mois" Directeur achats fruits et légumes, groupe GMS.

DU MERCREDI 10 AU DIMANCHE 14 AVRIL 2024

CaraiibesPrice

FRUITS & LÉGUMES

<p>MARTINIQUE</p> <p>CŒUR MARTINIQUE</p> <p>0€99</p> <p>LE KILO</p> <p>CHRISTOPHINE</p> <p>CAT 2</p>	<p>MARTINIQUE</p> <p>CŒUR MARTINIQUE</p> <p>3€99</p> <p>LÉGUMES PÂTÉ EN POT</p> <p>CAT 2</p> <p>400 G</p> <p>Soit 9,99€ le kg.</p>
<p>MARTINIQUE</p> <p>CŒUR MARTINIQUE</p> <p>1€49</p> <p>LA BOTTE</p> <p>CÉLERI</p> <p>CAT 2</p> <p>1 KILO</p>	<p>MARTINIQUE</p> <p>CŒUR MARTINIQUE</p> <p>1€79</p> <p>LE KILO</p> <p>MELON</p> <p>CAT 2</p>

Communication du groupe Caraiibes Price mettant en avant les fruits et légumes locaux. Source : Caraiibes Price

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

B. Les circuits courts et de proximité

Etat des lieux et dynamiques actuelles



MIGAN une entreprise de transformation et de distribution de produits locaux

MIGAN est une entreprise de transformation et de distribution spécialisée dans la vente en ligne de produits frais et dont près de 98 % proviennent de producteurs locaux. L'entreprise a été créée en 2016 et travaille en direct avec les producteurs pour garantir la qualité et les pratiques durables. En parallèle, MIGAN dispose d'un atelier de transformation où les produits bruts sont valorisés, tout en proposant des ateliers de cuisine des produits. Leurs principaux clients sont les restaurateurs et ils envisagent de travailler avec la restauration collective. Ils encouragent les produits issus de l'agriculture biologique ou raisonnée, et ont déjà collaboré avec le label du PNR Mouton martiniquais pour promouvoir des filières durables et cohérentes. L'entreprise souhaite augmenter la transformation de fruits et légumes, mais fait face à des difficultés en termes de régularité d'approvisionnement de la part des producteurs et des coopératives.



Affiches de communication de MIGAN. Source : MIGAN

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

B. Les circuits courts et de proximité

A RETENIR

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les communes proposent une offre alimentaire complète • La moitié des communes possède au moins 1 GMS • Toutes les communes possèdent un marché communal • Les exploitations agricoles pratiquent majoritairement (65 % des exploitations) la vente en circuits courts • Les types de points de vente en circuits courts sont variés (à la ferme, à des détaillés, sur les marchés...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Taux d'équipement des ménages plus faible qu'au niveau national • Une dépendance des ménages aux véhicules pour l'accès à l'alimentation • Manque d'un recensement exhaustif des exploitations qui vendent en circuits courts • Manque de mutualisation des outils et de communication entre les acteurs valorisant les produits locaux • Manque d'un outil commun de transformation pour la valorisation des produits locaux • Manque d'un point de vente mutualisé (local frais) • Manque d'un marché de producteur dans le Sud, notamment au niveau de la côte Atlantique
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Demande croissante des consommateurs pour des produits locaux • Des producteurs souhaitent valoriser leur production par la transformation • Des distributeurs développent des partenariats avec des producteurs locaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Les marchés communaux sont en déclin : les producteurs manquent de temps et d'énergie pour vendre sur les marchés • La production informelle (enjeux sanitaires et de traçabilité) • Une tendance à la diminution de la vente en circuits courts • Diminution de la vente de paniers de fruits et légumes depuis la crise Covid

PISTES DE SOLUTIONS PROPOSÉES PAR LES ACTEURS

- Recensement des producteurs en circuit court
- Création d'un outil commun de transformation des produits locaux pour ajouter de la valeur à la production locale, renforcer les circuits courts et l'autonomie des producteurs
- Création d'un point de vente mutualisé, un lieu central où les consommateurs pourraient accéder à une large gamme de produits locaux, pour faciliter l'accès à une alimentation de proximité et dynamiser les ventes
- Création d'un marché de producteurs dans le sud (côte Atlantique ?) pour revitaliser la vente sur marchés
- Redynamiser les marchés communaux en les rendant plus attractifs et en facilitant la participation des producteurs ?
- Améliorer l'accessibilité aux produits locaux, en proposant des solutions de mobilité ou de livraison pour les ménages non motorisés

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

C. Restauration commerciale, gastronomie et tourisme

Le rôle fort du tourisme et la restauration commerciale dans le Sud Martinique

L'ESPACE SUD, COEUR TOURISTIQUE DE LA MARTINIQUE

	CAP NORD	CACEM	CAESM	TOTAL
HÉBERGEMENT	19,3	9,3	71,4	100
RESTAURATION	14,8	41,7	43,5	100
TRANSPORT	27,0	42,3	30,6	100
LOCATION VÉHICULES TERRESTRES	18,5	44,0	37,4	100
LOCATION VÉHICULES NAUTIQUES	8,9	17,9	73,2	100
ANIMATION-LOISIRS	19,4	25,7	54,9	100
LOGISTIQUE VOYAGES	11,9	59,5	28,6	100

Répartition des établissements par zone géographique (en %). Source : Recensement des activités touristiques de la Martinique, année 2018, CTM

La CAESM réunit plus de la majorité des établissements touristiques – tous établissements confondus – de la Martinique : 59,7 % y sont situés. Les établissements d'hébergement sont à 71,4 % situés dans le périmètre de la CAESM. L'hébergement constitue le premier secteur touristique de la CAESM tandis que la restauration dans l'Espace sud représente 43,5 % de l'offre de restauration en Martinique.

DES COMMUNES EMBLÉMATIQUES DE L'OFFRE TOURISTIQUE DU SUD MARTINIQUE

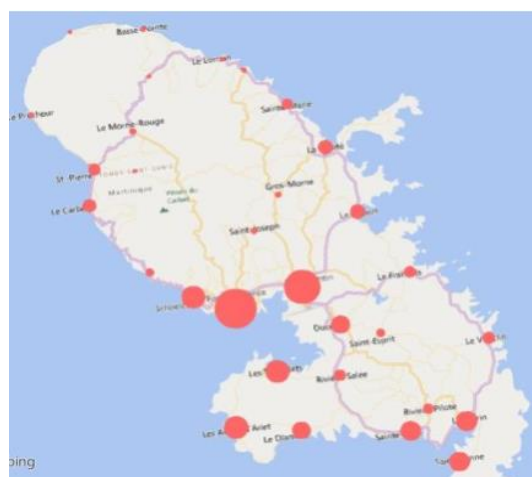
Avec 492 établissements touristiques, Trois-Ilets est la *première commune* touristique de la Martinique, suivie de Fort de France et de Sainte-Anne ; ces deux dernières villes totalisant chacune 379 établissements. La commune des Trois-Ilets est également la plus dotée en établissements d'hébergement (16,9 % de la totalité des 2 044 établissements d'hébergement) et d'Animation-Loisirs (14,1 % de la totalité des 505 établissements d'Animation-Loisirs).

L'IMPORTANCE DES RESTAURANTS

- 230 restaurants pour 4 323 tables (53,7 % de l'offre martiniquaise)
- 16 453 couverts (31,9 % de l'offre martiniquaise)

Quelques données de 2018 caractérisant le nombre important d'établissement de restauration dans les villes du sud :

- Anses d'Arlet : 49 établissements
- Le Marin : 38 établissements
- Saint-Anne : 36 établissements
- Sainte-Luce : 36 établissements
- Trois îlets : 49 établissements



Répartition des établissements de restauration par commune. Source : Recensement des activités touristiques de la Martinique, année 2018, CTM

La restauration commerciale reste soumise à la saisonnalité du tourisme. Les restaurateurs réalisent la majorité de leur chiffre d'affaires en haute saison. La gastronomie locale trouve échos dans les demandes touristiques, la restauration commerciale est ainsi un levier de valorisation des produits locaux.

L'approvisionnement est souvent une préoccupation importante pour les restaurateurs qui alternent selon les disponibilités entre produits locaux via les coopératives, les interprofessions ou des artisans de bouche, et entre produits de la GMS potentiellement importés. L'approvisionnement en poisson apparaît comme le plus complexe.

Données issues du Recensement des activités touristiques de la Martinique 2018 de la CTM. Ces données sont anciennes et antérieures à la crise COVID qui a fortement touché le secteur du tourisme dont la restauration.

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

C. Restauration commerciale, gastronomie et tourisme

Des lieux identifiés, connus et valorisés

L'INCONTOURNABLE SPIRITOURISME

La production de rhum a profondément évolué ces dernières années avec notamment la fermeture de distilleries et l'apparition de distilleries fumantes (productrices) et de distilleries non fumantes (non productrices).

Néanmoins, le rhum reste source de tourisme : environ 600 000 visiteurs ont fréquenté les quinze sites martiniquais de la filière ouverts au public d'après la DAAF en 2019.

La distillerie agricole, considérée comme en voie de disparition, semble aujourd'hui répondre à une attente aussi bien pour les touristes qui visitent la Martinique que pour les résidents. On retrouve plusieurs sites liés au rhum sur la CAESM : maison de la canne, Distillerie La Mauny, Distillerie A 1710 (Habitation du Simon) et l'Habitation Clément. Cette dernière est gérée par la *fondation Clément* qui se compose d'un centre d'interprétation du rhum et d'un musée d'art contemporain. L'Habitation Clément est le lieu touristique le plus fréquenté en Martinique.

LE DEVELOPPEMENT DE NOUVELLES STRUCTURE D'AGROTOUTISME

En dehors du spiritourisme, la Chambre d'agriculture a publié un guide *Agrotourisme Martinique* en 2024 pour valoriser une forme alternative de tourisme. On retrouve 12 lieux mis en avant dont 5 sur le territoire de la CAESM. Chacun propose des activités variées :

- Eco-lodges domaine de Puyferrat : hébergement et ventes de produits à la ferme
- La Ferme attitude : hébergement, visites pédagogiques, bien-être
- Les saveurs de Wael : restauration, visites pédagogiques, ventes de produits à la ferme
- Le jardin de la santé : restauration, visites pédagogiques, ventes de produits à la ferme
- La distillerie A 1710 : visite pédagogique, vente de produits à la ferme



Stratégies de développement en spiritourisme mises en œuvre par quelques distilleries.

Source : Yves-Marcelle Richer, « La Martinique : de l'île sucrière à l'île-terroir », Géoconfluences, juillet 2021.



Agrotourisme en Martinique. Source : Chambre d'Agriculture 2024

De nombreux producteurs interrogés au cours du diagnostic ont fait part de **leur volonté de développer une activité d'accueil du public** afin d'avoir une source de revenu complémentaire et de faire connaître leur métier et les productions locales. Certains réfléchissent à s'associer à des distilleries ou d'autres structures à proximité afin de proposer des parcours. Certains sont en demande d'accompagnement et de soutien notamment pour des outils de communication et des infrastructures.

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

C. Restauration commerciale, gastronomie et tourisme

Une volonté publique de valoriser le patrimoine alimentaire

DES INITIATIVES PUBLIQUES MULTIPLES POUR VALORISER LE PATRIMOINE

La **Cité du Goût & des Saveurs** de Martinique est une marque créée par la Chambre des Métiers et de l'Artisanat (CMA) Martinique. Elle vise à valoriser le patrimoine alimentaire local à travers deux leviers :

- Accompagner les artisans des métiers de bouche et des acteurs de l'alimentaire.
- Accompagner les territoires dans la modélisation et la mise en œuvre de leur stratégie alimentaire en axant les retombées économiques sur les acteurs locaux.



L'ADEME investit également ces questions à travers un **fond Tourisme Durable**. Au travers de son partenariat avec les Chambres de Commerce (et les offices de tourisme, à la Réunion), l'ADEME propose aux restaurateurs et hébergeurs de bénéficier d'un diagnostic environnemental gratuit ainsi que d'un plan d'action personnalisé dans l'objectif d'aider l'établissement à aller plus loin dans ses démarches. Sur cette base, les restaurateurs et hébergeurs pourront ensuite déposer une demande de financement ADEME visant à la mise en œuvre de ce plan d'action.

Le fond vise plus précisément les objectifs suivants :

- Réduire et maîtriser les coûts fixes liés aux consommations d'énergie et d'eau, à la production de déchets et à la valorisation des biodéchets, ou au gaspillage alimentaire ;
- Contribuer à la transition agricole et agroalimentaire grâce au développement de circuits courts de proximité et de qualité ;
- Accompagner les petits investissements dans le cadre de l'économie circulaire ou de l'adaptation au changement climatique ;
- Sensibiliser et former fournisseurs, salariés et clients aux principes du tourisme durable.



Savourez le Nord

CAP Nord, avec l'UMIH, promeut également la gastronomie locale à travers l'opération **Savourez le Nord**. Elle a pour objectif d'assurer la visibilité des restaurateurs du Nord, de renforcer l'attractivité du territoire par la gastronomie ou encore d'inciter la population locale à découvrir les restaurateurs de leur environnement en profitant de l'intersaison touristique.



La route des fermes bio

Cet événement invite toutes les générations à découvrir ou redécouvrir le patrimoine agricole et culinaire de la Martinique. La deuxième édition a été lancée le 3 août 2024 à Saint-Anne. Initiée par le *Domaine de la Chabet* et *Tonton Léon*, La route des fermes bio se traduit par des visites de fermes, des conférences sur l'alimentation et des démonstrations de cuisine locale.

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

C. Restauration commerciale, gastronomie et tourisme

Une volonté publique de valoriser le patrimoine alimentaire

DES INITIATIVES PUBLIQUES MULTIPLES : MARQUE, FOND, PLAN

La CAESM dispose de plusieurs **plans stratégiques** intégrant des enjeux relatifs au patrimoine alimentaire.

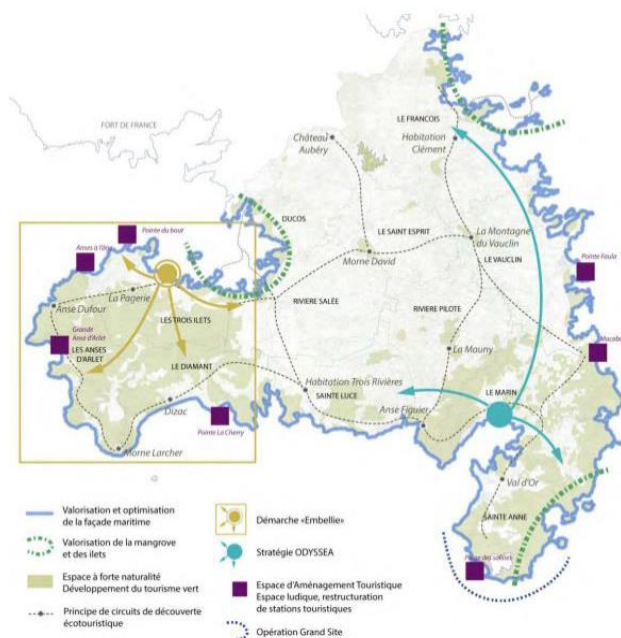
- Le SCoT de la CAESM a prévu un schéma d'optimisation touristique.
- Le CCT 2019-2022 a fait de l'investissement dans les filières porteuses son second axe stratégique, en articulation avec les orientations du schéma régional de développement économique, d'innovation et d'internationalisation (SRDEII) de la CTM ainsi que le Plan Biodiversité. A cet égard, la valorisation des ressources touristiques est un objectif fort de la CAESM.

Concrètement, il s'agit de structurer l'offre autour de filières d'excellence (spiritourisme et valorisation du patrimoine gastronomique), améliorer la compétitivité de l'offre touristique pour faire face à un environnement concurrentiel local et international.

A ce titre, le site de l'Habitation Clément est celui qui enregistre la plus grande fréquentation touristique sur l'île et la valorisation de sites remarquables comme les îlets du François participent à la diversification de l'offre touristique.

Plusieurs autres instruments existent pour financer des aménagements touristiques, comme le **programme Petites villes de demain** qui finance un certain nombre d'actions : la construction d'un centre multi-activités (Trois-Îlets), l'embellissement des devantures commerciales (Rivière-Pilote), la politique d'accompagnement des commerçants (Saint-Esprit), une signalétique touristique (Trois-Îlets), la réhabilitation du marché couvert de Rivière-Pilote inscrit à l'inventaire des monuments historiques, un parcours d'interprétation aux Roches gravées à Sainte-Luce.

La CAESM a porté récemment un projet de réhabilitation du Moulin Val d'Or à Sainte-Anne.



Les objectifs en matière d'économie touristique de la CAESM. Source : ADUAM-DBW-TETRA

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

C. Restauration commerciale, gastronomie et tourisme

Au-delà des structures établies, une place limitée pour l'artisanat et les productions de niche

L'ARTISANAT, UN MODÈLE D'ENTREPREUNARIAT FAIBLEMENT DEVELOPPÉ

D'après la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, s'il n'existe pas de chiffre précis, l'artisanat est peu présent dans le champ alimentaire. Les professionnels estiment à environ 1 000 / 1 500 le nombre d'entreprises d'artisanat dans le domaine de l'alimentaire, et que l'ensemble ne dépasse pas 10 % de l'artisanat à l'échelle martiniquaise.

L'ARTISANT AU SERVICE DE PRODUITS HAUT DE GAMME

Le développement de l'artisanat s'observe récemment dans la commercialisation de produits haut de gamme. Les exemples promus par la Chambre d'agriculture dans guide *Agrotourisme Martinique* en 2024 s'adressent à des publics aisés. On peut y ajouter la Maison du manioc ou Cerise peyi déjà cités et qui tentent d'allier gastronomie et développement économique, également à destination des consommateurs aisés.

UNE TENTATIVE D'APICULTURE

La Ville de Saint-Esprit a lancé un projet d'atelier-chantier d'insertion (ACI) autour de la production de miel. Faute de terre publique disponible, le projet n'a pas pu aboutir, un ACI ne pouvant pas se dérouler sur des terrains privés.

D'autres projets non aboutis pour le moment ont été rapportés : café, cacao, épices, ketchup local, etc.

LE MARCHÉ DES GLACES ARTISANALES SATURÉ

De nombreux artisans ont investi ce marché car ce dernier est peu coûteux à travailler. Il est désormais décrit comme saturé par la CMA. Celle-ci conseille aux porteurs de projets de s'orienter vers d'autres niches comme les plats traditionnels, même si les investissements de départ sont plus conséquents.

A RETENIR

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">Le sud, terre d'accueil du tourismeUn nombre important de restaurants et d'hébergementsUne richesse gastronomique reconnueLe spiritourisme en fer de lance	<ul style="list-style-type: none">Au-delà du spiritourisme, des structures de niches et haut de gamme peu accessiblesUn secteur fragilisé par la crise Covid
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none">Des initiatives individuelles et des volontés d'innover à soutenirRedorer l'image de la gastronomie auprès des martiniquais notamment des jeunes	<ul style="list-style-type: none">Une activité fluctuante au grès des saisons touristiquesUne image dégradée de la gastronomie pouvant être perçue comme passéiste

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

D. La restauration collective

Chiffres clés

MARTINIQUE



- **93** collèges et lycées.
- **439** cantines (Ma-cantine).
- **33 %** des produits consommés proviennent de Martinique et **66 %** proviennent des grossistes (produits importés).
- **15 millions** de repas/an (Gréguin-Gresh et Angeon, CIRAD & INRAE, 2022), **dont 9,6 millions de scolaires** et **5,7 millions** pour les établissements de santé, repas sociaux, militaires et de détenus.
- Des achats de denrées alimentaires estimées à **9,1 M €/an** pour un volume de denrées de **3 272 t/an** (Gréguin-Gresh et Angeon, CIRAD & INRAE, 2022).



CAESM

- **3 cuisines centrales** sur le territoire (Ducos, Rivière Pilote, Rivière Salée), toutes gérées par la SPL SOGES qui livre les réfectoires des écoles maternelles et primaires, soit **63 pôles** ou réfectoires.
- Livre **1,2 millions** de repas / an.
- Produit **8 500** repas/ jour.
- **571 t/an** de denrées achetées dont **39 %** en local.

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

D. La restauration collective

Éléments généraux du fonctionnement de la restauration collective à l'échelle nationale

UN MODE DE RESTAURATION À CARACTÈRE SOCIAL

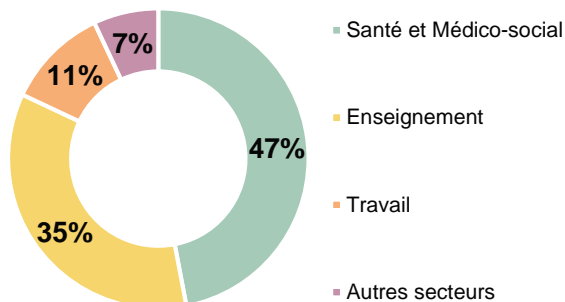
Pour rappel, la Restauration Hors Domicile (RHD) représente environ 20 % des volumes consommés par les Français. Au sein de la RHD, la Restauration Collective (RC) représente 50 % des volumes consommés (et seulement 24 % de la valeur). La RC se distingue par **son caractère social**, qui vise à produire un repas aux convives à un prix modéré. En Martinique, près des trois-quarts des élèves déjeunent à la cantine (Bazinet, 2021).

LES 4 GRANDS SEGMENTS DE LA RESTAURATION COLLECTIVE

Le graphique ci-après illustre les **quatre** grands **segments** que couvre la restauration collective :

- **La restauration scolaire** : comprend les établissements de la maternelle à l'enseignement supérieur (crèche, maternelle, primaire, collège, lycée, université). Ce segment constitue 35 % des établissements.
- **La restauration médico-sociale** : hôpitaux, EHPAD, Résidences Autonomie, portage de repas... Ce segment constitue 47 % des établissements.
- **La restauration d'entreprise** : restaurants administratifs et d'entreprise ; Ce segment constitue 11 % des établissements.
- **Autres** : centre de vacances, armée, prison... qui représente 7 % de la restauration collective.

Source : Réseau RestauCo, 2020



DEUX GRANDS MODES D'EXPLOITATION

Deux grands modes de gestion régissent la restauration collective :

- La **gestion concédée ou déléguée** à un prestataire, une Société de Restauration Collective (SRC). Ce mode d'exploitation représente 40 % des établissements.
- La **gestion directe ou autogestion** : gérée par la collectivité ou l'établissement, elle représente 60 % des établissements.



40 %



60 %

La gestion directe est fortement implantée pour les établissements de la Santé-Médicosocial et de l'enseignement : deux secteurs à dominante publique.

Répartition des différents segments de la restauration collective. Source : réseau RestauCo, 2020

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

D. La restauration collective

Éléments généraux du fonctionnement de la restauration collective à l'échelle nationale

TROIS MODALITÉS DE FONCTIONNEMENT DES CUISINES

Trois grandes modalités de fonctionnement des cuisines sont identifiables :

- **Les cuisines sur place**, qui sont des établissements qui fabriquent des repas consommés exclusivement sur place ;
- **Les cuisines centrales**, qui sont des établissements dont une partie au moins de l'activité consiste en la fabrication de préparations culinaires destinées à être livrées, soit à au moins un restaurant satellite, soit à une collectivité de personnes à caractère social. Elles bénéficient d'un agrément sanitaire ou d'une dérogation à cet agrément sanitaire ;
- **Les restaurants satellites**, qui sont des « établissements ou locaux aménagés desservis par une cuisine centrale ». Les restaurants satellites peuvent fabriquer certaines fractions de repas sur place.



La SOGES : Société de Gestion d'Équipements du Sud. Source : Outremer 360°

RAPPELS DES EXIGENCES DE LA LOI EGALIM ET DE LA LOI CLIMAT ET RÉSILIENCE

La loi EGALim promulguée en novembre 2018 et la loi Climat et Résilience promulguée en août 2021, impactent le fonctionnement de la restauration collective par différentes mesures : plus de produits de qualité et durables dans les approvisionnements, lutte contre le gaspillage alimentaire, diversification des sources de protéines et menus végétariens, substitution des plastiques, information des convives.

Entrées en vigueur 1^{er} janvier 2022 pour les établissements publics, et au 1^{er} janvier 2024 pour la restauration collective, privée, ces lois encadrent :

- La qualité des denrées constituant les menus : les repas doivent comporter au moins **50 % de produits de qualité** et durables (i.e. Label Rouge, AOC/AOP, IGP, HVE, Produits fermiers, etc.), dont au moins **20 %** issus de **l'Agriculture Biologique**. Il est à noter que les **produits locaux**, ou en tout cas le critère « produit local », ne fait pas partie des produits de qualité tels que définis par la loi EGALim.
- Les restaurants collectifs scolaires de la maternelle au lycée, publics ou privés, doivent également proposer au **moins une fois par semaine un menu végétarien** depuis le 1^{er} novembre 2019.
- Depuis le 1^{er} janvier 2024, la loi climat et résilience fixe à au moins **60 %** la part de produits durables et de qualité pour les **viandes et les poissons**, avec un taux porté à **100 %** pour la restauration collective de l'Etat.

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

D. La restauration collective

Éléments généraux du fonctionnement de la restauration collective à l'échelle nationale

Pour les DROM, les exigences sont adaptées pour tenir compte de leurs conditions insulaires particulières. Jusqu'à 2025, les approvisionnements doivent atteindre 20 % pour les produits de qualité dont 5 % de bio. Ce pourcentage passera à 35 % pour Egalim et 10 % pour le bio en 2029. Les DROM devront être à 50 % de produits Egalim dont 20 % de bio en 2030.

La loi EGAlim rend obligatoire **l'inscription et le reporting (télé-déclaration)** des achats sur la plateforme « **Ma Cantine** » : il s'agit d'un outil développé par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire (MASA) et la Direction interministérielle du numérique (DINUM). Il vise à offrir toutes sortes de ressources documentaires sur le sujet, mais surtout, permet le reporting des données d'achat de chaque cantine inscrite sur la plateforme, dans un objectif de suivi des atteintes de la loi EGAlim.

Par ailleurs, la nouvelle instruction technique de la labellisation de niveau 2 exige que le suivi des actions du PAT dans le domaine de la restauration collective inclue l'indicateur suivant : 100 % des restaurants collectifs sous la responsabilité du porteur de PAT inscrits sur « ma cantine », et ayant télédéclaré à partir de 2025.

A ces égards, les PAT sont des outils particulièrement intéressants pour travailler sur le développement des approvisionnements en produits durables et de qualité des restaurants collectifs des territoires.

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

D. La restauration collective

Etat des lieux et dynamiques actuelles

SUR LA CAESM, LA RESTAURATION COLLECTIVE, UNE COMPÉTENCE INTERCOMMUNALE

C'est en 2014 que la compétence de restauration collective a été instaurée à l'échelle intercommunale. La SPL (Société de Gestion d'Équipements du Sud), créé en 2016, met en commun les moyens matériels, humains, financiers et d'ingénierie territoriale pour la production et la livraison de repas des 12 communes de la CAESM. Elle a permis la rationalisation de la production, l'amélioration de la qualité et de la traçabilité des denrées. La SPL travaille avec une diversité de fournisseurs : organisation de producteurs, centrales d'achat, grossistes et producteurs indépendants.

L'existence de cette organisation à l'échelle intercommunale facilite l'établissement de relations commerciales auprès de fournisseurs locaux, grâce à la formalisation d'une demande centralisée et de l'existence d'un interlocuteur unique, identifié par les fournisseurs.

DES DÉMARCHES D'APPROVISIONNEMENTS LOCAUX MAIS DES DIFFICULTÉS D'ACCÈS À DES PRODUITS EGALIM

Sur l'année 2023/2024, près de 39 % des volumes (en valeur et tonnages) de denrées achetées par la SPL sont d'origine locales (bruts ou fabrication locale). Les principales productions achetées localement sont les produits laitiers, tandis que des démarches ont été enclenchées pour formaliser les fruits et légumes. Des initiatives dans les marchés publics facilitent l'approvisionnement auprès des producteurs locaux en jouant sur un allotissement fin pour tenir compte de la réalité locale et pour un usage facilité de la théorie des mini et petits lots.

L'atteinte des objectifs EGALIM en matière de produits de qualité restent néanmoins très faibles (4% de produits rentrant dans les critères, dont 0,82 % de bio), étant donné la faible disponibilité de l'offre locale en produits labellisés et leur surcoût, notamment pour la production certifiée agriculture biologique.

Différents freins à l'approvisionnement local et à l'atteinte des objectifs EGALIM ont été relevés au cours des entretiens. Du côté des **acheteurs**, on relève :

- Un manque de visibilité et d'organisation de l'amont qui ne permet pas d'avoir accès à une offre massifiée, régulière ;
- Un manque de diversité dans la déclinaison des produits locaux proposés (poudre, purée, lyophilisé, etc.) ;
- Une absence de standardisation sur certains produits rendant difficile la transformation en cuisine ;
- Une part négligeable de productions certifiée pouvant rentrer dans Egalim ;
- Des outils des agro industriels, notamment sur les produits carnés, qui n'adaptent pas leur prestation de découpe et de conditionnement aux attentes du marché de la restauration collective.

Du côté **des fournisseurs**, notamment des producteurs locaux :

- Un manque de trésorerie des petites exploitations freinant les capacités à fournir ce type de marché qui implique des délais de paiements relativement longs ;
- Des volumes qui peuvent être considérés comme trop importants pour la majorité des structures indépendantes ;
- Des démarches administratives souvent considérées comme trop lourdes pour les producteurs et en décalage avec leurs niveaux d'organisation et de professionnalisation.

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

D. La restauration collective

Etat des lieux et dynamiques actuelles

LABEL RUP, UN LABEL PERMETTANT DE VALORISER LA PRODUCTION LOCALE ET RENTRANT DANS LE CADRE D'EGALIM

Le label RUP peut constituer un levier majeur pour développer l'approvisionnement en produits de qualité d'origine locale, mais ce dernier est très peu connu des producteurs et des acheteurs. Le cahier des charges du label RUP implique une double exigence d'origine et de qualité. Les cahiers des charges sont définis localement pour chaque produit et doivent intégrer des critères en lien avec les caractéristiques du produit, les modes de production, les modes de conditionnement ou de fabrication, l'étiquetage, etc. Il constitue un levier fort pour favoriser la production locale tout en rentrant dans les exigences légales EGALIM. Les demandes d'agrément sont soumises à l'avis du COSDA (DAAF) et sont validées par arrêté préfectoral. A ce jour, il existe **13 produits végétaux** bruts agréés pour ce cahier des charges en Martinique, avec comme seuls opérateurs agréés BANAMART et la Coopérative Horticole de Martinique. Pour les produits animaux, on retrouve le poulet standard « type certifié » de Martinique (MADIVIAL), la viande bovine de Martinique (CODEM), et la viande de porc martiniquaise (MADIVIAL, COOPMAR, SOTRADEV).

DES EFFORTS À POURSUIVRE SUR LES QUESTIONS D'ÉDUCATION ALIMENTAIRE

La question de l'éducation au goût relève de la responsabilité des caisses des écoles qui assurent la distribution des repas aux convives. Dans ce cadre, elles organisent mensuellement des activités pédagogiques avec des menus à thème. Ce genre d'initiatives restent à la discrétion des équipes pédagogiques des écoles et ne sont donc pas généralisées à l'ensemble du territoire.

Du côté de la SPL, la SOGES a initié son calendrier d'animations dédié aux produits locaux, avec « le manioc gourmand », en association avec Cerise Pays,

Sur le **gaspiillage alimentaire**, la SPL a entrepris plusieurs actions dont notamment l'utilisation d'un logiciel de gestion des productions, l'encouragement des animations dans les satellites, la mise en place de conventions de dons de repas, l'ajustement régulier des grammages en fonction des menus et la modification des menus de façon régulière.

Rentrée SCOLAIRE! MENU SEPTEMBRE

Semaine	Lundi	Mardi	Mardi	Vendredi
1	Melons ou pastèque Frites de choucroute Lentilles / Patates douces Petit Blou	Salade de concombres Boulettes de bœuf Semoule Riz	Arnauds froids Riz de poulet rôti Purées de légumes Clafoutis	Velouté de gréjon Bolognaise végétale Spaghettis / nouilles éponge Bolognaise dessert
2	Fromage portion Sauces de volaille Petits pois / carottes Clafoutis	Salade de tomates Chili végétal / riz Vermicelles au lait	Bertheaux vinaigrette Colombo de porc Ignames Légumes	Fromage portion Poisson ou foux sauce tomate Riz ou gréjon Coteau à la banane
3	Arnauds froids Bolognaise de bœuf Spaghettis ou nouilles Madelaine	Salade de concombres Colombo de thon Riz Yaourt	Cudrilles Bœuf bouillonnant Bolognaise sautes Clafoutis	Velouté de légumes Raviolis aux légumes Riz ou gréjon Coteau à la confiture ou au miel
4	Cudrilles Poisson ou saignons Hachis blanc à la tomate Yaourt	Salade coleslaw/gouda Frites de poulet Purées Moules au chocolat	Couffes de porc Couscous d'agneau Semoule Riz ou coco	Clafoutis macarons / cudrilles Pâtes à la crème et au fromage Coteau, patates douces

LE SAVIEZ-VOUS ?
Label RUP ?
 C'est un label qui certifie la qualité supérieure des produits - des régions ultrapériphériques de l'Union européenne.
 Ce dispositif permet une identification auprès des consommateurs et valorise les productions locales.
Un gage de qualité.

Retrouvez sur votre menu LES MACARONS

Recette Maitzen

Menu des écoles maternelles et élémentaires de l'Espace-Sud, mettant en avant les produits RUP septembre 2024 – Elaboration : SOGES

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

RECENSEMENT DES ACTIONS DE L'ESPACE SUD

Tous sujets confondus pour le chapitre *distribution alimentaire*

Actions	Service/Direction
Défi familles : sous-programme Lutte contre le gaspillage alimentaire en restauration collective > formation des chefs & création de recettes	Service Milieux naturels et énergie
Financement de projets via LEADER : loto manioc, Boucherie Peyi aux Trois Ilets, Atelier de transformation du chocolat OTANTIK ou encore du Chef Claire-Marie DUBOIS pour sa gamme d'épicerie fine, Volet pédagogique d'une ferme à Ducos,	Service développement rural et agricole
Formation du personnel municipal des restaurants scolaires pour les enjeux Egalim (gaspillage, équilibre alimentaire, menu végétarien) pour faire adhérer les enfants ensuite. Via le plan de relance	Direction des services à la population
Equipement des RC en matériel notamment des gâchis-mètre pour mesurer le gaspillage	Direction de services à la population / SOGES
Construction de la nouvelle cuisine centrale (dont un atelier de transformation / ou légumerie).	Direction de l'aménagement / Direction des services à la population

3. LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE

A RETENIR

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • Une compétence intercommunale facilitant l’approvisionnement auprès des fournisseurs locaux grâce à des volumes massifiés • Une SPL permettant à la CAESM d’avoir un regard sur les stratégies d’achat et d’orienter politiquement celles-ci 	<ul style="list-style-type: none"> • Une faible disponibilité de l’offre locale rentrant dans les critères EGALIM • Une production en agriculture biologique anecdotique et entraînant des surcoûts de repas trop importants • Une production locale peu visible et massifiée
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Un LOGO RUP à valoriser et à faire connaître auprès de la profession agricole • Des démarches d’allotissement initiées par la SPL pour faciliter la réponse des producteurs locaux • Un projet de la CTM pour une plateforme de conditionnement, d’emballage et de commercialisation au service des OP pouvant faciliter le développement des relations commerciales avec les acheteurs publics 	<ul style="list-style-type: none"> • Une réglementation EGALIM inadaptée aux contraintes locales, forçant à privilégier des produits de qualité importés pour rentrer dans les critères imposés

PISTES DE SOLUTIONS ÉVOQUÉES PAR LES ACTEURS

Pour la restauration collective :

- Développer une plateforme numérique type Agrilocal facilitant la rencontre de l’offre et la demande et améliorant la visibilité des acheteurs sur la disponibilité des produits.
- Développer et généraliser des activités pédagogiques d’éducation au goût sur l’ensemble du territoire.
- Se rapprocher des autres EPCI et de la CTM pour mutualiser éventuellement des achats de denrées et ainsi opérer des économies d’échelle.
- Accompagner la profession agricole à calibrer sa production en fonction des attentes de la restauration collective, en termes d’espèces, de variétés, de calibre, conditionnement et de saisonnalité, de certification.
- Sensibiliser les acheteurs publics aux contraintes de la production agricole, et faire échanger les deux corps de métiers sur leurs réalités respectives.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

SURFACES AGRICOLES & SYSTÈMES DE PRODUCTION – (RGA 2020)

- La CAESM représente **35 %** de la Surface Agricole Utile (SAU) martiniquaise, soit **7 707 ha**.
- **936 exploitations** sur la CAESM.
- La SAU représente **16 %** du territoire de la CAESM.
- **63 %** des fermes sont des **micro-exploitations**.
- **57 %** de la SAU est occupée par **des prairies**.

DYNAMIQUES AGRICOLES – (RGA 2020)

- Une perte de **18 %** de la SAU du territoire entre 2010 et 2020.
- **24 %** des exploitations ont disparu en 10 ans.
- Plus de **37 %** des chefs d'exploitations ont **plus de 60 ans**.

FONCIER & ARTIFICIALISATION DES TERRES

- Au moins **8 000 hectares** de friches identifiées sur le territoire martiniquais (DAAF, SAFER – 2022)
- **887 ha** artificialisés entre 2009 et 2021, soit 2,2 % du territoire (0,5 % à l'échelle de la France, 1,7 % à l'échelle de la Martinique) (Observatoire des territoires)

INSTALLATION & TRANSMISSION

- Sur 100 **projets d'installation**, seulement **10** sont accompagnés financièrement (Jeunes Agriculteurs de Martinique).

ENVIRONNEMENT

- **60 %** de la sole martiniquaise serait analysée pour la chlordécone (Chambre d'Agriculture).
- **242 ha** en agriculture biologique, pour **55 exploitations agricoles sur l'Espace Sud** (Agence Bio, 2022).
- **1** seule exploitation en HVE sur la CAESM (Ministère de l'Agriculture, 2024).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

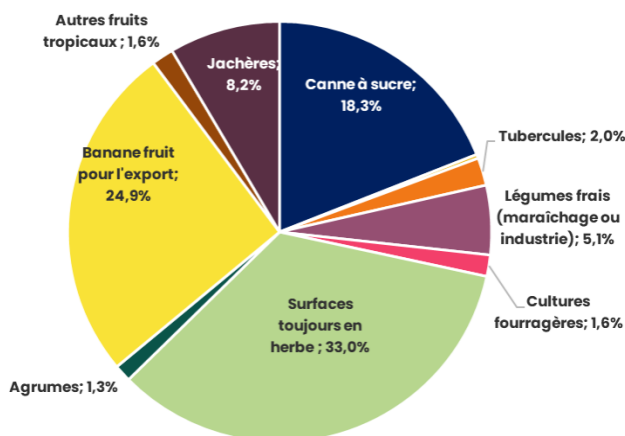
A. Dynamiques agricoles du territoire

A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Le profil agricole du territoire (1/4)

L'AGRICULTURE MARTINICAISE : ENTRE PRODUCTIONS DE RENTE ET SYSTÈMES TRADITIONNELS

Le territoire martiniquais compte **21 894 hectares** de Surface Agricole Utile, soit 20 % de la superficie du territoire. Avec **2 679 exploitations** en 2020, le territoire a perdu 19 % de ses fermes en 10 ans, à l'instar de la Réunion et de la Métropole. Ce sont les petites et micro-exploitations qui connaissent la baisse la plus marquée (-27 %), alors que les exploitations de taille moyenne se développent. La moitié des exploitations valorise une superficie qui n'excède pas 3 hectares alors que seulement 10 % des exploitations cultivent plus de 13 hectares (RGA, 2020).



L'agriculture martiniquaise se caractérise par sa diversité et par la coexistence de différents systèmes de productions : d'export, traditionnel / de diversification ou mixtes. La majeure partie de ses surfaces est dédiée à des productions d'exportation (canne à sucre et banane). La banane constitue la principale culture de rente, couvrant environ 5 859 hectares (RGA, 2020), soit environ 25 % de la surface agricole utile (SAU). **Les surfaces de canne et de banane représentent à elles-deux près de 43 % de la SAU de l'île (RGA, 2020).**

Répartition des principales surfaces agricoles en Martinique (en ha) – Elaboration Soliance Alimentaire - Source : RGA, 2020

UNE PRODUCTION RÉGIONALE RÉPONDANT DIFFICILEMENT AUX ENJEUX D'AUTONOMIE ALIMENTAIRE

En 2020 en Martinique, seulement 2 734 hectares de terres sont destinés à la culture de fruits et légumes dont 1 122 pour les légumes frais, 448 pour les tubercules, et 1164 pour les fruits (hors banane dessert) (RGA, 2020).

Les aides européennes et nationales à l'agriculture

(Montants en milliers d'euros)

FEAGA : POSEI	2018	2019	2020	2021
Actions transversales	163	122	154	167
Mesure en faveur de la filière banane	97 830	98 101	97 314	96 027
Mesure en faveur de la filière Canne/Sucre/Rhum	4 965	6 452	5 319	5 419
Mesure en faveur des productions animales	9 947	14 767	12 654	8 414
Mesures en faveur des productions végétales de diversification	3 957	5 017	3 436	4 502
Régime Spécifique d'Approvisionnement (RSA)	3 550	3 706	4 137	3 995
Total	120 410	128 165	123 014	118 524

Les aides européennes à l'agriculture, Agreste Martinique Mémento 2022 – Sources : ODEADOM / ASP / FranceAgriMer / MASA / MOM / DAAF / MSA / OFB

Historiquement, l'Union Européenne a concentré son appui financier sur les cultures de rente traditionnelles en Martinique, principalement la banane et la canne à sucre. Ces filières ont longtemps bénéficié d'un soutien tant pour la production que pour les investissements. En revanche, *les filières de diversification*, particulièrement dans le domaine végétal, n'ont pas joui du même niveau de soutien pendant de nombreuses années. Ce n'est que récemment que ces cultures ont commencé à recevoir une attention et un appui financier et politique plus importants de la part des institutions européennes et des collectivités locales, soutien qui reste néanmoins minoritaire dans la répartition du POSEI par exemple. En effet, selon le memento Agreste 2022, 4,5 M€ du POSEI ont été alloués pour les productions végétales de diversification contre 96 M€ pour la filière banane en 2021 et 8,4 M€ pour les filières animales (Memento Agreste, 2023).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

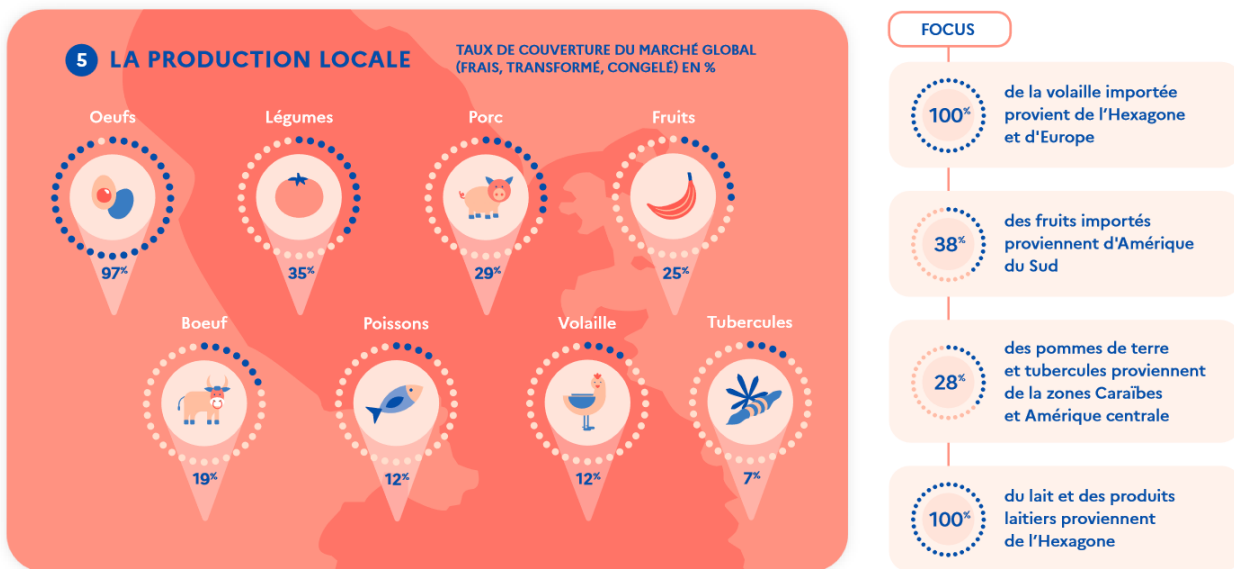
A. Dynamiques agricoles du territoire

A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Le profil agricole du territoire (2/4)

La production fruitière et légumière martiniquaise est le fait d'une nébuleuse de cultures vivrières (héritières des jardins créoles) pratiquées dans des exploitations de petites tailles, dont le nombre a baissé de 29 % sur la même période, expliquant pourquoi la taille moyenne des exploitations a augmenté de 9 % par rapport à 2010 (8,2 hectares) (RGA, 2020). Près de la moitié (43 %) des surfaces agricoles ne sont pas dédiées à de la production pour approvisionner le marché local, entraînant une dépendance forte aux importations, notamment hexagonales.

Le taux de dépendance alimentaire réel aux importations est de 87 %, avec des taux de couverture alimentaire faibles notamment pour les fruits (25 %), légumes (35 %) et tubercules (7 %) (ADEME, 2022).



Taux de couverture du marché global (frais, transformé, congelé) en % - Source : ADEME, Impact environnemental de l'alimentation en outre-mer, focus Martinique, synthèse. 2022

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Le profil agricole du territoire (3/4)

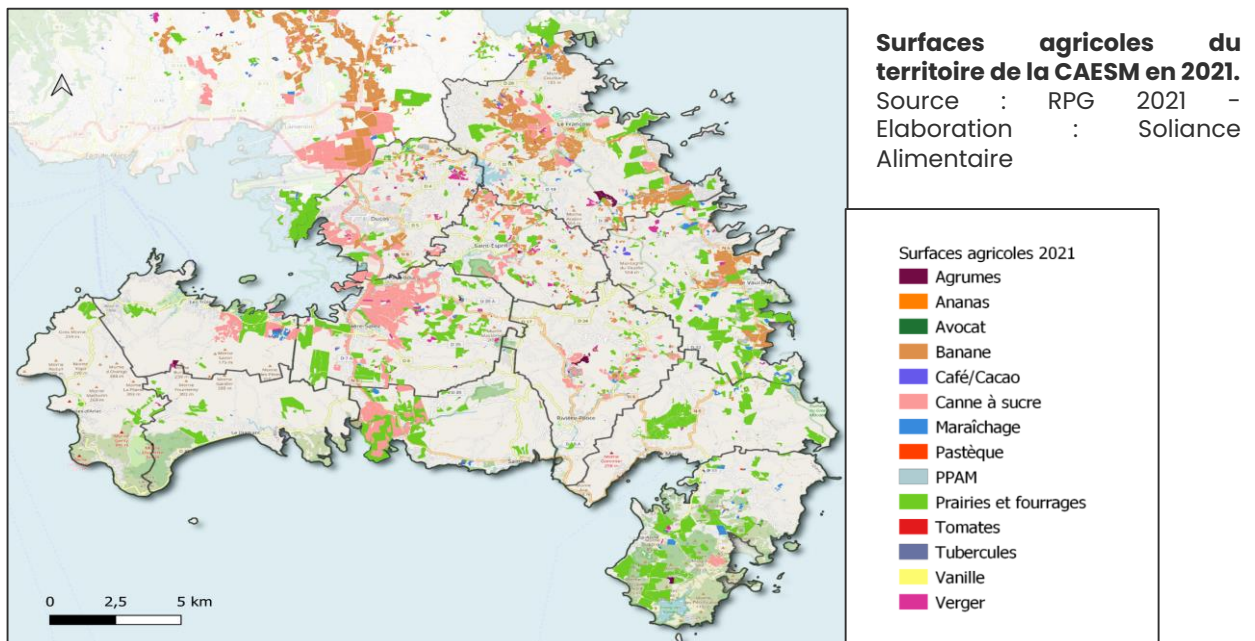
L'ESPACE SUD, TERRITOIRE DE LA DIVERSIFICATION AGRICOLE MARTINIQUAISE

Bien qu'une part relativement faible de la superficie du territoire soit dédiée à l'agriculture (7 707 ha soit 16 % du territoire), la CAESM demeure une zone où l'agriculture joue un rôle significatif. Cette importance se reflète dans le nombre considérable d'exploitations agricoles présentes dans la région (**936 exploitations soit plus d'un tiers du total des exploitations de l'île**) et par le fait que sa SAU représente **35 % de la SAU totale de l'île**. A l'instar des autres régions agricoles de l'île, on retrouve une majorité de micro-exploitations (63 %) et d'exploitations individuelles (86 %) (RGA, 2020).

En matière de systèmes de productions, le territoire est principalement tourné vers le poly-élevage, puisque 53 % du cheptel martiniquais (en UGB) est localisé sur le territoire, avec une prédominance de surfaces en herbe qui occupent 58 % de la SAU.

On y retrouve néanmoins une diversité de productions :

- **Une production de canne à sucre** : sur les communes de Ducos, Rivière-Salée, Rivière-Pilote et Sainte-Luce. La sole cannière occupe une part importante de la SAU (de l'ordre d'un tiers), là où les parcelles sont planes et mécanisables.
- **Production de banane export** : sur la côte Atlantique ayant un profil agricole proche du Centre - Nord Atlantique (Le François, Le Vauclin) et à Ducos.
- **Zones d'élevage** : Sur les communes peu agricoles comme les Anses d'Arlet, le Diamant, le Marin ou dans une moindre mesure les Trois-Ilets, la SAU est composée à plus des deux tiers de surfaces fourragères destinées à l'élevage (bovin et caprin principalement).
- **Production de melons** sur la commune de Sainte-Anne.
- **Production maraîchère** sur de petites surfaces, éparpillées sur toutes les communes.
- **Production d'agrumes** très localisée sur des petites surfaces à Rivière-Pilote, le François, Saint Anne.



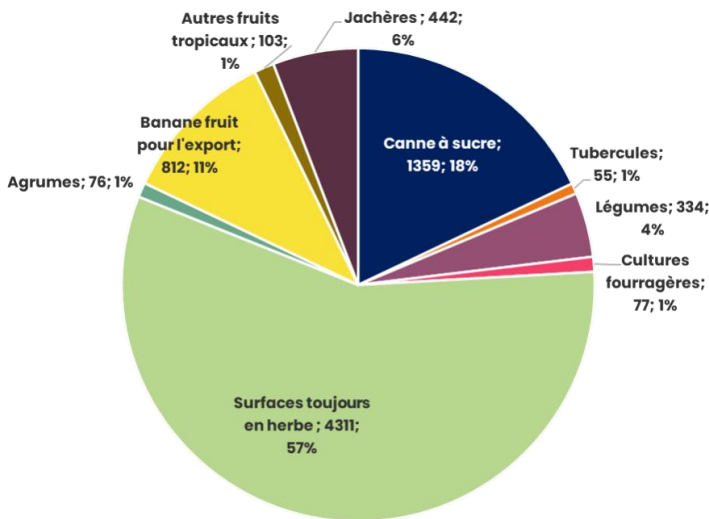
NB : le Recensement Parcelaire Graphique se base sur les déclarations PAC des exploitations agricoles et présente donc des incertitudes.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Le profil agricole du territoire (4/4)

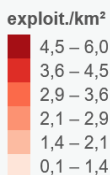
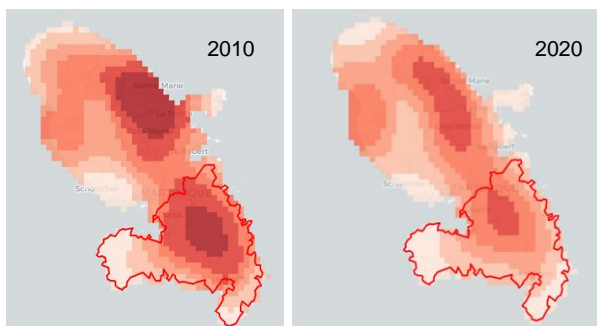


Répartition des surfaces agricoles du territoire de la CAESM (en ha). Source : RGA 2020 - Elaboration : Soliance Alimentaire

Les productions d'export (banane et canne à sucre-rhum) sont bien présentes mais de manière moins importante que dans le Nord (2 707 ha contre 5 180 ha dans le Nord). Les surfaces de canne à sucre sur la CAESM représentent 1/3 des surfaces de Martinique, 15 % pour la banane export. Les productions de fruits et légumes sont très faiblement représentées. **L'arboriculture hors banane (vergers + agrumes) représente 2 % de la SAU. Seulement 5 % des surfaces sont dédiées aux légumes et tubercules, avec une prédominance de la culture de melons.** Les productions de légumes de plein champ ont connu une diminution considérable en 10 ans, passant de 496 de surfaces dédiées à 107 hectares en 2020.

DES RYTHMES DE DÉPRISE AGRICOLE RECORDS

La CAESM connaît une **diminution considérable de sa SAU (-18 %)**, plus importante qu'à l'échelle martiniquaise (-12 %), qui est l'une des plus importantes des DROM. La baisse du nombre d'exploitations (-24 %) suit les tendances régionales et nationales et touche principalement les micro-exploitations (-28 %). Ces pertes rapides de SAU et de fermes touchent l'ensemble de l'île mais sont particulièrement marquées sur le territoire de la CAESM. Une diversité de facteurs de différents ordres plus ou moins spécifiques à la Martinique expliquent ces tendances. Nous les développerons dans les pages suivantes



Cartes d'évolutions de la densité d'exploitations sur le territoire martiniquais. Source : RGA, 2020

	Evolution du nombre d'exploitations - 2010/2020	Evolution des surfaces - 2010/2020	Rythme d'évolution de la SAU (ha/an)
CAP Nord	-18 %	-15 %	-178
CACEM	-6 %	14 %	45,1
CAESM	-24 %	-19 %	-175,9
Martinique	-19 %	-12 %	-308,8

Tableau comparatif des évolutions de SAU et d'exploitations sur le territoire martiniquais. Source : RGA, 2020

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

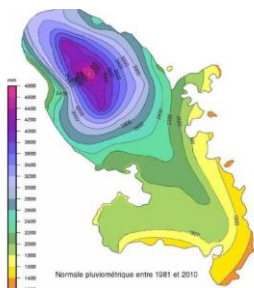
A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Les facteurs limitant la production agricole (1/6)

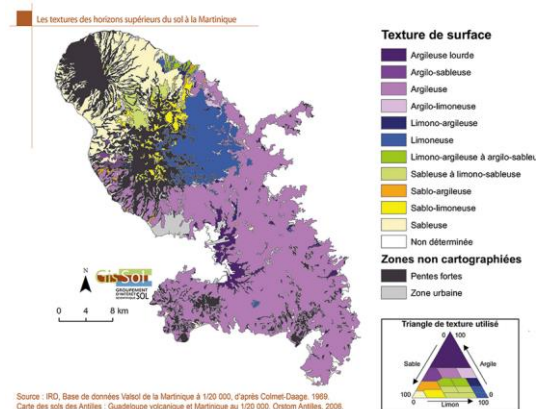
UNE DÉPRISE AGRICOLE ACCENTUÉE PAR DES CONDITIONS PÉDO-CLIMATIQUES DÉGRADÉES

Parmi les éléments expliquant les difficultés de mise en production des terres de la CAESM, **les conditions climatiques** tropicales, avec alternance de saison des pluies et sécheresses représentent un facteur particulièrement limitant pour les productions maraîchères. Le climat sec caractéristique de la côte Sud (précipitations < à 2 000 mm/an) entraîne des périodes de déficit hydrique. Couplées à des vents réguliers, ces conditions assèchent les savanes naturelles et stoppent la croissance de l'herbe, notamment en période de carême (Observatoire de l'Eau Martinique).

Les aléas climatiques (ouragans et tempêtes tropicales) de plus en plus fréquents en lien avec le changement climatique accentuent les difficultés rencontrées en contexte insulaire tropical et renforcent la vulnérabilité de l'agriculture locale, que ce soit pour les cultures de rente ou de diversification. On observe une accentuation marquée de ces épisodes depuis 2019, avec des sécheresses de plus en plus marquées et longues qui entraînent des calamités agricoles.



Météo France, service régional de Martinique, 2014



Les textures des horizons supérieurs du sol à la Martinique. Source : Gis Sol. 2011.

En matière de **pédologie**, la composition des sols du territoire sud est majoritairement caractérisée par la présence de vertisols. Ces types de sols argileux présentent des particularités qui influencent significativement les pratiques agricoles locales, les rendant difficiles à travailler et donc peu propices à la production maraîchère.

Concernant **l'accès à l'eau**, la banane, les cultures fourragères et pâturages, le maraîchage (melons et autres cultures sous serre) sont les principales cultures irriguées en Martinique (ODE Martinique). Au niveau de la CAESM, 65 % des surfaces fruitières sont irriguées mais concernent à 75 % des surfaces de banane (RGA, 2020). Le barrage de Manzo, à vocation uniquement agricole, permet l'approvisionnement en eau de nombreuses parcelles, notamment du littoral Atlantique de la CAESM. L'ODE précise que contrairement au reste du territoire hexagonal, le besoin moyen annuel en eau pour usage agricole reste minoritaire, bien qu'on constate des conflits d'usage en période de carême. Le CIRAD préconise de travailler avec les producteurs sur un usage raisonné de l'eau, surtout en période de carême, avec le développement de systèmes économes en eau (goutte à goutte).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Les facteurs limitant la production agricole (2/6)

L'agriculture du territoire fait face à un ensemble de défis qui dépassent les seules considérations météorologiques et climatiques. En effet, plusieurs facteurs structurels et conjoncturels entravent son expansion et menacent même sa pérennité.

L'ACCÈS AU FONCIER : LE PREMIER LEVIER POUR RENFORCER LA SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE DU TERRITOIRE

La question foncière agricole est une problématique majeure en Martinique et plus largement en Outre-mer liée à l'exigüité des territoires, leur insularité ainsi qu'à l'intensité des conflits d'usages que l'on peut y retrouver. Le dernier rapport du Sénat n°799, déposé en juin 2023, souligne les principales causes du recul du foncier agricole en Outre-mer, à savoir les questions d'indivision et de spéculation foncière, le développement de l'urbanisation faisant pression sur le foncier agricole, les difficultés économiques des exploitants et notamment les retraites agricoles insuffisantes.

Les entretiens réalisés avec plusieurs exploitants et représentants agricoles ont confirmé que de nombreux propriétaires ne mettaient pas leurs terres en production dans l'espoir qu'elles puissent être vendues un jour en étant déclassées. Ces terres sont davantage perçues comme un patrimoine financier que pour leur potentiel productif. Cela entraîne un phénomène d'enfrichement massif des surfaces agricoles, qui peuvent perdre leur classification pour devenir des zones naturelles plus ou moins protégées voire en forêt au bout de 30 ans.

« L'enjeu autour des friches dépasse la notion de territoire : les causes sont bien plus profondes que ça. Un agriculteur qui n'a pas assez de moyens ne met pas en production toutes ses surfaces » Chambre d'agriculture de Martinique

Différents outils de planification pour protéger et sanctuariser le foncier agricole existent (Zone Agricole Protégée (ZAP), Périmètre de Protection des Espaces Naturels et Agricoles Périurbains (PEAN)) mais sont relativement peu mobilisés dans les DROM. La seule ZAP en Martinique se trouve à Rivière -Salée.

La mobilisation des surfaces productives délaissées en friches constitue également un moyen d'augmenter la production agricole du territoire. L'étude menée par la DAAF Martinique et la SAFER en 2022 ont permis l'identification de plus de **8 000 hectares de friches** sur l'ensemble du territoire martiniquais, dont **24 % sur des terres à fort rendement**.

Sur le territoire de la CAESM, plus de **3 000 hectares de friches ont été répertoriés**. Ces données fournissent des premières estimations du potentiel mais présentent certaines imprécisions et les données ne sont pas exhaustives ou à vocation opérationnelle. L'Etablissement Public Foncier Local en partenariat avec l'ADEME et la DEAL souhaite aller plus loin et mettre en place un outil d'aide à la décision en identifiant des friches et qualifiant leur potentiel de requalification pour la reconquête des friches agricoles.

La DEAL a également conçu **l'observatoire du foncier en Martinique** et propose des formations pour l'utilisation de l'outil et la gestion de la plateforme à destination des collectivités locales.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Les facteurs limitant la production agricole (3/6)

SUR L'ESPACE SUD, UN FONCIER AGRICOLE À PROTÉGER ET À VALORISER

A l'échelle de la CAESM, les constats sont identiques au contexte régional. Sur le territoire de la CAESM, 888 ha ont été artificialisés entre 2009 et 2021, ce qui est deux fois plus que Cap Nord ou la CACEM. En 2018, les terres artificialisées représentent 15,8 % du territoire du PAT contre 9,5 % pour Mayotte, 11,7 % pour la Réunion, et 5,3 % pour le national (Observatoire des Territoires).

Le Document d'Orientations et d'Objectifs du SCoT de la CAESM identifie des espaces agricoles à préserver et à valoriser. Le guide pratique du SCoT de la CAESM permet notamment d'assurer une articulation de ses orientations avec les PLU communaux et ainsi plus facilement de protéger et valoriser les espaces agricoles.

La fiche 80 du plan de relance de la Chambre d'agriculture martiniquaise propose la mise en place d'assistance aux collectivités par la SAFER pour mobiliser des biens dans l'indivision « sans maîtres » et ainsi reconquérir des espaces agricoles.



Mise à disposition de parcelles par la CAESM pour l'installation



L'Espace Sud cherche à mettre à disposition une partie de ses réserves foncières pour des projets agricoles, notamment d'installation. Des travaux avec la SAFER et d'autres partenaires techniques sont en cours afin d'estimer les capacités productives des terres et trouver les formes juridiques de mise à disposition les plus adaptées, en évoquant la possibilité de mettre en place des baux ruraux environnementaux.

AU DELÀ DE L'ACCÈS AU FONCIER, LES ENJEUX D'INSTALLATION ET DE TRANSMISSION SONT TOUT AUSSI IMPORTANTS POUR DÉVELOPPER LA PRODUCTION AGRICOLE

Le vieillissement des agriculteurs en Martinique est particulièrement marqué, avec **37 % des chefs d'exploitation âgés de plus de 60 ans**, tant dans l'Espace Sud que dans l'ensemble de l'île. Cette proportion est nettement supérieure à celle observée en France métropolitaine, où elle n'atteint que 25 %. Cette situation soulève d'importantes questions quant au renouvellement générationnel dans le secteur agricole martiniquais. Il est important de noter que ces chiffres ne prennent pas en compte un phénomène répandu : de nombreux agriculteurs retraités continuent à cultiver de petites parcelles. Ils vendent leur production sur les marchés locaux ou à des collecteurs revendeurs, cherchant ainsi à compléter leurs modestes pensions de retraite. Cette réalité, non reflétée dans les statistiques officielles, accentue davantage le défi du rajeunissement de la population agricole en Martinique.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Les facteurs limitant la production agricole (4/6)

AU DELÀ DE L'ACCÈS AU FONCIER, LES ENJEUX D'INSTALLATION ET DE TRANSMISSION SONT TOUT AUSSI IMPORTANTS POUR DÉVELOPPER LA PRODUCTION AGRICOLE

Parmi les freins à la transmission des exploitations, les acteurs interrogés ont évoqué **l'attachement fort des cédants potentiels à leurs terres et à leurs manières de produire**, qui arrivent difficilement à se projeter pour laisser la place au futur porteur de projet. Les acteurs interrogés nous ont fait part d'un réel manque de dispositifs pour accompagner le cédant dans ses réflexions et son projet de transmission d'un point de vue psychologique et administratif.

Du côté des porteurs de projets, leurs **faibles capacités financières** rendent souvent difficile la reprise d'exploitations. D'après les Jeunes Agriculteurs, sur 100 projets d'installation, seul 10 sont financés et accompagnés.

Pour la production maraîchère, il est observé un phénomène concernant les « néo-ruraux », souvent dans le cadre de reconversion professionnelle, qui cherchent à s'installer sans avoir été formés initialement avec la volonté d'innover en termes de productions mais se retrouvent contraints par les conditions climatiques.

La problématique de la **main-d'œuvre agricole** dépasse largement la seule question de l'installation de nouveaux exploitants. Elle représente un enjeu crucial pour la pérennité et le développement du secteur agricole, en particulier dans les exploitations où la mécanisation reste limitée. Les producteurs rencontrés ont évoqué de réelles difficultés à identifier et recruter de la main d'œuvre polyvalente qualifiée, limitant leur productivité.

Dans ce cadre, un nouveau dispositif, l'AITA (Accompagnement à l'Installation-Transmission en Agriculture) proposé par la DAAF vise à « favoriser l'installation des jeunes agriculteurs et à la transmission des exploitations des futurs cédants, par le biais de l'information, la formation, le conseil et la communication ». Parmi ses différents volets, on retrouve le « Suivi du Nouvel Exploitant » qui peut être assurée par La Chambre d'Agriculture, le Conseil Gestion Suivi en milieu Rural (CGSR) ainsi que les Jeunes Agriculteurs.

« Il y a un réel besoin de renouvellement des producteurs agricoles, mais à condition qu'ils soient formés ! Ceux qui font le relais, ce ne pas les enfants, car ils sont découragés. Il faut moderniser l'agriculture pour la rendre attractive » chercheur au CIRAD.



Une brigade agricole au sein des coopératives de diversification végétale ?



Pour pallier le manque de main d'œuvre agricole au sein des exploitations fruitières et maraîchères, Marc-André Pastel, président des Jeunes Agriculteurs, a initié il y a quelques années la création d'une brigade volante au sein de la coopérative VJT. Les stagiaires étaient formés auprès des agriculteurs, qui pouvaient bénéficier à tour de rôle d'ouvriers polyvalents. Le dispositif n'a pas pu se maintenir, faute de financements permettant de dédommager les producteurs formant les stagiaires.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Les facteurs limitant la production agricole (5/6)

DES DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENTS TECHNIQUES INSUFFISANTS POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DES PRODUCTEURS

Les Etats Généraux de la Chambre d'Agriculture tenus en juin 2024 ont fait remonter une insuffisance d'accompagnement technique générale et une trop faible présence des conseillers sur le territoire martiniquais. Les agriculteurs rencontrés au niveau de la CAESM partagent le même constat. Les 15 conseillers de la Chambre d'Agriculture sont trop peu nombreux pour mailler l'ensemble du territoire. Peu de réseaux d'expérimentation et d'échanges techniques existent sur le territoire en dehors de la chambre d'agriculture, ce qui implique une mauvaise circulation de l'information, un manque d'innovation et une tendance à l'isolement des agriculteurs. Certaines coopératives de diversification végétale proposent du conseil agricole mais celui-ci est fluctuant (car souvent dépendant du directeur de la coopérative) et reste inadapté au nombre de coopérateurs.

Au-delà du conseil agricole, les producteurs ne disposeraient pas d'assez de soutien administratif pour répondre aux dispositifs d'aides, qui se trouvent être extrêmement complexes. Les maraîchers peinent à avoir accès à des aides pour l'investissement ou l'achat de matériel car les dossiers nécessitent un certain niveau de formalité et de suivi d'exploitation qui n'est pas réalisé par les producteurs. La chambre d'agriculture propose chaque année des sessions de formation pour améliorer ce suivi d'exploitations, mais ces formations ne mobilisent que peu de producteurs. Cela freine le recours des petits producteurs à du soutien, et limite ainsi le développement agricole sur le territoire. Les délais d'octroi des aides publiques (parfois 2 à 3 ans) freinent également le recours des producteurs à l'investissement, entraînant des frais bancaires conséquents en attendant la réception des aides et mettant trop souvent en difficulté l'équilibre des exploitations.



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

A.1. Etat des lieux et dynamiques de l'agriculture de la CAESM

Les facteurs limitant la production agricole (6/6)

DES DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENTS TECHNIQUES INSUFFISANTS POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DES PRODUCTEURS

La présence d'un CIVAM (Centre d'Initiatives pour Valoriser l'Agriculture en Milieu rural) a été évoqué à plusieurs reprises comme une solution permettant de renforcer l'appui et le conseil agricole sur le territoire et favoriser la rencontre des agriculteurs et l'échange entre pairs.

La filière bio est encore plus en difficulté sur ce sujet. Actuellement, aucun technicien spécialisé sur le bio ne serait mis à disposition des agriculteurs de la filière. Les conditions climatiques et parasitaires impliquent pourtant un réel besoin d'accompagnement technique des producteurs engagés dans la filière.

En 2011, le RITA « Réseau d'Innovation et de Transfert Agricoles » s'est structuré afin de faire le lien entre la recherche agronomique et le développement agricole pour accompagner la diversification des productions locales, en intra et inter-DROM. Le dernier rapport du CGAAER (janvier 2022) met en avant un manque de transfert des projets de recherche vers le terrain et donc une non-appropriation des connaissances par les agriculteurs.

D'autres instituts techniques sont présents en Martinique comme l'IT² (Institut Technique Tropical), le CIRAD ou encore le FREDON. Ils rencontrent des difficultés à mobiliser les producteurs indépendants de la diversification végétale, souvent isolés.

Certains conseillers issus de ces structures déplorent également un manque de démarches partenariales entre les différentes structures techniques. Les projets collectifs entre le Cirad, l'IT², la chambre et le Fredon restent rares. Cette situation peut s'expliquer par les modalités et mécanismes d'accès aux financements des structures. La CTM finance les structures grâce à des Appels à projets qui placent les structures en position de « concurrence », alors qu'elle pourrait proposer des formats de financements impliquant des montages de projets communs.



Pour les coopératives animales, l'appui technique est plus adapté. Par exemple, la CODEM dispose à elle seule de 3 techniciens pour réaliser du conseil en modes d'élevage, alimentation et calcul des coûts de production. Elle propose d'autres services et dispositifs à ses coopérateurs détaillées dans la partie filières p. 76.



Exemple d'organisation d'une journée technique sur la gestion de l'enherbement en Martinique, projet GAMME au lycée agricole de Croix Rivail – Projet porté par le CIRAD, l'IT² et le LEGTA. Photos : S. Simon, CIRAD



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

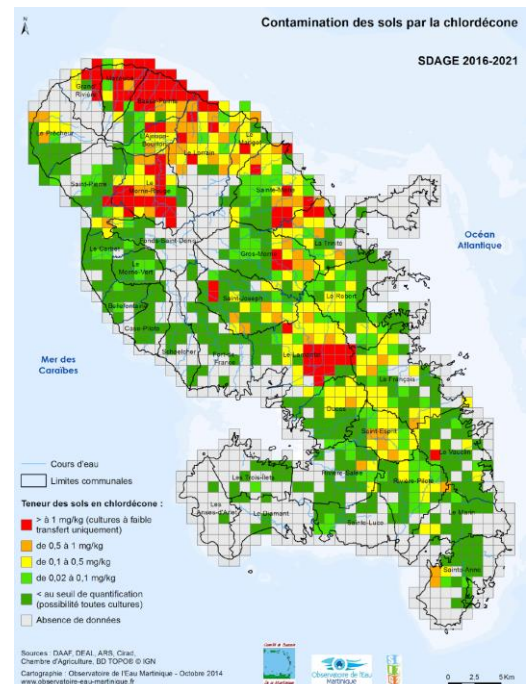
A.2. Agriculture et environnement

Etat des lieux et dynamiques actuelles

LA CHLORDÉCONE EN MARTINIQUE : UN ENJEU PERSISTANT MAIS BIEN MAITRISÉ

La pollution à la chlordécone demeure un défi majeur en Martinique, tant sur le plan environnemental que sanitaire. Depuis 2008, des efforts considérables ont été déployés pour surveiller et gérer cette contamination, au travers de 3 plans nationaux et d'un quatrième qui est en cours sur la période 2021-2027. A dire d'acteurs, environ 60 % de la surface agricole martiniquaise a été analysée, permettant ainsi de guider les agriculteurs dans leurs choix de cultures. Les cultures non sensibles, telles que les arbres fruitiers et certaines cultures maraîchères (famille des solanacées), sont privilégiées sur les sols contaminés, tandis que les cultures très sensibles, comme les racines, tubercules et pâturages, doivent être évitées sur les sols fortement pollués (au-delà de 0,1 mg/kg).

Du côté de la production animale, les coopératives d'élevage, telles que la CODEM, accompagnent leurs membres dans la prévention et la décontamination des animaux. Cependant, l'abattage clandestin qui se développe demeure un point de vigilance, échappant aux contrôles et représentant un risque potentiel de contamination pour les consommateurs. En ce qui concerne la traçabilité, les grandes surfaces exigent systématiquement les analyses de sol des parcelles où les produits sont cultivés. La Chambre d'Agriculture, pour sa part, offre ce service d'analyse gratuitement aux producteurs. Bien que la gestion de la chlordécone se soit améliorée au niveau de la production agricole, la vigilance reste de mise, notamment en ce qui concerne les circuits informels et la sensibilisation des producteurs et consommateurs.



A l'échelle du territoire de la CAESM, les parcelles sont relativement peu contaminées en comparaison au territoire du Nord, n'étant pas le berceau de la production bananière.



Le label Zéro Chlordécone du PNRM

Le Parc Naturel Régional de Martinique (PNRM) a développé en 2018, en concertation avec différents partenaires, le label Zéro Chlordécone dont les audits sont réalisés par un cabinet indépendant. L'objectif du label est de valoriser les productions agricoles (fruits, légumes, produits carnés) se dotant d'une traçabilité Zéro Chlordécone et de rassurer le consommateur au sujet des produits martiniquais. Actuellement, 42 agriculteurs sont labellisés. En 2022, il n'y avait que 30 adhérents au label. Le PNR a pour ambition de continuer à recruter des producteurs pour adhérer au label et développer des marchés et points de vente dédiés. Plusieurs producteurs du Sud (Diamant, Trois-Ilets, Vauclin, Le François, Saint Esprit, Ducos, Rivière-Salée, Saint-Anne) sont dans la démarche.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

A.3. Signes de qualité et agriculture biologique

Agriculture biologique et signes de qualité (1/2)

L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE EST MARGINALE SUR LE TERRITOIRE

Ces dernières années, la part de la production biologique a connu une forte progression dans l'ensemble des filières. Cette dynamique est particulièrement marquée dans les secteurs des fruits et légumes, où les conversions vers le bio sont majoritaires. Les communes du François, du Vauclin et de Rivière-Pilote se distinguent en recensant respectivement 12, 9 et 6 producteurs engagés dans l'agriculture biologique. Cependant, les données qualitatives issues des entretiens avec des acteurs locaux remettent en question ces statistiques, signalant la présence de seulement deux producteurs bio dans le Sud de la Martinique.

Par ailleurs, les jeunes agriculteurs estiment que l'accès à la labellisation bio reste difficile. En aval de la production, le secteur montre également des progrès, avec l'engagement de quatre nouvelles entreprises dans la filière bio depuis 2017, soit une augmentation de 30,8 %.

UNE FILIÈRE PEU ATTRACTIVE PORTÉE PAR DES CONVICTIONS

Le label est peu attractif pour les producteurs aujourd'hui à tel point que certains producteurs bio envisagent même de cesser la labellisation faute de plus-value. Une productrice du Vauclin explique : *le label coûte cher - 400€/an - et les consommateurs n'y font pas attention. Tout le monde est presque bio en Martinique mais personne ne prend le label car il est trop contraignant.*

La production du bio représente un engagement militant pour certains, qui persévèrent malgré les obstacles liés à l'approvisionnement en terreau, en semences, en alimentation animale, ainsi que le manque de débouchés en dehors des grandes surfaces.

S'il existe une demande de qualité des consommateurs (notamment secteur CACEM) et des restaurateurs, le label bio ne semble pas un critère. Les consommateurs sont davantage attentifs aux échanges avec les producteurs et à la vente directe. L'image du bio reste lié à des produits industriels importés et limité à des marchés de niches haut de gamme en local : la maison du manioc, manrina, quelques marchés de producteur (ex : Schoelcher), rhums (A1710, Neisson).

L'IMPACT LIMITÉ DES INSTITUTIONS

Le Groupe de Recherche en Agriculture Biologique (représenté en Martinique par l'association des Fermiers et Producteurs Bio de la Martinique - AFPBM GRAB) est théoriquement le fer de lance de l'Agriculture Biologique. Il fédère les acteurs du bio, il anime la politique agricole bio, il collabore avec les administrations pour mettre en place des politiques efficaces, impulse des projets, etc. Il déplore la faiblesse du bio, notamment à cause de la répartition des subventions fléchées vers le conventionnel, mais aussi de besoins d'ingénierie non couverts, d'un manque d'information sur les aides, de la main d'œuvre qualifiée insuffisante et plus globalement de l'absence de volontés politiques. Faute du budget suffisant, le GRAB n'est plus en mesure d'assurer ses fonctions actuellement.

La Chambre d'agriculture fait le même constat de difficultés à structurer et à encourager le développement d'une filière bio. Le technicien bio a été réaffecté sur les thématiques foncières.



3,1 %

Part des surfaces bio dans la surface agricole de l'EPCI (3ème rang départemental)



55

Fermes engagées en bio en 2022 (2ème rang départemental)



5,6 %

Part des fermes de l'EPCI engagées en bio (2ème rang départemental)



242 ha

Surfaces bio en 2022 (2ème rang départemental)

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

A.3. Signes de qualité et agriculture biologique

Agriculture biologique et signes de qualité (2/2)

DES MENTIONS VALORISANTES MAIS PAS DE LABEL UNIFIÉ

Si l'AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) est utilisée pour la canne à sucre, il n'existe pas d'engouement des producteurs pour la labellisation, jugée souvent contraignante. Elle entraîne une augmentation du prix de vente et un recul potentiel des ventes.

Les mentions valorisantes / marques privées tentent de valoriser des productions locales ou des pratiques agricoles :

- Coeur Martinique développé par le SDGA, l'AMPI, la CMA, la CA, la CCI et Contact entreprises
- Produit Péyi développé par l'AMIV
- Label'BOV développé par la CODEM / Origine Bôkay développé par Madivial
- Valeurs Parc du PNRM (agneau, miel, manioc)
- Le label Zéro chlordécone du PNRM
- La certification HVE, dont le niveau 2 et 3 entrent dans la notion Egalim de produit de qualité - 19 exploitations en Martinique dont 1 sur la CAESM

A l'image du bio, ces labels sont souvent délaissés au profit d'exigences adaptées au marché martiniquais. Districat (distributeur de fruits et légumes) explique par exemple imposer ses propres critères de qualité aux producteurs, indépendamment des labels existants, à travers un suivi des intrants, de l'analyse de sol et des contrôles inopinés.



PAR AMOUR DU PÉYI



Le label RUP Martinique promu par la DAAF

Ce label est réservé aux agriculteurs et éleveurs qui produisent en Martinique mais aussi aux agro-transformateurs qui élaborent des produits à base de matières premières issues du territoire martiniquais mais pas seulement (51 % minimum) ou qui respectent un savoir-faire traditionnel (mais avec des matières premières pouvant être importées).

Plusieurs produits peuvent utiliser le label : sorbet, boudins aux légumes, biscuit à la farine de manioc, jambon de Noël.

La DAAF a négocié avec les instances nationales pour faire entrer les produits RUP dans les critères Egalim de la restauration collective.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

A. Dynamiques agricoles du territoire

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> • L'élevage comme marqueur du paysage, principale production du territoire en surfaces, avec des producteurs accompagnés techniquement • Une diversité de productions sur la CAESM • Des producteurs qui cherchent à innover et à faire évoluer leurs pratiques, avec un engouement pour les systèmes de production basés sur l'agroécologie et le jardin créole à grande échelle, soutenus par la Chambre d'Agriculture. • Des terres agricoles globalement faiblement contaminées par la chlordécone sur le territoire du PAT 	<ul style="list-style-type: none"> • Un manque de mise en réseau des producteurs du territoire et d'animation territoriale • Des réelles difficultés d'accès au foncier pour développer les capacités productives du territoire • Un vieillissement des exploitants agricoles et des petites retraites agricoles qui limitent la cession des exploitations • Délais d'octroi des financements publics aux producteurs et porteurs de projets • Le manque de moyens pour les structures techniques accompagnatrices (Chambre d'Agriculture, GRAB, SAFER) qui ne peuvent pas accompagner les producteurs du territoire de façon suffisante. • Une absence de conseil en agriculture biologique sur le territoire • Des signes de qualité et des labels très peu appropriés par les producteurs locaux, qui ne voient pas la plus-value de répondre à des cahiers des charges contraignants • Un manque de main d'œuvre agricole
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Un nouveau plan de relance de l'Agriculture martiniquaise 2020/2030 porté par la Chambre d'Agriculture et ses partenaires. • Un nombre important de terres en friches, de bonne qualité agronomique présentes sur la CAESM et des volontés de mise à disposition • Une présence d'organismes techniques dont les actions sont à consolider et à coordonner • Des volontés fortes de certains agriculteurs du territoire de travailler en réseau pour innover d'un point de vue technique et commercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Des conditions climatiques contraignantes (sécheresses) et des aléas climatiques qui s'intensifient, affectant la production en qualité et en régularité • Une déprise agricole qui s'accroît à cause d'une inexistence de dispositifs d'accompagnement des processus de cession/transmission des exploitations agricoles

PISTES DE SOLUTIONS ÉVOQUÉES PAR LES ACTEURS

- Elaborer un livre blanc pour un parcours de cession – transmission à destination des cédants
- Valoriser et faire reconnaître, au travers d'une marque / label les pratiques agroécologiques de l'agriculture traditionnelle martiniquaise
- Intégrer les agriculteurs et les professionnels agricoles dans les formations scolaires et supérieures agricoles pour sensibiliser les jeunes et assurer le renouvellement des générations
- Favoriser les projets collaboratifs entre les organismes techniques du territoire
- Développer l'animation territoriale spécifiquement sur le territoire de la CAESM, favoriser la mise en réseau et la mutualisation des moyens

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

Approche de la couverture alimentaire théorique du territoire

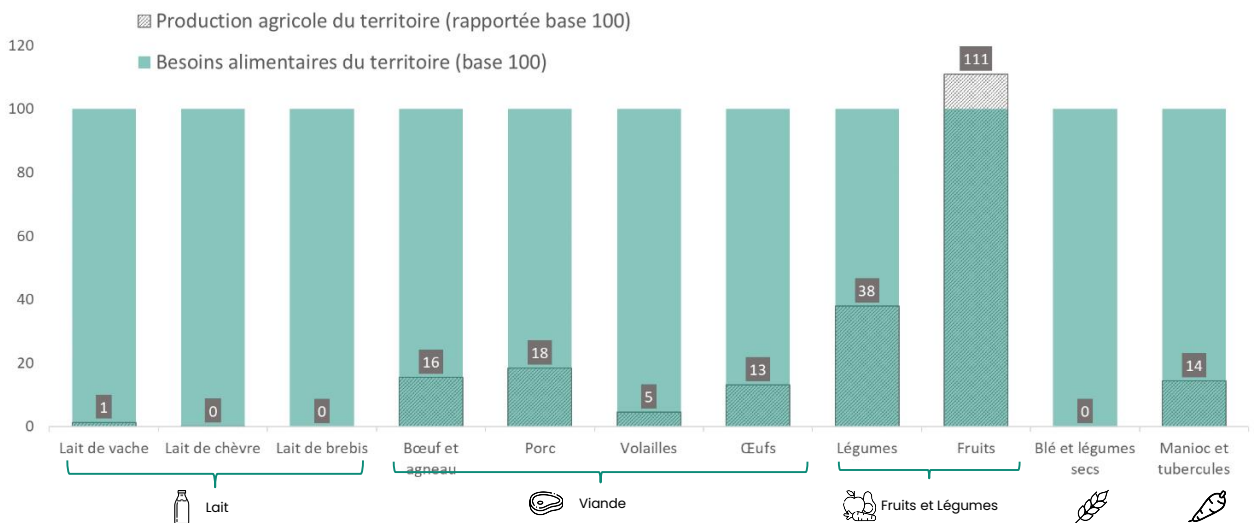
Selon les données de consommation en Martinique fournies par l'ADEME, nous avons pu évaluer la correspondance entre les besoins de la population de la CAESM et les volumes théoriques produits sur le territoire. Cette évaluation repose sur les rendements et volumes départementaux d'AGRESTE, ainsi que sur les cheptels du territoire issus du Recensement Général Agricole 2020.

Le graphique ci-dessous illustre la couverture relative théorique des besoins des habitants par la production agricole du territoire. Par exemple, la production de fruits dans la CAESM couvrirait théoriquement 111 % des besoins de sa population.

Les résultats montrent que la CAESM n'est autonome dans aucune production, et aucune filière n'est en surproduction. La production de lait ne couvre que 1 % des besoins en lait de vache, et la production de viande est particulièrement insuffisante pour les volailles (5 %). La production d'œuf du territoire ne couvre que 13% des besoins théoriques de la population. Le taux de couverture pour les filières animales est relativement faible, alors que une grande partie du cheptel martiniquais se trouve sur le territoire. Il est possible que les données de production départementales (Agreste) sous estiment le nombre de tête abattues à cause d'une part importante d'abattage clandestin.

L'absence de production de blé et de légumes secs signifie que ces besoins ne sont pas du tout couverts. Cependant, la production de manioc et de tubercules répond à 28 % des besoins. Le territoire est déficitaire en légumes (38 %). La production de fruits couvrirait tous les besoins (111 %), mais la majorité des volumes produits concernent la banane dessert pour le marché local et la goyave pour la transformation.

Ces éléments montrent qu'il est nécessaire pour le territoire de raisonner à une échelle plus large que l'EPCI pour arriver à approvisionner ses habitants en productions locales. Par ailleurs, même si ces volumes peuvent en théorie répondre aux besoins en quantité des habitants du territoire, ils doivent aussi répondre aux besoins en termes de diversité (de produits et de déclinaison). Cela nécessite des moyens de transformation efficaces ainsi que des infrastructures logistiques et de stockage, et dépend également du niveau d'organisations des filières. Nous détaillerons ces éléments dans les prochaines pages, pour chacune des filières.



Capacité théorique d'approvisionnement du territoire de la CAESM – Production agricole/ besoin des habitants de la CAESM – Modélisation Soliance Alimentaire

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.1. Les filières bananes et canne à sucre

Filière banane – chiffres clés

EN MARTINIQUE, LA CULTURE DE LA BANANE OCCUPE PRÈS D'UN TIERS DES EXPLOITATIONS, DONT 15 % DES SURFACES CULTIVÉES SE TROUVENT SUR LE TERRITOIRE DE LA CAESM

Source : Agreste RGA 2020



- **787** exploitations concernées
- **29 %** des structures
- **354** exploitations pour l'export, **166** pour le marché local, **315** pour la production de banane légume
- **5 859** ha de culture
- **27 %** de la SAU
- **1 %** des surfaces est en agriculture biologique



- **223** exploitations concernées
- **24 %** des structures
- **15** exploitations pour l'export, **68** pour le marché local, **55** pour la banane légume
- **28 %** des exploitations de banane de Martinique
- **881** ha de culture
- **11 %** de la SAU
- **4 %** des surfaces est en agriculture biologique

AU COURS DES DIX DERNIÈRES ANNÉES, LA CULTURE DE LA BANANE EN MARTINIQUE A RÉGRESSÉ, AVEC UNE BAISSÉ PLUS MARQUÉE DES SURFACES CULTIVÉES DANS LE SUD, BIEN QUE LE NOMBRE D'EXPLOITATIONS DANS CETTE RÉGION AIT DIMINUÉ MOINS FORTEMENT QUE DANS LE RESTE DE L'ÎLE

Source : Agreste RGA 2020



- **-14 %** d'exploitations entre 2010 et 2020
- **-9 %** de la surface de culture entre 2010 et 2020



- **-6 %** d'exploitations entre 2010 et 2020
- **-24 %** de la surface de culture entre 2010 et 2020

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.1. Les filières bananes et canne à sucre

Etat des lieux et dynamiques actuelles de la filière banane

La banane est la principale culture de rente en Martinique, couvrant environ 5 859 hectares, soit 27 % de la SAU, et mobilisant environ 354 producteurs pour la banane export. En 2019, la production a atteint 153 339 tonnes, représentant un tiers du marché français de la banane. La Martinique est ainsi le premier exportateur de bananes en France. L'ensemble de la filière adopte des pratiques de développement durable et des démarches qualité telles que l'agriculture raisonnée, la "banane de montagne", la "banane-pays", l'IGP, et l'EUREPGAP.

UNE ORGANISATION DE PRODUCTEURS REPRÉSENTE 90 % DE LA PRODUCTION DE BANANE SUR LE TERRITOIRE

- BANAMART : Regroupe 336 planteurs, assurant 90 % de la production, ce qui en fait une filière organisée contrairement à la filière maraîchère.
- BANALLIANCE : Regroupe 87 planteurs.
- UGPBAN : Union des Groupements de Producteurs de Bananes de Guadeloupe et de Martinique, fédère les groupements, commercialise et promeut la banane antillaise.
- Front de Défense et de Promotion de la Banane Antillaise : Présidé par le Président du Conseil Régional de Guadeloupe, joue un rôle politique.



Bananaeraie. Source : France Info

Production	2021	2022	2023	Évolution 2022/2023 (en %)
Exportations	140 338	147 828	131 085	-11,3
Marché local	3 054	3 338	3 605	8,0
Production commercialisée	143 392	151 166	134 690	-10,9
Prix moyen payé au producteur (en €/Kg)	0,65	0,73	nd	nd
Prix moyen local (en €/Kg)	0,45	0,50	nd	nd

Évolution de la production de bananes et du prix payé au producteur entre 2021 et 2023 (en tonnes). Source : INSEE. Nd : non disponible

UNE DIMINUTION DU NOMBRE D'EXPLOITATION ET UNE AUGMENTATION DE LEUR TAILLE, LES VOLUMES RESTENT STABLES

La filière banane a connu une phase de croissance après les cyclones de 2016 et 2017. En 2019, les volumes commercialisés ont atteint 196 551 tonnes, soit une hausse de 14,7 % par rapport à 2018. Cependant, le nombre d'exploitations diminue progressivement, avec une concentration de la production chez les planteurs de taille intermédiaire. Cela s'explique en partie par la pyramide des âges (population vieillissante) et par une tendance à un exode croissant des jeunes qualifiés. En 2019, la surface moyenne des exploitations a augmenté de 22,7 %, atteignant 12,7 hectares en moyenne. Ce phénomène de concentration de la production est observé en Martinique où 70 % de la production est réalisée par 30 % des planteurs.

LA FILIÈRE BANANE EST CONFRONTÉE À DES DÉFIS CLIMATIQUES ET SANITAIRES

La filière banane en Martinique fait face à plusieurs défis. La cercosporiose, une maladie affectant les plantations, demeure une préoccupation importante, nécessitant le développement de techniques alternatives et des efforts en recherche variétale pour limiter son impact. De plus, les conditions climatiques défavorables, notamment les déficits pluviométriques et la tempête Bret en 2023, ont sévèrement affecté la production. Ces événements climatiques ont entraîné une baisse de plus de 10 % de la production par rapport à 2022. Face à ces difficultés, la filière banane sollicite des aides conjoncturelles d'urgence pour compenser les baisses de rendements et l'augmentation des coûts de production, permettant ainsi de soutenir les producteurs en difficulté. Sources : DAAF Martinique 2016, ODEADOM, INSEE 2023

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.1. Les filières bananes et canne à sucre

Filière canne à sucre – chiffres clés

EN MARTINIQUE, LA CANNE À SUCRE OCCUPE PEU D'EXPLOITATIONS ET DE SURFACES, AVEC PLUS DE LA MOITIÉ DES EXPLOITATIONS ET PLUS D'UN TIERS DES SURFACES CONCENTRÉES SUR LA CAESM

Source : Agreste 2020



- **170** exploitations concernées
- **6 %** des structures
- **4 006** ha de culture
- **18 %** de la SAU Martiniquaise
- **1 %** des surfaces est en agriculture biologique



- **87** exploitations concernées
- **9 %** des structures
- **51 %** des exploitations de canne à sucre de Martinique
- **1 349** ha de culture
- **18 %** de la SAU de la CAESM
- **34 %** des surfaces de canne à sucre de Martinique

Etat des lieux et dynamiques actuelles de la filière canne à sucre

La canne à sucre est la deuxième culture de rente en Martinique, représentant 18 % de la SAU. Elle est principalement utilisée pour la production de rhum agricole AOC, un produit phare de l'île, avec environ 76 % de la production de canne destinée aux distilleries et le reste utilisé pour produire du sucre, de la mélasse, et d'autres sous-produits. La récolte se fait généralement entre février et juin.

La filière canne à sucre joue un rôle important dans l'économie agricole de l'île et contribue à la protection des sols contre l'érosion, et à la préservation de l'environnement par un usage restreint des intrants. Elle soutient également l'approvisionnement en énergie renouvelable (bagasse pour les centrales à charbon) et le développement des bioénergies (méthane et production directe d'électricité à terme).

LA FILIÈRE DE LA CANNE À SUCRE EN DÉCLIN ET CHERCHE À REBONDIR EN AUGMENTANT SA PRODUCTION



La culture de canne à sucre en Martinique.

Source : France Info

En 2019, la superficie de canne a légèrement diminué par rapport à 2018 (de 0,6 %) et par rapport à la moyenne des 9 dernières années (de 2,7 %), avec une production totale de canne en rebond après la baisse importante de 2018, marquant une hausse de 8,7 % à 2 462 645 tonnes. Toutefois, la production en Martinique a chuté de 22,2 %. La campagne sucrière 2019 a souffert de conditions climatiques défavorables, notamment une sécheresse exceptionnelle.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.1. Les filières bananes et canne à sucre

Etat des lieux et dynamiques actuelles de la filière canne à sucre

La filière cherche à augmenter la production en replantant environ 600 hectares par an, renouvelant le matériel, et modernisant les exploitations. En 2023, la production de canne a atteint 208 630 tonnes, dont 175 838 tonnes destinées aux distilleries et 32 790 tonnes à la sucrerie du Galion, produisant ainsi 1 304 tonnes de sucre. Un plan de relance est en cours pour sauver la production de sucre martiniquais, confrontée à la concurrence des distilleries pour la canne à sucre.

LA FILIÈRE EST STRUCTURÉE AUTOUR DE DEUX PRINCIPAUX PÔLES DE TRANSFORMATION : LES DISTILLERIES ET LA SUCRERIE

Les sept distilleries de l'île broient 131 940 tonnes de canne à sucre pour produire 83 085 hectolitres d'alcool pur (HAP) de rhum, dont 78 % sont destinés à l'exportation. Parmi ce volume, la production de rhum agricole s'élève à 67 989 HAP, bénéficiant d'une AOC depuis 15 ans, ce qui favorise une croissance régulière des ventes. En outre, la production de rhum traditionnel et de "Grand Arôme" atteint respectivement 11 770 HAP et 3 326 HAP, à partir de 2 177 859 litres de mélasse. La dernière sucrerie de l'île, la SAEM-PSRM du Galion, traite 70 288 tonnes de canne fournies par 77 planteurs, produisant ainsi 4 046 tonnes de sucre principalement pour le marché local. Avec un capital social de près de 5,9 millions d'euros, la SAEM-PSRM est détenue à 58,60 % par les pouvoirs publics et à 28,96 % par la COFEPP et ses filiales (Bardinet, martiniquaise, Dillon, Depaz, etc.). Grâce à un partenariat avec la COFEPP, la SAEM valorise les mélasses en les vendant à la SPCRG (filiale de COFEPP) pour la fabrication de rhums traditionnels.

LA FILIÈRE COMPTE SEPT ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES PRINCIPALES

- CODERUM : Comité martiniquais de Défense et d'Organisation du Rhum
- SDAORAM : Syndicat de Défense de l'Appellation d'Origine « Rhum Agricole Martinique »
- CIRT-DOM : Conseil Interprofessionnel du Rhum Traditionnel des DOM
- CTCS - Martinique : Centre Technique de la Canne et du Sucre de la Martinique
- CANNE-UNION : Association des Producteurs de Cannes
- CUMA de « Malgré Tout » : Coopérative d'utilisation de matériel agricole avec 69 adhérents
- CTCS : Chargé de l'encadrement technique, de la formation des planteurs et des analyses liées au contrôle qualité.

Sources : [DAAF Martinique 2016](#), [ODEADOM](#), [INSEE 2023](#)



Distillerie Maison La Mauny à Rivière-Pilote. Source : Martinique Tour



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.2. Les filières fruits, légumes et tubercules

Filières fruits, légumes et tubercules – chiffres clés

EN MARTINIQUE, DES PRODUCTIONS AUX SURFACES LIMITÉES ET EN DÉCLIN (Agreste RGA 2020)

Surface de culture :

- **1 122 ha** de cultures **légumières** qui représentent 5 % de la SAU, dont 4 % en AB
- **1 271 ha** de cultures **fruitières** (hors banane export), soit 6 % de la SAU
- **448 ha** de **tubercules** dont 4 % en AB

Valeur : 95 millions d'€ (Odeadom, 2028)

Nombre d'exploitations agricoles :

808 exploitations produisant des **légumes**, avec une perte de 437 exploitations en 10 ans (-35 %)

1 149 exploitations produisant des **fruits**, avec une perte de 13 % en 10 ans

589 exploitations produisant des **tubercules**, diminution de 37 % en 10 ans

Production et volumes commercialisés par les 7 OP reconnues (2021, DAAF)

- **332 t** d'ananas
- **390 t** de bananes créoles
- **2 603 t** de légumes
- **134 t** de tubercules
- **3 181 t** de fruits

SUR LE TERRITOIRE DE LA CAESM, DES PRODUCTIONS ANECDOTIQUES ET QUI SUIVENT LES TENDANCES RÉGIONALES (Agreste RGA 2020)

Surface de culture :

- **334 ha** surfaces dédiées aux **légumes**, contre 563 entre 2010, avec 4 % en AB
- **293 ha** de cultures **fruitières** (hors banane export)
- **55 ha** de **tubercules** contre 120 en 2010, dont 12 % en AB

Nombre d'exploitations agricoles :

- **177 exploitations** produisant des **légumes**, contre 266 en 2010
- **324 exploitations** produisant des **fruits**, contre 342 en 2010
- **123 exploitations** produisant des **tubercules** contre 235 en 2010



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.2. Les filières fruits, légumes et tubercules

Etat des lieux et dynamiques actuelles

EN MARTINIQUE, DES PRODUCTIONS DE DIVERSIFICATION CONFIDENTIELLES MAIS QUI MAINTIENNENT LEUR DYNAMIQUE

Les **cultures de diversification végétales** désignent une gamme de productions variée, allant des productions légumières, tubercules, arboricultures et autres cultures fruitières, en passant par les cultures plantes à parfum, aromatiques et médicinales. Elles sont destinées à l'approvisionnement du marché local et excluent donc les productions dites de « rente » ou d'export, à savoir la canne à sucre-rhum et les bananes dessert. Elles peuvent être associées à de la production animale, permettant de diversifier l'offre commerciale et contribuant à la fertilisation organique pour les cultures végétales.

On retrouve un **spectre assez étendu de systèmes d'exploitation**, allant de la production vivrière, en passant par le système jardin créole à « grand échelle », jusqu'à l'exploitation agricole moderne spécialisée sur quelques cultures de diversification (concombre, melon, laitues).

La majorité des fermes produisant de la diversification restent néanmoins des petites et micro-exploitations.

Les données 2020 du RGA permettent d'approcher les surfaces concernées par les productions de diversification végétale, qui **représentent officiellement environ 3 000 ha**, soit 14 % de la SAU totale de l'île.

DES ÉVOLUTIONS EN SURFACES FRUITIÈRES DIFFÉRENTES SELON LES ESPÈCES

Si entre 2010 et 2020 la SAU de l'ensemble de la Martinique a diminué de 12 %, les surfaces de cultures légumières ont connu une baisse beaucoup plus marquée de 40 %, associée à une perte de 437 exploitations. Les surfaces fruitières hors bananes, semblent quant à elles se développer, passant de 950 ha à 1 271 ha, concernant principalement l'augmentation de la production de prunes de Cythère, d'abricots peyi, de cacao, de maracuja, et d'autres fruits tropicaux. Cette tendance montre le souhait de diversification des exploitations avec des espèces à haute valeur ajoutée (RGA 2020 et DAAF 2023).



Planche maraîchère avec associations de cultures – exploitation de R. Rijo Crédit photo : Soliance

Pour le reste des vergers et autres productions fruitières, on observe une décroissance importante de la surface en vergers notamment sur les agrumes, l'ananas et l'avocat. Cette baisse concerne l'ensemble du territoire martiniquais, où ces cultures se révèlent particulièrement vulnérables aux pressions parasitaires et aux effets du changement climatique. Face à ces défis, les moyens de lutte disponibles restent limités, ce qui aggrave la situation (DAAF, 2023).

Les surfaces fruitières et légumières conduites en agriculture biologique restent anecdotiques, hormis pour le cacao dont 20 ha sont certifiés AB (RGA, 2020). Cela peut s'expliquer par le fait qu'il s'agit d'une filière destinée à la transformation, à haute valeur ajoutée, et dont la certification permettra une valorisation certaine, notamment sur le marché touristique ou à l'export.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

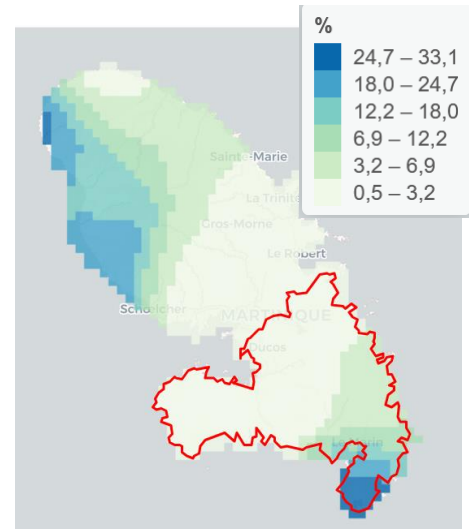
B. Filières agricoles et halieutiques

B.2. Les filières fruits, légumes et tubercules

Etat des lieux et dynamiques actuelles

SUR LE TERRITOIRE DE L'ESPACE SUD, DES PRODUCTIONS DE DIVERSIFICATION VÉGÉTALES QUI SUIVENT LES TENDANCES RÉGIONALES

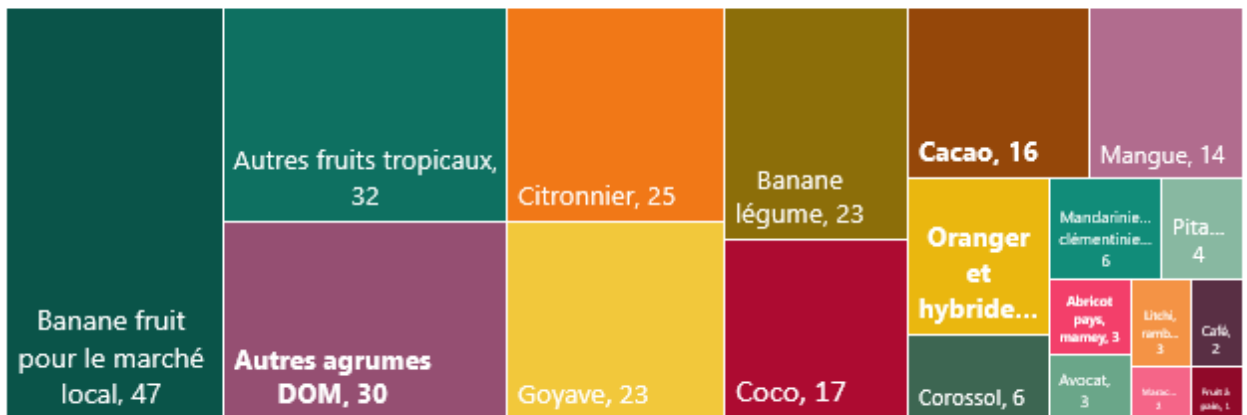
Bien que le sud de la Martinique soit principalement spécialisé sur la production animale, il existe néanmoins des exploitations produisant du maraîchage diversifié et des cultures fruitières. On y retrouve principalement de la production d'agrumes, de goyaves, de mangues mais également la totalité des surfaces en melons (500 hectares) de l'île et 1/3 des surfaces en pastèques. La production de melons représente à elle seule 66 % des surfaces légumières du territoire. C'est notamment à Saint-Anne, là où est localisée cette production, que la part de la SAU dédiée à la production légumière est la plus importante. L'évolution des surfaces et du nombre d'exploitations maraîchères et fruitières suivent la tendance régionale avec une perte importante en surfaces légumières (-40 %) et en tubercules (-54 %) en 10 ans (RGA, 2020).



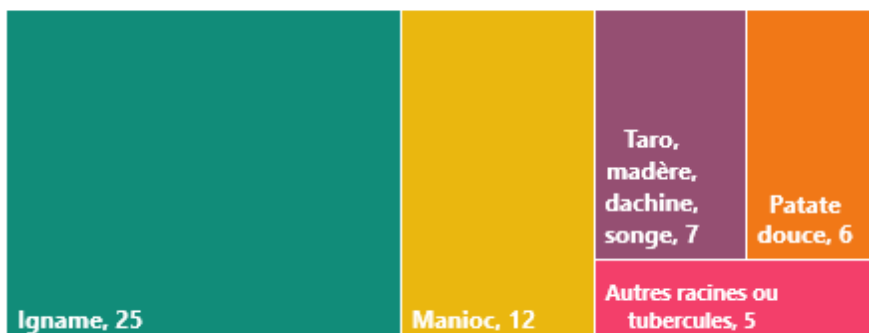
Part des légumes dans la SAU – RGA 2020

Cela correspond à la tendance de diminution des micros et petites exploitations qui sont celles qui abritent principalement les productions de diversification végétale.

RÉPARTITION DES CULTURES FRUITIÈRES SELON LEURS SURFACES (HA)



RÉPARTITION DES LEGUMES RACINES SELON LEURS SURFACES (HA)



Place des différentes espèces dans les surfaces fruitières et de tubercules de la CAESM. Elaboration Soliance, Source : RGA, 2020

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.2. Les filières fruits, légumes et tubercules

Organisation de la filière

UNE PRODUCTION DIFFICILE À QUANTIFIER ET COMMERCIALISÉE PRINCIPALEMENT VIA DES CIRCUITS INFORMELS

Malgré la part importante des exploitations agricoles qu'elles représentent, les filières de diversification végétales sont peu organisées et structurées. Il existe 6 Organisations de Producteurs reconnues, possédant chacune leurs propres entités commerciales. Certaines sont spécialisées dans des productions spécifiques comme les fruits d'industrie à destination de DENEL (VJT pour la goyave et la prune de Cythère), ou encore le melon (Caraïbes Melonniers). Les 4 autres (Ananas Martinique, CHM, MHM, SICA 2M) centralisent et distribuent aux différents acheteurs du territoire une production de légumes, tubercules et fruits relativement diversifiée.

Selon les statistiques de la DAAF et les données communiquées par l'AMAFEL, **les productions de diversification végétale commercialisées via les OP ne représentent que 20 % du volume total de production de fruits et légumes de l'île.**

En effet, la production réelle se situerait entre 15 000 et 20 000 tonnes pour 1 800 producteurs à l'échelle de l'île, dont une partie est écoulee par des producteurs indépendants non rattachés à des OP, mais dont la majorité circule au travers de circuits informels avec des acteurs non professionnels (producteurs et collecteurs-revendeurs). En 2022, les organisations de producteurs commercialisaient 7 693 tonnes de fruits et légumes, volumes en hausse de 16 % par rapport à 2021 mais qui a été divisé par 5 par rapport à 2009 (27 255 tonnes). A cette époque, les OP couvraient 49 % de la production du territoire (Agreste, 2012). Aujourd'hui, seulement 300 producteurs sont adhérents à des OP.

De nombreux freins organisationnels et structurels ont été pointés par le dernier rapport du CIRAD (Joltreau & Parrot, 2022), notamment les difficultés d'accès à l'information concernant les dispositifs d'aides publics et aux moyens des coopératives pour accompagner leurs coopérateurs. Les différents niveaux de professionnalisation des producteurs entraînent des stratégies commerciales différentes qui peuvent désorganiser le marché. Par manque de moyens et de trésoreries, certains vendent de façon opportuniste selon les marchés les plus rémunérateurs, sans s'adapter aux attentes du débouché, entraînant de la spéculation et une défiance des principaux acheteurs.

Il est également relevé qu'après la fermeture de la SOCOPMA, de nombreux producteurs ont quitté le circuit coopératif, avec une certaine défiance à l'égard de ce système impliquant de surcroit un cadre juridique d'adhésion assez lourd et contraignant.

« Le problème posé par la juxtaposition et le passage d'un circuit de commercialisation à un autre par un agriculteur se fait sans adaptation aux attentes propres à chaque circuit de commercialisation, et donc sans segmentation différenciée des circuits par usage » Parrot et al., extrait du rapport « Diagnostics stratégiques des filières maraîchères et canne à sucre en Martinique et en Guadeloupe », 2023

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.2. Les filières fruits, légumes et tubercules

Organisation de la filière

A L'ÉCHELLE MARTINICAISE DES ENJEUX D'ORGANISATION ET DE STRUCTURATION DE LA FILIÈRE

80 % des volumes des fruits et légumes seraient donc commercialisés via des circuits hors OP, au travers d'une diversité de débouchés qui mène à un éclatement de l'offre sur le marché local : marchés, paniers, direct magasins, ou via des circuits informels de collecteurs revendeurs et en bord de route.

En ce qui concerne les quelques espèces dédiées à la transformation, DENEL est le seul industriel de l'île pour ce type de transformation et absorbe la quasi-totalité des volumes de goyave pour de la 2^{ème} (pulpe de fruits) et 3^{ème} transformation (jus) avec sa marque Royal. Il utilise jusqu'à 2 000 tonnes de fruits locaux par an (goyave, ananas et maracuja), dont 1 800 tonnes sont approvisionnées via les OP. La production locale ne couvre que très partiellement leurs besoins, et la disponibilité de l'offre tend à diminuer. L'enjeu de professionnalisation des producteurs et de centralisation de l'offre permettrait une meilleure visibilité et planification de la production locale pour servir ce débouché spécifique.

Pour la filière légumes, on note l'existence de PIMENT, outil industriel filiale de DATEX et partenaire de la coopérative CHM qui propose des légumes surgelés ainsi que des plats cuisinés élaborés à partir de recettes martiniquaises, commercialisés sous la marque Otantik.

Les autres acheteurs de fruits et légumes interrogés (GMS, magasins spécialisés) appuient sur les failles d'organisation qui en font une filière perçue comme peu fiable et peu professionnelle, permettant difficilement de sécuriser leurs approvisionnements où se mélangent productions formelles et productions non tracées et/ou issues de systèmes de production non déclarés.

L'AMAFEL, l'interprofession martiniquaise des fruits et légumes de diversification fédère 5 coopératives, des transformateurs dont DENEL et une enseigne de GMS. L'interprofession cherche à mieux organiser la production et à mutualiser les moyens entre coopératives, notamment sur l'accompagnement technique et sur l'aspect commercial et logistique.

SUR LA CAESM, DES STRATÉGIES COMMERCIALES DIVERSIFIÉES

A l'échelle de la CAESM, on retrouve peu d'opérateurs économiques structurants, hormis les coopératives SICA 2M à Ducos et Caraïbes Melonniers à Saint-Anne. Néanmoins, une partie des producteurs du Sud approvisionnent l'ensemble des coopératives de Martinique et les outils industriels. Leurs stratégies commerciales dépassent les limites administratives de la CAESM.

Contrairement aux producteurs du Nord qui commercialisent en grande partie au travers de collecteurs-revendeurs pour écouler la production vers Dillon, les producteurs indépendants du Sud ont tendance à commercialiser en direct aux consommateurs : sur les marchés de producteurs (Bokodji à Ducos, La ferme de Perrine, Le Chou Créole, etc.) ou halles (~20% des exploitations de F&L en circuits courts), en direct à la ferme ou bord de route (~45% des exploitations de F&L en circuits courts), par des livraisons à en point relais/à domicile (~5% des exploitations de F&L en circuits courts) directement sur le territoire ou vers les bassins de consommation du centre de l'île. La majorité des producteurs de fruits et légumes du territoire travaillent seuls et restent isolés. Certains producteurs déplorent les mentalités dites « individualistes » des autres producteurs et les difficultés de la filière à travailler ensemble pour s'organiser et mutualiser les moyens.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.2. Les filières fruits, légumes et tubercules

Organisation de la filière

OP	AVJT	SICA 2 M (anciennement Caraïbes Exotiques)	Caraïbes Melonniers	CHM	GIE MHM	Ananas Martinique
Entité de commercialisation	AVJT	SICA 2 M	Caraïbes Melonniers	MAIA	Calypso	SCA Ananas Martinique
Localisation	Le Lamentin	Ducos	Saint-Anne	Le Lamentin	Le Robert	Le Lorrain
Nombre d'adhérents	35	150	6	60	31	24
Surface cultivée	320	250	100	ND	190	134
Volume de production 2022	1521	1200	1996 (dont ~500t pour le marché local)	ND	1067	857
Principales productions de diversification	Fruits destinés à la transformation (goyave, Cythère) et fruits frais	Fruits et légumes	Melons	Fruits et légumes	Salades tomates melons	Ananas
						Fruits et légumes
Logistique	20% des volumes livrés au Lamentin qui redistribue aux GMS ; 80% livrés à l'industrie directement par les producteurs	ND	ND	Pas de collecte par l'OP	Points de massification (Saint Pierre, Macouba, Basse Pointe) - l'OP livre aux clients	ND

Synthèse du fonctionnement actuel des Organisations de Producteurs de diversification végétale Martiniquaise – Sources : entretiens AMAFEL et coopératives, recherches bibliographiques (presse) dans le cadre de la mission pour CAP Nord sur l'optimisation de la commercialisation des fruits et légumes du Nord, Soliance Alimentaire 2023/2024 - Nd : non disponible

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.2. Les filières fruits, légumes et tubercules

Organisation de la filière

DES DÉMARCHES DE DIVERISIFICATION ET DE VALORISATION DE LA PRODUCTION LOCALE A TRAVERS LA TRANSFORMATION FERMIÈRE

La production de fruits et légumes de diversification est limitée par les nombreux freins évoqués dans les parties précédentes, qui impactent l'ensemble de l'agriculture martiniquaise : accès au foncier, capacités d'investissement limitées des producteurs, accès aux aides, effets du climat, pénurie de main d'œuvre qualifiée, manque de dynamisme professionnel.

Certains producteurs choisissent néanmoins d'innover et cherchent à mettre en place de la transformation à la ferme pour augmenter la valeur ajoutée de leurs productions. Plusieurs producteurs interrogés au cours du diagnostic ont par ailleurs évoqué **l'intérêt de mettre en place un outil de petite transformation mutualisé** sur le territoire (jus, surgélation).

Sur le territoire de la CAESM, **30 exploitations réalisent de la transformation de fruits et/ou légumes à la ferme** (RGA, 2020).

Les 3 GAL de Martinique mènent une étude commune d'opportunité pour la mise en place d'un outil de transformation (itinérant ou fixe), au service du développement des circuits courts sur le territoire martiniquais. Plusieurs scénarios sont encore à l'étude concernant la gestion de l'outil et les prestations qu'il pourrait proposer aux producteurs locaux.



La Maison du Manioc au François



La Maison du Manioc est une exploitation agricole gérée par Raymond Rijo produisant majoritairement du manioc mais également du maraîchage diversifié et de la volaille. Raymond transforme le manioc en différentes déclinaisons de farines bio avec pour volonté de remettre au goût du jour cette racine et en faire un produit de consommation quotidien pour les martiniquais. Il commercialise directement sur sa ferme dans laquelle il propose des visites pédagogiques. Il élabore des kassav ou des pizzas à base de manioc (Pizz'Manioc) qu'il agrémente de produits locaux. En dehors de la vente à la ferme, il vend lors d'événements publics ou plus récemment, dans son foodtruck.



Le chou Créole au Saint-Esprit

Le chou créole est une association réunissant 15 producteurs du Sud et de petits agro transformateurs, créée il y a 15 ans et qui commercialise la totalité de sa production via des paniers distribués tous les samedis matin, en partenariat avec la ville de Saint-Esprit. Les productions sont mises en commun pour élaborer les paniers et le système est ainsi basé sur une caisse commune, où les ventes sont redistribuées selon les volumes apportés (et la qualité des produits). Les produits ne sont pas labellisés mais les productions sont conduites selon un cahier des charges propre à l'association dit « d'agriculture organique », sans intrants chimiques. Malgré les 15 tonnes par an de produits vendus, il existe une demande forte, difficile à satisfaire au vu des freins évoqués précédemment.



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.2. Les filières fruits, légumes et tubercules

Organisation de la filière

SCHÉMAS DES PRINCIPAUX FLUX ET ACTEURS

MARTINIQUE



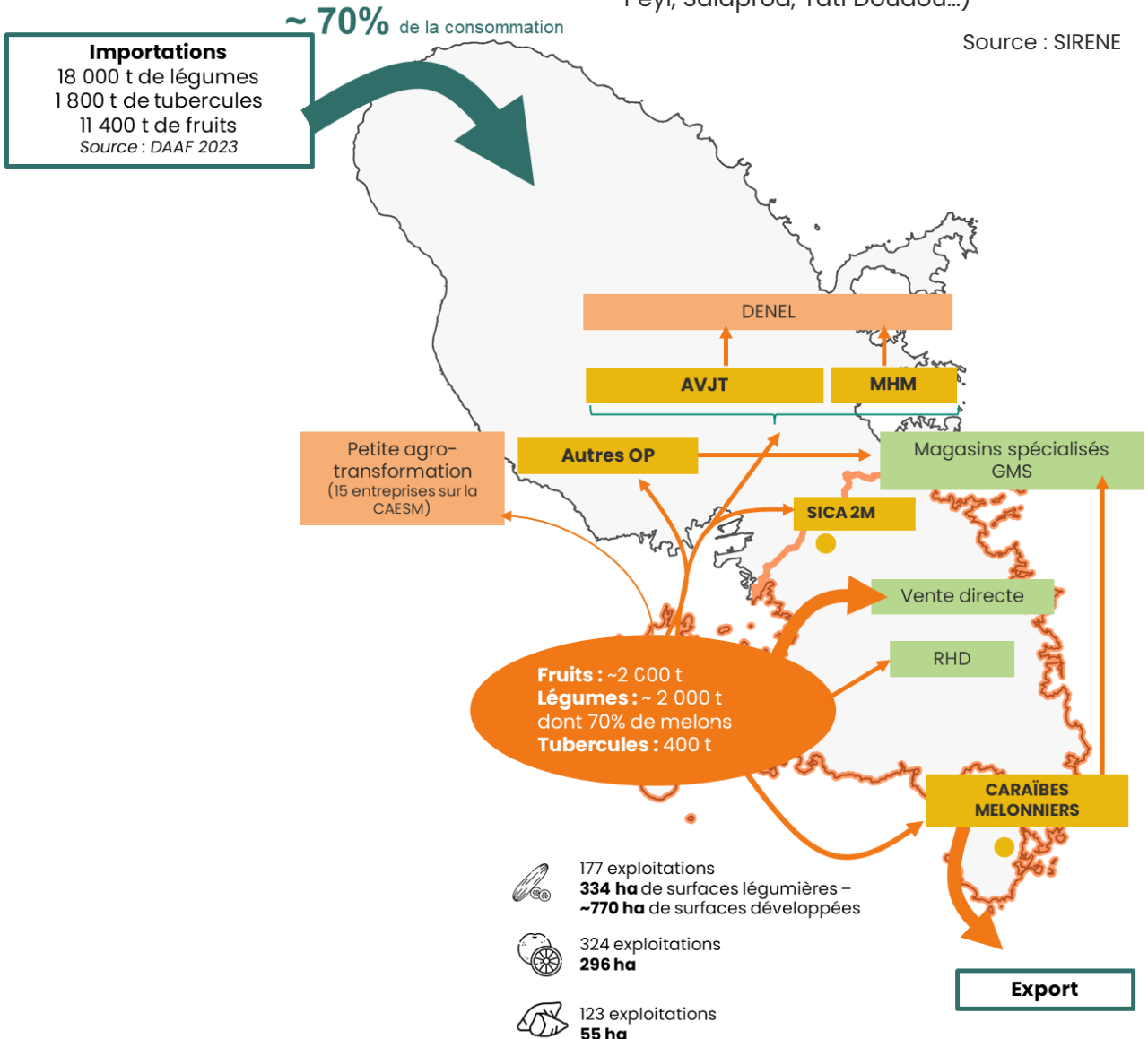
- 55 grossistes
- 6 Organisations de Producteurs
- 120 transformateurs

CAESM



- 4 grossistes : GIE SIRE, Exotic Marché, SICA 2 M, Midi Caraïbes Martinique
- 2 organisations de producteurs : SICA 2 M et Caraïbes Melonniers
- 15 transformateurs : Saveurs des Coulisses, les fruits du verger...), et 16 conservateurs de fruits ou de légumes (Madifruit, Cerise Péyi, Salaprod, Tati Doudou...)

Source : SIRENE



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.2. Les filières fruits, légumes et tubercules

A RETENIR

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> Présence historique de cultures emblématiques : melons et agrumes La présence de deux acteurs structurants : la SICA 2 M et Caraïbes Melonniers Des systèmes de productions tournés vers l'agroécologie, cherchant à développer des jardins créoles à « grande échelle » 	<ul style="list-style-type: none"> Une baisse des surfaces et des tonnages de banane, surtout pour les petits planteurs Des surfaces en maraîchage et cultures fruitières très limitées et en décroissance Une production peu organisée et morcelée, peu de démarches collectives de commercialisation Un manque de dynamisme technique et commercial des coopératives de diversification végétale Des productions non planifiées au sein même des coopératives Un manque d'infrastructures commerciales pour les producteurs en vente directe, notamment sur le côté Atlantique (type marché de producteurs).
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> Des producteurs individuels qui cherchent à enclencher des démarches de mutualisation commerciales et de transformation Le développement de surfaces des productions de niche (corossol, maracuja, cacao, etc.) qui restent encore anecdotiques Une part de la population qui cherche à re-découvrir et re-consommer des légumes et tubercules locaux. Des démarches à valoriser dans le cadre des recommandations de santé publique 	<ul style="list-style-type: none"> Des événements climatiques de plus en plus marqués impactant fortement la production, qui alterne entre surproduction et pénurie. Des productions formelles et informelles qui se confondent sur les marchés de bord de route, présentant des risques potentiels pour les consommateurs Un vieillissement marqué des agriculteurs et une disparition des petites exploitations qui abritent les productions fruitières et légumières Pour la filière fruitière industrielle, un seul acteur en présence qui peut exercer un monopole sur ce marché et orienter les prix

PISTES DE SOLUTIONS PROPOSÉES PAR LES ACTEURS

- Développer un outil de petite transformation pour augmenter la valeur ajoutée des productions fruitières locales ou valoriser les écarts de tri, et être moins dépendants des acteurs industriels.
- Pour les filières tubercules, s'organiser avec un ensemble de producteurs pour transformer à plus grande échelle au travers d'un outil commun et pouvoir fournir la restauration collective à moindre coût.
- Développer la production sous serre de légumes dans le Sud pour faire face aux intempéries et à la sécheresse.
- Faire des campagnes de communication sur les légumes et fruits péyi.
- Organiser des actions de glanage chez les particuliers et les valoriser par la transformation.
- Développer un local de vente réfrigéré et partagé entre producteurs.
- Valoriser les pratiques agroécologiques/organiques/jardin créole au travers d'une marque/label.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Chiffres clés des filières viandes

PLUS DE LA MOITIÉ DES EXPLOITATIONS AGRICOLES MARTINIQUAISES SONT DÉDIÉES À L'ÉLEVAGE, AVEC UNE CONCENTRATION SUR LA CAESM, OÙ UN TIERS DES EXPLOITATIONS SE CONSACRE À CETTE ACTIVITÉ

Source : Agreste RGA 2020



- **1 472** exploitations ont un cheptel, soit **55 %** des exploitations de Martinique
- **1 110** exploitations sont spécialisées en élevage, soit **41 %** des exploitations de Martinique
- **21 775** UGB
- **32** exploitations ont un cheptel en agriculture biologique en 2020



- **620** exploitations ont un cheptel, soit **66 %** des exploitations du territoire
- **509** exploitations sont spécialisées en élevage, soit **54 %** des exploitations du territoire
- **11 627** UGB
- **8** exploitations ont un cheptel en agriculture biologique en 2020

UNE RÉGRESSION DE L'ACTIVITÉ D'ÉLEVAGE EN MARTINIQUE DURANT LES 10 DERNIÈRES ANNÉES, D'AUTANT PLUS MARQUÉE SUR LA CAESM

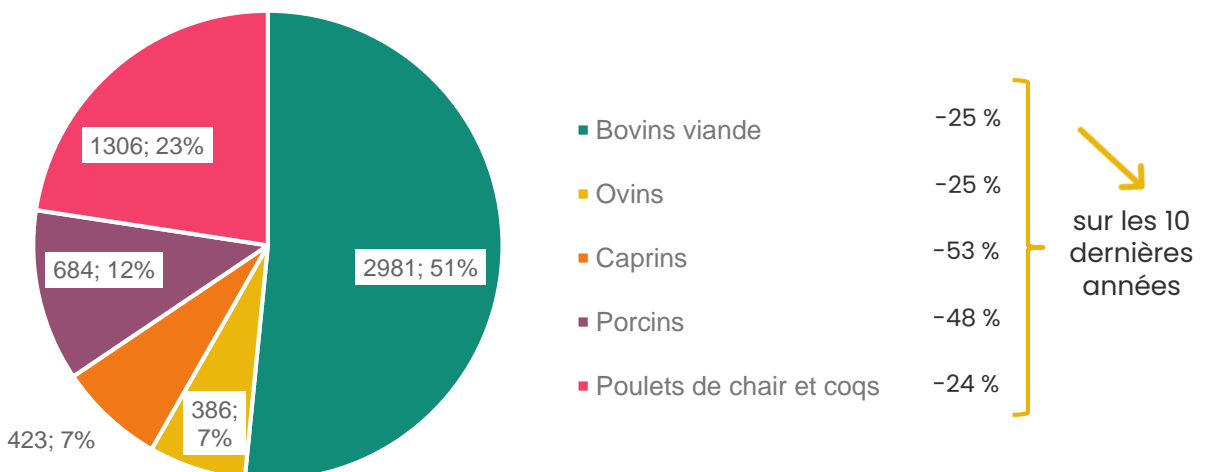
Source : Agreste RGA 2020



- **21 %** de baisse du nombre d'exploitations qui possède un élevage entre 2010 et 2020
- **-22 %** UGB entre 2010 et 2020



- **28 %** de baisse du nombre d'exploitations qui possède un élevage entre 2010 et 2020
- **-31 %** UGB entre 2010 et 2020



Répartition du nombre d'UGB selon le type d'élevage en 2020 et évolution du nombre d'UGB entre 2010 et 2020 sur le territoire de la CAESM. Source : Agreste 2020

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Filière bovins viande – chiffres clés

EN MARTINIQUE, L'ÉLEVAGE DE BOVINS VIANDE REPRÉSENTE UN TIERS DES EXPLOITATIONS, DONT 40 % SONT IMPLANTÉES SUR LA CAESM

Source : Agreste RGA 2020



- **827** exploitations concernées
- **31 %** des structures
- **518** exploitations spécialisées
- **3^{ème}** viande locale la plus consommée



- **335** exploitations concernées
- **36 %** des structures
- **240** exploitations spécialisées
- **40 %** des exploitations bovins viande de Martinique

UNE RÉGRESSION DE L'ACTIVITÉ BOVIN VIANDE EN MARTINIQUE DURANT LES 10 DERNIÈRES ANNÉES, AVEC UNE BAISSÉ MARQUÉE SUR LA CAESM

Source : Agreste RGA 2020



- **-13 %** d'exploitations ayant des bovins viande entre 2010 et 2020
- **-13 %** du cheptel entre 2010 et 2020



- **-29 %** d'exploitations ayant des bovins viande entre 2010 et 2020
- **-25 %** du cheptel entre 2010 et 2020

UN RÔLE PRÉPONDÉRANT DES COOPÉRATIVES (1/2 DES VOLUMES PRODUITS) ET UNE DÉPENDANCE FORTE AUX IMPORTATIONS EN FRAIS ET SURTOUT EN SURGELÉ

En Martinique, la viande bovine est la troisième viande la plus consommée derrière la viande de volaille (1^{ère} viande la plus consommée) et derrière la viande de porc (2^{ème} viande la plus consommée). La viande bovine représente 35 % de la viande fraîche consommée. La production locale couvre entre 19 % (selon l'ADEME) et 38 % (selon l'Association martiniquaise Interprofessionnelle de la viande et du lait) de la consommation. Les martiniquais restent donc dépendants des importations, en particulier de viande surgelée, qui représente plus de la moitié de leur consommation totale. Les coopératives fournissent la moitié des volumes, tandis que l'autre moitié est réalisée par les bouchers et les particuliers dans une moindre mesure (Association martiniquaise Interprofessionnelle de la viande et du lait).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Filière ovins et caprins – chiffres clés

EN MARTINIQUE, 20 % DES EXPLOITATIONS POSSÈDENT DES OVINS OU CAPRINS, DONT LA MOITIÉ SE TROUVE SUR LA CAESM, REPRÉSENTANT PRÈS DE 30 % DES EXPLOITATIONS DE CE TERRITOIRE

Source : Agreste RGA 2020



- **325** exploitations ont des ovins
- **223** exploitations ont des caprins
- **96** exploitations spécialisées en ovins ou caprins
- **20 %** des structures



- **150** exploitations ont des ovins
- **117** exploitations ont des caprins
- **68** exploitations spécialisées en ovins ou caprins
- **29 %** des structures
- **49 %** des exploitations ovins-caprins de Martinique

UNE RÉGRESSION DE L'ACTIVITÉ OVIN ET CAPRIN EN MARTINIQUE AU COURS DES 10 DERNIÈRES ANNÉES, AVEC UNE BAISSSE ENCORE PLUS MARQUÉE SUR LA CAESM

Source : Agreste RGA 2020



- **-17 %** d'exploitations ayant des ovins entre 2010 et 2020
- **-28 %** d'exploitations ayant des caprins entre 2010 et 2020
- **-35 %** du cheptel d'ovins entre 2010 et 2020
- **-40 %** du cheptel de caprins entre 2010 et 2020



- **-41 %** d'exploitations ayant des ovins entre 2010 et 2020
- **-45 %** d'exploitations ayant des caprins entre 2010 et 2020
- **-25 %** du cheptel d'ovins entre 2010 et 2020
- **-53 %** du cheptel de caprins entre 2010 et 2020

LES ATTAQUES DE CHIENS DIVAGANTS, UNE PROBLÉMATIQUE MAJEURE POUR LA FILIÈRE, DES ACTIONS DE PLUS GRANDE AMPLIEUR DOIVENT ÊTRE MISES EN PLACE

Les attaques de chiens domestiques, non errants, ont gravement affecté cette filière, entraînant des pertes importantes dans les cheptels. Jusqu'à 50 % des cheptels auraient été décimés (Association martiniquaise Interprofessionnelle de la viande et du lait). La situation est complexe car la plupart des propriétaires de chiens n'ont pas d'assurance ou dans le cas contraire, les assurances refusent de verser les indemnités, au détriment des éleveurs qui sont dans l'incapacité de remettre en place leur cheptel. La police refuse les déclarations de pertes, les fourrières sont pleines et les chiens divagants s'attaquent désormais au gros bétail.

« La situation est désormais urgente et des moyens de grande ampleur doivent être déployés. Ce sont les communes qui ont la responsabilité de trouver des solutions pour faire face à cette problématique, mais elles peuvent aussi déléguer la compétence aux EPCI pour que celles-ci agissent à plus grande échelle » (Abattoir départemental de la Martinique)

Des actions sont lancées à l'échelle du département, avec notamment la DAAF qui a mis en place des cages de capture en propre, CAP Nord qui a sa propre unité de capture et la commune du Marin qui a lancé des expérimentations pour améliorer les moyens de capture, réguler les populations et proposer des moyens de protection aux éleveurs (Association martiniquaise Interprofessionnelle de la viande et du lait et entretiens).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Filière volailles – chiffres clés

EN MARTINIQUE, L'ÉLEVAGE DE VOLAILLES OCCUPE UNE FAIBLE PART DES EXPLOITATIONS, MAIS PRÈS DE 40 % SONT CONCENTRÉES SUR LA CAESM

Source : Agreste RGA 2020



- **187** exploitations concernées
- **84** exploitations ont des poules pondeuses d'œufs de consommation
- **145** exploitations ont des poulets de chair ou coqs
- **7 %** des structures
- **30** exploitations spécialisées
- **1^{ère}** viande locale la plus consommée



- **73** exploitations concernées
- **38** exploitations ont des poules pondeuses d'œufs de consommation
- **56** exploitations ont des poulets de chair ou coqs
- **8 %** des structures
- **15** exploitations spécialisées
- **39 %** des exploitations volailles de Martinique

UNE RÉGRESSION DE L'ACTIVITÉ VOLAILLE EN MARTINIQUE DURANT LES 10 DERNIÈRES ANNÉES, AVEC UNE BAISSÉ MARQUÉE SUR LA CAESM

Source : Agreste RGA 2020



- **-15 %** d'exploitations ayant des volailles entre 2010 et 2020
- **-17 %** du cheptel entre 2010 et 2020



- **-46 %** d'exploitations ayant des volailles entre 2010 et 2020
- **-24 %** du cheptel entre 2010 et 2020

UNE CROISSANCE DE LA PRODUCTION LOCALE DE VIANDE DE VOLAILLE MALGRÉ LA CONCURRENCE DES IMPORTATIONS

La filière volaille en Martinique, représentée par la coopérative MADIVIAL, la Sica Madras, et les abattoirs de Grande-Rochelle à Ducos et de Bokail au François, représente 51 % de la production locale de viande. La volaille est également la viande fraîche la plus consommée, représentant 39 % de la consommation locale, tandis que les produits surgelés couvrent environ 80 % de la consommation totale.

Malgré la prédominance des importations, la production locale a satisfait 17 % de la demande en 2023, en hausse par rapport aux 11 % de 2018. Ce taux de couverture dépasse désormais celui de la viande bovine (16,5 % en 2023), mais reste inférieur à celui de la production porcine (26,5 % en 2023). Au cours des dix dernières années, les importations de viande de volaille ont reculé de 18,5 %. Toutefois, les importations continuent de représenter une forte concurrence pour les filières locales, en raison de leurs prix de vente nettement inférieurs aux produits martiniquais (Association martiniquaise Interprofessionnelle de la viande et du lait).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Filière porcine – chiffres clés

EN MARTINIQUE, L'ÉLEVAGE DE PORCS OCCUPE UNE FAIBLE PART DES EXPLOITATIONS, MAIS PLUS DE 40 % SONT CONCENTRÉES SUR LA CAESM

Source : Agreste RGA 2020



- **200** exploitations concernées
- **7 %** des structures
- **62** exploitations spécialisées
- **2^{ème}** viande locale la plus consommée



- **88** exploitations concernées
- **9 %** des structures
- **29** exploitations spécialisées
- **44 %** des exploitations de porcins de Martinique

UNE RÉGRESSION DE L'ACTIVITÉ PORCINE EN MARTINIQUE DURANT LES 10 DERNIÈRES ANNÉES, AVEC UNE BAISSÉ MARQUÉE SUR LA CAESM

Source : Agreste RGA 2020



- **-10 %** d'exploitations ayant des porcins entre 2010 et 2020
- **-19 %** du cheptel entre 2010 et 2020



- **-14 %** d'exploitations ayant des porcins entre 2010 et 2020
- **-48 %** du cheptel entre 2010 et 2020

MALGRÉ UNE STRUCTURE COOPÉRATIVE SOLIDE, LA FILIÈRE PORCINE EST EN DÉCLIN ET FAIT FACE À LA DÉPENDANCE AUX IMPORTATIONS

La filière porcine se classe au deuxième rang en termes de production locale, représentant 30 % de la production totale de viande et couvrant 23 % de la consommation de viande fraîche en Martinique. Entre 2010 et 2020, le cheptel porcin a diminué de 19,3 %, atteignant 8 958 têtes, tandis que la production a diminué de 9,8 % sur dix ans, avec 1 113 tonnes produites. La filière porcine s'organise principalement autour de deux coopératives, COOPMAR et MADIVIAL. Malgré cette structure, les martiniquais restent fortement dépendants des importations, notamment de viande surgelée, qui représente plus de la moitié de leur consommation totale (Association martiniquaise Interprofessionnelle de la viande et du lait).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Schéma des acteurs et principaux flux

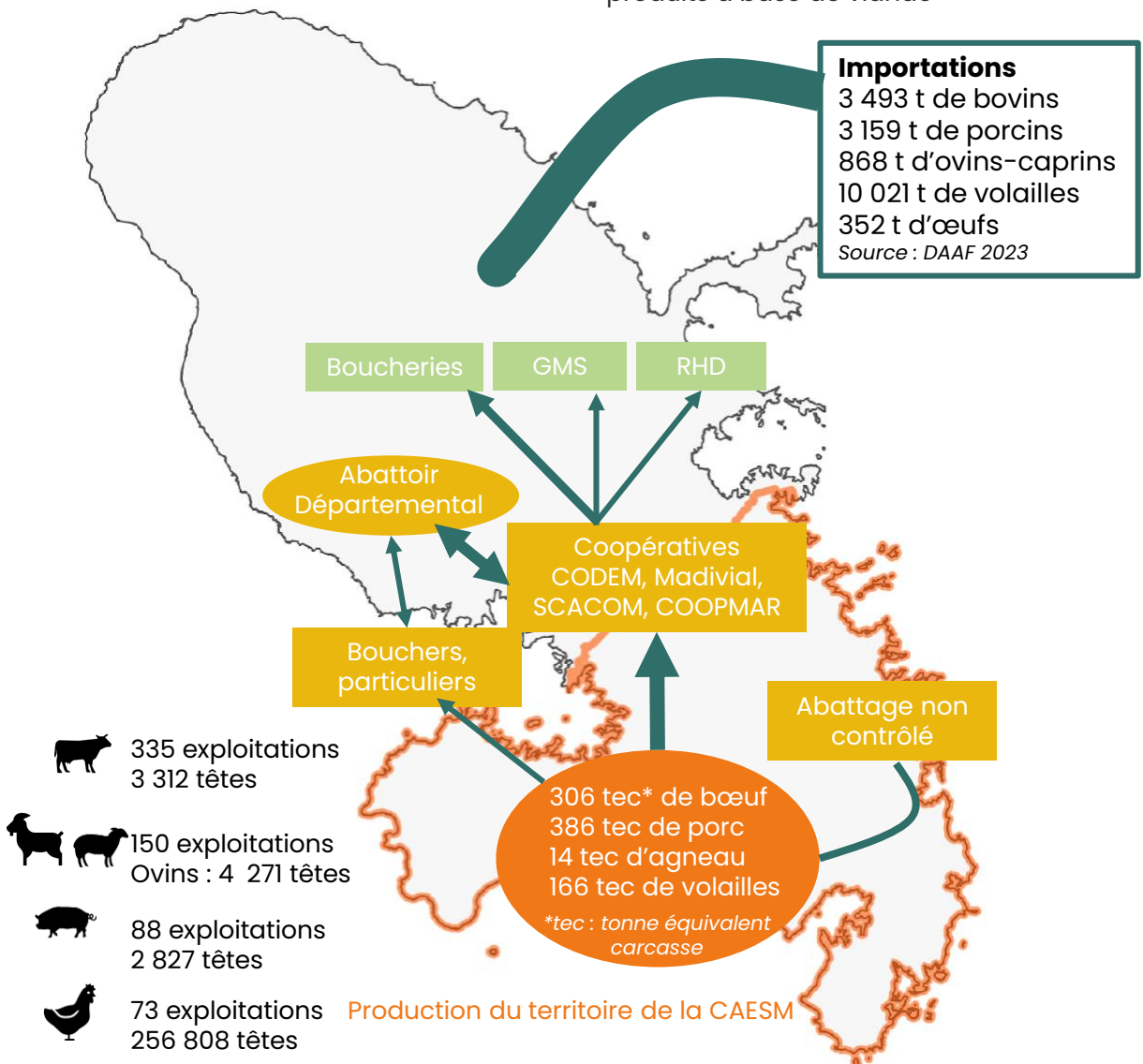
MARTINIQUE

- **18** transformation et conservation de la viande de boucherie
- **6** transformation et conservation de la viande de volaille
- **16** préparation industrielle de produits à base de viande
- **13** charcuteries
- **1** grossiste de volailles et gibier (Madivial)
- **1** grossiste de produits à base de viande (Hutin-Campeggi)
- **132** commerces de détail de viande et produits à base de viande (boucheries)

Source : SIRENE

CAESM

- **4** transformation et conservation de la viande de boucherie – SICA Madras, Boucherie Peyi, Prairie Amant, Eliel Basson (entrepreneur individuel)
- **2** transformation et conservation de la viande de volaille – Abattoirs Bo Kail, Société d'abattage de Grande Rochelle
- **3** préparation industrielle de produits à base de viande – Mamie Créole, Le boucane, La Symbiose des saveurs
- **8** charcuteries
- **1** grossiste de volailles et gibier – Madivial
- **49** commerces de détail de viande et produits à base de viande



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

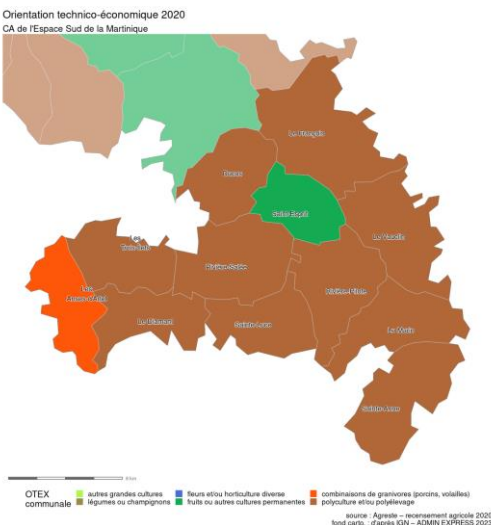
B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Etat des lieux et dynamiques actuelles des filières viande

LE SUD DE LA MARTINIQUE EST UN TERRITOIRE SPÉCIALISÉ EN ÉLEVAGE

Le sud de la Martinique, très sec en période de carême (mars-juin) et soumis à des vents réguliers qui assèchent les savanes naturelles, se caractérise par des terres difficiles à valoriser. Cette région abrite donc la majorité du cheptel de l'île, et le territoire de la CAESM est largement spécialisé en élevage. Selon l'orientation technico-économique des exploitations par commune, toutes les communes possèdent majoritairement des exploitations spécialisées en polyculture et/ou poly-élevage, ou en combinaison de granivores pour Les Anses d'Arlet, à l'exception de Saint-Esprit, qui est spécialisé en fruits et autres cultures permanentes (Agreste RGA, 2020).

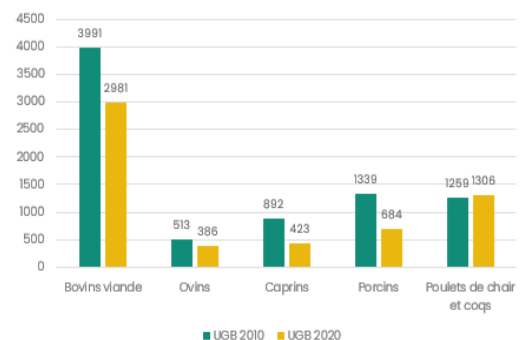


Orientation technico-économique par commune sur le territoire de la CAESM en 2020. Source : Agreste RGA, 2020.

La CAESM abrite plus de 53 % du cheptel de la Martinique en Unité Gros Bétail (UGB) et 42 % des exploitations de l'île détenant du cheptel. **En 2020, 66 % des exploitations de la CAESM possédaient un cheptel, avec une majorité (54 %) spécialisée en élevage.** Les prairies représentent 4 377 hectares de la surface agricole utile (SAU), soit 57 % de la SAU du territoire, ce qui souligne son **caractère de terre d'élevage extensif.** Le territoire présente une diversité d'élevages, incluant bovins, ovins, caprins, porcins, volailles et polyculture-élevage. Les bovins viande, dominés par la race Brahman, représentent 44 % des exploitations détenant un cheptel. La race Brahman est particulièrement adaptée pour sa capacité à supporter une perte de poids conséquente pendant plusieurs mois et à compenser cette perte lors de la saison des pluies suivante.

SUR 10 ANS, ENTRE 2010 ET 2020, LES FILIÈRES D'ÉLEVAGE ONT ÉTÉ MARQUÉES PAR UNE FORTE DIMINUTION

Cependant, entre 2010 et 2020, une réduction significative du cheptel et du nombre d'exploitations a été observée. Les bovins viande ont été particulièrement affectés, avec une baisse de 25 % de leur cheptel et de 50 % du nombre d'exploitations sur le territoire de la CAESM. Les ovins viande ont diminué de 25 % en cheptel et de 41 % en nombre d'exploitations. Les caprins et les porcins ont également subi des baisses importantes de leur cheptel (-53 % et -48 % respectivement) et de leur nombre d'exploitations. L'élevage de volailles a chuté de 24 % en cheptel et de 46 % en exploitations. Parallèlement, les surfaces de prairies ont baissé de 16 % à l'échelle du territoire.



Nombre d'UGB par filière en 2010 et en 2020 sur la CAESM. Source : Agreste RGA 2020

Sources : Agreste 2020, Association martiniquaise Interprofessionnelle de la viande et du lait 2024

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Etat des lieux et dynamiques actuelles des filières viande

Malgré une tendance générale à la baisse des filières, la production de gros bétail a connu en 2022 une reprise à l'échelle de l'île, augmentant de 10 % par rapport à 2021 pour atteindre 2 026 tonnes. La filière porcine a enregistré la plus forte croissance avec une hausse de 16 %, tandis que les productions bovine, ovine, et caprine ont également progressé respectivement de 2 %, 3 %, et 23 %.

« Il n'y a eu aucune installation de jeunes agriculteurs en bovins ces trois dernières années » CODEM

LA DIMINUTION DE L'ÉLEVAGE À L'ÉCHELLE DE LA CAESM ET PLUS LARGEMENT À L'ÉCHELLE DE LA MARTINIQUE EST LIÉE À PLUSIEURS PROBLÉMATIQUES

Sur les 10 dernières années, les importations de viande sont restées stables, avec en moyenne 4 200 tonnes de viande bovine, 4 400 tonnes de viande porcine et 10 000 tonnes de volaille importées annuellement. A l'échelle de la Martinique, sur la dernière décennie, les taux de couverture de la consommation locale par la production locale sont restés stables pour le porc, autour de 20 %, ont légèrement augmenté pour la volaille, atteignant environ 15 %, et ont diminué pour le bovin, perdant 4 points pour arriver à environ 12 %.



Elevage de bovins Brahman. Source :
Chambre d'Agriculture de Martinique

Même si la filière viande est globalement structurée et organisée sur le territoire, notamment grâce à des coopératives comme la CODEM et Madivial, ainsi qu'à l'abattoir départemental de Martinique, la tendance globale au sein de la CAESM et plus largement en Martinique montre une contraction marquée du secteur.

Cette diminution peut être attribuée à divers facteurs, tels que les difficultés économiques liées à l'achat d'aliments pour animaux importés et chers, le non-renouvellement de la population d'éleveurs et leur vieillissement, et les difficultés de transmission, d'installation et de foncier, aggravées par la contamination au chlordécone.

« Trop de personnes parlent de zéro chlordécone mais achètent de la viande aux particuliers qui ne passent pas par l'abattoir » CODEM



Un projet d'Association Foncière Pastorale (AFP)

Selon le Code rural, une AFP est un regroupement de propriétaires de terrains (privés ou publics) sur un périmètre agro-pastoral et forestier, visant à assurer la mise en valeur et la gestion des fonds inclus dans ce périmètre. Le projet de la CODEM et de ses partenaires (DAAF, Chambre d'Agriculture, l'AMIV, les 3 EPCI, les JA, la CTM, la SAFER, l'EPFL, l'AFAF et le PNRM) vise à créer une AFP pour une meilleure gestion des terres, le désenclavement des terres, et l'installation de jeunes agriculteurs. L'un des objectifs principaux est d'augmenter le ratio herbe/concentré à 90 %, avec plus de 800 hectares de potentiel de mise en production (Entretien avec la CODEM).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Etat des lieux et dynamiques actuelles des filières viande

Les problématiques des chiens divagants, qui touchent particulièrement les petits ruminants, mais aussi le gros bétail, ainsi que les fréquents vols d'animaux, exacerbent la situation. La disparition des métiers de boucher, passant de 130 en 2006 à 30 en 2023 pour la CODEM, ainsi que l'absence d'un outil de transformation de viande hachée sur le territoire limitent le développement de la filière. Enfin, la filière fait face à une augmentation de l'abattage clandestin et à la difficulté de recruter des bouchers, malgré la mise en place d'un centre de formation (Agreste 2020, Association martiniquaise Interprofessionnelle de la viande et du lait 2024, entretien avec la CODEM).

« Concernant les chiens errants, ce sont aux communes de se mobiliser, elles sont responsables de la sécurité sur leur territoire » CODEM



Attaques de chiens errants ou divagants.

Source : France-Antilles



Un groupement d'intérêt économique et environnemental (GIEE) pour faire face à la problématique de la pollution à la chlordécone

Le GIEE « Sécurisation des viandes martiniquaises » réunit 24 éleveurs de ruminants de toute la Martinique. Ces éleveurs ont révisé leurs pratiques pour décontaminer leurs animaux affectés par la pollution à la chlordécone. Ils utilisent des techniques telles que l'usage de l'eau de pluie, la valorisation des ressources fourragères locales, et la rotation rapide des animaux sur les parcelles. Ils ont aussi modifié la parcellisation de leurs exploitations pour utiliser les zones non polluées pour la décontamination et la finition des animaux. Le Groupement de Défense Sanitaire de la Martinique (GDSM) les soutient en apportant un appui technique et logistique pour le diagnostic et le suivi des mesures de décontamination (MASA, 2018).



Un centre de formation pour les éleveurs de Martinique



Formation par la CODEM.

Source : CODEM

La CODEM a inauguré en 2023 le Centre Opérationnel de Formation des Éleveurs de la Région Martinique (COFERM) pour pallier la pénurie de main-d'œuvre qualifiée en proposant des formations locales. La première session de formation de bouchers, organisée avec le Groupe Bernard Hayot (GBH), Pôle Emploi et OpCommerce, a diplômé onze jeunes, dont un a été recruté par Le Comptoir des Viandes et les autres par GBH. Sous la coordination de Christian Troudart, le COFERM prévoit d'autres formations, notamment en hygiène et sécurité (HACCP) et en gouvernance des coopératives (Association martiniquaise Interprofessionnelle de la viande et du lait).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.3 Les filières viandes

Etat des lieux et dynamiques actuelles des filières viande

LA COOPÉRATIVE DES ELEVEURS DE MARTINIQUE (CODEM), ACTEUR STRUCTURANT DE L'ÉLEVAGE EN MARTINIQUE

Depuis 40 ans, la coopérative CODEM regroupe 107 éleveurs principalement situés dans le Sud. Avec un effectif de 6 797 bovins, elle possède une infrastructure solide comprenant un siège, un atelier de découpe et une boucherie coopérative "Comptoir des Viandes" au Lamentin. Cette boucherie, employant six personnes, commercialise tous types de viandes 100 % locales et fraîches, avec des services de découpe fine et un espace de restauration en partenariat avec un chef cuisinier. Les membres de la CODEM possèdent des cheptels de taille variable, certains allant jusqu'à 400 têtes, et opèrent selon divers systèmes d'élevage : naisseur, engraisseur et naisseur-engraisseur.



La CODEM propose plusieurs services à ses membres : la commercialisation d'animaux vivants et de viandes, des conseils en conduites d'élevage, alimentation, et coûts de production. Elle collecte des animaux pour la boucherie et l'abattoir, assure la découpe et la mise en barquette ou sous vide, et dispose d'un service commercial pour la vente aux GMS, artisans bouchers, et CHR.

La coopérative a mis en place des outils digitaux (tableaux de bord pour éleveurs, intranet). En gérant le POSEI, elle redistribue intégralement les aides financières aux éleveurs. Des projets de labellisation pour une viande bovine de qualité sont en cours, en collaboration avec le PARM, l'INRAE, et la Chambre d'Agriculture. Un projet de relance de la filière ovins et caprins est aussi en cours, et la coopérative cherche à augmenter ses adhésions pour rajeunir la population des éleveurs et multiplier les petits détenteurs.

La CODEM a également lancé un projet d'Association Foncière Pastorale pour une meilleure gestion des terres et l'installation de jeunes agriculteurs, avec pour objectif d'augmenter le ratio herbe/concentré à 90 %. Enfin, la coopérative travaille sur la mise en place d'outils de transformation sur le territoire, tels qu'un outil de viande hachée (Entretien avec la CODEM).

L'ABATTOIR DÉPARTEMENTAL DE MARTINIQUE, OUTIL CENTRAL, EST EN SOUS-ACTIVITÉ

L'abattoir départemental de Martinique est le seul abattoir multi-espèces de l'île. Il est géré par la CTM et est en régie personnalisée avec une autonomie financière. Malgré une capacité annuelle de 4 500 tonnes, son activité a chuté à moins de 2000 tonnes l'année dernière. Cette année ne montre pas de signes d'amélioration.

Liquidé en 2019, l'abattoir a été réorganisé sous une nouvelle structure. Il joue un rôle central dans l'organisation régionale, accueillant toutes les espèces du territoire, même les ratites depuis cette année. La répartition des activités montre que les porcins représentent 50 % des volumes, les bovins 40 %, les ovins et caprins 60 %, les équins moins de 7 %. L'abattoir, en sous-activité et confronté à des difficultés financières, recherche de nouveaux clients. Il propose des prestations d'abattage pour professionnels et particuliers, avec des services de sortie de carcasses et abats/tripes. Deux éleveurs bio utilisent ses services et prennent eux-mêmes en charge les coûts de certification liée à l'abattage.

La principale difficulté de l'abattoir réside dans la diminution de l'activité et le manque de production locale, exacerbés par les problèmes de développement des filières, les fermetures d'exploitations, l'abattage clandestin et les chiens divagants. Pour lutter contre l'abattage clandestin et répondre aux contraintes sanitaires, l'abattoir souhaite développer l'abattage rituel (Entretien avec l'abattoir départemental de Martinique).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière lait

Filière lait – chiffres clés

L'ÉLEVAGE DE BOVINS LAIT EST ANECDOTIQUE EN MARTINIQUE (MOINS DE 1% DU CHEPTTEL) ET LES ¾ DES BOVINS LAIT SONT SITUÉS SUR LA CAESM

Source : Agreste, RGA 2020



- **Très peu** d'exploitations concernées*
- **15** exploitations en 2010
- **170** UGB

* Secret statistique



- **Très peu** d'exploitations concernées*
- **10** exploitations en 2010
- **128** UGB
- **75 %** des UGB de vaches laitières de Martinique

EN MARTINIQUE, L'ÉLEVAGE DE CHÈVRES REPRÉSENTE MOINS DE 10% DES EXPLOITATIONS, ET PLUS DE 2/3 DU CHEPTTEL SE TROUVE SUR LA CAESM

Source : Agreste, RGA 2020



- **180** exploitations concernées
- **7 %** des structures
- **518** exploitations spécialisées
- **635** UGB



- **105** exploitations concernées
- **11 %** des structures
- **58 %** des exploitations de chèvres de Martinique
- **316** UGB
- **70 %** des UGB de chèvre de Martinique

UNE RÉGRESSION TRÈS FORTE, DE PLUS DE LA MOITIÉ, DES CHEPTELS DE VACHES LAITIÈRES ET DE CHÈVRES SUR LES 10 DERNIÈRES ANNÉES

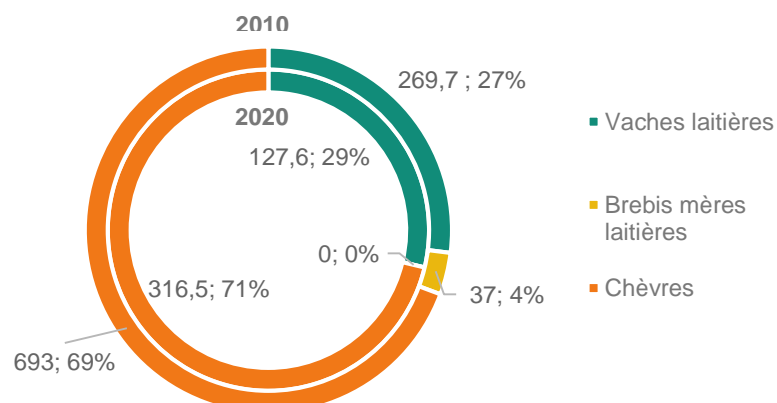
Source : Agreste, RGA 2020



- **-52 %** du cheptel de vaches laitières entre 2010 et 2020
- **-47 %** du cheptel de chèvres entre 2010 et 2020
- **-35 %** d'exploitations ayant des chèvres entre 2010 et 2020



- **-53 %** du cheptel de vaches laitières entre 2010 et 2020
- **-54 %** du cheptel de chèvres entre 2010 et 2020
- **-47%** d'exploitations ayant des chèvres entre 2010 et 2020



Répartition du nombre d'UGB selon le type d'élevage laitier en 2010 et en 2020 sur le territoire de la CAESM. Source : Agreste

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière lait

Schéma des acteurs et principaux flux

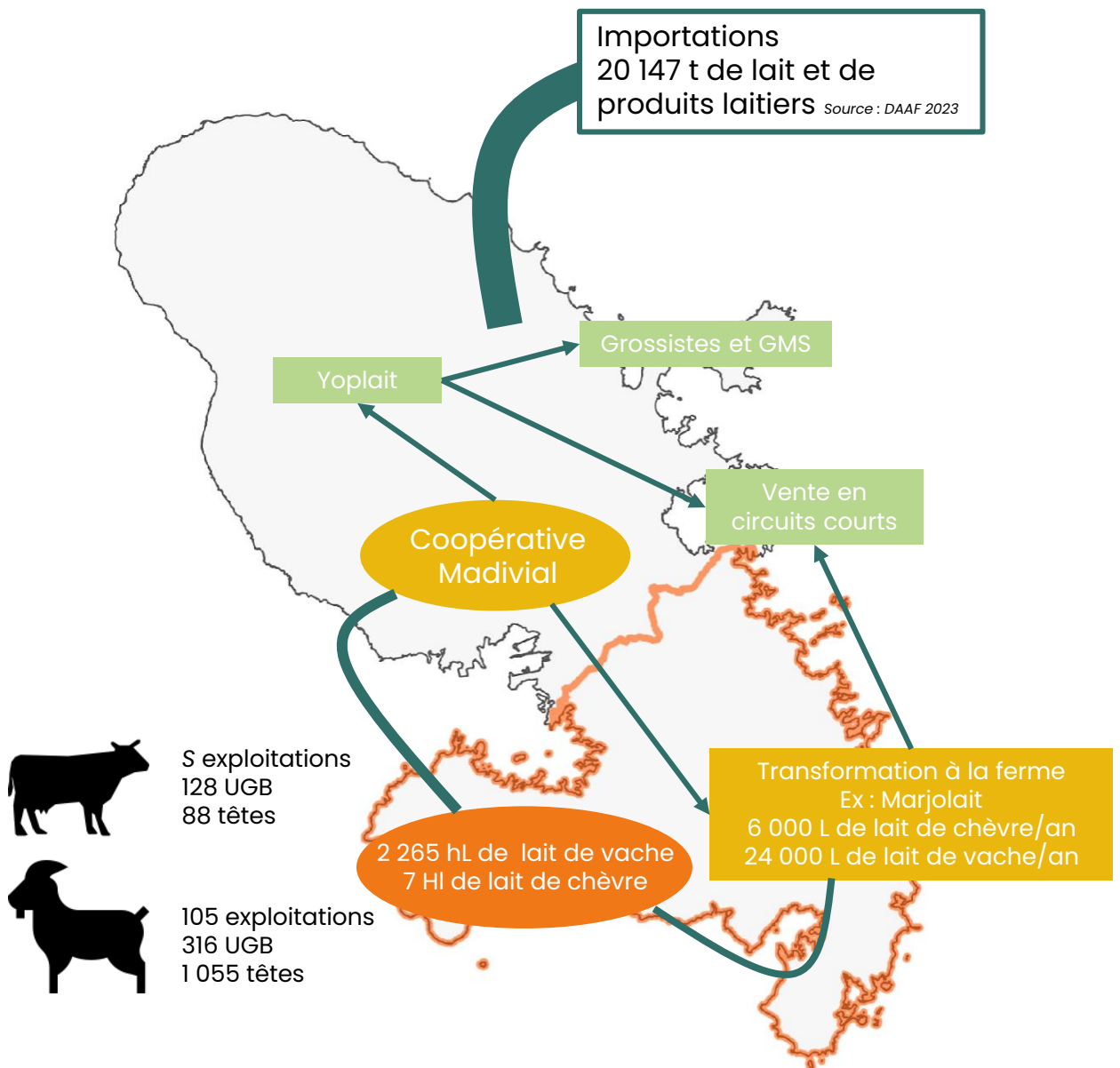
MARTINIQUE

- 3 grossistes
- 3 fabricants de fromage
- 1 fabricant de produits laitiers
- 4 fabricants de lait liquide et de produits frais

Source : SIRENE

CAESM

- 1 grossiste - GIE Collecte laitière Martinique
- 1 fabricant de produits laitiers - Marjolaït
- 1 fabricant de yaourts - Luc Delric
- 1 fabricant de lait liquide et de produits frais - Fooliz SARL



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière lait

Etat des lieux et dynamiques actuelles de la filière lait

LA FILIÈRE LAITIÈRE, DÉJÀ PEU DÉVELOPPÉE EN MARTINIQUE ET SUR LE TERRITOIRE, EST EN DÉCLIN MARQUÉ, COMME EN TÉMOIGNE L'EFFONDREMENT DE LA FILIÈRE DES OVINS LAITIERS

L'élevage laitier sur le territoire de la CAESM et en Martinique en général est en déclin marqué. En 2020, l'ensemble de cheptel laitier représente à peine 4 % du cheptel du territoire, un chiffre déjà plus élevé que la moyenne martiniquaise où l'élevage laitier représente seulement 3 % des UGB.

Concernant les ovins laitiers, aucune exploitation n'en possédait en 2020, alors qu'il y en avait 15 en 2010, représentant alors 68 % des exploitations et 65 % du cheptel d'ovins lait en Martinique.

La situation des vaches laitières est également préoccupante : bien que le territoire abrite 75 % du cheptel de vaches laitières de Martinique, le nombre d'exploitations est si faible qu'il est gardé confidentiel pour des raisons statistiques. En 2010, dix exploitations possédaient des vaches laitières. On note une chute du cheptel de 53 % au cours de la décennie.

L'élevage caprin semble être le plus résilient, avec 105 exploitations en 2020, représentant 58 % des exploitations de Martinique détenant des chèvres, mais le cheptel a quand même diminué de 54 % entre 2010 et 2020.

Globalement, la Martinique ne semble pas propice à l'élevage laitier, comme en témoigne sa faible part dans l'élevage total du territoire. Ce type d'exploitation réalise de faibles marges économiques en raison du poids des concentrés dans l'alimentation des cheptels. La baisse du cheptel et du nombre d'exploitations, ainsi que la disparition des ovins laitiers, mettent en évidence les difficultés rencontrées par le secteur de l'élevage laitier sur le territoire.

Source : Agreste 2020



Le camion de Marjolait.
Source : Marjolait



Marjolait, seule exploitation productrice de fromages en Martinique

Depuis dix ans, cette exploitation de Rivière-Pilote, créée à partir des propres fonds de la cheffe d'exploitation, se distingue par sa production de yaourts, fromages blancs et fromages à partir de lait de chèvre et de lait de vache. Marjolait possède environ 25 chèvres. Le lait de vache nécessaire est acheté à Madivial, provenant de l'exploitation Domaine de la Frégate, tandis que le reste est vendu à Yoplait. L'exploitation transforme annuellement 6 000 litres de lait de chèvre et 24 000 litres de lait de vache. Seule avec deux salariés, la cheffe d'exploitation a su pérenniser son projet alors que les 5 autres projets de fromageries de l'île n'ont pas survécu à cause de difficultés techniques et financières. Marjolait est surtout reconnue par le bouche-à-oreille sans s'appuyer sur des labels contraignants et privilégie la qualité de production. Elle vend ses produits directement via un camion et à une dizaine de structures, avec 60 % de son chiffre d'affaires provenant des ventes sur le marché. Bien que confrontée à de nombreux défis comme le manque de lait, de main d'œuvre, de soutien technique et de foncier pour augmenter la production, Marjolait est proactive dans ses démarches de formation technique et dans ses projets comme obtenir l'agrément pour vendre à la restauration collective ou accueillir du public sur son exploitation. Ses enjeux majeurs incluent la régularité des ventes, la gestion des coûts de production, l'acquisition de foncier et la recherche de partenariats pour des projets éducatifs et touristiques sur l'exploitation (Entretien Marjolait).

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière halieutique

Chiffres clés de la filière halieutique

Le territoire de la CAESM dispose de :

- **52 %** de la flotte martiniquaise
- **53 %** des marins-pêcheurs
- **49 %** des spots de plongées
- Du **1^{er}** port de plaisance de la Caraïbe au Marin
- **2 des 7** ports territoriaux de Martinique (Le Vauclin et Le Marin)
- **9 des 20** Aménagements de Pêche d'Intérêt Territorial (APIT)

Source : CRTE de la CAESM, 2022

Schéma des acteurs et principaux flux

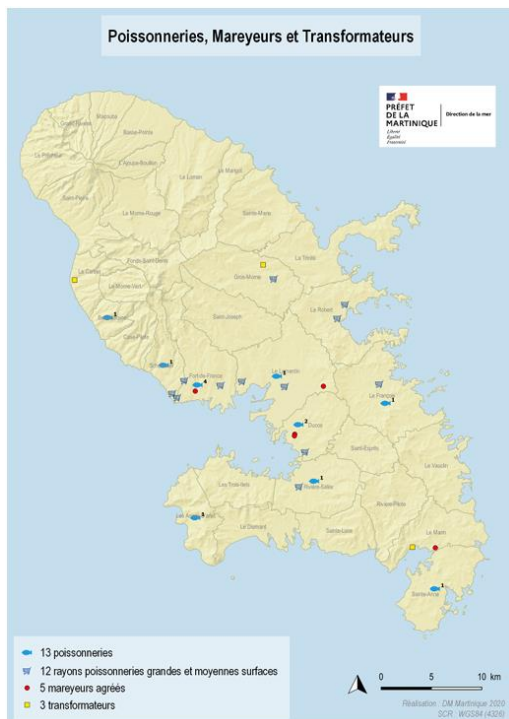
MARTINIQUE

- **32** transformation et conservation de poisson, de crustacés et de mollusques
- **28** grossistes
- **46** commerces de détail

Source : SIRENE

CAESM

- **17** transformation et conservation de poisson, de crustacés et de mollusques – Martinique Fumés, Le fumé des Antilles, Sodeban, des poissons si frais, Good fish for you, Migan...
- **6** grossistes – GIE commercialisation produits aquacoles, Marin pêche, Pêcherie Bussant...
- **20** commerces de détail – Distri poisson, DSK fish, Decafish, Le langoustier, Poissons des îles...



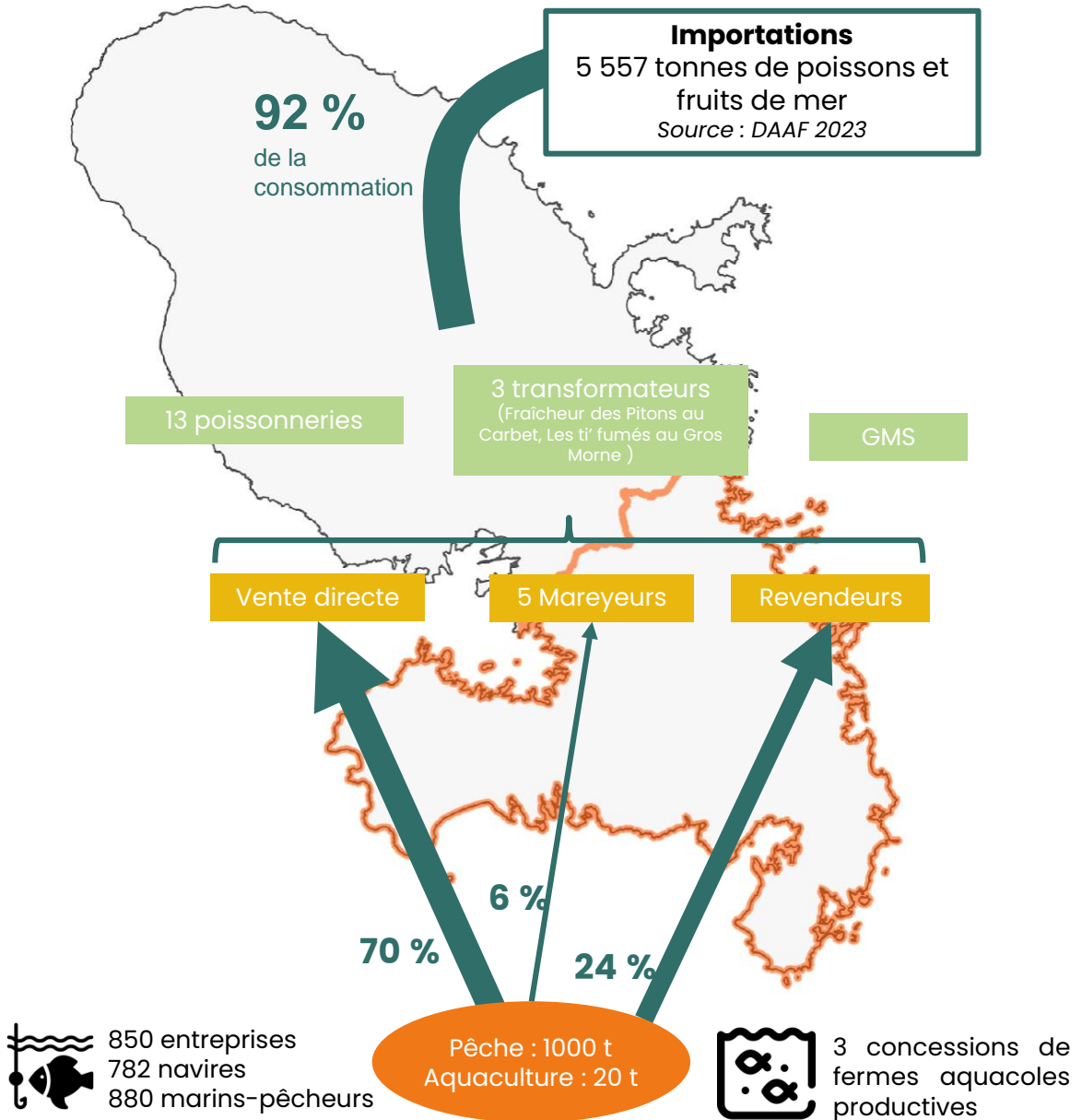
Localisation des poissonneries, mareyeurs et transformateurs en Martinique en 2020. Source : Direction de la Mer de la Martinique

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière halieutique

Schéma des acteurs et principaux flux



4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière halieutique

Etat des lieux et dynamiques actuelles de la filière halieutique

La filière pêche en Martinique est un secteur peu structuré sur le territoire, mais ce secteur est diversifié et joue un rôle important dans l'économie locale et la préservation des ressources marines. Elle englobe la pêche professionnelle, l'aquaculture et la pêche de loisir. La pêche professionnelle mobilise environ 850 entreprises et produit près de 1000 tonnes de poissons par an, majoritairement par des méthodes artisanales. En parallèle, l'aquaculture est principalement concentrée sur l'ombrine ocellée. La pêche de loisir, régulée strictement pour protéger la biodiversité, complète ce panorama en garantissant une utilisation durable des ressources marines. Ensemble, ces activités forment une filière productrice en Martinique, marquée par des efforts constants de régulation et d'innovation pour assurer la durabilité des écosystèmes marins et soutenir l'économie locale.

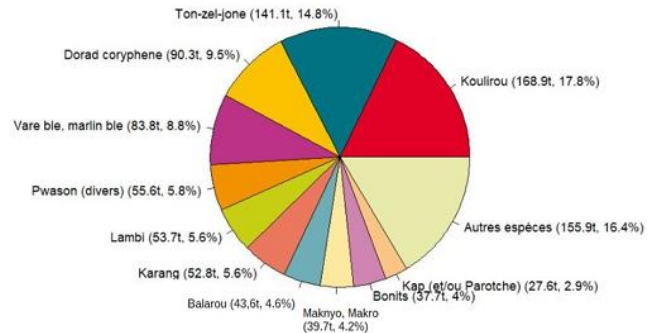
UNE PÊCHE PROFESSIONNELLE ARTISANALE

La pêche professionnelle en Martinique prend une place importante avec environ 850 entreprises produisant 1 000 tonnes de poissons annuellement. Depuis 2019, cette activité est encadrée pour assurer la durabilité des ressources, lutter contre le braconnage, et préserver la biodiversité marine.

Il existe différentes catégories de pêche :

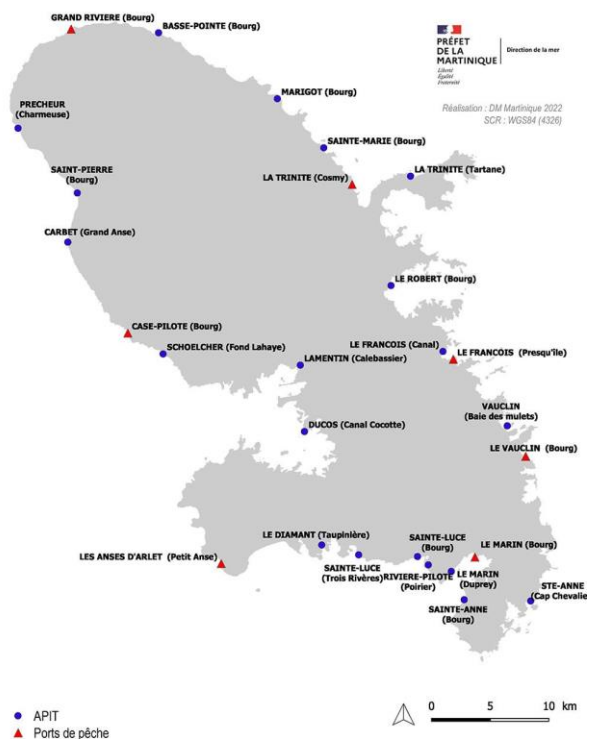
- Espèces pélagiques du large : thon, marlin, espadon, daurade.
- Espèces pélagiques côtières : balaous, volants, maquereau.
- Espèces benthiques : vivaneau, lambi, langoustes, poissons de roches.
- Pêche de crabes : réalisée à pied dans les mangroves.
- Pêche aux oursins blancs : interdite sauf durant des périodes spécifiques.

La pêche est majoritairement artisanale, utilisant des yoles de moins de 12 mètres, avec des engins comme filets, nasses et lignes. La Martinique dispose de 8 ports de pêche (Marin, Trinité, Diamant, François, Grand Rivière, Case Pilote, Vauclin, Anse d'Arlet) gérés par la CTM qui exerce le pouvoir de police portuaire.



Distribution du tonnage pêché par les yoles par espèces en 2018. Source : Direction de la Mer de la Martinique

Ports de pêche et APIT



Localisation des ports de pêche et des APIT (Aménagements de Pêche d'Intérêt Territorial) en Martinique en 2022. Source :

Direction de la Mer de la Martinique

Sources : [Direction de la Mer de la Martinique, Monographie maritime de la Martinique 2019-2020](#), [Direction de la Mer de la Martinique, La pêche professionnelle \(2024\)](#), [Direction de la Mer de la Martinique, Aquaculture \(2018\)](#)

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière halieutique

Etat des lieux et dynamiques actuelles de la filière halieutique

LA RÉGLEMENTATION ET LE VIEILLISSEMENT DES MARINS-PÊCHEURS ENTRAÎNENT UNE DIMINUTION DE L'ACTIVITÉ PÊCHE

En 2019, la flotte de pêche comptait 782 navires. La flotte a diminué de 30 % en 10 ans, en partie à cause de nouvelles réglementations. Il y avait 880 marins-pêcheurs recensés en 2019, dont seulement 15 femmes. La pyramide des âges est déséquilibrée avec un âge médian de 51 ans et 25 % des marins-pêcheurs de plus de 60 ans, ce qui est signe de difficultés de renouvellement des générations de marins-pêcheurs.

LA FILIÈRE PÊCHE EST PEU STRUCTURÉE

La filière comprend des pêcheurs, mareyeurs (premiers acheteurs), vendeurs en gros ou au détail (marchandes, poissonniers), importateurs et transformateurs. Ils sont organisés en syndicats, associations, et coopératives, et sont membres du Comité régional des pêches maritimes et des élevages marins (CRPMEM). Le CRPMEM, financé par des cotisations professionnelles obligatoires, représente les intérêts des professionnels et participe à l'élaboration de politiques publiques.



Voiles de pêche professionnelle en Martinique. Source : Direction de la Mer de la Martinique

La filière est faiblement structurée, avec peu de coopératives maritimes et une mise en marché souvent directe par les pêcheurs dans des conditions insatisfaisantes. Il n'existe en effet aucune coopérative maritime, la dernière (Coopémar) ayant fermé en 2016, et la Coopaquam étant mise en sommeil depuis 2017. On recense 25 associations de marins pêcheurs, 2 syndicats de marins-pêcheurs (SIMP et SAPEM), et un collectif pêche martinik (COPEM).

LES PRODUITS DE LA MER CONSOMMÉS EN MARTINIQUE PROVIENNENT EN GRANDE MAJORITÉ DES IMPORTATIONS

En 2019, la Martinique a importé plus de 14 000 tonnes de produits de la mer frais et congelés, et 3 171 tonnes de produits préparés ou en conserve. Les produits locaux représentent environ 8 % de la consommation globale. Ils sont principalement vendus en circuit court : 70 % en vente directe, 6 % aux mareyeurs, et 24 % aux revendeurs.

Les mareyeurs s'approvisionnent principalement en poissons frais d'importation en provenance du Venezuela et de Grenade, et 13 poissonniers proposent des produits locaux. Deux transformateurs (Fraîcheur des Pitons au Carbet, Les ti' fumés au Gros Morne) valorisent les productions locales et un autre, Marin Pêche, transforme principalement des produits importés.

L'AQUACULTURE DE MARTINIQUE SE CONCENTRE SUR L'OMBRINE OCELLÉE

L'aquaculture marine en Martinique a débuté dans les années 1980 avec l'élevage du bar européen, mais a rencontré des problèmes de reproduction et de maladies. Actuellement, l'activité se concentre principalement sur l'ombrine ocellée, ou loup des Caraïbes. La production se fait sur 7 concessions de fermes aquacoles couvrant 17 hectares, dont seulement 3 sont productives, produisant environ 20 tonnes par an.

Sources : Direction de la Mer de la Martinique, Monographie maritime de la Martinique 2019-2020, Direction de la Mer de la Martinique, La pêche professionnelle (2024), Direction de la Mer de la Martinique, Aquaculture (2018)

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière halieutique

Etat des lieux et dynamiques actuelles de la filière halieutique

L'Ifremer (Institut français pour la recherche et l'exploitation de la mer) et l'ADAM (Association pour le développement de l'aquaculture marine) ont développé les techniques d'élevage de l'ombrine ocellée, qui est bien adaptée aux conditions locales. En 2019, la production de cette espèce était stable à environ 35 tonnes. Malgré ses avantages pour réduire la pression sur les ressources marines, l'aquaculture entraîne des impacts environnementaux, notamment l'enrichissement de l'eau en matière organique, nécessitant un développement contrôlé pour minimiser ces effets.

L'AQUACULTURE EN MARTINIQUE IMPLIQUE DIFFÉRENTS TYPES D'ACTEURS:

- Producteurs de larves : L'Ifremer produit environ 1 million de larves par an.
- Producteurs d'alevins : Une éclosérie privée au Vauclin nourrit les larves avec du zooplancton pendant 15 jours avant de les sevrer.
- Producteurs d'ombrines : Les aquaculteurs élèvent les alevins en mer pendant 6 mois à 2 ans.
- Vendeurs : Marchandes et poissonniers vendent les produits.
- Transformateurs : Ils s'occupent du filetage et du fumage des poissons.

LA PÊCHE DE LOISIR EST RÈGLEMENTÉE POUR PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ

La pêche de loisir est soumise à des réglementations strictes pour garantir la durabilité des ressources marines. L'utilisation de dispositifs de concentration de poissons est interdite sans autorisation, et la pêche est réservée à la consommation personnelle. Des mesures de protection des juvéniles et des espèces marines menacées sont en place pour préserver la biodiversité.

Sources : Direction de la Mer de la Martinique, Monographie maritime de la Martinique 2019-2020, Direction de la Mer de la Martinique, La pêche professionnelle (2024), Direction de la Mer de la Martinique, Aquaculture (2018)



Ferme aquacole en Martinique. Source : Direction de la Mer de la Martinique



Localisation des fermes aquacoles en Martinique en 2020. Source : Direction de la Mer de la Martinique

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière halieutique

La filière halieutique sur le territoire de la CAESM

LA FILIÈRE PÊCHE EST ESSENTIELLE POUR L'ÉCONOMIE DU TERRITOIRE MAIS EST FRAGILISÉE

La filière pêche sur le territoire de la CAESM occupe une place importante dans l'économie locale et la préservation de la culture martiniquaise. Cependant, cette activité est confrontée à de nombreuses difficultés qui la fragilise.

Dans des communes comme Le Vauclin, où l'on compte entre 80 et 100 pêcheurs, la pêche reste principalement artisanale. Les captures sont vendues directement sur le port ou à des revendeurs locaux, et l'offre, constamment inférieure à la demande, s'écoule entièrement. Pourtant, la filière souffre d'une population vieillissante de pêcheurs, souvent plus âgée que celle des agriculteurs locaux. Ce vieillissement est aggravé par le coût élevé des équipements nécessaires à l'activité et par la complexité des procédures d'acquisition, malgré un soutien institutionnel existant.

En parallèle, le territoire est confronté à des menaces environnementales majeures. Le dérèglement climatique, la pollution des eaux, notamment au chlordécone, l'urbanisation croissante et les politiques de pêche intensive ont contribué à l'appauvrissement des ressources halieutiques. Pour répondre à ces enjeux, la réglementation de la pêche a été renforcée avec l'arrêté préfectoral de 2019, qui vise à préserver la biodiversité marine, lutter contre le braconnage, et assurer une gestion durable des ressources.

Mis à part ces défis environnementaux, la filière fait face à une précarité croissante des conditions de travail des pêcheurs, accentuée par la concurrence régionale. La crise de la pêche en Martinique a été exacerbée par l'interdiction de pêcher sur une grande partie du littoral à cause de la pollution au chlordécone, ainsi que par la pandémie de Covid-19, qui a réduit de moitié le nombre de marins-pêcheurs, aggravant la précarité du secteur. En réponse, le gouvernement a instauré un fonds d'aide de 1,5 million d'euros par an pour soutenir les pêcheurs en difficulté. Le Plan IV Chlordécone comprend également la création d'un centre d'accompagnement administratif pour faciliter l'accès aux aides publiques et améliorer la compétitivité de la filière.

LES INITIATIVES DE LA CAESM POUR LA STRUCTURATION, LA PROFESSIONNALISATION ET LA MODERNISATION DE LA FILIÈRE



Port de pêche du Vauclin. Source : AZ
Martinique

Face à ces problématiques, la CAESM a mis en place plusieurs initiatives pour moderniser et professionnaliser la filière pêche. Parmi celles-ci, le développement du Certificat d'Initiative Locale (CIL), désormais reconnu au niveau national, vise à renforcer les compétences des marins-pêcheurs. Cependant, ces efforts restent insuffisants au regard du besoin urgent de diversification des activités des pêcheurs. Pour y remédier, des projets de création de sites de transformation des produits de la mer et de mise en réseau des acteurs de la filière sont en cours.

Un autre projet est la création d'une unité pilote pour l'élevage d'oursins blancs, destinée à préserver les stocks naturels tout en développant une nouvelle activité aquacole. Toutefois, ce projet rencontre des difficultés à obtenir les financements nécessaires à sa réalisation.

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

B.4. La filière halieutique

La filière halieutique sur le territoire de la CAESM

L'activité de pêche étant dispersée entre plusieurs communes, son développement souffre d'un manque de cohésion. La CAESM a identifié ce problème et travaille à la mise en œuvre de projets communs pour les villages de pêcheurs, afin de structurer la filière et renforcer son efficacité.

LA FILIÈRE PÊCHE DE LA CAESM À UN TOURNANT : MODERNISATION, DIVERSIFICATION ET PRÉSERVATION POUR UN AVENIR DURABLE

La pêche sur le territoire de la CAESM, bien qu'ancrée dans les traditions locales, doit se transformer pour surmonter les problématiques auxquelles elle fait face. La modernisation des équipements, la diversification des activités, la structuration de la filière, la protection des ressources marines et la valorisation des métiers de la mer et sont des priorités. Le développement de projets structurants comme les zones de mouillage pour la protection des fonds marins et les initiatives aquacoles innovantes, est nécessaire pour dynamiser l'économie locale tout en respectant les impératifs écologiques.

La prospérité de la filière pêche de la CAESM dépend d'une approche concertée entre les acteurs locaux, les institutions publiques, et les initiatives privées pour répondre aux défis environnementaux, économiques et sociaux. Pour ce faire, il est nécessaire de développer des actions en matière de professionnalisation, d'innovation et de préservation pour garantir un avenir durable à cette activité importante pour le territoire.

Sources : Contrat Territorial de Relance et de Transition Ecologique de la CAESM, 2022

Entretien avec la commune du Vauclin

Dossier de candidature au programme Leader 2014-2020 du GAL Sud de la Martinique, 2015

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

RECENSEMENT DES ACTIONS DE L'ESPACE SUD

Tous sujets confondus pour le chapitre *bassin de production*

Actions	Service/Direction
Création d'un nouveau diplôme, la « Spécialisation d'Initiative Locale (SIL) Transformation et valorisation des produits de la mer » à l'initiative de la CAESM	Direction de la politique de la mer
Création d'un « réseau de Cases à pêche »	Direction de la politique de la mer / Direction de l'aménagement
Création d'un dispositif de concentration de poisson	Direction de la politique de la mer
Ateliers professionnels thématiques : réglementation et innovations technique / poisson	Direction de la politique de la mer
Semaine de la Pêche et de l'Aquaculture - Volet Marché de vente de produits	Direction de la politique de la mer
Limiter la disparition des terres agricoles sous exploitées du fait de l'enfrichement	Direction de l'aménagement
Etude permettant de mieux qualifier l'état des espaces boisés afin limiter la perte de la SAU en faveur des espaces boisés classés	Direction de l'aménagement
Aide aux loyers pour soutenir les agriculteurs dans le paiement des baux agricoles	Direction développement économique
Organisation de 2 journées de l'alimentation en avril et octobre 2023 pour encourager la structuration de la filière	Service développement rural et agricole
Etude d'opportunité pour la mise en place d'outils partagés d'agro-transformation	Service développement rural et agricole
Aménagement d'un terrain propriété Espace sud au Diamant pour l'installation d'une production de canne et d'une activité de diversification	Service développement rural et agricole / Direction de l'aménagement
Dimensionnement d'un micro-laboratoire de transformation et valorisation des produits de la Mer	Direction de la politique de la mer

4. LE BASSIN DE PRODUCTION

B. Filières agricoles et halieutiques

Elevage et filières animales

A RETENIR

ATOUTS	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> Filière viande structurée et organisée autour de plusieurs coopératives qui apportent un conseil technique aux éleveurs Processus de décontamination de la chlordécone en place et maîtrisé par les éleveurs La présence d'un abattoir départemental multi-espèces La CODEM, un acteur dynamique en capacité de mobiliser et dynamiser des filières (ovins/caprins) La filière pêche joue un rôle important pour l'économie locale et la préservation de la culture martiniquaise 	<ul style="list-style-type: none"> Faible autonomie alimentaire, recours aux importations, manque de production de lait et de viande Vieillesse des éleveurs, non-renouvellement des générations Problématiques d'installation et de foncier Manque d'élevages en agriculture biologique Disparition des métiers de bouchers Manque d'un outil de transformation pour valoriser toutes les pièces de viande (viande hachée) Aliments animaux très chers, surtout en bio (importés) Manque d'outil de transformation spécifique au bio (abattoir) Problématiques de certification bio avec l'abattoir, ce qui empêche le développement de l'élevage bio Label Cœur Martinique n'est pas suivi et pas mis en avant Délais de paiements de la restauration collective trop longs (8-9 mois), freine les partenariats La filière pêche est peu structurée et fragilisée
OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> Projet de label « viande bovine de qualité » en cours de création par la CODEM Centre de formation de bouchers mis en place par la CODEM L'abattoir départemental est en sous-production et a les capacités de fonctionner avec plus de volumes L'abattoir départemental a pour projet de développer l'abattage rituel pour lutter contre l'abattage clandestin 	<ul style="list-style-type: none"> Blocages politiques (accompagnement, mise à disposition de local, organisation d'événements...) Défiance des acteurs face aux institutions publiques Chiens divagants Augmentation de l'abattage clandestin Vois d'animaux Filière laitière en cours de disparition, filières ovins et caprins peu structurées Population de pêcheurs vieillissante et menaces environnementales pour la filière pêche

PISTES DE SOLUTIONS PROPOSÉES PAR LES ACTEURS

- Mettre en place une stratégie de lutte contre les chiens divagants à l'échelle de la CAESM.
- Mettre en place un outil de découpe et de transformation sur le territoire pour valoriser toute la viande.
- Mettre en place un abattoir bio sur le territoire.
- Valoriser la viande locale et surtout le circuit formel sur les marchés et forums. Faire de la communication auprès des consommateurs.
- Mettre en place une stratégie globale de production et d'installation de jeunes agriculteurs, recruter de nouveaux producteurs.
- Mettre en place des partenariats entre la SOGES et les coopératives pour approvisionner la restauration collective en assurant des délais de paiements convenables.
- Mettre en place des actions de sensibilisation et de pédagogie auprès des jeunes (écoles, étudiants) pour former et transmettre des savoirs
- Organiser la production d'aliments animaux en local ou organiser des commandes en gros des éleveurs pour réduire leurs coûts
- Investir dans l'artisanat et la valorisation des produits viande avec des outils de transformation et des recettes qui valorisent toutes les pièces de viande
- Mettre en place des visites pédagogiques de fermes et un parcours touristique

ANNEXES

Liste non exhaustive des points de vente en circuit court sur la CAESM

Nom du commerce en circuit court	Catégorie	Commune
Alizé fruits plus	Boutique de produits locaux	Le François
Association ACEATE	Paniers	Le Marin
Association La Ptite Ferme eco	Paniers	Ducos
Association Le chou créole	Paniers	Saint-Esprit
Atelier Biovie	Boutique de produits diététiques	Rivière-Salée
Atout Bio	Boutique de produits locaux	Les Trois-Ilets
Bell'santé	Boutique de produits locaux	Ducos
Carrefour Express	GMS vendant des produits en circuits courts	Les Trois-Ilets
Carrefour Express	GMS vendant des produits en circuits courts	Sainte-Luce
Carrefour Express	GMS vendant des produits en circuits courts	Le Marin
Centre commercial Génipa	GMS vendant des produits en circuits courts	Ducos
CREMAS Thimothée	Vente à la ferme	Trois Ilets
DELEM Yoletta	Vente à la ferme	Riviere-Salee
Diet Discount	Boutique de produits locaux	Rivière-Salée
Domaine de Frégate	Vente à la ferme	Le Francois
Domaine de la Bergerie	Vente à la ferme	Le Vauclín
Elidiet	Boutique de produits locaux	Ducos
Exploitation agricole de croix-rival	Vente à la ferme	Ducos
Ferme Bois Blanc	Paniers	Saint-Esprit
Ferme Monluc	Vente à la ferme	Au Diamant
La Ferme de Thoraille	Vente à la ferme	Le Diamant
La ferme des Salines	Vente à la ferme	Sainte-Anne
La Palette produits frais	Paniers	Ducos
La Tit'prairie	Boutique de produits locaux	Le François
La Vie Claire	GMS vendant des produits en circuits courts	Le François
La Vie Claire	GMS vendant des produits en circuits courts	Le Marin
Le jardin de la santé	Vente à la ferme	Sainte Anne
Le Monde des Végétaux	Vente à la ferme	Ducos
Les Butineuses des mornes	Vente en ligne/commande	Rivière-Salée
Les îles gourmandes	Boutique de produits locaux	Trois Ilets
Les saveurs de Waël	Vente à la ferme	Le François
Lililaït	Vente à la ferme	Le François
Maison du manioc/Jadin Kalbanat Production	Vente à la ferme	Le François
Marché aux légumes Ducos	Marché	Ducos
Marché aux légumes Sainte Luce	Marché	Sainte-Luce
MARJOLAIT	Vente à la ferme	Rivière-Pilote
Miellerie Saint Ange	Vente à la ferme	Rivière-Salée
MIGAN	Vente en ligne/commande	Ducos
MORJON Prisca	Boutique de produits locaux	Trois-Ilets
Naturalia	GMS vendant des produits en circuits courts	Ducos
Naturalia	GMS vendant des produits en circuits courts	Le Marin
Nature A	Boutique de produits locaux	Le Marin
ORGAPEYI GDA	Marché	Ducos
O'tantik Chocolat	Vente à la ferme	Anses D'arlet
PERNELLE Roland	Vente à la ferme	Ducos
PRAIRIE AMANT	Vente à la ferme	Ducos
SAS CERISE PEYI	Vente en ligne/commande	Rivière-Pilote
SCEA DUCHATEL	Vente à la ferme	Ducos
SEGUIN-CADICHE Sandra	Boutique de produits locaux	Ducos
THIANT Bruno & Sylvie	Vente à la ferme	La Marin
Ti-Bo Nougats	Vente en ligne/commande	Le Marin