



POLYTECH[®]
TOURS
Département Aménagement



Aménagement d'un espace en zone périurbaine pouvant accueillir un magasin de vente directe

Comment permettre à des producteurs de vivre en milieu rural et aux habitants de manger plus sain ?

LOMPRET – Nord - 59



Place de Lompret

SPILLIAERT, Sophie

Stage de découverte

DA3 - 2013

Tuteur :

DEMAZIERE,
Christophe

Aménagement d'un espace en zone périurbaine pouvant accueillir un magasin de vente directe

Comment permettre à des producteurs de vivre en milieu rural et aux habitants de manger plus sain ?

LOMPRET – Nord - 59

SPILLIAERT, Sophie

Stage de découverte

DA3 - 2013

Tuteur : DEMAZIERE, Christophe

Avertissement

- Le PIND est un premier test qui permet à l'élève ingénieur de s'évaluer (et d'être évalué par les enseignants), de prendre conscience des connaissances acquises mais également de la marge de progression et des éléments qui lui restent à acquérir.
- Le PIND est un espace de liberté (le seul dans la formation) qui mesure la motivation de l'élève ingénieur pour l'aménagement.
- Le PIND est un exercice qui doit permettre de problématiser un sujet en s'appuyant sur des recherches bibliographiques, d'élaborer un diagnostic orienté et d'émettre des propositions.

Remerciements

Je souhaite remercier toutes les personnes suivantes qui ont participé à la réalisation de ce projet :

- Monsieur DEMAZIERE, pour m'avoir encadré, dirigé et conseillé tout au long de ce projet.
- Madame VERVISCH, 1^e adjointe au maire, pour son investissement et l'intérêt qu'elle a porté à ma requête.
- Monsieur Jean Claude VINCKIER, adjoint au maire, pour son apport d'informations.
- Les producteurs du « marché des producteurs » de Lompret pour avoir pris le temps de s'entretenir avec moi.
- Les producteurs de « Com' à la ferme » et de « Produits paysans » pour avoir répondu à mes questions concernant l'organisation du magasin.
- La chambre d'agriculture de région, plus précisément Madame BOUTILLIER, pour ses explications et son aide concernant les points de vente collectifs.
- Ma famille pour leurs conseils en tant qu'habitants de Lompret et, mon père, en tant que conseiller municipal.
- L'entreprise COFRINO pour m'avoir aiguillé dans le choix des appareils réfrigérés à mettre en place dans mon projet.

Sommaire

Introduction	1
--------------------	---

PREMIERE PARTIE : LE DIAGNOSTIC

I. Présentation de la commune de Lompret	3
A. Situation géographique	3
B. L'accessibilité de la commune	7
C. Pédologie et climat	8
D. Le patrimoine.....	10
II. La population Lomprétoise	14
A. Evolution et profil de la population.....	14
B. Profil socioprofessionnel et niveau d'étude	15
III. Les logements à Lompret	16
A. Prix de l'immobilier	16
B. Un village résidentiel organisé en lotissement	17
C. L'économie de Lompret	19

DEUXIEME PARTIE : ENJEUX ET ANALYSE DU SITE

I. Contexte	25
A. Un manque de commerce à Lompret.....	25
B. Le marché des producteurs	26
II. Enjeux et objectifs.....	27
A. Objectifs	27
B. Enjeux.....	28
III. Le site du projet.....	28
A. Le Plan Local d'Urbanisme.....	28
B. Analyse du site	29
C. Climat	33
D. Synthèse de l'analyse du site	36

TROISIEME PARTIE : PROPOSITIONS D'AMENAGEMENT

I. Le projet : un point de vente collectif	38
A. Le point de vente collectif : vente directe du producteur au consommateur	39
B. Les facteurs de motivation des consommateurs	43

C.	L’avis de la chambre d’agriculture du Nord-Pas-De-Calais et des producteurs	45
D.	Exemples d’organisation de points de vente collectifs dans le Nord	49
II.	Le magasin	51
A.	L’organisation générale du PVC de Lompret.....	51
B.	Aménagement extérieur.....	52
C.	Aménagement intérieur	55
III.	Accessibilité	59
A.	Signalétique	59
B.	Mode de transport doux.....	61
	Conclusion.....	63
IV.	Annexes.....	64
V.	Table des illustrations	65
VI.	Bibliographie	68
VII.	Index des sigles	72
VIII.	Table des matières.....	73

Introduction

Dans une époque de crise sanitaire et de perte de confiance des consommateurs envers les produits alimentaires¹, le moyen de retrouver cette confiance s'est fait en partie à travers le développement de liens sociaux entre consommateurs et producteurs. Ces liens sociaux impliquent une proximité géographique et/ou relationnelle. De plus, les pratiques alimentaires évoluent sans cesse. Avec le développement de l'agro-industrie et la modification des modes de consommation alimentaire (fast-food, produits congelés), le mode de vente directe avait peu à peu disparu, seuls perduraient les marchés de ville. Depuis quelques années, les circuits courts renaissent et se développent. Les consommateurs recherchent à présent le plaisir, les saveurs mais aussi des produits « sains et sûrs ». Le marché des produits bio croît de 25%² par an et les produits fermiers « rassurent » le consommateur. Pour 91 %³ des français, un produit fermier est avant tout « sain et naturel ». Les produits qui sont fournis à la grande distribution passent par un intermédiaire et doivent répondre à de nombreux critères (calibre, volume, livraison), ces conditions ne sont donc pas adaptées à la culture biologique. Les ventes directes producteurs/consommateurs permettent d'éviter tout cela, puisqu'ils suppriment l'intermédiaire. Il existe plusieurs types de vente directe comme les marchés paysans, les points de ventes collectifs ou encore les AMAP. Dans ce projet nous nous intéresserons au point de vente collectif, il se caractérise comme étant « un lieu où les producteurs viennent vendre en direct les produits de leurs exploitations aux consommateurs »⁴.

La question qui se pose face à ces constats est comment permettre à des producteurs de vivre en milieu rural et aux habitants de manger plus sain ?

Nous serons mieux à même de répondre à cette problématique en développant le dossier en trois parties. La première sera consacrée à la description du territoire de la commune de Lompret. La seconde établira le contexte, les objectifs et le site du projet de magasin de vente directe sur la commune. La troisième partie fera l'objet de propositions d'aménagement sur le site.

¹ Joly, Paradeise, 2003

² IFCA, 2004, p 111-112

³ IFCA, 2004, p111-112

⁴ IFCA (SCHMUTZ-POUSSINEAU), 2004, p7

Première partie : Le diagnostic

I. Présentation de la commune de Lompret



Figure 1 : Logo de la mairie de Lompret
[<http://lompret.mairie.59840.free.fr>]

Le logo de Lompret symbolise la tranquillité par l'église et le charme par un cœur enserrant la verdure, l'église et un nuage. Le cœur est également le symbole du village au cœur de la métropole. Les arbres traduisent la volonté de conservation du rural.

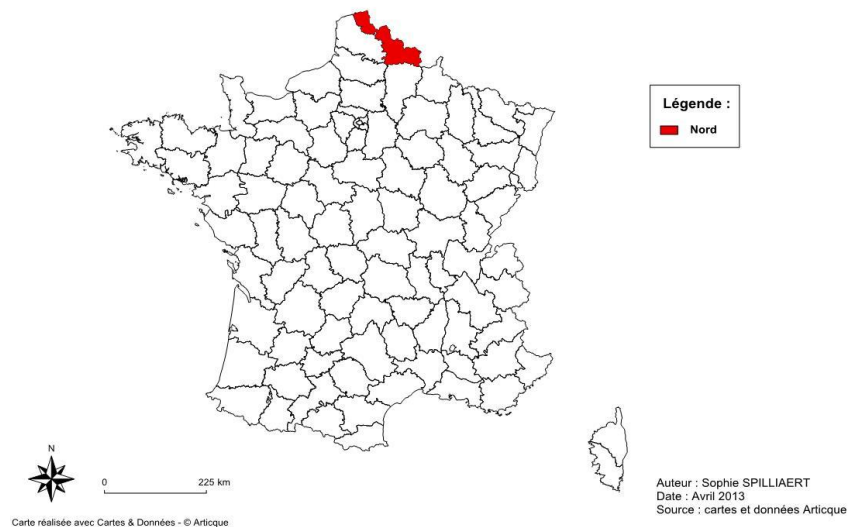
Le nom de Lompret comporte un long « L » en souvenir de l'origine du nom Lompret : Longo Pratum, de longs prés.

A. Situation géographique

1. Cartographie

Lompret est une petite ville du **nord** dans la région du Nord-Pas-de-Calais. Elle a une superficie de 310ha.

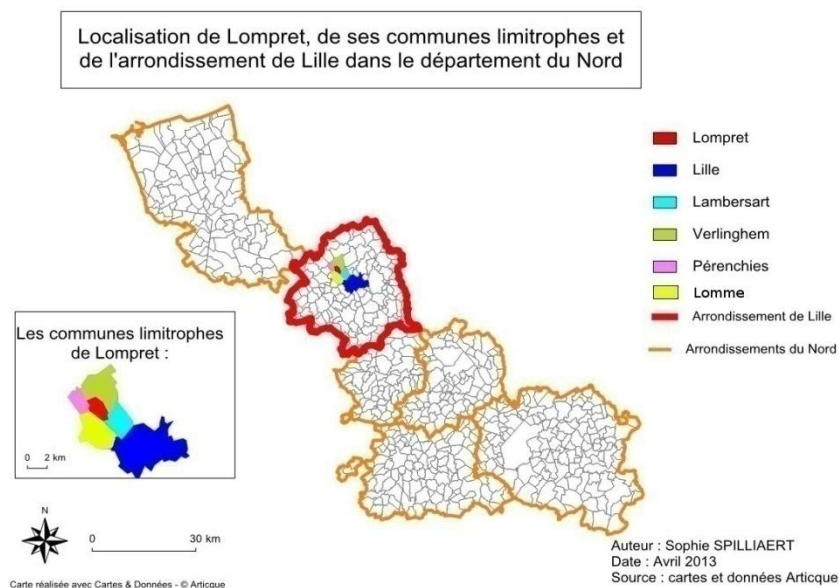
Localisation du département du Nord sur la carte de France



Carte 1 : Localisation du département du Nord sur la carte de France

Elle fait partie du canton de Quesnoy-sur-Deûle, de l'agglomération de Lille et de la communauté urbaine de Lille métropole. La commune est située de 22 à 34 mètres d'altitude. Elle est voisine des communes de Lambersart, Lomme, Verlinghem et de Pérenchies. Lompret est sur la deuxième couronne de l'agglomération Lilloise (carte 2). Ses habitants appelés les Lompretois et les Lompretoises résident dans une commune essentiellement rurale, en zone périurbaine résidentielle.

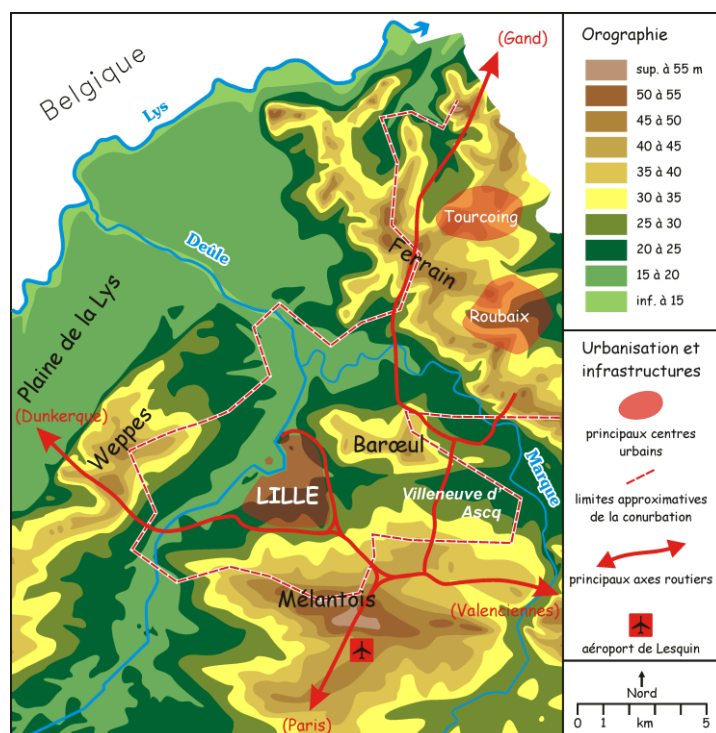
Le mandat de maire en cours est assuré par monsieur Michel Loosvelt. Le code Insee de la commune est le 59356, son code postal est le 59840.



Carte 2 : Localisation de Lompret dans le Nord

2. Relief environnant

La plus grande ville à proximité de Lompret est la ville de Lambersart située au Sud-Est de la commune, à 3km. Elle est aussi à proximité de Lille (8km), au carrefour des principales voies autoroutières vers Paris, Gand, Anvers, Bruxelles. Lompret est une des communes de la communauté urbaine Lille Métropole.

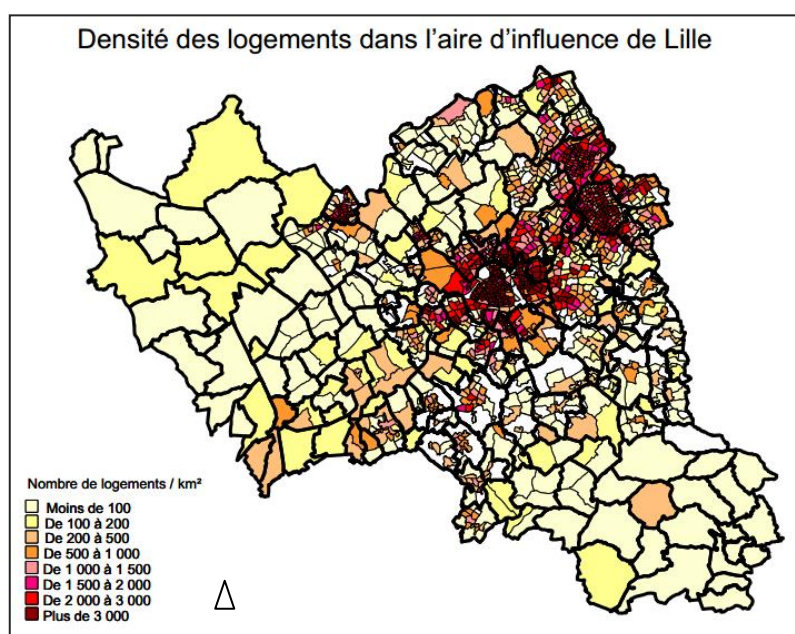


Carte 3 : Relief environnant de Lompret [source : réalisée en décembre 2005 par Laurent Deschodt d'après les cartes IGN 1/50000]

Nous constatons d'après les figures ci-dessous, que l'habitat reste fortement concentré sur le noyau central de l'agglomération. Les zones de fortes densités sont essentiellement les villes de Lille, Roubaix, Tourcoing, Armentières, mais aussi les communes de leurs périphéries immédiates comme La Madeleine, Mons en Baroeul et dans une moindre mesure Lambersart, Saint André, Loos, Haubourdin, Fâches Thumesnil et le centre de Villeneuve d'Ascq. Mais très vite, les densités décroissent lorsque l'on s'éloigne de la zone centrale pour n'atteindre que 100 à 200 logements au km².



Figure 2 : vue aérienne de la métropole Lilloise [source : www.geoportail.gouv.fr]



Carte 4 : Carte représentant la densité des logements dans l'agglomération Lilloise [source : www.nord.equipement-agriculture.gouv.fr]

Lompret, qui est pourtant à proximité de deux grandes villes (Lambersart et Lille), reste essentiellement rurale au sud.



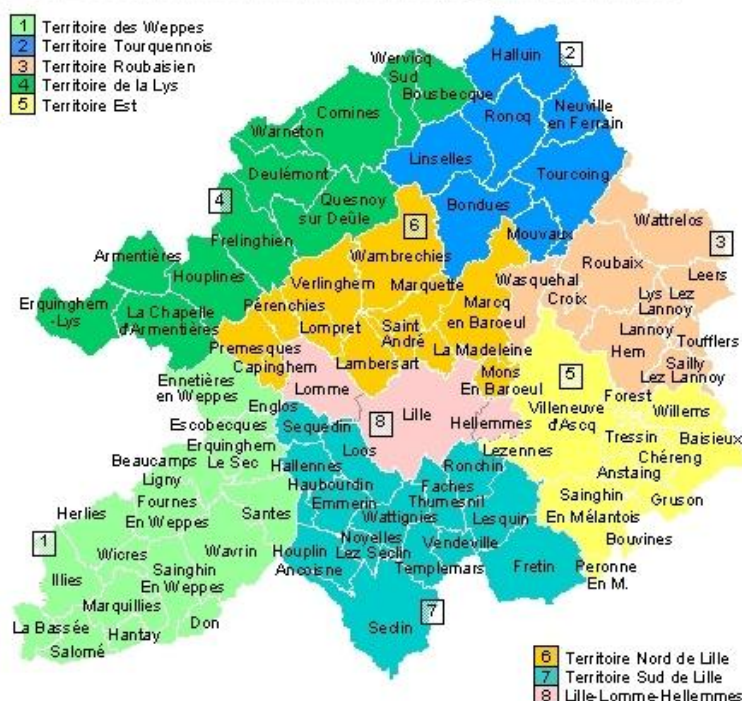
Figure 3 : Vue aérienne de Lompret [source : googlemap]

3. Une commune sous l'influence de Lille

Lille métropole communauté urbaine

La commune de Lompret appartient à la structure intercommunale de Lille Métropole Communauté Urbaine. Lille Métropole est un établissement public de coopération intercommunale instauré par la loi du 31 décembre 1966 dans l'objectif de remédier aux inconvénients résultant du morcellement des communes dans les grandes agglomérations. Son siège social est à Lille. LMCU regroupe 85 communes. Le conseil communautaire est actuellement présidé par Martine Aubry.

Communauté Urbaine de LILLE - Découpage des 8 territoires



Carte 5 : Communauté Urbaine de Lille [source : LMCU]

LMCU intervient en matière d'aménagement par le biais des chartes intercommunales de développement et d'aménagement, les schémas directeurs, les documents d'urbanisme, les programmes locaux de l'habitat, l'action foncière, sans oublier la création et l'équipement des zones d'habitation, de réhabilitation ou de rénovation.

La commune de Lompret est soumise à un Plan Local d'Urbanisme (PLU) : le PLU de Lille Métropole Communauté Urbaine qui a été approuvé au Conseil de communauté le 8 octobre 2004. Lompret est situé sur la zone « territoire nord de Lille ». Il est consultable en Annexe 1.

Lille Métropole a également adopté son Plan de Déplacement Urbain (PDU) en juin 2000. Il vise le doublement de l'usage des transports collectifs d'ici 2015 et la stabilisation du trafic automobile.

Syndicat InterVille à Objets Multiples (SIVOM)

Lompret fait également partie, depuis 2001, du SIVOM alliance Nord-Ouest. Le SIVOM a été créé le 31 décembre 1980, par arrêté préfectoral, entre les communes de Lambersart, Marquette-lez-Lille, Saint André et Wambrechies. Le président actuel est Marc-Philippe Daubresse.

« Douze villes du Nord-Ouest de la Métropole lilloise représentant plus de 153 000 habitants, se sont unies pour mieux agir dans trois domaines :

- renforcer l'efficacité des mesures de l'emploi,
- mieux répondre aux attentes des personnes âgées et de leurs familles,
- Développer le tourisme grâce à un office de tourisme intercommunal.

Son siège est situé à [Marquette-Lez-Lille]. Il dispose d'une antenne au Colysée de Lambersart, une antenne à l'espace Deûle de Quesnoy-sur-Deûle et peut s'appuyer sur trois syndicats d'initiative à Marquette-lez-Lille, Saint-André et Lambersart. »⁵

Les villes faisant parties du SIVOM sont Bondues, Deûlémont, La Madeleine, Lambersart, Lompret, Marcq-en-Barœul, Marquette-lez-Lille, Quesnoy-sur-Deûle, Saint-André, Pérenchies, Verlinghem, Wambrechies.

B. L'accessibilité de la commune

Lompret est accessible : Par autoroute, par l'aéroport de Lesquin : à 30 mn du sud de la ville, par T.G.V. et bus : gare Lille-Europe /gare Lille Flandres.

➤ Transport routier

Lompret est desservi par les autoroutes A1 en provenance de Paris au sud-ouest, A27 en provenance de Tournai, Mons, Liège, Bruxelles au sud-est, A23 en provenance de Valenciennes au sud puis en prenant la rocade Nord-Ouest située au sud de la commune.

⁵ SIVOM Nord-Ouest, <http://www.sivom-alliance-nord-ouest.fr/>

➤ Transport aérien

La commune peut être desservie depuis l'aéroport de Lille-Lesquin qui est accessible en une demi-heure.

➤ Transport ferroviaire

La commune ne dispose pas de gare, mais il est possible de rejoindre les Gares de Lille Flandre et de Lille-Europe en bus (lignes 76 ou 54) puis en métro. Le temps de trajet est d'environ 35 minutes avec les transports en commun et de 17 minutes en voiture. Le trajet Lille-Paris en train est de 58 minutes.

➤ Bus

La commune de Lompret est desservie par une ligne de bus (53) du réseau transpole, dont l'arrêt le plus proche du centre bourg est « Lompret mairie ». La ligne (76) est également très commode pour rejoindre le métro, l'arrêt le plus proche se situe à Verlinghem, à 600 mètres de la mairie de Lompret.

Le centre bourg est desservi par la rue de l'église. La circulation y est limitée à 30 km/h, de nombreux dispositifs (chicanes, gendarmes couchés...) permettent d'y limiter la circulation qui s'y fait à double sens.



Photographie 1 : Rue de l'église

Actuellement le linéaire d'aménagements cyclables sur le territoire de la commune est quasi inexistant. On notera la présence d'un stationnement vélo non couvert à l'entrée de la mairie.

C. Pédologie et climat

1. Nature du sous-sol

Selon le BRGM le sous-sol est de nature limoneuse (avec sable et/ou argile) et la commune est soumise à un aléa moyen de retrait et gonflement des argiles. Plus précisément, selon une étude de reconnaissance géotechnique des sols effectuée le 27 mars 1995 par l'entreprise « Sols Etudes Fondations » sur

le centre bourg, il y a une matrice limono-argileuse de 0,6 à 1,50 mètre surplombant du silt sablo-argileux puis du silt sableux à partir d'1,8 mètre.

Le terrain révèle un caractère assez perméable, la terre est de très bonne qualité. Le niveau de la nappe phréatique a été relevé à une profondeur d'environ 1,4 mètre. Cela explique le nombre important de maisons avec puits.

Compte tenu de la faible profondeur du substratum imperméable, il faut s'attendre à des variations assez importantes de cette nappe superficielle, en relation avec les précipitations. D'après les données d'archives de la mairie, il faut retenir un niveau de crue vers 1/1,2 m de profondeur.

Carte géologique du site

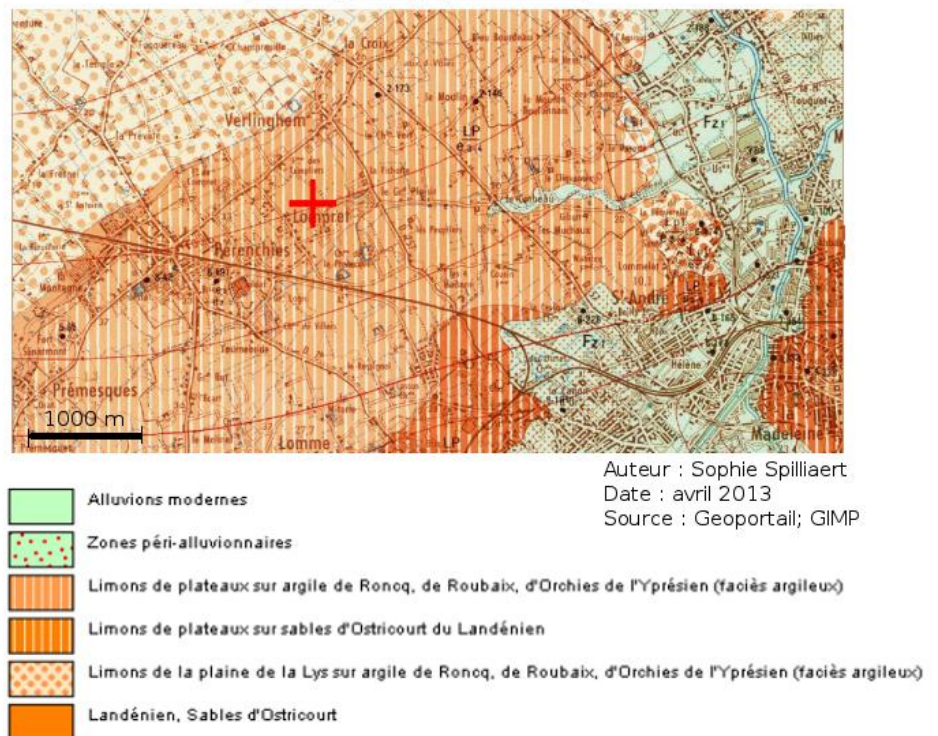


Figure 4: Carte géologique de Lompret et ses alentours [source : Geoportail BRGM]

2. Climat

Les données climatologiques de la ville de Lompret sont disponibles grâce au réseau de Météo-France. Pour les caractériser on se basera sur la fiche de la station de Lille Lesquin, dont les critères « températures, ensoleillement et précipitations » sont représentés dans le tableau 1.

On rencontre à Lille les principaux traits des climats tempérés océaniques, c'est-à-dire de faibles amplitudes thermiques saisonnières et des précipitations négligeables en aucune saison. Le climat est caractérisé par des hivers doux (températures moyennes de 1°C à 6°C) et des étés frais (températures moyennes de 11°C à 23°C). En moyenne le mois le plus froid est janvier, les plus chauds sont juillet et août.

En ce qui concerne les précipitations, elles avoisinent les 690 mm/m²/an, l'ensoleillement annuel est proche de 1600 heures. Le vent en revanche n'est vraiment sensible que 60 jours dans l'année (plus de 16 m/s à Lille).⁶

Relevé météorologique pour la période 1981-2010 à Lille-Lesquin

	janv.	fev.	mars	avr.	mai	juin	juil.	août	sept.	oct.	nov.	dec.	Année complète
Tempé. maxi moyennes	5,9	6,8	10,6	14,1	17,9	20,4	23,3	23,3	19,7	15,1	9,7	6,2	14,4
Tempé. moy moyennes	3,6	4,1	6,9	9,7	13,3	15,9	18,3	18,3	15,2	11,5	7,0	4,2	10,7
Tempé. mini moyennes	1,4	1,4	3,6	5,4	9,0	11,5	13,8	13,6	11,2	8,2	4,6	2,1	7,1
Ensoleillement (heures)	61,1	71,1	119,2	177,6	181,4	207,5	197,9	182,0	142,3	103,5	55,6	51,8	1551 Moy: 129
Cumul Précip.	52,7	46,8	46,2	50,3	60,2	58,3	67,1	65,6	56,7	54,4	71,3	62,9	692,4

Tableau 1 : Relevé météorologique pour la période 1981-2010 à Lille [source : infoclimat]

D. Le patrimoine

1. Contexte historique

En 1066 Baudoin V dota de ressources importantes le chapitre de St Pierre de Lille. Dès lors les écrits se multiplient et c'est en 1143 qu'une bulle du pape Célestin II mentionne: « L'altare Longo Prato »: l'autel de Lompret. L'évolution des noms est alors progressive, dans différents textes ou sur des cartes de 1235 on peut lire Long Preid, Long Prêt, Longpret, Lompré, Lomprez pour aboutir à « Lompret ». Comme son nom l'indique, la commune était autrefois réservée aux pâturages. Les terres y étaient plus élevées que les marécages environnants, ce qui protégeait la commune des inondations et favorisait la venue des bêtes.

La commune est une ancienne possession de la maison des Halluin. A partir de 1296, le domaine est divisé en deux seigneuries : celle de Lassus et celle de Phalecque qui y avait un château.

Les Templiers, ordre religieux et militaire créé en 1119 par Hugues de Payns, étaient des moines chevaliers. Ils protégeaient les pèlerins qui partaient en Terre Sainte et possédaient des terres également à Pérenchies et Verlinghem. En 1565, la maison de Pérenchies échet à la commanderie de Haute-Avesnes, le commandeur percevait des droits seigneuriaux dans les villages de Pérenchies et de Verlinghem ainsi que sur plusieurs maisons et héritages à Lompret. La grande ferme entourée de douves et qui se trouve à deux pas du hameau n'est autre que l'ancienne ferme Destombes et le hameau de la Citadelle vient peut-être du surnom de cette ferme fortifiée dite à tort ferme des Templiers.⁷

⁶ Info climat, Normales et records pour la période 1981-2010 à Lille-Lesquin [13 mai 2013], <http://www.infoclimat.fr>

⁷ VERVISCH, 2011

Trois siècles plus tard, en 1886, une demande d'ouverture du chemin de la rue de l'église est faite. Autrefois l'accès à la commune voisine (Pérenchies) se faisait en passant devant la ferme du PetitPas (photographie 2) et en rejoignant la route de Pérenchies par le chemin du vert Touquet. On allait à Verlinghem en passant par le hameau de la citadelle. Les plans ci-dessous sont des dessins faits par Marie Claude Vervisch à partir des plans des archives départementales du nord.

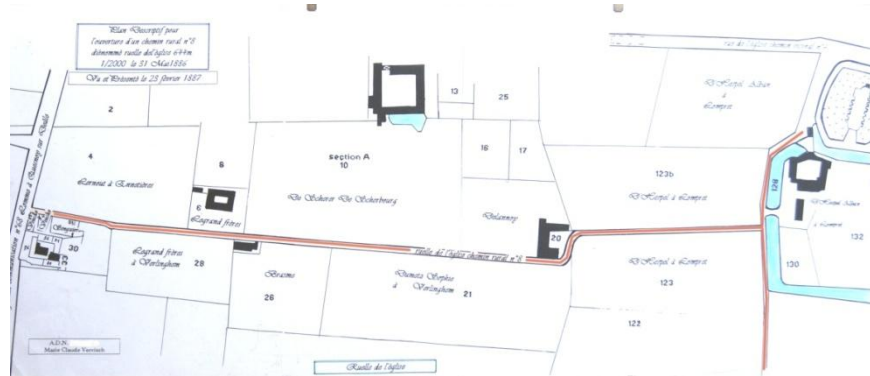


Figure 5 : Plan avant l'ouverture de la rue de l'église [source : Archive départementale du nord]

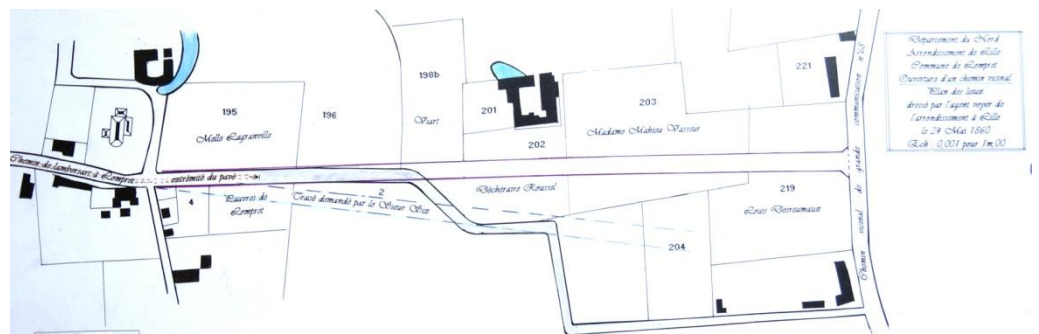


Figure 6 : Plan d'ouverture du chemin de l'église [dessin : Marie Claude Vervisch]

En 1959, l'eau potable est arrivée à Lompret. Puis, en 1975, Le domaine de Lompret est construit, il comprend l'allée du Petit Pas et l'allée du Petit trot. Il sera détaillé dans la partie « un village résidentiel organisé en lotissement ». 6 ans plus tard, l'école actuelle, « Ecole Pasteur » est créée. En 1988, la construction des lotissements du domaine des Templiers commence et s'effectue en plusieurs tranches.

La mairie actuelle est très récente, elle a été inaugurée le 4 octobre 1997, la précédente avait été inaugurée le 6 décembre 1956.

Les guerres

Durant la 1ère guerre mondiale, Lompret a été presque complètement détruit. Lors de la seconde guerre, Lompret a été occupé par les Allemands et la population a été évacuée. C'est ainsi qu'en 1956, la commune comptait 612 habitants, en 2009 la population s'élevait à 2 346 habitants.

Le TGV

Dès 1838, la compagnie du Nord étudia la possibilité de relier Paris à Lille en chemin de fer, puis d'étendre le réseau vers les ports de la mer du Nord. En 1846, Lille fût la première grande ville reliée à la capitale par le rail. Le plan du tracé permettant d'atteindre la mer et passant à Lompret est signé le 9 juillet 1846. L'arrivée du chemin de fer a coupé Lompret en deux dans le sens de la longueur.

Dès 1989, l'éventuel passage du T.G.V se fait entendre. Les plans parviendront en 1990. En 1991 une grande manifestation a eu lieu et un référendum fut organisé. Le non l'emporta, mais rien n'y fera. Le trajet définitif fut présenté en 1993.

2. Lieux et monuments de Lompret

Le Château de La Phalecque

Le fief de La Phalecque est vendu en 1606 par Les Mortier et Van Grave à Nicolas Imbert anobli deux ans plus tard. L'architecture s'apparente par sa façade à deux étages et ses motifs sculptés à celle des demeures lilloises de l'époque. Au XIXe siècle, la famille d'Hespel, dont les armes figurent au-dessus de l'entrée principale, acquiert la propriété et double le volume du bâtiment.

En 1954, la Caisse d'Allocation Familiale de Lille le transforma en une maison de repos. De nos jours, il est un centre d'hébergement pour les familles en difficulté.



Figure 7 : Le château de la Phalecque [source : <http://www.velo-ravel.net/>]

Ferme de Petitpas :

Cette ancienne ferme rénovée est située derrière l'église. Elle porte le nom d'une très ancienne famille de Lompret.



Photographie 2 : La ferme de PetitPas

Eglise Notre Dame de l'Assomption

L'Eglise est située dans la rue de l'Eglise. A l'origine elle avait été bâtie sur le terrain de l'actuel cimetière mais en 1883 de nombreuses réparations étaient nécessaires, elle tombait en ruines. Il fallait trouver un terrain et c'est Mme Witasse d'Hespel qui a fait don d'une pâture pour permettre sa reconstruction. L'année 1903 fut entièrement consacrée à la construction.⁸ L'Eglise a été rénovée en 2010.



Photographie 3 : L'église Notre Dame de l'Assomption

Chapelle de la famille Dambricourt,

La chapelle a été érigée en 1842, durant la guerre elle a beaucoup souffert mais les habitants l'ont entretenue tout au long de ces années. En 1994 elle fut rénovée.



Figure 8 : La chapelle [source : <http://www.communes.com>]

Le Calvaire

Le calvaire a été érigé en 1891 à la mémoire de la mission prêchée par les révérends pères rédemptoristes. Il s'agit d'une représentation du Christ en croix.

⁸ VERVISCH, 2011

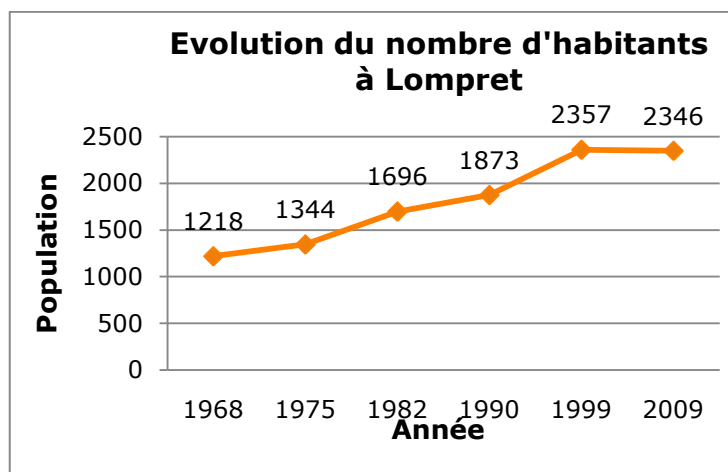
II. La population Lomprétoise

A. Evolution et profil de la population

D'après l'INSEE (2009), Lompret s'étend sur 310 ha et compte 2 346 habitants avec une densité de 756,8 habitants par km². Pour comparaison, Lille a 227 560 habitants et une densité de 6512,4 habitants au km² soit presque 9 fois plus que celle de Lompret.

D'après la base Cassini de l'EHESS⁹, en 1911, Lompret comptait 709 habitants. Après la première Guerre Mondiale, en 1921, la population n'est plus que de 390 habitants. Le nombre d'habitants a passé la « barre des mille » dans les années 1960.

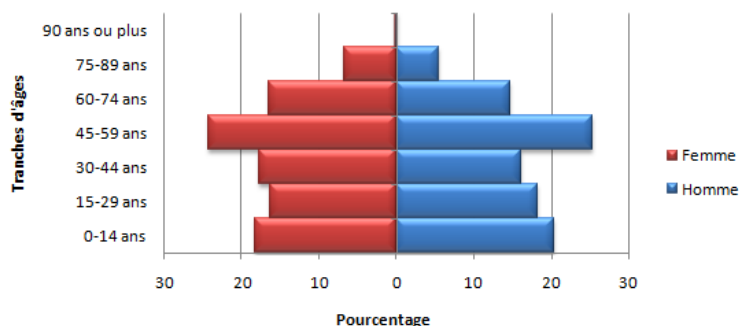
Ainsi la population Lomprétoise a doublé en quarante ans mais la commune a subi une baisse de population de 0,5% entre 1999 et 2009.



Graphique 1: Evolution du nombre d'habitants à Lompret depuis 1968 [source : INSEE2009 ; réalisation : Sophie Spilliaert]

La population Lompretoise a un profil plutôt jeune puisque les catégories d'âges les plus représentées sont celles de 0 à 14 ans (20% des habitants) et de 45 à 59 ans (24% de la population). (Graphique 2).

Pyramide des âges en pourcentage à Lompret



Graphique 2 : Pyramide des âges à Lompret [source : Sophie SPILLIAERT d'après INSEE 2009]

⁹Des villages Cassini aux communes d'aujourd'hui, <http://cassini.ehess.fr>

Les ménages sont en majorité des couples avec enfants, puisqu'ils représentent 44,1% des ménages avec famille. Le renouvellement de la population est dû majoritairement au solde naturel.

B. Profil socioprofessionnel et niveau d'étude

1. Une population aisée

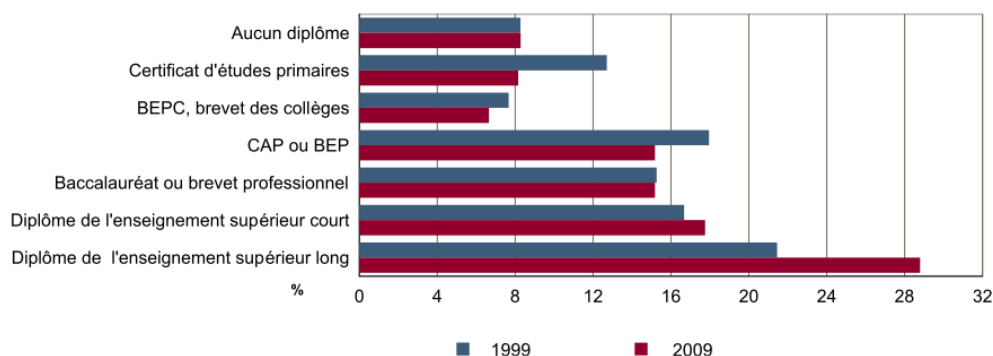
D'après les données INSEE 2009 de la catégorie socio professionnelle des habitants de la commune, représentées sur le graphique ci-dessous, la majorité de la population est retraitée (25,1%) ou est cadre et exerce une profession intellectuelle supérieure (21,7%). Il n'y a que 2,7% d'ouvriers.



Graphique 3: population de 15 ans ou plus selon la catégorie socioprofessionnelle [source : INSEE 2009 ; réalisation Sophie Spilliaert]

Le secteur d'activité le plus représenté est le secteur tertiaire qui comprend le commerce, les transports et les services divers.

Comme nous pouvons le constater sur le graphique 4, le diplôme le plus fréquemment (28,8%) obtenu par la population non scolarisée de 15 ans ou plus est un diplôme de l'enseignement supérieur long et cela ne cesse de s'accroître.



Graphique 4 : diplôme le plus élevé de la population non scolarisée de 15 ans ou plus [source : INSEE 2009]

Le revenu net déclaré moyen est de 47 132€. Alors que la moyenne nationale est de 21 741€, ainsi la commune est classée 231 sur 36565 des communes

ayant le plus haut revenu fiscal. La commune de Lompret compte 826 ménages et le revenu médian par ménage en 2010 était de 4430€ nets/mois.¹⁰ Ce qui correspond au double du revenu médian net par mois dans le nord. La commune est classée 157^e/36717 commune ayant le plus haut revenu par ménage. La population de Lompret est donc aisée.

2. Une « cité dortoir »

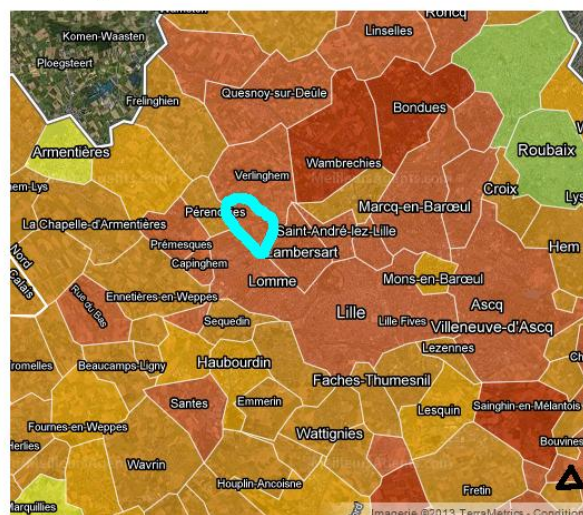
A Lompret 67,9% des 15 à 65 ans sont des actifs, les inactifs sont pour 14,4% des étudiants ou élèves et pour 9,3% des retraités. En 2009, il y avait un taux de chômage de 7,1%, ce qui est un taux faible par rapport à la moyenne nationale (9,6% en 2009). 89,9% des actifs à Lompret travaillent dans une commune autre que celle de résidence, mais 80,5% de ceux-ci travaillent dans le nord. Lompret est donc ce qu'on appelle communément « une cité dortoir ». Cela s'explique par sa proximité avec les villes de Lambersart et Lille qui concentrent la majorité des emplois.

III. Les logements à Lompret

A. Prix de l'immobilier

Le profil d'une population aisée est confirmé par le prix immobilier au m² moyen assez élevé, comme nous pouvons le voir sur la carte 6. Il est de 2402€/m².¹¹ Cela peut s'expliquer par la proximité de la commune avec la ville de Lille et la spéculation foncière du fait du peu de terrains disponibles.

Le prix immobilier au m² autour de Lille



Auteur :
S.Spilliaert
Date :
mai 2013
Source :
meilleursagents.com



Carte 6: Prix immobilier au m² autour de Lille [source : meilleursagents.com; S.Spilliaert]

¹⁰ Salaire moyen à Lompret, <http://www.salairemoyen.com>

¹¹ meilleursagents.com

B. Un village résidentiel organisé en lotissement

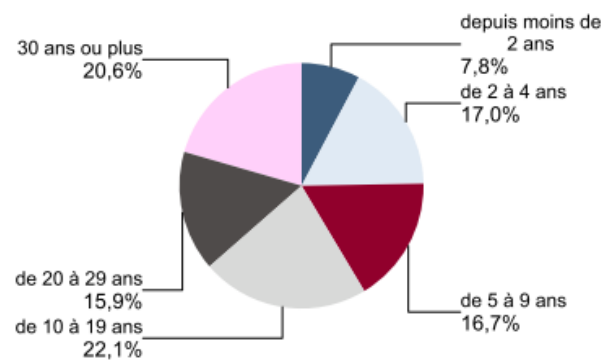
La superficie totale de la commune est de 310 ha.

Lompret est organisé principalement en lotissements (figure 9). Les logements y sont essentiellement des maisons avec jardins, il n'y a que 3,3% d'appartements. D'après les données de l'INSEE de 2009, ce sont à 97,6% des résidences principales dont le nombre moyen de pièces par maison est de 5,7. On peut en conclure que le village a essentiellement un rôle résidentiel où les ménages y vivent à l'année.



Figure 9 : Vue aérienne du centre de Lompret [googlemap]

Le turn over y est faible puisque, d'après le graphique 5, 58,6% habitent la commune depuis plus de 10 ans, dont 20,6% depuis 30 ans ou plus. Cela témoigne du sentiment de bien-être des habitants dans ce village à majorité rural et pourtant à proximité de deux grosses villes.



Graphique 5 : Ancienneté d'emménagement des ménages en 2009

Source : Insee, RP2009 exploitation principale.

Sur le plan de la commune (figure 10) est localisé par une croix rouge le centre Bourg, site du projet qui sera détaillé en deuxième partie. La rue de l'Eglise traverse le centre Bourg et passe devant l'Eglise et la mairie. Deux zones d'activités (ZA) se trouvent sur Lompret, la ZA du Grand Logis et la ZA de Grand Lassus, elles regroupent plusieurs des entreprises de Lompret.



Figure 10 : Plan de la commune de Lompret

Les logements les plus anciens sont alignés sur la rue de l'église.

Les lotissements « des Templiers » construits à l'est de la rue de l'église ont commencé à être construits en 1988 (photographies 4 et 5). Les logements sont des maisons de R+1 à R+2 en briques et tuiles rouges.



Photographie 5 : Lotissement à Lompret construit dans les années 1990



Photographie 4 : Lotissement de l'avenue des Templiers construits dans le milieu des années 1980

Le bâti à l'ouest de la rue de l'église est plus ancien, il entoure l'église et constitue le domaine de Lompret. On y trouve la ferme de PetitPas qui fait office de bibliothèque et de salle de réception. L'allée du petit Pas (photographie 7) compte 95 maisons, elle date de 1975. Derrière la ferme, ont été aménagés une salle polyvalente et des courts de tennis en 1981 et 1983 (photographie 6).



Figure 11 : Photographie avant la construction du domaine de Lompret [Source : archive de la mairiel]



Photographie 6 : Terrains de tennis au premier plan, ferme de PetitPas, salle polyvalente et Eglise à l'arrière plan

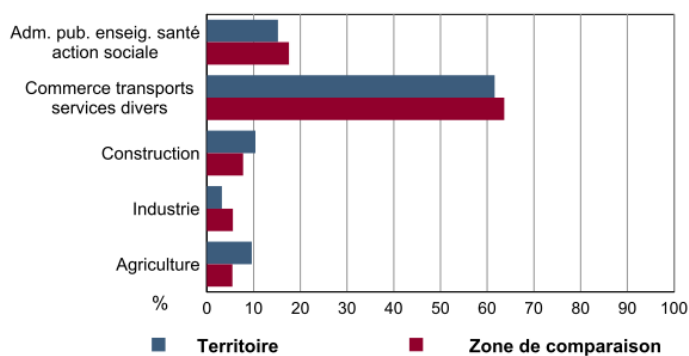


Photographie 7 : Lotissement de l'allée du PetitPas datant de 1975

C. L'économie de Lompret

Du fait de sa proximité avec les villes de Lambersart et de Lomme, qui proposent des grandes surfaces comme Intermarché et Carrefour, les commerces à Lompret sont quasiment inexistantes. Nous relevons une pharmacie. Les établissements actifs sont essentiellement spécialisés dans le commerce, transports et services divers.

CEN G1 - Répartition des établissements actifs par secteur d'activité au 31 décembre 2010



Graphique 6 : Répartition des établissements actifs par secteur d'activité en 2010

1. Les entreprises

A Lompret, il y a plusieurs grandes entreprises : Aldes Aéraulique, transports Depaeuw, Compagnie Lilloise de Matériel, Ramery Bâtiment, Décathlon Logistique et Meubles Demeyere. Elles sont réparties dans les zones d'activités du Grand Logis et du Grand Lassus.¹²

Zone d'activité du Grand Logis

- L'entreprise Meubles Demeyere de Lompret est spécialisée dans la fabrication de meubles, l'usine est de 15 000m² et l'entrepôt de 7 000m², son siège social est à Pérenchies.
- L'entreprise Ramery Bâtiment s'occupe de la Construction de bâtiments divers du micro-chantier au gros chantier, du gros œuvre seul à l'offre globale pour construction neuve ou réhabilitation.
- Aldes Aéraulique est spécialisée dans le matériel de ventilation mécanique contrôlée, les composants de diffusion et dans la distribution d'air.
- Compagnie Lilloise de Matériel loue du matériel sanitaire.
- Transports Depaeuw effectue des transports routiers de marchandises et de la logistique.
- Transpade est spécialisé dans le transport routier.
- l'EURL Vennin Régis de Lompret vend du carrelage, dallages, des revêtements de sols et de murs.¹³

Zone d'activité du Grand Lassus

- Décathlon logistique est un entrepôt d'articles de sports et de loisirs, il est situé dans la ZA du grand Lassus.
- Renault garage top est un garage automobiles, proposant ses services pour la vente de véhicules neufs et d'occasions toutes marques.

2. L'agriculture et les exploitations

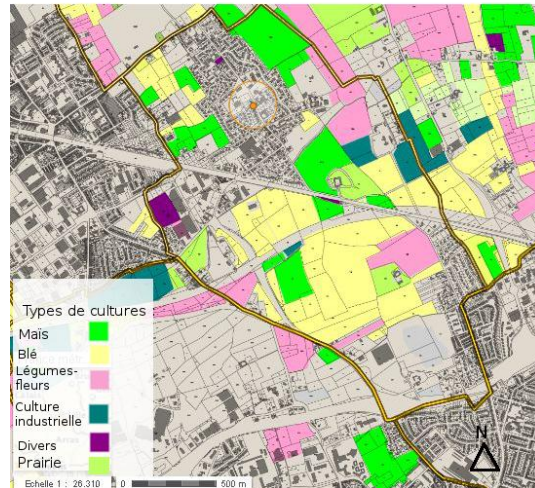
9,6% des entreprises à Lompret sont consacrées à l'agriculture, il y a 13 exploitations. La superficie totale est de 238 hectares et la surface agricole utilisée moyenne est de 18 hectares. Les terres sont principalement des terres labourables.

Comme représentées sur la figure ci-dessous, les cultures sont le maïs, le blé, les légumes, les fruits et la culture industrielle. Les agriculteurs de Lompret sont pour le plus souvent locataires des terres.

¹² Les entreprises à Lompret, <http://www.mairie.biz/mairie-lompret-59840.html>

¹³ Les entreprises à Lompret, <http://fr.kompass.com/live>

Types de culture à Lompret



Source: geoportail.gouv.fr, IGN 2010, Gimp
Auteur : Sophie Spilliaert
Date : mars 2013

Figure 12 Types de cultures à Lompret [IGN 2010]

Plusieurs exploitations se trouvent à Lompret.

L'élevage de lapins de Monsieur Delemotte, l'élevage de mouton de Monique Pétilion à la ferme du Plouich anciennement fabrication de fromage de tomme.



Figure 13 : Grange de ferme du Plouich



Figure 14 : dernière vache de Lompret de la ferme du Plouich [photographies de Mme Vervisch]

Mais également la production de pommes de terre sur l'exploitation de la famille Delattre, la production de légumes verts pour les grandes surfaces chez Monsieur Jean Louis Boidin.¹⁴

On trouve aussi la « ferme de Lompret », elle se situe dans la ZA du Grand Logis et est donc excentrée. C'est une exploitation maraîchère reconvertie en cultures biologiques depuis 2011, qui exploite 8000 m² de serres et 1,1 ha de plein champ produisant tomates, poireaux, pommes de terre, haricots, poivrons, aubergines, choux et plants de légumes. L'exploitation accueille quotidiennement des élèves, apprentis et stagiaires en formation pour des activités pédagogiques d'observation et de travaux pratiques. En effet, la ferme est rattachée au Lycée Horticole de Lomme qui dispense des formations en paysage, environnement, horticulture et vente en jardinerie du Ministère de l'Agriculture et de la Forêt.¹⁵

¹⁴Histoire de l'agriculture à Lompret <http://lompret.mairie.59840.free.fr>

¹⁵ JANSSENS, Erick. 2012. <http://lompret.mairie.59840.free.fr/PDF/lien182.pdf>

Pépinière et horticulture à Lompret

Le village compte 2 entreprises horticoles et un pépiniériste. Ces entreprises font vivre une trentaine de personnes, des chefs d'exploitation aux salariés. L'importance de cette activité confirme encore la vocation agricole de la commune.

L'exploitation horticole Tailleu, date de 1974 et produit principalement des plantes d'intérieures. Les serres Desrumaux datent de 1929, l'horticulteur produit des plantes d'intérieur et des plantes destinées aux jardinerie^s.¹⁶

Les pépinières de Lompret existent depuis 300 ans, elles produisent de nombreux végétaux d'extérieurs.

Pour synthétiser, Lompret est une petite commune de 2346 habitants, à dominante rurale, située dans le Nord de la France. Elle est à proximité de deux grandes villes : Lille et Lambersart et fait partie d'intercommunalités (LMCU, SIVOM). Les logements datent majoritairement du XXe siècle et sont organisés en lotissements. Le prix de l'immobilier est élevé et la population aisée. Il n'y a pas de commerce à Lompret si ce n'est une pharmacie. Quelques entreprises de transports sont situées dans les ZA de Lompret. Un des grands enjeux de la commune de Lompret est de conserver l'agriculture de proximité, c'est pourquoi on y trouve de nombreuses exploitations.

L'issue de ce projet a pour objectif de pallier le manque de cette commune, à savoir un commerce de proximité, tout en conservant la volonté de la commune : conserver l'agriculture.

¹⁶ Horticulture à Lompret. <http://lompret.mairie.59840.free.fr>

Deuxième partie : Enjeux du projet et analyse du site

I. Contexte

La commune concentre en centre-bourg les principaux équipements publics communaux (mairie, école, bibliothèque, salle de sports, maison des associations). Cette zone a une superficie de 3 317 m². Le projet est l'aménagement d'un point de vente directe dans le centre bourg.

A. Un manque de commerce à Lompret

Il n'y a pas de commerce à Lompret. Les habitants se rendent donc majoritairement dans les grandes surfaces des communes avoisinantes. Or elles sont situées de 2 à plus de 4 km (à Pérenchies, Lambersart et Lomme) du centre de Lompret, comme nous pouvons le constater sur la figure ci-dessous. Cela contraint la plupart des Lompretois à utiliser la voiture pour faire les courses, le commerce de proximité leur serait donc plus plaisant et privilégierait les modes de transports doux.

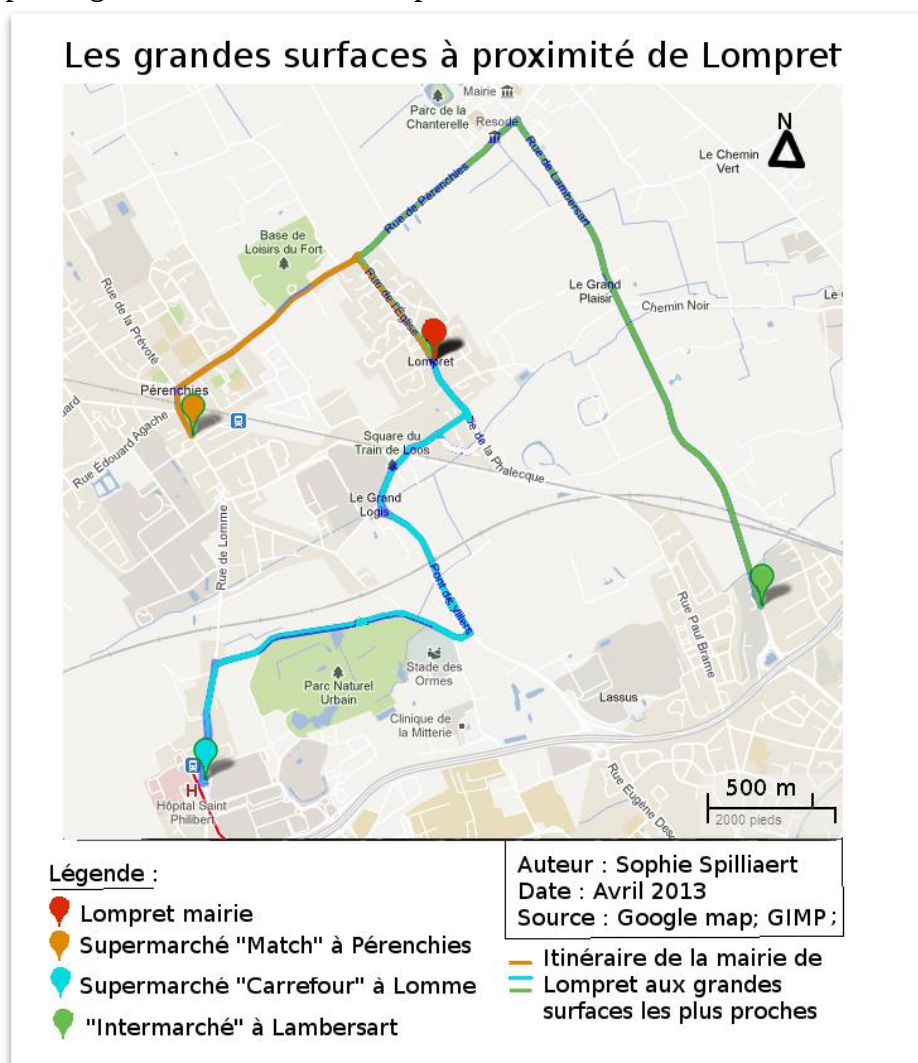


Figure 15 : Les grandes surfaces à proximité de Lompret

B. Le marché des producteurs

Chaque premier vendredi du mois, s'effectue sur la place de Lompret le « marché des producteurs », quelques producteurs de l'agglomération viennent présenter et vendre des produits du terroir et d'agriculture biologique : produits laitiers, fruits et légumes, viandes, charcuteries mais aussi pâtisseries et pain. De plus, depuis quelques années, tous les vendredis de 15h à 19h30, sur le parking de l'église, quelques producteurs vendent leurs produits depuis leurs camions. Nous retrouvons fréquemment 4 producteurs : Monsieur Lambin un maraîcher venant de Quesnoy-sur-Deûle, un boucher charcutier traiteur venant de Villeneuve d'Ascq, un fromager « aux 13 cantons » et le boulanger de Verlinghem.



Figure 16 : le marché des producteurs à Lompret

Le marché du vendredi attire de nombreux clients. En effet il propose une grande diversité de produits, mais occupe surtout une position stratégique au centre bourg, situé à la sortie de l'école. Il est visible de la route principale et est à 20 mètres de l'arrêt de bus « Lompret Mairie ».

II. Enjeux et objectifs

Pour identifier les besoins, les manques, ce qu'il est possible de faire dans la commune et ce qu'il faut éviter, nous allons faire la méthode AFOM (Atouts Faiblesses Opportunités Menaces). Elle nous permettra de faire le diagnostic en vue d'établir un projet.

Atouts	Faiblesses
- Population aisée - Beaucoup de producteurs dans le département - Equipements sportifs et culturels regroupés dans le centre bourg	- Pas de commerce de proximité - Prix du foncier élevé
Opportunité	Menaces
- Bâtiment disponible en centre bourg	- Concurrence des grandes surfaces

Tableau 2 Atouts Faiblesses Opportunités Menaces

A. Objectifs

Le projet d'aménagement d'une surface de vente directe tenue par les producteurs permettra de « combler » le manque d'épicerie à Lompret, de concurrencer les grandes surfaces Carrefour, Auchan, Intermarché en terme d'alimentation : produits biologiques, fruits et légumes, produits laitiers, viandes, charcuteries mais aussi pâtisseries et pain. Les clients du « marché des producteurs » seront les mêmes. Le point de vente se situera en centre bourg, entre l'école, l'église et à côté de la route principale du village pour favoriser la venue des parents d'élèves, des paroissiens mais aussi des passants. Les produits vendus seront frais, de saison et locaux, il n'y aura donc plus l'utilité pour le consommateur d'aller en acheter loin, le projet privilégie ainsi les modes de déplacements doux. Les produits ne seront plus seulement vendus le vendredi mais plusieurs fois par semaine.

Les transports de marchandise seront minimales et les produits ne subiront pas de traitements lors de ceux-ci, contrairement à la majorité des produits vendus en grande surface. Les producteurs ne seront plus dépendants de la GMS (Grande moyenne surface) qui décide du prix et de la sélection de leurs produits. Le client bénéficiera donc de produits de qualités, non sélectionnées. Les producteurs seront autonomes et dans un local qui leur sera dédié. Ils n'auront plus froid à bord de leur camion. L'approvisionnement, la mise en rayon, le conseil et la vente seront effectués sous forme de roulement entre producteur pour que chacun puisse continuer ses activités ailleurs tout en tirant un bénéfice ici.

Il y aura un circuit de récupération de l'énergie produite par les appareils de réfrigération pour chauffer le bâtiment.

L'accès au site par les modes de déplacements « doux » sera favorisé, par la création de parcs à vélo devant le magasin.

B. Enjeux

Grâce au marché des producteurs, nous avons pu constater que la demande de produits frais et locaux est présente sur le territoire et les habitants s'y sont habitués. Il faut alors se pencher sur l'offre des producteurs, combien accepteraient de faire partie du projet ? Que produisent-ils et quelle quantité de leur production sont-ils capables de fournir par an et en fonction de cela est ce que le magasin sera ouvert toute l'année ?

Le Magasin de vente directe devra être indiqué de façon stratégique, visible de la rue, attirant et son activité clairement identifiable de par l'esthétique du bâti. Selon la surface du bâtiment pouvant accueillir le point de vente collectif et en fonction du nombre de producteurs volontaires, il serait important de savoir combien de m² seront dédiés à la surface technique et à la vente. De même en fonction des produits qui seront vendus, il faudra penser à l'aménagement du stockage tempéré ou réfrigéré et du mode de présentation des produits.

III. Le site du projet

Cette partie est une analyse de site, elle permettra de recueillir les données de la parcelle et d'autres plus générales de la commune à prendre en compte dans la conception du projet.

A. Le Plan Local d'Urbanisme

Le projet d'aménagement d'une surface de vente directe se situera rue de l'église dans le centre du bourg, en zone UBb. D'après le CHAPITRE II « Dispositions applicables aux zones U.B. et U.B.z. des communes rurales », La zone UBb est une zone urbaine mixte de densité élevée, affectée à l'habitat, pouvant comporter des commerces, des services, des bureaux, des activités artisanales et industrielles, des équipements publics, compatibles avec un environnement urbain. Pour l'instauration du point de vente, il n'est donc pas nécessaire de redéfinir la zone dans le PLU.



Figure 17 : Zone du site extraite du PLU

B. Analyse du site

Le site est situé à proximité d'équipements participant à la vie de la commune, comme la mairie, l'école, le restaurant scolaire, la salle de sport et l'église.



Figure 18 : place de Lompret, à gauche la mairie et à droite l'ancienne maison des associations pouvant accueillir le projet

La parcelle concernée par le projet est localisée sur la photo aérienne ci-dessous.



Figure 19 : Photo aérienne de la parcelle disponible, où se situaient le presbytère et la maison du directeur (actuellement détruits) [source : geoportail.gouv.fr ; Réalisation : Spilliaert]

1. Construction d'une salle polyvalente à Lompret

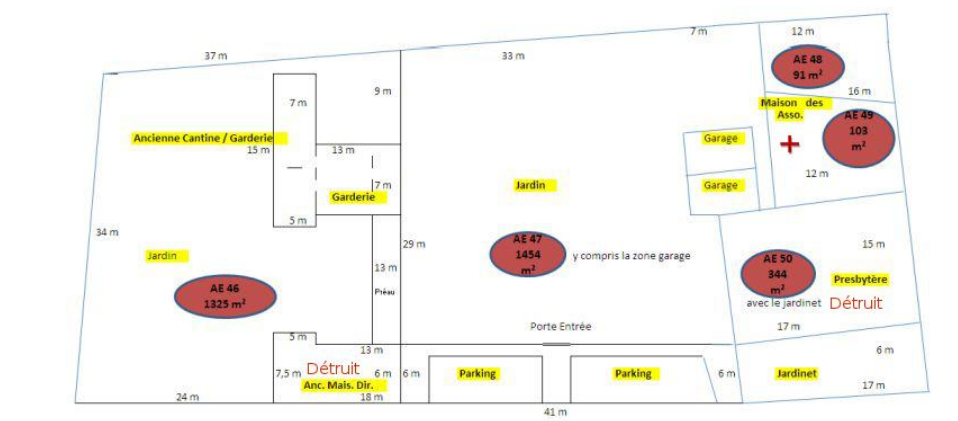


Figure 20 Parcelles cadastrales, bâti utilisable pour le projet repéré par une croix orange [source : cadastre donné par mairie ; Réalisation : Spilliaert]

La parcelle délimitée sur la photo aérienne comprend les parcelles cadastrales représentées sur la figure 20. Sur cette zone se construit actuellement une salle polyvalente. La parcelle de la maison des associations est repérée par une croix rouge.



Source :
geoportail.gouv.fr
Auteur : Sophie Spilliaert
Date : février 2013
Suppression de l'ancien bâti avec Gimp

Figure 21 : photo aérienne de la parcelle actuelle où se localisera le projet

Sur la parcelle délimitée en rouge se situaient le presbytère et un logement de fonction, Au terme de la construction de la salle polyvalente la maison des associations (en bas à droite de la figure 21) ne sera pas détruite.



Photographie 8 : photographies de la destruction du presbytère et de la maison du directeur, pour la construction de la salle polyvalente



Photographie 9 : de gauche à droite : rue de l'Eglise, construction de la salle polyvalente, maison des associations, mairie

2. Utilisation de « la maison des associations » pour le projet

Les activités (théâtre, musique) qui avaient lieu auparavant dans la maison des associations auront lieu dans la salle polyvalente. A terme, le bâtiment n'aura plus de fonctions, si ce n'est celui de stockage des tentes pour le centre aéré. Il serait disponible pour le projet d'aménagement d'une surface de vente.



Figure 22 Ancienne maison des associations pouvant accueillir le projet d'un magasin de vente directe

La maison des associations, ci-dessus, appartient à la mairie et a été réalisée en 1993 par l'architecte Monsieur Pouliquen, elle est d'une surface de 194m². Elle fait 12 mètres de profondeur et 16mètres de longueur. Le plan simplifié du bâtiment est réalisé en figure 23.

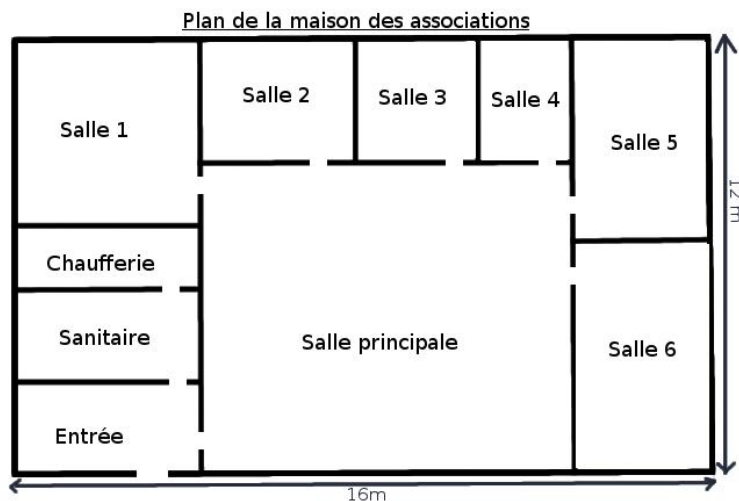


Figure 23 : Plan actuelle de la maison des associations. [Réalisation : Sonhie Snilliaert]

Parkings aux alentours

Plusieurs parkings sont disponibles autour de ce bâtiment, ils sont mis en évidence sur la figure ci-après. Ils pourront accueillir les clients potentiels de la surface de vente. Il y a le parking de la mairie qui compte 15 places dont une pour personne à mobilité réduite (PMR), le parking du cimetière qui dispose de 9 places dont 1 pour PMR et le parking de l'église qui est de 28 places à gauche et de 15 places dont 1 pour PMR à droite de l'église. Le nombre de places disponibles est donc de 67 comprenant 3 places pour PMR.

Parkings disponibles aux alentours du site dédié au projet



Figure 24 : Parkings disponibles aux alentours du projet

Un passage piéton permet de traverser la route du parking de l'église au site.

3. Accessibilité de la parcelle

Un réseau de voirie permet d'accéder au site et de le desservir. Dans la rue de l'église, la circulation est limitée à 30 km/h. Le site est desservi par le bus et l'arrêt le plus proche est situé face à la mairie.

Le site ne dispose pas de liaisons douces, piétonnes et/ou cyclistes, particulières. Cependant des trottoirs longent la rue de l'église desservant le site.

C. Climat

1. Le vent autour du site

La rose des vents fournie par Météo France a été réalisée à partir de relevés anémométriques. Elle a été établie pour la station de Lille-Lesquin sur une période allant du 10 janvier 1976 au 31 décembre 2006. Cet outil permet de caractériser la soumission du site aux différents vents.

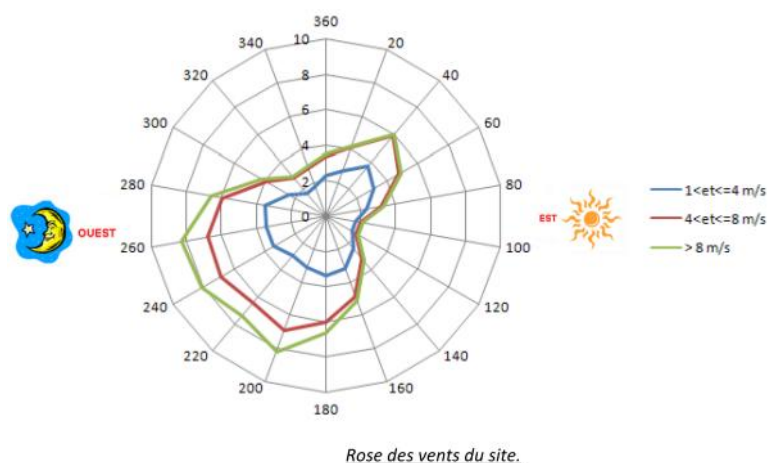


Figure 25 : Rose des vents du site [source : Groupement d'AMO, 2010]

La vitesse du vent est influencée par la rugosité de la zone environnante, par les obstacles avoisinants comme les arbres et les bâtiments. Environ 38% des vents caractérisant la zone sur laquelle le projet sera implanté proviendraient du Sud/Sud-Ouest. 22.5% supplémentaires des vents auxquels la parcelle est soumise proviennent également du Nord/Nord-Est. Par ailleurs, environ 60% des vents balayant la zone ont des vitesses inférieures à 4,5 m/s.¹⁷

Du fait de la disposition des bâtiments et de leurs faibles hauteurs, il y a très peu d'effets Venturis. Ce phénomène n'est donc pas à traiter pour ce projet.

2. Pluviométrie

Une grande majorité de la zone autour du site est occupée par des parkings bitumés. Lors d'averse ou d'épisodes orageux, l'imperméabilité de ces surfaces pourrait provoquer des problèmes de ruissellements et de stagnation de l'eau à certains endroits. Ce phénomène pourrait engendrer des nuisances auprès des utilisateurs du point de vente directe. Le recours à une végétalisation du site contribuera à réduire ces phénomènes.

¹⁷ Groupement AMO, 2010, p30

3. Orientation de la parcelle

La façade est orientée Sud-Est

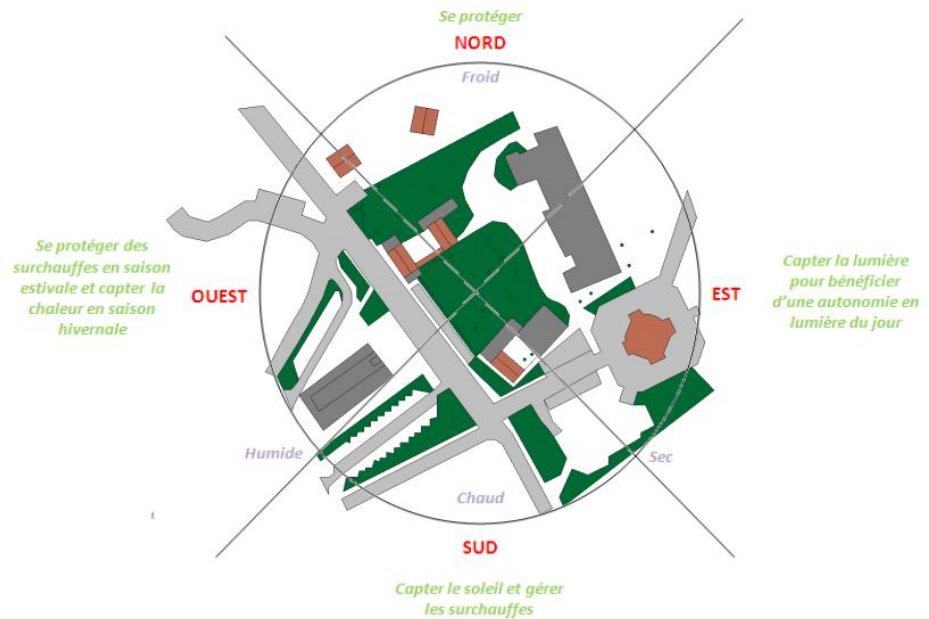


Figure 26 : Orientation de la parcelle [source : groupement AMO, 2010]

L'orientation permet de capter la lumière pour bénéficier d'une autonomie en lumière du jour. Le bâtiment est muni de baies vitrées avec persiennes, ce qui est tout à fait adaptées à l'utilisation projetée du local. Elles seront munies de dispositifs permettant de profiter des apports solaires l'hiver mais de s'en protéger l'été.

4. Ombres portées

Pour l'instant le site n'est pas ombragé par les bâtiments qui l'entourent. Cependant, la future salle polyvalente pourrait lui faire de l'ombre, il faudra donc prévoir un moyen pour se chauffer.

5. Caractère biologique du site

Des études portant sur la faune et la flore du site ont été réalisées en 2010. Les résultats qui ont été obtenus sont les suivants :

Le site est actuellement peu végétalisé et laisse peu de place au développement de la végétation et donc à la faune.

La faune

Elle est peu diversifiée autour du site, ceci étant notamment du au contexte péri-urbain du site. Il n'existe aucune espèce protégée sur le site. Du fait de la proximité de parcelle agricole, de strates arbustives et arborescentes, on observe majoritairement une avifaune.

Il a été possible d'observer des espèces telles que le Moineau friquet (*Passer montanus*), l'Etourneau sansonnet (*Sturnus vulgaris*), le Merle noir (*Turdus merula*), la Mésange charbonnière (*Parus major*), la Pie bavarde (*Pica pica*) et la Tourterelle turque (*Streptopelia decaoto*).

La présence d'espèces de mammifères et de micromammifères a été relevée. Le lapin de garenne (*Oryctolagus cuniculus*), Campagnol agreste (*Microtus agrestis*), le Campagnol des champs (*Microtus arvalis*), la Musaraigne couronnée (*Sorex coronatus*), la souris domestique (*Mus domesticus*).

La flore

La flore est relativement peu diversifiée et ne présente pas d'espèces avec un statut de protection particulier.

Il y a sur le site la présence d'essences herbacées et notamment des graminées le Pâturin commun (*Poa trivialis*), la Houlque laineuse (*Holcus lanatus*), des Fétuques (*Festuca sp.*) et la Dactyle agglomérée (*Dactylis glomerata*).

Les plantes à fleurs sont peu nombreuses et ne présentent que peu d'intérêt, on trouve entre autre : le Pissenlit (*Taraxacum sp.*).

6. Les risques de nuisance sonore

Des mesures du bruit ont déjà été réalisées sur le site. Nous pouvons comparer les valeurs obtenues à celles des valeurs seuils de fatigue et de douleur fixées par l'OMS. Pour des mesures effectuées hors circulations de véhicules et lors de circulations de véhicules, les valeurs à ne pas dépasser sont respectivement de 65 dB et de 75 dB.¹⁸

Les valeurs relevées à proximité de la maison des associations sont de 45dB quand il n'y a pas de circulation et de 79dB quand il y en a. Le bruit ambiant sur la commune se situe toujours aux environs de 45 dB. Il est principalement dû à la circulation automobile. Les valeurs seuils de fatigue et de douleur fixées par l'OMS ne sont donc presque jamais atteintes.

7. Nuisance olfactive

Les principales sources de nuisances olfactives sont liées aux émissions atmosphériques engendrées par la circulation automobile. Le site de l'IREP Registre Français des Emissions Polluantes ne signale pas d'activités polluantes de l'air à proximité du site.¹⁹

8. Inondations

Au vu des données consultées sur le site de la DATAR²⁰ et les cartes CARMEN²¹, la commune de Lompret n'est pas située dans une zone à risque d'inondation (PPRI). Cependant, la métropole lilloise et donc la commune de Lompret est considérée comme concernée par un PPR inondation prescrit. La prescription de PPRI néanmoins aux communes non riveraines de cours d'eau est justifiée par les phénomènes de remontée de nappe et les événements orageux récurrents.

¹⁸ LILLE METROPOLE, 2011.

¹⁹ Registre Français des Emission Polluante <http://www.irep.ecologie.gouv.fr>

²⁰ Zones inondables, <http://www.datar.gouv.fr/>

²¹ Zones inondables dans le nord, <http://carmen.developpement-durable.gouv.fr/>

D. Synthèse de l'analyse du site

Le tableau suivant propose une synthèse des éléments développés précédemment dans l'analyse de site.

Eléments analysés	Atouts	Contraintes
➤ Localisation du site En centre bourg	➤ A proximité de l'école, de l'église, salle de sport	
➤ Le marché des producteurs	➤ Beaucoup de clients ➤ Prouve qu'il y a de la demande	
➤ Climat : Climat tempéré Vent dominant : Sud-Ouest-Nord-ouest	➤ Apport solaire gratuit ➤ Ventilation naturelle en période estivale	
➤ Orientation de la parcelle : Sud-Est Pas ou peu ombragé	➤ Autonomie en lumière du jour	➤ Prévoir un moyen pour chauffer le local
➤ Accessibilité du site : Route limitée à 30km/h Arrêt de bus à 20m Trottoirs parkings	➤ Facilité d'accès au site par les transports doux et transports en commun	➤ Equiper le site d'un abri à vélo
➤ Pluviométrie 700mm/m ² /an	➤ Récupération des eaux de pluie	➤ Nécessité de limiter les risques de ruissellement, mise en place de surface perméable.
➤ Perméabilité : Sous-sol assez perméable Pas de stationnement végétalisé à proximité (Surfaces bitumées) Présence d'eau à moins de 5m de profondeur	➤ Sol relativement perméable permettant de limiter les ruissellements par temps de pluie	➤ Proximité de la nappe qui risque de limiter l'infiltration lors de forts événements pluvieux ➤ Mise en place de parkings végétalisés
➤ Nuisance sonore : Seuils de gênes et de fatigues fixés par l'OMS non dépassés, bruit ambiant moyen de 45 dB	➤ Peu de nuisance sonore	➤ Le projet ne devra pas perturber le niveau acoustique ambiant
➤ Nuisances olfactives : Seule source relevée : voies de circulations à proximité immédiate du site	➤ Pas de nuisances olfactives notables	➤ prise en compte de la localisation des locales poubelles
➤ faune et flore	➤ Pas d'espèces protégées	➤ Peu d'animaux et végétaux

Tableau 3 : Synthèse de l'analyse de site

Troisième partie : Propositions d'aménagement

I. Le projet : un point de vente collectif

Le projet d'aménagement à Lompret sera l'instauration d'un point de vente collectif (PVC) dans le centre bourg. Avant de faire des propositions d'aménagement, il est important de définir ce qu'est un point de vente collectif. Le point de vente collectif est une forme de vente directe. Le schéma ci-dessous permet d'avoir une idée assez complète des formes de ventes directes qui existent aujourd'hui. Dans le cas du projet de Lompret nous nous orienterons vers le PVC, car il présente les mêmes avantages que ceux des marchés, c'est-à-dire capter une clientèle intéressée par les produits fermiers et avoir un chiffre d'affaire annuel régulier. Cependant le marché est une activité physique éprouvante (chargement, installation, rangement), il y a les contraintes de trajets et du temps passé à la vente, les vendeurs sont tributaires des aléas climatiques, les droits de places et frais annexes sont parfois élevés.²² Alors que le PVC permet d'offrir une gamme plus large de produits qui attire plus de clientèle, la vente est assurée par les associées et les conditions de ventes sont confortables.²³

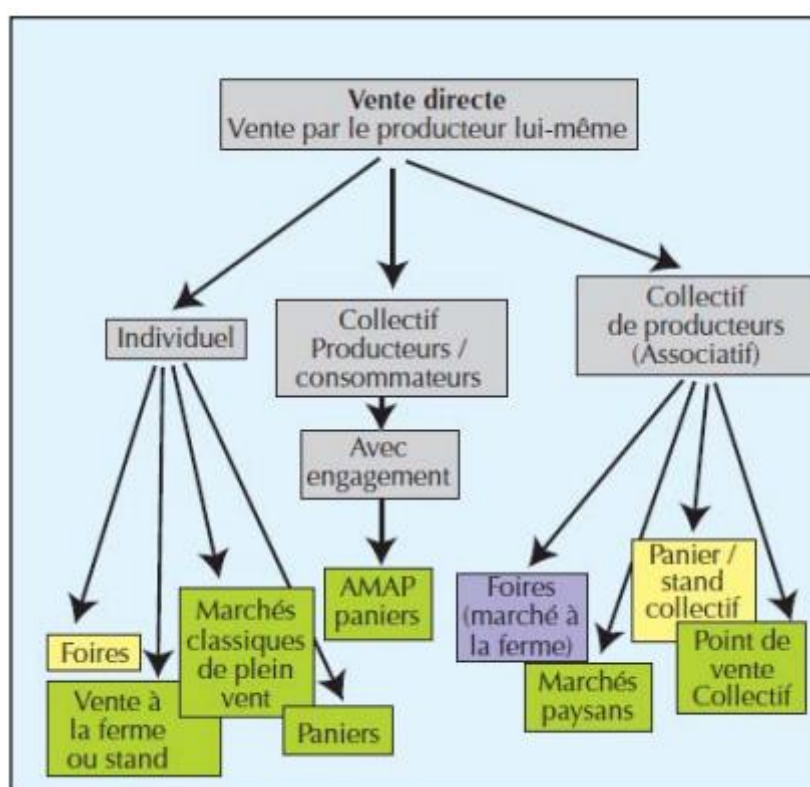


Figure 27 : Typologie des systèmes de ventes directes [source : RRP NPDC, 2012]

²² RRP NPDC, 2012

²³ CHAMBRE D'AGRICULTURE BRETAGNE, p 14 et p 18

A. Le point de vente collectif : vente directe du producteur au consommateur

1. Définition

« Un point de vente collectif (PVC) est une structure particulière où les producteurs se relaient pour vendre les productions de leurs exploitations et recueillent directement le produit de leur vente. »²⁴ Sur le plan fiscal cette activité est considérée comme agricole. Il peut se situer en zone rurale, urbaine ou péri-urbaine pour la clientèle de proximité ou en zone touristique pour la clientèle de passage. Les produits vendus sont généralement des productions locales, issues d'exploitations agricoles où le produit est maîtrisé et vendu par l'agriculteur. Le magasin peut réunir 6 à 8 producteurs mais cela peut monter jusqu'à 15. Les producteurs assurent la vente de leurs produits, l'accueil et le service des consommateurs.

Les producteurs fermiers souhaitent valoriser leurs produits en les commercialisant auprès du consommateur final, soit sur le lieu de production, soit sur le marché local, soit dans des systèmes de vente collective.

Les points de vente collectifs représentent l'un des modes de commercialisation en circuits courts, qui présente un certain nombre d'avantages, à la fois pour le producteur et pour le consommateur : lien direct entre producteur et consommateur, valorisation de produits du terroir, diversification de l'activité des producteurs, réduction des coûts de transport et des intermédiaires.

D'après Montet²⁵, les principales caractéristiques de ce mode de vente sont les suivantes :

- « Il y a toujours au moins un agriculteur présent à la vente qui fait aussi bien la promotion de ses produits que ceux de ses collègues. Les agriculteurs sont en relation directe avec les consommateurs sans intermédiaire. Des photos, des panneaux présentant les fermes, le port d'un badge ... sont autant d'éléments qui permettent d'identifier le magasin de producteurs ;
- Le magasin n'effectue aucun achat revente, les agriculteurs vendant uniquement leurs produits frais ou transformés. Néanmoins pour compléter la gamme, quelques apporteurs (artisans ou coopératives agricoles) peuvent fournir des produits spécifiques ;
- Il existe un principe de non concurrence entre les produits du magasin. La règle « un produit-un producteur » est d'or.
- Le point de vente collectif est géré collectivement par les agriculteurs eux-mêmes. »

²⁴ Atelier Technologique agroalimentaire de Florac, 2011. N°5.

²⁵ MONTET, 2008. P55.

Les produits proposés

La gamme de produits proposés à la vente répond aux attentes de la clientèle qui achète surtout des fruits et légumes, des volailles, des fromages et de la charcuterie. Les prix à la vente sont fixés par les producteurs eux-mêmes, puis soumis à l'ensemble du groupe.

Le groupe

Il faut réunir les producteurs rassemblant les productions principales. Pour un point de vente classique, il s'agit principalement des légumes, des volailles, de la charcuterie, des produits laitiers, des fruits, soit un groupe de 5 à 6 personnes. La taille du groupe dépend donc de la gamme de produits que l'on souhaite vendre et de sa quantité. Il y a un principe de non concurrence, il faut donc éviter la concurrence directe sur deux produits. Cela est nécessaire pour préserver l'entente du groupe.

Il est primordial que les producteurs soient motivés et impliqués dans la démarche.

2. Le cadre législatif et juridique des points de vente

Sur le plan juridique, les points de vente collectifs ont le choix entre plusieurs statuts : la Société A Responsabilité Limitée (SARL) mandataire comme par exemple « La Cahute Fermière » ou « aux rendez-vous fermier » ou encore « Com' à la ferme », le Groupement d'Intérêt Economique (GIE), la coopérative agricole comme « le panier vert » ou l'association loi 1901. Selon la chambre d'agriculture la forme la plus fréquente est la SARL.

D'après le bulletin de veille réglementaire sur les circuits courts concernant les PVC²⁶, le point de vente et chacun des producteurs adhérents sont soumis :

- au règlement (CE) n°178/2002, qui prescrit des obligations de traçabilité, de procédures de retrait-rappel des produits en cas de non-conformité,
- au règlement (CE) n°852/2004, qui fixe les règles générales en matière d'hygiène des denrées alimentaires, et entre autre, l'obligation pour le producteur de déclarer ses activités et l'existence du point de vente collectif à la Direction Départementale de la (Cohésion Sociale et de la) Protection des Populations (DDPP-DDCSPP) du département où est implanté le point de vente.
- A l'arrêté du 21 décembre 2009, qui fixe les règles sanitaires applicables aux commerces de détail (transport, maîtrise de la chaîne du froid, etc)

Les fournisseurs de Denrée Alimentaire d'Origine Animale (DAOA) peuvent être soumis à l'agrément. La note de service du 23 mai 2011 spécifie différents cas de figure :

²⁶ MINISTERE DE L'ALIMENTATION, DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE, 2010

- Cas le plus courant : le producteur est présent lors de la distribution, il s'agit alors d'un mode de remise directe au consommateur final, les producteurs fournissant des DAOA ne sont donc pas soumis à l'agrément sanitaire pour leurs activités.
- Cas où la distribution s'effectue par le biais de commerce de détails, en l'absence du producteur, le producteur est alors soumis à l'agrément sanitaire ou bénéficie d'une dérogation à l'agrément sanitaire si les conditions sont remplies.
- Cas où la distribution se fait dans le cadre d'un point de vente collectif, celle-ci doit alors répondre aux exigences de fonctionnement du PVC, le producteur est donc exonéré de l'obligation d'agrément.²⁷

3. Fonctionnement interne du point de vente

Pour faire fonctionner un point de vente il est nécessaire que les producteurs se mettent d'accord et communiquent entre eux. Pour cela il existe plusieurs outils notamment la réunion mensuelle, la gérance ou cogérance et les cahiers de liaison qui servent à la transmission des informations sur la vente d'une permanence à une autre. Le tout est consigné dans le règlement intérieur élaboré à la création du point de vente et peut être amené à évoluer. Ce règlement intérieur est un contrat entre les membres du groupe, il est signé par tous les membres du groupe : il fixe les règles en matière de gestion collective du point de vente, de répartition des tâches et des responsabilités.²⁸

Les permanences à la vente

Les adhérents doivent assurer des temps de présence à la vente (producteur, membre direct de la famille, ou salarié de l'exploitation). Il faudra définir le nombre de jours d'ouverture par semaine et les horaires, qui assurera les permanences et est-ce que le temps passé à la vente sera rémunéré, quelles sont les responsabilités de la personne à la vente et pour finir qui est chargé du nettoyage et de la comptabilité.

A cette fin, un règlement intérieur doit être rédigé, qui précisera les modalités d'organisation de ces permanences, un planning devra être tenu dans le respect de ces règles. Ces documents doivent pouvoir être présentés aux services de contrôle, sur demande. Il convient de s'assurer que les producteurs sont bien présents à tour de rôle de manière régulière et effective.

Un salarié d'exploitation peut effectuer pour le compte et au nom de son employeur des temps de présence à la vente s'il n'est pas affecté exclusivement à la vente et participe également à l'activité de production sur l'exploitation. Un document établi par le producteur devra préciser ces éléments (contrat d'embauche par exemple).

²⁷ TECHNOLOGIQUE AGROALIMENTAIRE DE FLORAC. 2011.

²⁸ MONTET, 2008. p61

Le point de vente collectif peut embaucher du personnel, qui, dans ce cas, intervient toujours en présence d'un producteur ou de son remplaçant (membre de sa famille ou salarié de l'exploitation). Il est alors placé sous la responsabilité du producteur présent. Il ne peut en aucun cas assurer seul la vente.

Mode de commercialisation des produits

Les producteurs restent propriétaires de leurs produits jusqu'à leur cession au consommateur final, le fruit de la vente leur étant attribué directement. Ils n'effectuent par conséquent pas de vente à la structure collective

4. Normes et obligations

Le cahier des charges

Tout point de vente collectif doit rédiger un cahier des charges et établir un règlement intérieur permettant de répondre point par point aux exigences prescrites. Le cahier des charges précise que les producteurs et le point de vente doivent avoir effectué leur déclaration d'activité auprès des autorités compétentes. Le cahier des charges décrit les modalités de fonctionnement du point de vente collectif, notamment :

- La notion de permanence à la vente ; présence des salariés de l'exploitation et présence éventuelle de salariés du point de vente ;
- Les outils permettant le maintien du lien direct entre producteur et les consommateurs (modalités de la vente des produits sans intermédiaire) ;
- Les conditions de maîtrise sanitaire : équipements frigorifiques, plan de nettoyage, formation des personnes présentes à la vente.

Le règlement intérieur

Il décrit les conditions d'organisation propres au point de vente collectif, notamment :

- Présence des producteurs à la vente : modes de répartition des temps de présence, modalités, plannings ;
- Mise en place du plan de maîtrise sanitaire : procédures appliquées en termes d'autocontrôles, missions et responsabilités de chacun.

Le bâtiment

Les surfaces de vente se situent entre 50 et 300m², avec une moyenne de 113m².²⁹

Le local devient alors un Etablissement Recevant du Public (ERP). Les ERP sont fréquentés par des personnes ayant des facultés et aptitudes parfois réduites. Le bâti doit leur être adapté. Un point de vente collectif est classé en 5^{ème} catégorie.

²⁹ MONTET, 2008, p64

Selon l'arrêté du 9 mai 1995, pour assurer l'hygiène et la sécurité alimentaire des produits commercialisés, un PVC doit maîtriser l'hygiène du magasin, l'hygiène et la formation du personnel et l'hygiène des produits.

Le local peut être un prêt de la collectivité, ce qui a comme avantages le gain de temps au démarrage, la matérialisation de l'appui de la collectivité à la démarche du groupe. Cependant le lieu est potentiellement inadapté, le groupe perd partiellement la maîtrise de son projet.

Etiquetage des denrées et affichage des prix

« Le professionnel doit informer les consommateurs sur les prix des produits et services, les limites de sa responsabilité contractuelle et les conditions particulière de la vente » (article L. 113-3 du Code de la consommation).

C'est-à-dire que l'ensemble des produits présents dans le point de vente doit faire l'objet d'une information du consommateur et doit être conforme à la réglementation sur l'étiquetage. Il peut y avoir un écriteau à proximité de la denrée.

Le tableau ci-dessous résume les avantages, opportunités, inconvénients et risques que présente le PVC.

Conditions	Avantages, opportunités	Inconvénients, risques
Offre permanente d'une gamme variée en un seul lieu de produits fermiers	- Capte une clientèle qui ne se rend pas forcément sur les marchés - A terme, très bonnes possibilités d'assurer un débouché fixe - Attraction des consommateurs par une gamme variée - Potentiel de consommateurs important dans les zones péri-urbaines - La demande des consommateurs est encore plus forte en période de crise	- Investissement en temps et en argent - Gérer la vie de groupe

Tableau 4 : Résumé du point de vent collectif [source : IFCA, 2004, p8]

B. Les facteurs de motivation des consommateurs

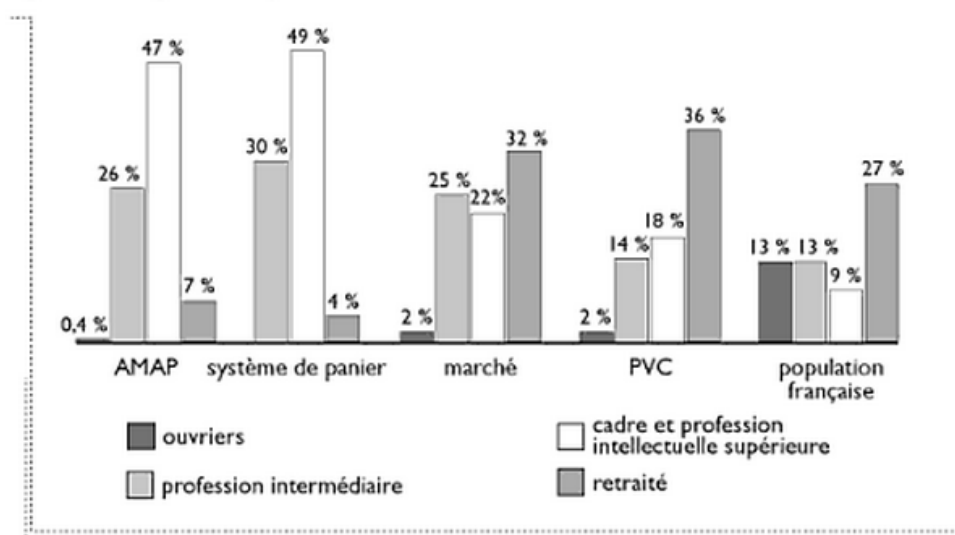
Les deux principaux facteurs de motivation des clients de points de vente collectifs sont la qualité des produits proposés à la vente et la présence des producteurs à la vente qui est un gage de confiance.

Désormais, les consommateurs sont plus sensibles à la qualité des produits qu'ils consomment et la vente directe semble être en mesure de répondre à cette exigence. Depuis quelques années, le secteur agroalimentaire est touché par des crises sanitaires fortement médiatisées. Ces crises ont fait émerger chez les consommateurs une « crise de confiance » envers les produits qu'ils consomment et de nouvelles exigences, en ce qui concerne la qualité et la

sûreté alimentaire.³⁰ Le consommateur cherche donc à être rassuré sur le produit qu'il consomme. La vente directe semble répondre à ce besoin. En effet, les consommateurs évoquent, le plus souvent, la qualité sensorielle des produits de vente directe, une cliente du marché des producteurs m'a dit « ici, les produits ont du goût alors que dans les grandes surfaces, ils sont fades, ils n'ont pas de goût ». Les consommateurs sont aussi séduits par la fraîcheur des produits. D'autre part, le consommateur n'est pas contraint par une quantité imposée par un conditionnement (barquette), il peut acheter à l'unité. Par ailleurs, les consommateurs aiment savoir d'où viennent les produits qu'ils achètent et sont donc satisfaits d'acheter des produits locaux. Ils apprécient également le lien avec les producteurs et apprécient notamment l'accueil personnalisé. Une relation de confiance s'instaure entre le producteur et le consommateur.

Une étude réalisée en 2011 a montré que les acheteurs de points de vente collectifs ont un niveau d'études supérieur à la population française.³¹ En effet 39% sont titulaires d'un Bac+3 ou plus, 12% d'un bac+2 et 20% d'un bac ou brevet. Il apparaît également que près de 40% des consommateurs soient des retraités et 18% fassent parties de la catégorie cadre et profession intellectuelle supérieure (graphique 7).

Ces données sont en corrélation avec celles relevées par l'INSEE à Lompret. Puisque les ménages à Lompret sont en majorité des personnes aisées ayant obtenues un diplôme d'étude supérieure, mais également occupant un poste de cadre et profession intellectuelle supérieure (36,5%), de retraité (22,1%) de profession intermédiaire (18,5%).³²



Source : Merle, Hérault-Fournier, Prigent-Simonin, enquêtes LiProCo, 2011.

Graphique 7 : La catégorie socioprofessionnelle des acheteurs en circuits courts [source : PRIGENT-SIMONIN, 2012, p38]

³⁰ CORDONA, 2007. P47

³¹ PRIGENT-SIMONIN, Anne-Hélène, HERRAULT-FOURNIER, Catherine. 2012. P38

³² INSEE, Ménages selon la catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence en 2009

C. L'avis de la chambre d'agriculture du Nord-Pas-De-Calais et des producteurs

1. Avis de la chambre d'agriculture

Administrée par une assemblée représentative de toutes les composantes du monde agricole et rural, la Chambre d'agriculture de région est un établissement public au service des agriculteurs et des acteurs du monde rural du Nord-Pas de Calais. « La Chambre d'agriculture représente les intérêts du monde agricole vis-à-vis des pouvoirs publics et des collectivités locales en émettant des avis et établissant des propositions d'action, notamment sur les sujets liés au foncier, aux documents d'urbanisme, ou à l'environnement. Elle contribue à la performance économique de l'agriculture en accompagnant les projets de développement économique : activités agricoles, agroalimentaires, agroindustrielles (circuits courts, production d'énergie, organisation de filières...). »³³

Je suis allée à la chambre d'agriculture de la région Nord Pas-de-Calais, pour avoir des précisions quant au projet de point de vente collectif, notamment son échelle et le nombre de producteurs qu'il pourrait accueillir.

La chambre d'agriculture est située au 130 Bd de la liberté à Lille, le 3^e étage est réservé au « service juridique et aménagement du territoire », j'y ai rencontré madame Boutillier. Elle m'a expliqué ce qu'était un point de vente collectif et d'après mes données, m'a donné des pistes.

D'après elle, le point de vente collectif doit commencer avec une gamme dite de base. C'est-à-dire des fruits, des légumes, du lait et si possible de la charcuterie. Le nombre de producteurs se fera en fonction de cette gamme, il pourra être de 7 au démarrage et augmenter au fur et à mesure. Il n'y a pas d'échelle à proprement parler tant qu'il y a des volontaires et de la clientèle. La taille du bâti que je propose est de 194m², cela permet d'intégrer une surface de vente et un espace de stockage. Généralement 2/3 de la surface sont destinés à la surface de vente et 1/3 pour l'espace de stockage. Elle a également recommandé un parking minimum de 15 places pour l'accueil des clients et pour la praticité pour les livraisons. Dans notre cas, il y a 67 places disponibles autour du bâtiment dont 15 à l'entrée.

Elle a aussi insisté sur le fait que le PVC devait être situé sur un lieu de passage (flux routier quotidien) ou de forte fréquentation (écoles, commerces...). C'est le cas du site choisi à Lompret. Il semblerait que le projet soit « faisable ».

³³ Chambre d'agriculture du Nord-Pas-de-Calais <http://www.agriculture-npdc.fr/chambre-de-region.html>

Les PVC sont généralement ouverts du mardi au samedi, mais cela dépend de la disponibilité des producteurs. Le temps de permanence d'un producteur est de 5 à 7 h / semaine.

Le panier moyen dépend de l'implantation du magasin et de la typologie de sa clientèle (permanente ou passagère). Il se situe entre 16 € et 21 €.

Les charges annuelles correspondent à environ 60 000 € par an, pour une surface de vente de 110 m². Les frais de fonctionnement sont couverts par un prélèvement sur les ventes de l'ordre de 20% la première année d'ouverture.

Au début il y a un gros investissement à effectuer et ce pour l'achat de matériels, les banques réfrigérées, chambre froides, présentoirs, caisse enregistreuse. Ces investissements peuvent être financés par des emprunts, des subventions ou par un apport des membres.

Madame Boutillier m'a averti sur le fait qu'un tel projet met en moyenne 2 ans à aboutir. Le plus compliqué à gérer réside dans l'entente entre les producteurs, la dynamique de groupe, leurs motivations pour vendre pour les autres mais également l'élaboration du règlement intérieur et la permanence à la vente, car c'est une réorganisation du temps de travail pour chacun des associés.

Elle m'a demandé de réfléchir à l'intérêt pour les producteurs de vendre leurs produits dans ce point de vente collectif.

L'apport pour les producteurs de vendre dans un PVC

Le point de vente collectif leur permettra de pérenniser leur activité agricole. Il optimise le temps de travail, comme le signale une adhérente du « Panier Vert » : « Lorsqu'on travaille tout seul, on est toujours dérangé par les clients pendant la transformation. Le PVC est une optimisation du temps de vente et de fabrication. »³⁴. C'est également une alternative à la vente en grande surface. Il permet de créer du lien entre les producteurs qui s'engagent, mais surtout entre les producteurs et consommateurs. Il permet par ce biais de valoriser les productions locales et de maîtriser chaque étape de la production à la vente de leurs produits. Elle leur permet de récupérer la valeur ajoutée donnée aux industries de la transformation et de la distribution.

Les producteurs bénéficieront d'avantages à venir vendre leurs produits au projet de PVC plutôt que de continuer à les vendre sur le marché de Lompret. En effet, le marché leur permet de vivre en dégageant le SMIC mais leur temps de travail explose.³⁵ Ils doivent répondre à une demande diversifiée, assurer le temps de transport, de commercialisation. Ils subissent les aléas climatiques et les droits de places et frais annexes sont parfois élevés.³⁶ Le PVC permet d'offrir une gamme plus large de produits qui attire plus de clientèle, il y a un gain de temps à la vente puisqu'il y a un partage de temps de permanence à la

³⁴ CUMA Nord Pas-de-Calais, Cerdd. 2012. P7.

³⁵ TREILLON, 2006. P2

³⁶ RRP NPDC, 2012

vente avec les autres producteurs. Les conditions sont confortables, puisqu'il y a un espace dédié à la vente et abrité. Il y a également les avantages du collectif, c'est-à-dire la mutualisation des moyens, le partage des tâches et des responsabilités, la convivialité. Et le contact avec les consommateurs est toujours présent.

Le PVC présente néanmoins quelques inconvénients notamment en ce qui concerne l'engagement du producteur, l'investissement financier pour le local mais également la nécessité d'une régularité des approvisionnements en qualité et quantité tout au long de l'année. Et les invendus restent à la charge du producteur.³⁷

Ce qui incite les producteurs à muter vers des circuits courts

En circuit long, le producteur ne gère qu'une toute petite partie de l'activité globale de production. « Il n'a plus en charge, ni le choix des aliments pour les productions animales, ni le choix des intrants pour les productions végétales, puisque c'est la coopérative qui supervise tout. Le choix des variétés et races lui échappe également, car la nature de la production doit correspondre à la demande de la coopérative. »³⁸ De plus, bien souvent les producteurs en circuits longs ne possèdent qu'un seul débouché pour chaque type de production, car les circuits longs exigent une production importante et constante. La vente directe peut donc être une manière de retrouver une certaine autonomie financière et redonner de la valeur et du sens au travail agricole.

Cependant la mise en place de la vente directe est complètement différente des circuits longs. Beaucoup de producteurs disent qu'il s'agit là « d'un autre métier ». C'est une ré-organisation du travail, en effet ils doivent développer d'autres compétences professionnelles comme la vente. Elle permet également de réduire la facture énergétique des systèmes de production et de distribution.

2. Avis des producteurs du marché de Lompret

Lors du marché du vendredi à Lompret, j'ai interviewé les producteurs présents. Afin de connaître leur point de vue et leur motivation quant à mon projet. Il y avait le marchand de fruits et légumes, le boucher charcutier traiteur, le fromager ainsi que le boulanger.

Le boucher charcutier traiteur et le fromager m'ont expliqué qu'ils venaient vendre à Lompret car la demande des clients étaient élevées. De plus, ils reconnaissent la position stratégique du marché « au cœur du village », où les clients sont principalement des Lompretois, des parents d'élèves mais également des gens « de passage » sur la route qui mène à Verlighem et

³⁷ CHAMBRE D'AGRICULTURE BRETAGNE. P18.

³⁸ CORDONA, 2007. P16

Pérenchies. Les autres jours de la semaine, ils vendent sur différents marchés. A propos de mon projet, le boucher et le fromager sont en accord ils ont dit qu'il était nécessaire de bien indiquer le magasin et que le plus dur serait de réhabituer les gens. Le boucher a répondu positivement à ma requête, en me signalant qu'il pourrait effectuer la permanence de vente dans le PVC de Lompret seulement le vendredi afin de conserver ses autres activités. Il est content que j'intègre les producteurs dans mon projet, plutôt que de faire une chaîne de magasin qui lui ferait concurrence et sans quoi il ne viendrait plus vendre à Lompret.

Le maraîcher vend des légumes et des fruits de saisons sur 4 marchés différents par semaine. Auparavant il travaillait pour une grande surface, mais il s'est vite rendu compte qu'il produisait beaucoup pour vendre peu. Pour se démarquer des autres producteurs il s'est spécialisé dans les légumes anciens, comme les pommes de terre canaries, les rutabagas, le topinambour, la carotte blanche... C'est ainsi qu'il a obtenu une clientèle spécifique et fidèle. Il est satisfait de ses ventes à Lompret, cependant il émet une retenue « Lompret est une cité dortoir, dès qu'il y a un pont, un jour férié ou que c'est les vacances, presque aucun client ne vient », l'horaire où il fait le plus de vente se situe entre 16h et 18h30, lorsque les parents viennent chercher leurs enfants à l'école et que les habitants rentrent du travail. Il n'avait pas l'air très convaincu par mon projet, il n'a pas envie de s'engager et préfère travailler seul. Pour cause : il a déjà fait partie d'un PVC mais à cause de la mésentente avec les autres producteurs et la permanence à la vente qu'on lui imposait bien souvent, il a préféré arrêter.

Le boulanger tient un magasin à Verlinghem, mais à présent pour cause de travaux de voirie, il a été contraint de fermer. Son magasin provisoire attire très peu de clientèle. Il vient donc plus régulièrement vendre son pain à bord de son camion à Lompret. Il a énormément de clients, puisqu'à Lompret il n'y a pas de boulangerie et la plus proche se situe à Pérenchies, à 3km. Le pain à Lompret est donc une potentialité à ne pas négliger, il se révèle être un véritable atout pour le projet. Le boulanger pourrait faire partie du projet.

Le projet de PVC pourrait donc accueillir ces 4 producteurs, bien que le maraîcher reste à convaincre. Nous pourrions également intégrer au projet des producteurs qui habitent à proximité afin d'élargir la gamme. Pour vendre des confitures, du miel, des œufs et des fruits.

Concernant les confitures. Lors d'une porte ouverte dans sa ferme le 28 avril, Madame Saingier qui fait déjà parti de 2 PVC a mis l'accent sur l'intérêt des ventes directes. Elle fait des confitures et serait une productrice potentielle dans le PVC de Lompret.

Pour les œufs, il y aurait Monsieur Delommez, qui habite Premesques. Pour les fruits, Chantal et Philippe Thérain qui habitent Erquinghem-Lys, produisent pommes, poires, prunes, coings ainsi que des jus de fruits. Mais également Monsieur Pollet, venant de Fromelles, qui a déjà effectué des « ventes directes de paniers » à la gare, fait de l'arboriculture et produit des fruits

D. Exemples d'organisation de points de vente collectifs dans le Nord

Dans la région du Nord Pas-de-Calais, on compte actuellement 13 points de vente collectifs, », avec une moyenne de 10 agriculteurs adhérents par point de vente. 9 se situe dans le département du nord. Le plus récent date du 7 novembre 2012 « com' à la ferme », situé à 15km de Lompret, il n'est pas localisé sur la carte ci-dessous.

Les points de vente collectifs les plus proches de Lompret sont « Produits paysans » et « Au panier vert » de Frelinghien, ils sont situés à environ 4km, soit 10 minutes en voiture et 40 minutes à pied.

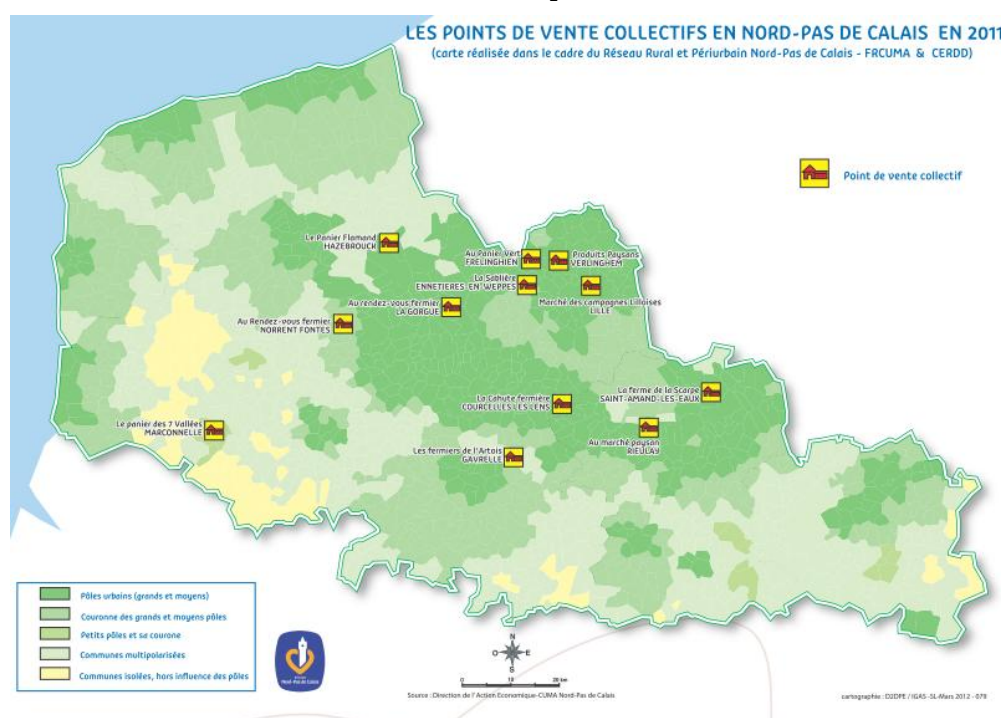


Figure 28 : Points de vente collectifs dans le nord [source : CUMA Nord Pas-de-Calais]

1. Com' à la ferme

J'ai interrogé Ingrid Coustenoble sur l'organisation de la SARL « Com' à la ferme » dont elle fait partie. Le point de vente est situé dans le nord à Fournes-en-Weppes. Elle est productrice de bière et de courges à Marquillies avec son mari Bertrand. Elle fait également partie du « panier vert » de Frelinghien.

Voici ses propos : « le magasin est né suite à notre fête de la citrouille, où nous organisons un marché du terroir. Avec quelques autres agriculteurs on s'est posé la question de faire la même chose dans un magasin. On a fait un appel via les journaux agricole pour trouver d'autres agriculteurs et agrandir notre gamme de produit. Puis nous avons mis deux ans à créer le projet, à réfléchir ensemble sur le projet, à créer un esprit de groupe... et le 7 novembre 2012 est né notre magasin. La chambre d'agriculture nous a aidé sur les questions de fond, sur certaines questions précises, des points de réglementation... Nous avons donc créé une SARL Mandataire, c'est à dire que chaque agriculteur est

propriétaire de son produit jusqu'à la vente, donc des invendus aussi. Cela permet à certain de ne pas être obligé d'avoir des ateliers aux normes CE par exemple. Grâce à ce statut ils ont une dispense d'agrément. Nous tenons à tour de rôle les permanences pour vendre au magasin, pour faire le ménage aussi, nous sommes tous dans des commissions comme les communications, comptabilités, travaux. »

Le magasin est ouvert du mercredi au samedi de 9h30 à 12h et de 15h à 19h (non-stop le samedi).

2. Le panier Vert

Le point de vente collectif « le panier vert » est situé à Frelinghien, c'est une coopérative, elle regroupe aujourd'hui vingt-huit agriculteurs locaux. La coopérative s'est aussi dotée de locaux de transformation. La découpe de la viande, la fabrication de la charcuterie et la préparation de plats cuisinés et de conserve est réalisée sur place avec les ingrédients produits par les agriculteurs. La coopérative appartient aux producteurs et elle est gérée par eux par le biais d'un bureau et d'un conseil d'administration. Elle ne fait pas de bénéfice. Après déduction des charges, le résultat est réparti entre les adhérents. Le magasin est ouvert du lundi au samedi de 9h à 19h.

L'histoire du Panier vert débute en 1987, à une époque où le commerce de détail de produits fermiers n'était pas spécialement en vogue. Sabine Catteau raconte : « On vendait tout son lait à Danone, toutes ses pommes de terre à McCain... Heureusement, un petit groupe de vente au détail, dont je faisais partie, existait déjà. Un jour, on a fait un voyage dans l'Oise où j'ai vu des points de vente collectifs et c'est là que je me suis dit qu'on devait faire ça ici ! »³⁹. 3 producteurs se sont alors réunis, et d'autres les réunissent peu à peu. En 2000, ils étaient 14, il y eut alors un besoin croissant de places, une diversification des produits. « Au début, on vendait surtout produits laitiers et produits maraîchers. Puis il y a eu la crise porcine et on s'est lancés dans la viande de porc. Puis il y a eu la crise de la vache folle et on s'est lancés dans la viande de boeuf. À chaque crise, les gens reviennent au contact de la nature, au local, auprès des producteurs, pour être sûrs de la provenance de la bête. »⁴⁰

3. Produits paysans

« Produits paysans » existe depuis 11 ans. Il se situe à Verlinghem, il est sur une grande route mais pas ou peu indiqué. L'entrée est libre, le magasin est ouvert le vendredi et le samedi de 9h à 12h30 et de 15h à 19h. Il y a 8 producteurs, ils y vendent de la volaille, des légumes, des œufs, des produits laitiers, du miel, de la confiture et de la charcuterie. Ci-dessous un schéma de son aménagement intérieur.

³⁹ DELERUE, 2012.

⁴⁰ DELERUE, 2012.

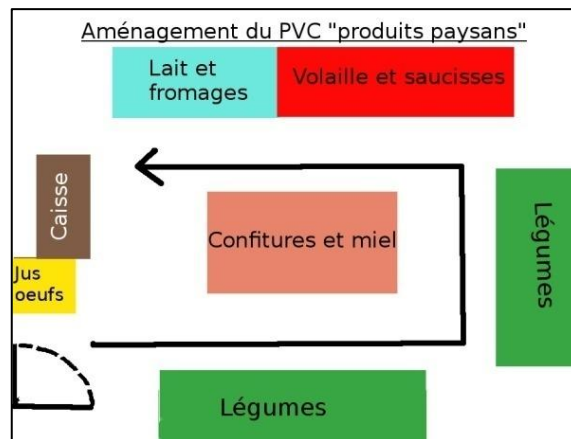


Figure 29 : Aménagement intérieur du PVC "produits paysans" de Verlinghem [réalisation Sophie Spilliaert]

Le producteur a expliqué l'utilité de la caisse enregistreuse, à chaque produit correspond un code, afin que le producteur de tel produit soit directement payé.

II. Le magasin

A. L'organisation générale du PVC de Lompret

D'après les données détaillées dans les parties précédentes, une organisation générale peut être établie pour le PVC de Lompret.

Nom du PVC : « La maison des producteurs »

Statut : Le PVC de Lompret sera une SARL car c'est le statut qui peut évoluer le plus facilement.

Nombre de producteurs : 4 à 7

Le nombre n'est pas fixé, il dépend de la motivation réelle des producteurs et peut rapidement évoluer. Nous commencerons avec une gamme de base correspondant aux producteurs du marché de Lompret : boucherie charcuterie traiteur, fruits et légumes, boulangerie, fromages.

Horaires d'ouvertures : 10h à 12h30 le matin et de 15h à 19h30 l'après-midi.

Cela est en corrélation avec les habitudes des Lompretois. En effet, l'école est ouverte de 8h30 à 11h30 le matin et de 13h30 à 16h30 l'après-midi. Il faudra donc que le magasin soit ouvert lorsque les parents d'élèves viennent chercher leurs enfants, mais également lorsque les habitants rentrent du travail puisque seuls 10% travaillent sur la commune. Il y a 25,1% de retraités à Lompret et 13,1% de salariés à temps partiel, ce qui signifie autant de possibilité de vente hors « heures de pointe ».

Jours d'ouvertures : Du mercredi au samedi, toute l'année.

Le samedi est un jour clef pour la vente, puisque la majorité des habitants sont chez eux. Le mercredi également, puisque les écoliers n'ayant pas cours, il est fréquent que l'un des deux parents ne travaille pas ce jour ou qu'un proche garde les enfants. Le magasin sera ouvert toute l'année, car les producteurs produisent assez. En effet, ils font les marchés toute l'année.

B. Aménagement extérieur

1. Le point de vente en périphérie d'agglomération

L'aménagement doit être pensé selon le type de point de vente (en centre d'agglomération, en périphérie, en zone rurale, touristique). Nous sommes ici en périphérie d'agglomération. Le PVC en périphérie se situe en zone accessible et est bien visible. En général, les classes moyennes sont bien représentées. Le panier est gros (environ 20€ hebdomadaire) et le point de vente se substitue à un achat sur un marché. « L'aménagement doit affirmer l'origine fermière, il doit être fluide et pratique. »⁴¹

2. Enseigne

Etre identifié est crucial pour un magasin. L'identité est apportée par le nom, mais aussi par les éléments visuels comme le dessin et les couleurs. Ces signes doivent être conservés sur tous les supports.

Les panneaux sont lus en un clin d'œil, il faut donc aller à l'essentiel et indiquer clairement ce qui est proposé, puis qui le propose. Il faut reprendre systématiquement la formule suivante : « un POINT de VENTE DIRECTE de PRODUITS FERMIERS »⁴².

Le nom du PVC sera « la maison des producteurs », il désigne l'activité du magasin sous un aspect chaleureux. La couleur dominante sera le vert. Le logo sera un légume en forme d'animal, car c'est drôle, marquant et représentatif de l'activité des producteurs. Un panneau d'affichage (figure 30) sera posé devant le bâtiment de sorte à être visible depuis la route. Il comportera la formule précédente et une maison de paille où seront visibles certains légumes à travers les ouvertures des portes et fenêtres.

⁴¹ IFCA, 2004. P66

⁴² IFCA, 2004. P81



Figure 30 : Panneau d'affichage situé devant le magasin à la vue des conducteurs [réalisation : Sophie Spilliaert]

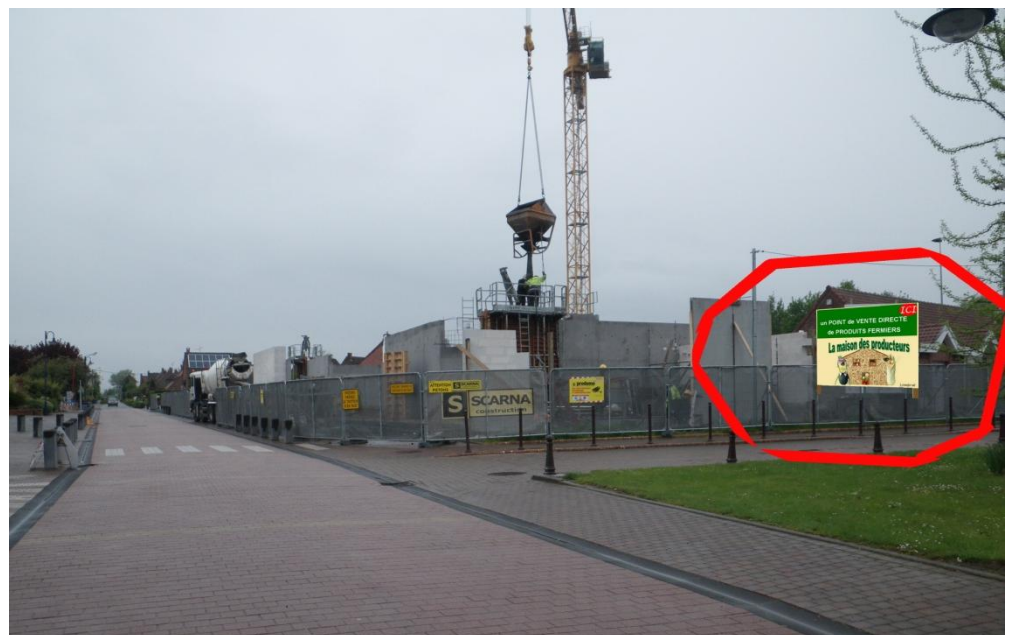


Figure 31: panneau installé à côté du magasin vu de la rue de l'église [Réalisation Spilliaert]

3. Façade

Le blanc des menuiseries de la façade d'origine sera conservé. Les bacs à fleurs devant le point de vente seront constamment remplis. Il y aura également des bacs aux extrémités des 2 fenêtres centrales, notamment de la lavande. Elles contribuent à faire du site un lieu accueillant.

L'entrée se fera par la porte de droite. La porte de gauche sera réservée au personnel, pour des raisons pratiques. En effet, la porte de gauche amène directement aux WC.

Le nom du magasin sera indiqué en vert sur la boiserie entre le toit et le mur. Deux panneaux en ardoise de chaque côté des portes permettront d'indiquer ce qui est vendu dans le magasin, le nom des producteurs, les horaires mais aussi les nouveautés.

Un parking perméable, végétalisé avec de la dalle gazon sera mis en place devant le bâtiment pour renforcer l'image du « produit fermier », égayer la place mais surtout pour compenser les effets nuisibles provoqués par les sols artificiels imperméables. En effet les parkings perméables sont capables d'infiltrer, d'évaporer, de retenir des quantités d'eau non négligeables et ont un rôle important dans la gestion des eaux pluviales.

Les logos seront sur la porte de gauche.



Figure 32 : montage photo avant/après du magasin [réalisation Sophie SPILLIAERT]

C. Aménagement intérieur

Bien présenter va plus loin que simplement poser des produits sur une table. Car la présentation est le prolongement du produit et de sa qualité. « Un légume bien présenté est à demi vendu » a dit Mr Lambin. Il faudra réussir à proposer une présentation qui est le reflet des exploitations. Et qui se démarque des autres magasins.

L'entrée se fera par la porte en bas à droite, la porte de gauche sera dédiée aux producteurs. La surface de vente se situera dans la « salle principale » et dans la salle en bas à droite du plan ci-dessous, la surface de stockage se situera dans les 3 salles de 6,5 m², une salle étant dédiée à un type de production. La salle en haut à droite du plan deviendra une salle de réunion pour les producteurs.

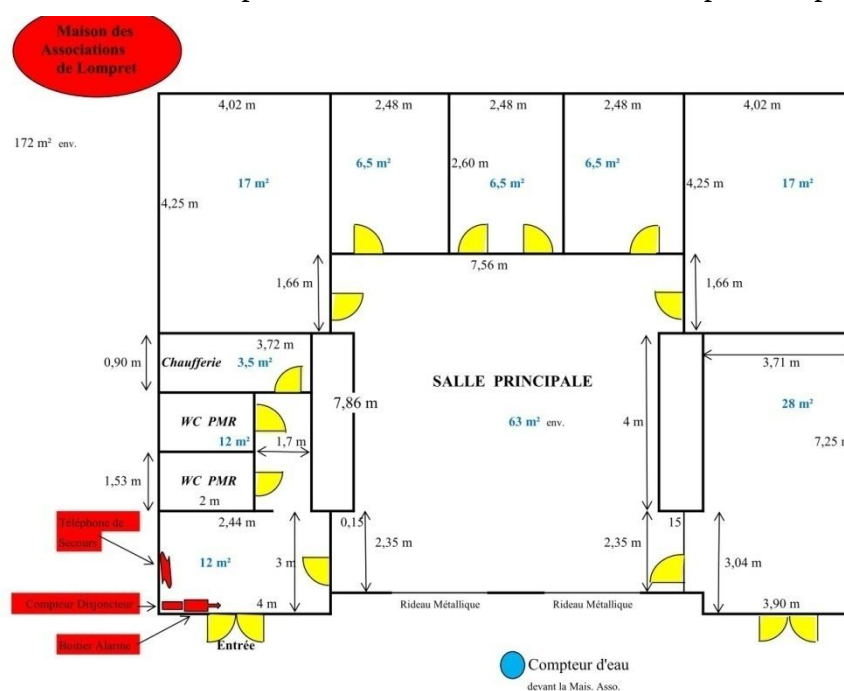


Figure 33 : Plan de la maison des associations [source : mairie de Lompret, fait par Pouliquen]

1. Surface de vente

Il faut raisonner en termes de flux et de sens de circulation. Il faut éviter les obstacles, les gens doivent pouvoir se croiser sans être poussés par les autres. Le sens habituel est de droite à gauche.

La présentation doit attirer l'attention et susciter l'intérêt. Il faut prendre en compte l'importance des achats spontanés, face aux achats prémédités, on retient souvent la proportion de 50%-50%. Il faudra faciliter la décision d'acheter.

Les produits qui se vendent bien tels que la charcuterie, le poulet, les légumes (pommes de terre, salades, carottes) et les pommes, devront être dispersés pour équilibrer la circulation et contribuer à la mise en valeur des produits difficiles ou nouveaux.

Il faut regrouper ce qui se ressemble : le frais ; les produits de base ; les douceurs ; les naturels ; les produits de caractère.

On veillera à créer un espace dégustation.

Les étalages

La largeur minimum est de 20cm ou de 3 unités. Les étalages doivent savoir passer inaperçus, ils doivent juste mettre en valeur le produit et provoquer l'envie. Il faut hiérarchiser les produits, jouer avec les effets de masses, créer des formes.



Figure 34 : étale [source : IFCA, 2004, p74]

Les produits sont à implanter entre 0,80 et 2 mètres, sachant que les meilleures places sont à la hauteur des yeux.⁴³

L'étiquetage

On limitera la multiplication des étiquettes fluo, promo. On choisira des étiquettes simples qui accompagnent le produit, expliquent sa qualité, sa provenance et sa fraîcheur. Les étiquettes seront du type ardoises noires.

On identifiera les espaces par des mini-enseignes « boulangerie » « boucherie »..., pour guider les personnes.

L'éclairage

L'éclairage dans un local de vente crée l'ambiance. Pour les fromages frais, les volailles, la viande, la fraîcheur peut être renforcée par des fonds clairs et un éclairage froid. Pour les fruits et légumes, le réalisme des couleurs doit prédominer. Pour l'espace dégustation on renforcera l'éclairage. (figure 37)

Aménagement du PVC « la maison des producteurs »

La cloison qui séparait l'entrée de la salle principale sera détruite. Cela permettra au client d'arriver directement dans la surface de vente. La surface de vente sera alors de 91m². La circulation intérieure se fera de gauche à droite en contournant l'espace central réservé aux fruits et légumes. Un espace d'1,20m minimum sépare un étal d'un autre, pour faciliter la circulation des clients. Le magasin s'organisera selon le plan ci-après.

⁴³ IFCA, 2004. P77.

Aménagement intérieur du Point de vente "la maison des producteurs"

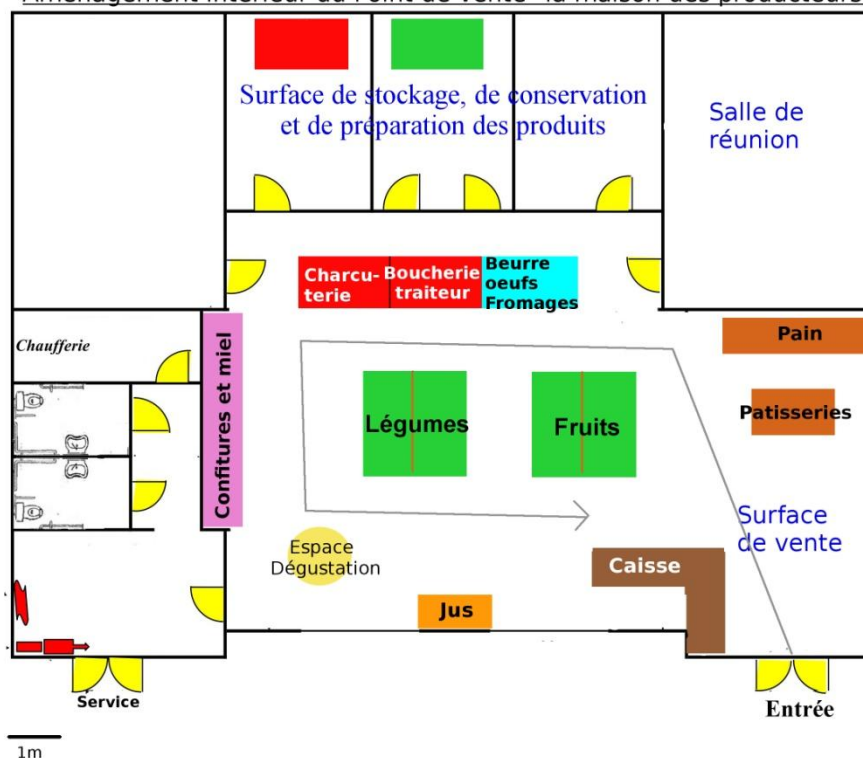


Figure 35 : Plan d'aménagement de la surface de vente [Réalisation Gimp : Sophie Spilliaert]

Le mobilier de vente a été choisi dans le catalogue Codigel et CATI, la matière choisie pour le mobilier est le bois (figure 35).

Les vitrines réfrigérées sont d'une hauteur de 1,2m, pour un étal à 90cm. Elles sont éclairées. Ce qui est très confortables pour le client.

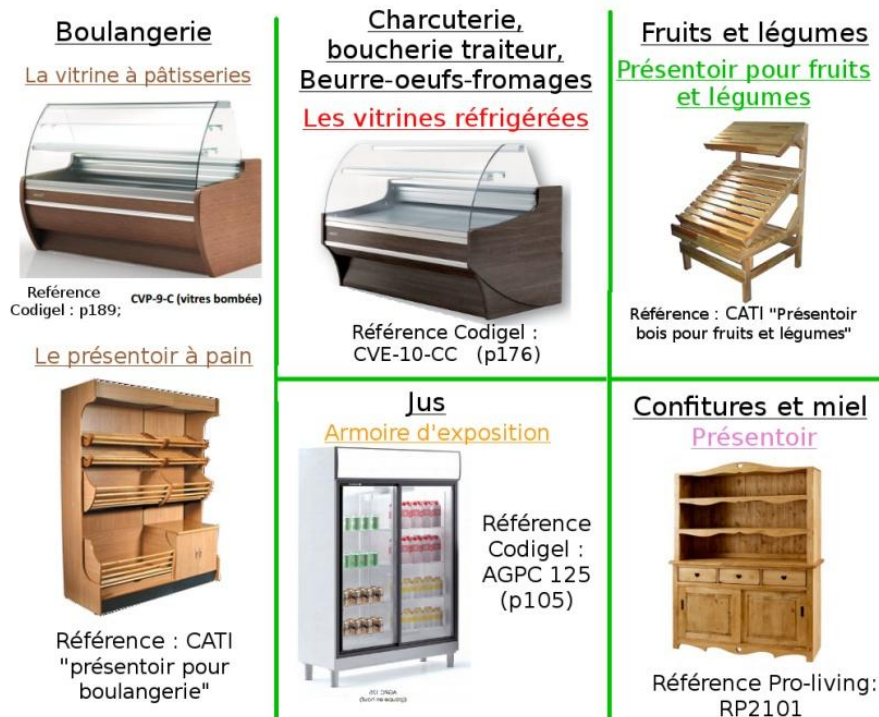


Figure 36 : présentoirs et vitrines réfrigérées pour l'aménagement du PVC

L'aménagement intérieur du point de vente ressemblera à celui de la figure ci dessous.



Figure 37 : Exemple d'aménagement vers lequel devrait tendre le PVC [source : Causses]

2. Surface technique : de stockage, conservation et préparation

La surface technique se situera dans les salles arrière du bâtiment. Trois salles seront réservées au stockage et conservation des aliments, soit 19,5m². La grande salle en haut à droite du plan servira de salle de réunion pour les producteurs.

D'après l'arrêté du 21 décembre 2009, qui fixe les règles sanitaires applicables aux commerces de détails, il faut respecter la chaîne du froid. Il faut disposer d'équipements frigorifiques conformes à la réglementation et effectuer des contrôles réguliers de la température.

Pour la surface de conservation et stockage des aliments, nous utiliserons deux armoires réfrigérées 2 portes plutôt qu'une chambre froide qui coûterait trop chère. Une armoire réfrigérée sera réservée pour les fruits et légumes, l'autre pour les viandes, œufs et fromages. L'armoire est de température de -2°C à +8°C. Sa référence Codigel est SGR 1002 (p79 du catalogue 2011). Elle est d'une largeur de 1390mm, profondeur de 830mm et d'une hauteur de 2010mm.

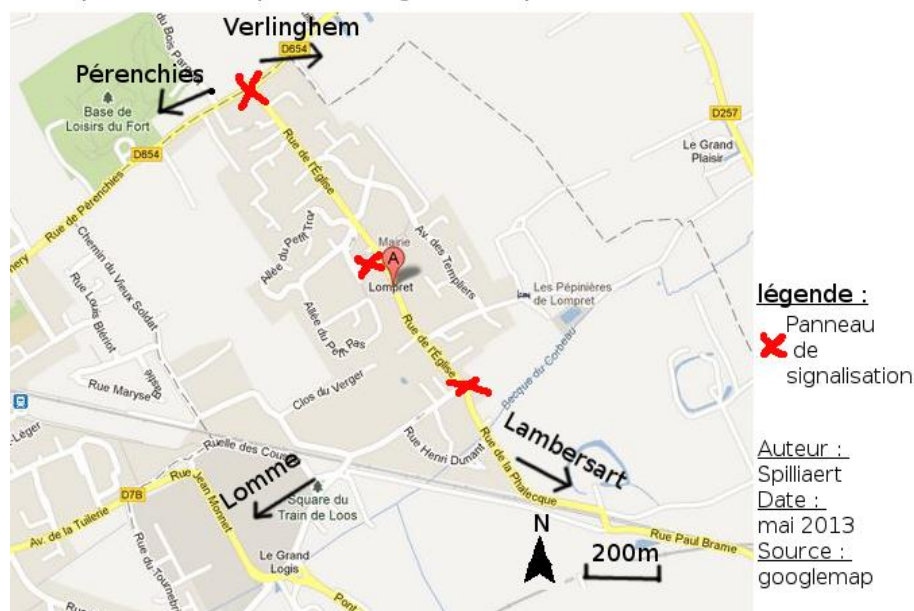


Figure 38 : Armoire réfrigérée pour la surface de stockage [source : codigel]

III. Accessibilité

Un premier panneau de signalisation indiquera le magasin au niveau du rond-point Pérenchies/Lompret/Verlinghem. Un deuxième sera implanté juste à côté du point de vente. Et le troisième indiquera le point de vente à l'intersection des directions de Lambersart, Lomme et Pérenchies.

Implantation des panneaux signalant le point de vente



Carte 7 : Lieux d'implantation des panneaux signalétiques [réalisation Sophie Spilliaert d'après Google map]

A l'ouverture, il faudra communiquer au maximum sur la date d'ouverture à travers de la presse, des tracts, des affiches sur les marchés, mais également sur internet (site de la commune, Facebook...).

A. Signalétique

1. Emplacement : entrée de la rue de l'église

Les photos-montage ci-dessous montrent où se situera et à quoi ressemblera le premier panneau signalétique. Ce panneau est le même que celui du 3^e site d'implantation.



Figure 39 : emplacement du premier panneau signalétique



Figure 40 : Montage du panneau signalétique

2. A proximité du magasin

Le deuxième panneau sera implanté à gauche du point de vente. Comme représenté sur les photos-montages ci-dessous.



Photographie 10 : Panneaux signalétiques rue de l'église AVANT



Figure 41 : Panneaux signalétiques rue de l'église APRES [réalisation Sophie Spilliaert]

B. Mode de transport doux

L'objectif du projet est en partie de réduire les déplacements en voiture des habitants vers les magasins. Ainsi les déplacements à pied et à vélo sont encouragés. Le point de vente est essentiellement prévu pour les Lompretois.

1. Distance maximale Lompretois-point de vente

La distance maximale à parcourir pour les habitants du nord de Lompret vers le site du projet est de 550 mètres, soit 7 minutes à pied et 2 minutes à vélo. Pour ceux venant du sud elle est de moins de 1,7km soit 7 minutes de vélo. Au vu de ces distances il est très commode de s'y rendre par ces moyens. De plus, un passage piéton relie le parking de l'église au site du projet, la rue de l'église est limitée à 30km/h et présente des ralentisseurs, elle apparaît donc peu dangereuse et adaptée aux moyens de déplacements doux. Il y a des trottoirs sur tout le trajet menant au site (rue de l'Eglise, rue de la Phalecque, rue Paul Brame).

Il faut donc prévoir des structures adaptées aux cyclistes, notamment des abris pour garer les vélos. Pour les plus chargés, il existe des remorques à vélo et des chariots à roulette. La remorque présentée ci-dessous est utilisable à vélo et à pied, elle est donc idéale pour faire ses courses !



Figure 42: Remorque avec bras utilisable à vélo ou à pied [source : lecyclo.com ; marque MONZ]

2. Le garage à vélo

Une structure pour garer les vélos est déjà mise en place devant la mairie, une seconde abritée sera située à proximité du projet.

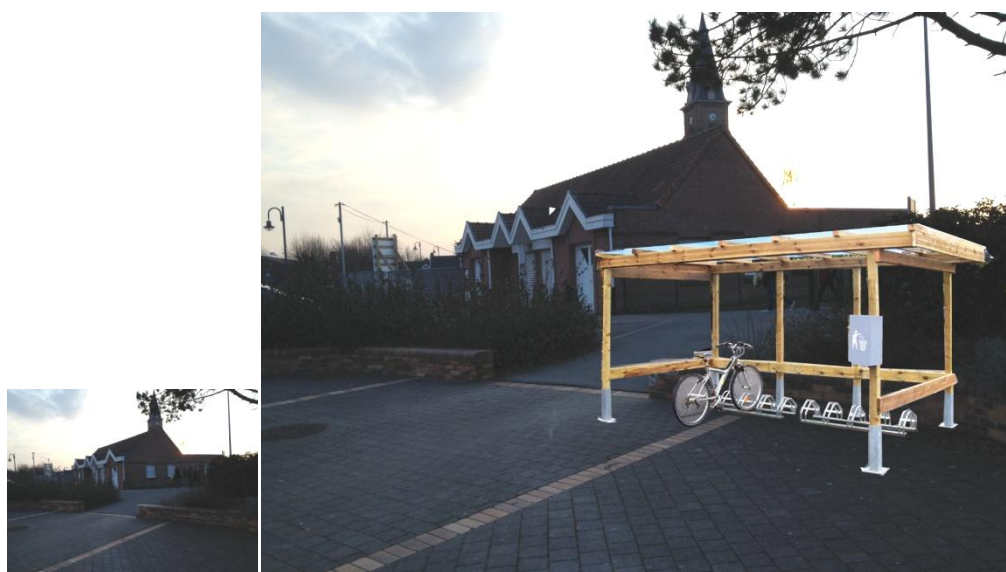


Figure 43 : Montage photo de l'abri à vélo situé à côté du projet de PVC [réalisation : Sophie Spilliaert ; source abri vélo : hellopro.fr]

3. Bénéfices apportés en coût de déplacement

Afin de se rendre compte des bénéfices que ce point de vente apporterait aux habitants en termes de coût de déplacement, j'ai utilisé la « calculatrice éco-déplacement » proposée sur le site de l'ADEME, et effectué sur cette base d'autres calculs. En imaginant que les trajets effectués en voiture par les habitants de la commune pour se rendre dans les grandes surfaces (situés à plus ou moins 4km), soient remplacés par des déplacements à pied ou à vélo pour se rendre à « la maison des producteurs ». Les calculs du tableau ci-dessous ont été menés pour une distance moyenne de 4km et un nombre de trajet dédiés aux courses de 3 fois par semaine.

	Coût	Effet de serre	Energie
La marche ou le vélo	14,00€/an	0,00 kg éq. CO ₂	0,00 l éq. Pétrole
La voiture	392,4€/an	245,72 kg éq. CO ₂	95,73 l éq. Pétrole
En choisissant la marche plutôt que la voiture	J'économise 378,4€.	J'évite 245,72 Kg éq.CO ₂ par an.	Je consomme 95,73 l éq pétrole en moins par an.

Tableau 5 : coûts des déplacements à raison de 3 jours par semaine pendant un an. [Réalisation : S.Spilliaert, d'après L'ADEME]

Pour idée, le magasin pourrait faire économiser 378,4€/an soit 31,5€/mois pour les clients de la « maison des producteurs » et ils pollueraient moins.

Pour conclure cette partie, le projet de PVC correspond aux attentes des Lompretois et à leur profil. Les producteurs du marché de Lompret semblent convaincus par le projet même s'ils émettent quelques réserves, quant à la visibilité du local, aux changements d'habitudes des clients du marché de Lompret et à l'investissement de départ. Le bâtiment et les places de stationnement seront réaménagés, végétalisés, pour rendre le lieu plus accueillant. Le parking sera perméable pour éviter le ruissellement de l'eau de pluie. L'aménagement intérieur sera organisé selon les normes mais sera personnalisé selon les exploitants. Le magasin sera facilement accessible. Un abri pour les vélos sera construit à côté du projet afin de favoriser les moyens de déplacements doux.

Conclusion

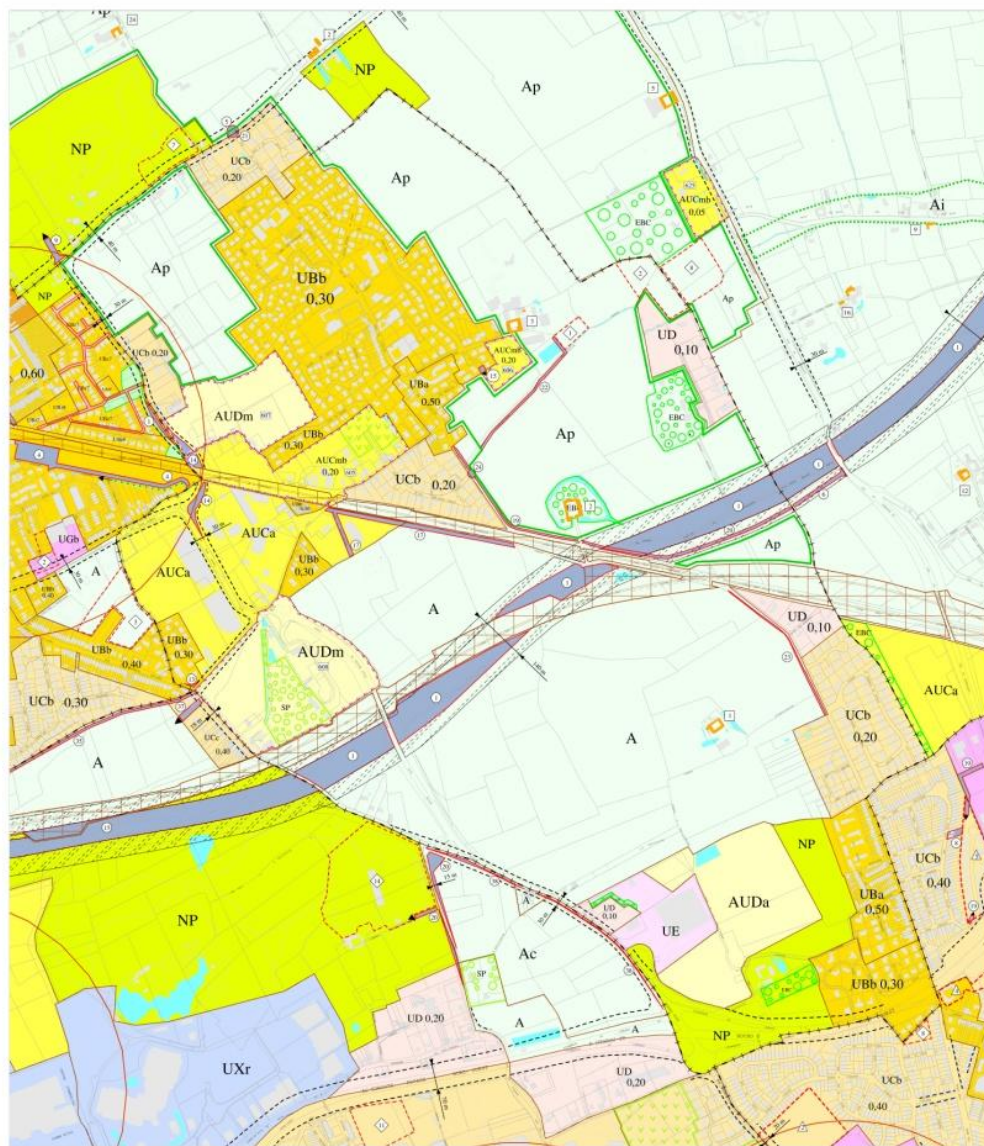
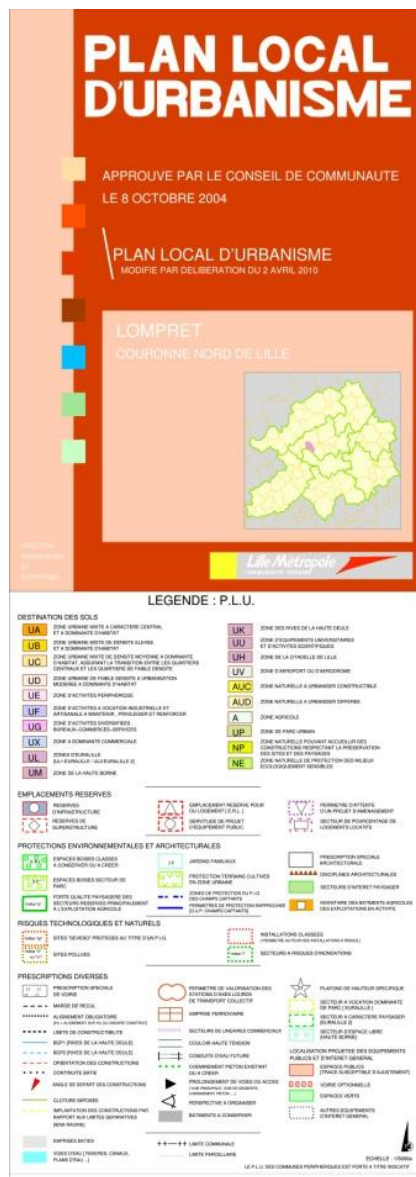
L'objet de ce projet était d'aménager un espace pouvant accueillir un point de vente directe tenu par des producteurs à Lompret.

Lompret est une petite commune de 2346 habitants, située dans le Nord de la France. Elle est en zone périurbaine résidentielle et sous l'influence de Lille. La population y est plutôt aisée. Le centre bourg concentre toutes les activités de la commune : église, école, salle de sport mairie, cependant il n'y a pas de commerce. Un marché se tient sur la place de l'église le vendredi et attire beaucoup de clients. Le projet de point de vente collectif permettrait de combler le manque d'épicerie à Lompret, de limiter les déplacements automobiles des habitants vers les grandes surfaces et permettrait aux producteurs de vendre leurs produits plusieurs fois par semaine. En effet, le point de vente collectif est une structure particulière où les producteurs se relaient pour vendre les productions de leurs exploitations et recueillent directement le produit de leur vente. Le point de vente collectif se situera en centre bourg dans l'ancienne « maison des associations » qui, au terme de la construction de la salle polyvalente (en septembre 2013) sera disponible. Les producteurs ne seront plus dépendants de la GMS qui décide du prix et de la sélection de leurs produits. Le client bénéficiera donc de produits de qualité, non sélectionnés. Les producteurs seront autonomes et dans un local qui leur sera dédié. L'approvisionnement, la mise en rayon, le conseil et la vente seront effectués sous forme de roulement entre producteurs pour que chacun puisse continuer ses activités ailleurs tout en tirant un bénéfice ici. Le bâtiment et les places de stationnement seront réaménagés, végétalisés, pour rendre le lieu plus accueillant. Le magasin sera facilement accessible, visible de la route et bien indiqué. Les modes de déplacements doux seront favorisés.

Ce projet est réalisable du point de vue de l'aménagement mais l'entente des producteurs au sein du point de vente collectif n'est pas prédictible. Et pourtant une mésentente peut remettre en cause la faisabilité du projet.

IV. Annexes

Annexe 1 : PLU de Lille Métropole Communauté Urbaine [source : LMCU].64



Annexe 1 : PLU de Lille Métropole Communauté Urbaine [source : LMCU]

V. Table des illustrations

Photographies non modifiées prises par Sophie Spilliaert :

Photographie 1 : Rue de l'église	8
Photographie 2 : La ferme de PetitPas	12
Photographie 3 : L'église Notre Dame de l'Assomption	13
Photographie 4 : Lotissement de l'avenue des Templiers construits dans le milieu des années 1980	18
Photographie 5 : Lotissement à Lompret construit dans les années 1990.....	18
Photographie 6 : Terrains de tennis au premier plan, ferme de PetitPas, salle polyvalente et Eglise à l'arrière plan	19
Photographie 7 : Lotissement de l'allée du PetitPas datant de 1975	19
Photographie 8 : photographies de la destruction du presbytère et de la maison du directeur, pour la construction de la salle polyvalente	30
Photographie 9 : de gauche à droite : rue de l'Eglise, construction de la salle polyvalente, maison des associations, mairie.....	31
Photographie 10 : Panneaux signalétiques rue de l'église AVANT	60

Figures :

Figure 1 : Logo de la mairie de Lompret [http://lompret.mairie.59840.free.fr]..	3
Figure 2 : vue aérienne de la métropole Lilloise [source : www.geoportail.gouv.fr]	5
Figure 3 : Vue aérienne de Lompret [source : googlemap]	6
Figure 4: Carte géologique de Lompret et ses alentours [source : Geoportail BRGM].....	9
Figure 5 : Plan avant l'ouverture de la rue de l'église [source : Archive départementale du nord].....	11
Figure 6 : Plan d'ouverture du chemin de l'église [dessin : Marie Claude Vervisch]	11
Figure 7 : Le château de la Phalecque [source : http://www.velo-ravel.net/] ...	12
Figure 8 : La chapelle [source : http://www.communes.com]	13
Figure 9 : Vue aérienne du centre de Lompret [googlemap]	17
Figure 10 : Plan de la commune de Lompret	18
Figure 11 : Photographie avant la construction du domaine de Lompret [Source : archive de la mairie].....	19
Figure 12 Types de cultures à Lompret [IGN 2010].....	21
Figure 13 : Grange de ferme du Plouich Figure 14 : dernière vache de Lompret de la ferme du Plouich [photographies de Mme Vervisch].....	21
Figure 15 : Les grandes surfaces à proximité de Lompret	25
Figure 16 : le marché des producteurs à Lompret.....	26
Figure 17 : Zone du site extraite du PLU	28
Figure 19 : Photo aérienne de la parcelle disponible, où se situaient le presbytère et la maison du directeur (actuellement détruits) [source : geoportail.gouv.fr ; Réalisation : Spilliaert].....	29

Figure 20 Parcelles cadastrales, bâti utilisable pour le projet repéré par une croix rouge [source : cadastre donné par mairie ; Réalisation : Spilliaert]	29
Figure 18 : place de Lompret, à gauche la mairie et à droite l'ancienne maison des associations pouvant accueillir le projet	29
Figure 21 : photo aérienne de la parcelle actuelle où se localisera le projet	30
Figure 22 Ancienne maison des associations pouvant accueillir le projet d'un magasin de vente directe	31
Figure 24 : Parkings disponibles aux alentours du projet	32
Figure 23 : Plan actuelle de la maison des associations. [Réalisation : Sophie Spilliaert]	32
Figure 25 : Rose des vents du site [source : Groupement d'AMO, 2010]	33
Figure 26 : Orientation de la parcelle [source : groupement AMO, 2010]	34
Figure 27 : Typologie des systèmes de ventes directes [source : RRP NPDC, 2012]	38
Figure 28 : Points de vente collectifs dans le nord [source : CUMA Nord Pas-de-Calais]	49
Figure 29 : Aménagement intérieur du PVC "produits paysans" de Verlinghem [réalisation Sophie Spilliaert]	51
Figure 30 : Panneau d'affichage situé devant le magasin à la vue des conducteurs [réalisation : Sophie Spilliaert]	53
Figure 31: panneau installé à côté du magasin vu de la rue de l'église [Réalisation Spilliaert]	53
Figure 32 : montage photo avant/après du magasin [réalisation Sophie SPILLIAERT]	54
Figure 33 : Plan de la maison des associations [source : mairie de Lompret, fait par Pouliquen]	55
Figure 34 : étale [source : IFCA, 2004, p74]	56
Figure 35 : Plan d'aménagement de la surface de vente [Réalisation Gimp : Sophie Spilliaert]	57
Figure 36 : présentoirs et vitrines réfrigérées pour l'aménagement du PVC.....	57
Figure 37 : Exemple d'aménagement vers lequel devrait tendre le PVC [source : Causses]	58
Figure 38 : Armoire réfrigérée pour la surface de stockage [source : codigel].	58
Figure 39 : emplacement du premier panneau signalétique.....	59
Figure 40 : Montage du panneau signalétique	60
Figure 41 : Panneaux signalétiques rue de l'église APRES [réalisation Sophie Spilliaert]	60
Figure 42: Remorque avec bras utilisable à vélo ou à pied [source : lecyclo.com ; marque MONZ]	61
Figure 43 : Montage photo de l'abri à vélo situé à côté du projet de PVC [réalisation : Sophie Spilliaert ; source abri vélo : hellopro.fr]	61

Graphiques :

Graphique 1: Evolution du nombre d'habitants à Lompret depuis 1968 [source : INSEE2009 ; réalisation : Sophie Spilliaert]	14
Graphique 2 : Pyramide des âges à Lompret [source : Sophie SPILLIAERT d'après INSEE 2009]	14
Graphique 4 : diplôme le plus élevé de la population non scolarisée de 15 ans ou plus [source : INSEE 2009].....	15
Graphique 3: population de 15 ans ou plus selon la catégorie socioprofessionnelle [source : INSEE 2009 ; réalisation Sophie Spilliaert]	15
Graphique 5 : Ancienneté d'emménagement des ménages en 2009	17
Graphique 6 : Répartition des établissements actifs par secteur d'activité en 2010.....	19
Graphique 7 : La catégorie socioprofessionnelle des acheteurs en circuits courts [source : PRIGENT-SIMONIN, 2012, p38]	44

Tableaux :

Tableau 1 : Relevé météorologique pour la période 1981-2010 à Lille [source : infoclimat]	10
Tableau 2 Atouts Faiblesses Opportunités Menaces.....	27
Tableau 3 : Synthèse de l'analyse de site	36
Tableau 4 : Résumé du point de vent collectif [source : IFCA, 2004, p8].....	43
Tableau 5 : coûts des déplacements à raison de 3 jours par semaine pendant un an. [réalisation : S.Spilliaert, d'après L'ADEME]	62

VI. Bibliographie

Ouvrages imprimés

- BAQUE, Philippe. *La bio entre business et projet de société*. Marseille, Agone, 2012. P. 117-121.
- BONNIER, Gaston, DE LAVENS, Georges. *Nouvelle flore du nord de la France et de la Belgique*. Belin, 1987. 352p.
- MOINET, François. *Vente directe et circuits courts : vins et produits fermiers*. France agricole, 2010. P60-66.
- MONTET, C « Chapitre 4 Les points de ventes collectifs » dans : MARECHAL. . *Les circuits courts alimentaires : Bien manger dans les territoires*. Educagri, 2008. P55-64.
- PARMENTIER. *Manger tout et bien*. Edition du seuil, 2011.
- SPIRHZANZL-DURIS, Jaroslav. *Oiseaux : Atlas illustré*. Paris : 1968. 256p. (collection : approches de la nature).
- CODIGEL. *Appareils de restauration*. Poissy : 2011. 375p.
- PRIGENT-SIMONIN, Anne-Hélène, HERRAULT-FOURNIER, Catherine. *Au plus près de l'assiette : Perenniser les circuits courts alimentaires*. Educagri, 2012. 261p.

Ouvrages électroniques

- ATELIER TECHNOLOGIQUE AGROALIMENTAIRE DE FLORAC. *Bulletin de veille réglementaire sur les circuits courts*. 2011. N°5. http://193.48.221.67/automne_modules_files/standard/public/p56_999d7f335906f44c2f5b4e0cfa8ec7e1Veille_reglementaire_N5.pdf
- CHAMBRE D'AGRICULTURE BRETAGNE. *Choisir ses modes de ventes en circuits courts*. http://www.chambres-agriculture.fr/fileadmin/user_upload/thematiques/Consommer_autrement/Circuits_courts/C22089478.pdf
- CUMA Nord Pas-de-Calais, Cerdd. *Les points de vente collectifs au cœur de la dynamique de groupe*. Loos-en-Gohelle, 2012. 14p.
- DUCHESNE, Sophie. *Pratique de l'entretien dit « non directif »*. 2000. http://www.upicardie.fr/labo/curapp/revues/root/44/sophie_duchesne.pdf_4a0bdf34aef10/sophie_duchesne.pdf
- IFCA, (SCHMUTZ-POUSSINEAU, A. PETIT, G. PERIN, O). *guide méthodologique : Point de Vente Collectif : Accompagner un groupe d'agriculteurs pour réussir son projet*. Guyancourt. 2004. 121p. <http://rhone-alpes.synagri.com/portail/69---guide-methodologique-point-de-vente-collectif-accompagner-un-groupe-d-agriculteurs-pour-reussir-son-projet>
- INSEE. *Lompret 59356-commune : Chiffres clés*. 2009. [1 novembre 2012] Disponible sur : <http://www.insee.fr/fr/ppp/bases-de-donnees/recensement/populations-legales/commune.asp?annee=2009&depcom=59356>

- JANSSENS, Erick. *La ferme de Lompret* : La ferme de Lompret est un site tout à fait particulier ayant plusieurs axes d'activités. 2012. <http://lompret.mairie.59840.free.fr/PDF/lien182.pdf>
- LILLE METROPOLE. Mise en place de la cartographie du bruit sur le territoire de lille metropole. 2011. [http://www.neuville-en-ferrain.fr/fileadmin/user_upload/pdf/cadre_de_vie/Dossier d information cartographie du bruit.pdf](http://www.neuville-en-ferrain.fr/fileadmin/user_upload/pdf/cadre_de_vie/Dossier_d_information_cartographie_du_bruit.pdf)
- MARECHAL, G, SPANU, A. *Les circuits courts favorisent-ils l'adoption de pratiques agricoles plus respectueuses de l'environnement?* Courrier de l'environnement de l'INRA n°59, octobre 2010. <http://www7.inra.fr/dpenv/pdf/MarechalC59.pdf>
- MINISTERE DE L'ALIMENTATION, DE L'AGRICULTURE ET DE LA PÊCHE. *Note de service DGAL/SDSSA/N2010-8103* : Objet : points de vente collectifs. 7 avril 2010. <http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/DGALN20108103Z.pdf>
- Programme Local de l'Habitat de Lille Métropole. *Fonctionnement des marchés de l'habitat et mixité sociale dans l'aire urbaine de Lille et sa zone d'influence*. 2005. [http://www.nord.equipement-agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/parc_logement Partie1_cle689899.pdf](http://www.nord.equipement-agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/parc_logement_Partie1_cle689899.pdf)
- RRP NPDC (réseau rural et périurbain Nord Pas-de-Calais). *Circuit alimentaire de proximité* : Mettre en place un circuit court en Nord-Pas de Calais du projet à la réalité. 2012. [http://www.agriculture-npdc.fr/fileadmin/documents/Publication2/Diversification/guide circuits court s.pdf](http://www.agriculture-npdc.fr/fileadmin/documents/Publication2/Diversification/guide_circuits_courts.pdf)
- VERVISCH, Marie Claude. *Visite guidée de Lompret*. 2011. <http://lompret.mairie.59840.free.fr/PDF/Visiteguideehistorique.pdf>
- WEBER, Florence ; BEAUD, Stéphane. *Guide de l'enquête de terrain*. 2003. [http://www.unifr.ch/socsem/cours/compte_rendu/M%E9thodo.analyse.entretie ns.pdf](http://www.unifr.ch/socsem/cours/compte_rendu/M%E9thodo.analyse.entretiens.pdf)

Mémoire, thèses, rapports inédits

- CARDONA, Aurélie. *La diffusion des circuits courts alimentaires : expression d'un changement dans le secteur agricole ?* Mémoire de master II en sociologie de l'action, École doctorale de Sciences Po, Paris, 2007. 84 p. <http://www.civam-bretagne.org/imgbd/File/Memoire-Aurelie-Cardona.pdf>
- Groupement AMO. *Conception et réalisation d'une salle polyvalente*. 70p
- SCHNELLER, Marine. *Une approche géographique des circuits courts de fruits et légumes* : étude des espaces de la distribution et propositions d'action en Languedoc-Roussillon. Master 2 Recherche IDTR Innovation et Développement des Territoires Ruraux. 2010. 61p. http://www1.montpellier.inra.fr/PSDR/doc/coxinel/Rapport_final-LocalisationCC.pdf

Articles

- CHAFFOTE L, CHIFFOLEAU Y. « Vente directe et circuits courts : évaluations, définitions et typologie ». *Les cahiers de l'observatoire Croc*, 2007, n°1, 8 p. [http://www.psdr-coxinel.fr/IMG/pdf/Cahier de l Obs1-INTERNET.pdf](http://www.psdr-coxinel.fr/IMG/pdf/Cahier_de_l_Obs1-INTERNET.pdf)
- DELERUE, A. « La coopérative Au Panier vert : déjà vingt-cinq ans de produits frais locaux ! ». *La voix du nord*. Mars 2012.
- JOLY, P.B, PARADEISE, C. « Agriculture et alimentation : nouveaux problèmes, nouvelles questions ». *Sociologie du travail*, n°45, p.1-8
- TREILLON, Roland. n°313, 4 juillet 2006, « Longue vie aux circuits courts ». *Transrural initiatives*. <http://www.transrural-initiatives.org/numero-311-330/dossier%20313.pdf>

Sites Web consultés

- Abri vélo hello pro [15 mai 2013], <http://www.hellopro.fr/abris-velo-miga-bois-1g-2012878-1850835-produit.html>
- ADEME, calcullette éco-déplacement [14 mai 2013], <http://www.ademe.fr/eco-deplacements/calcullette/>
- Animaux en fruits [16 avril 2013], <http://www.laboiteverte.fr/les-animaux-en-fruits-et-legumes-de-carl-kleiner/> Photos extraites de l'Exposition Carl Kleiner à La Grande Epicerie à Paris en 2011
- Arrêté du 21/12/2009. Titre II article 3, [15 mai 2013], http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do;jsessionid=1EBF0F125AC8F5C5831C83E14A08FCBE.tpdjo10v_1?idSectionTA=LEGISCTA000021676857&cidTexte=JORFTEXT000021573483&dateTexte=20130515
- CATI. Matériel professionnel alimentaire, présentoir bois pour fruits et légumes [14 mai 2013], <http://www.cati91.fr/presentoir-bois-fruits-et-legumes,fr,4,flcubeboismural.cfm>
- Chambre d'agriculture du Nord-Pas-de-Calais [15 mars 2013], <http://www.agriculture-npdc.fr/chambre-de-region.html>
- Climatologie de l'année 2012 à Lille-Lesquin [13 mai 2013], <http://www.infoclimat.fr/climatologie/annee/2012/lille-lesquin/valeurs/07015.html>
- DESCHODT, Cadre géographique de la ville de Lille [13 mai 2013] [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cadre_g%C3%A9ographique de la ville d e Lille.gif](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Cadre_g%C3%A9ographique_de_la_ville_de_Lille.gif)
- Des villages de Cassini aux communes d'aujourd'hui [17 mai 2013], http://cassini.ehess.fr/cassini/fr/html/fiche.php?select_resultat=19880
- Données géographiques Lompret [30 octobre 2012], <http://www.annuaire-mairie.fr/ville-lompret.html>
- Exemple de cahier des charges [3 mai 2013], paris.apca.chambagri.fr
- Flore en France [1 mai 2013], <http://www2.dijon.inra.fr/flore-france/consult.htm>
- Histoire du logo [20 avril 2013], <http://lompret.mairie.59840.free.fr/histoire/logo.htm>

- Horticulture à Lompret [25 avril 2013]
<http://lompret.mairie.59840.free.fr/article.php3?cat=Histoire&titre=Horticulture%20%E0%20Lompret>
- Info climat, Normales et records pour la période 1981-2010 à Lille-Lesquin [13 mai 2013], <http://www.infoclimat.fr/stations-meteo/climato-moyennes-records.php?staid=07015&from=1981&to=2010&redirect=1>
- L'agriculture à Lompret, [3 mars 2013]
<http://lompret.mairie.59840.free.fr/histoire/agriculture2.htm>
- La charrette des producteurs à Chambray les Tours [30 octobre 2013]
<http://www.lacharrettedesproducteurs.fr/>
- Le panier vert, un point de vente collectif [27 avril 2013], <http://www.aupaniervert.fr/>
- Lecyclo. Remorque à vélo [14 mai 2013],
<http://www.lecyclo.com/velo/transport/remorque-velo/remorque-16-pouces-avec-bras-pour-remorque-velo-ou-a-pied-13.html>
- Les entreprises à Lompret [1 mai 2013],
<http://fr.kompass.com/live/fr/FR1096963/aldes-aeraulique.html#.UYIiB7XxqGc>
- Les entreprises à Lompret [1 mai 2013], <http://www.mairie.biz/mairie-lompret-59840.html>
- Noms scientifiques des oiseaux [1 mai 2013], <http://avibase.bsc-eoc.org/species.jsp?lang=FR&avibaseid=94A4403295E2D9BE>
- Produits paysans [27 avril 2013] <http://www.acheteralasource.com/vente-directe-producteur/nord-pas-de-calais/nord-59/produits-paysans>
- Pro-living, votre partenaire mobilier déco [14 mai 2013], <http://www.pro-living.fr/marques/couleurs-des-alpes/terroir/vaisselier-rustique-pin-2-etageres-coeur.html>
- Registre Français des Emission Polluante [6mai 2013],
<http://www.irep.ecologie.gouv.fr/IREP/index.php>
- Règlements 178/2002, 852 :2004 et 853 :2004 [3 mai 2013]
www.paquethygiene.com
- Salaire moyen à Lompret [6 mai 2013], <http://www.salairemoyen.com/salaire-ville-59356-Lompret.html#.UYktarXxqGc>
- Site de la communauté urbaine de Lille [30 octobre 2012],
<http://www.lillemetropole.fr>
- Site de la commune [30 octobre 2012], <http://lompret.mairie.59840.free.fr/>
- Vitrine de magasin [7 mai 2013], <http://www.lucillebureau.com/fr/causses/>
- Zones inondables [6 mai 2013] <http://www.datar.gouv.fr/observatoire-des-territoires/fr/part-de-la-population-estimee-en-zone-inondable>
- Zones inondables dans le nord [6 mai 2013], http://carmen.developpement-durable.gouv.fr/24/risque_zi.map#

VII. Index des sigles

AFOM : Atout Faiblesse Opportunités Menaces

AMAP : Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne

BRGM : Bureau de Recherches Géologiques et Minières

DAOA : Denrée Alimentaire d'Origine Animale

ERP : Etablissement Recevant du Public

GIE : Groupement d'Intérêt Economique

GMS : Grandes et Moyennes Surfaces

INSEE : Institut Nationale de Statistique et des Etudes Economiques

IRER : Registre des Emissions Polluantes

LMCU : Lille Métropole Communauté Urbaine

OMS : Organisation Mondiale de la Santé

PDU : Plan de Déplacement Urbain

PLU : Plan Local d'Urbanisme

PMR : Population Mobilité Réduite

PPR : Correspond à PER Plan d'Expositions aux Risques

PPRI : Plan de Prévention des Risques Inondation

PVC : Point de Vente Collectif

SARL : Société à Responsabilité Limité

SIVOM : Syndicat Intercommunal à Vocations Multiples

T.G.V : Train Grande Vitesse

ZA : Zone d'Activité

VIII. Table des matières

Introduction	1
PREMIERE PARTIE	
I. Présentation de la commune de Lompret	3
A. Situation géographique	3
1. Cartographie.....	3
2. Relief environnant.....	4
3. Une commune sous l'influence de Lille	6
B. L'accessibilité de la commune	7
C. Pédologie et climat	8
1. Nature du sous-sol	8
2. Climat.....	9
D. Le patrimoine.....	10
1. Contexte historique	10
2. Lieux et monuments de Lompret	12
II. La population Lomprétoise	14
A. Evolution et profil de la population.....	14
B. Profil socioprofessionnel et niveau d'étude	15
1. Une population aisée.....	15
2. Une « cité dortoir »	16
III. Les logements à Lompret	16
A. Prix de l'immobilier	16
B. Un village résidentiel organisé en lotissement	17
C. L'économie de Lompret	19
1. Les entreprises	20
2. L'agriculture et les exploitations	20
DEUXIEME PARTIE	
I. Contexte	25
A. Un manque de commerce à Lompret.....	25
B. Le marché des producteurs	26
II. Enjeux et objectifs.....	27
A. Objectifs	27
B. Enjeux.....	28
III. Le site du projet.....	28

A.	Le Plan Local d'Urbanisme.....	28
B.	Analyse du site	29
1.	Construction d'une salle polyvalente à Lompret	29
2.	Utilisation de « la maison des associations » pour le projet	31
3.	Accessibilité de la parcelle.....	32
C.	Climat	33
1.	Le vent autour du site.....	33
2.	Pluviométrie.....	33
3.	Orientation de la parcelle	34
4.	Ombres portées	34
5.	Caractère biologique du site	34
6.	Les risques de nuisance sonore	35
7.	Nuisance olfactive.....	35
8.	Inondations.....	35
D.	Synthèse de l'analyse du site	36
TROISIEME PARTIE		
I.	Le projet : un point de vente collectif	38
A.	Le point de vente collectif : vente directe du producteur au consommateur	39
1.	Définition	39
2.	Le cadre législatif et juridique des points de vente.....	40
3.	Fonctionnement interne du point de vente.....	41
4.	Normes et obligations	42
B.	Les facteurs de motivation des consommateurs	43
C.	L'avis de la chambre d'agriculture du Nord-Pas-De-Calais et des producteurs	45
1.	Avis de la chambre d'agriculture.....	45
2.	Avis des producteurs du marché de Lompret	47
D.	Exemples d'organisation de points de vente collectifs dans le Nord	49
1.	Com' à la ferme	49
2.	Le panier Vert	50
3.	Produits paysans	50
II.	Le magasin	51
A.	L'organisation générale du PVC de Lompret.....	51

B.	Aménagement extérieur.....	52
1.	Le point de vente en périphérie d'agglomération	52
2.	Enseigne	52
3.	Façade	54
C.	Aménagement intérieur	55
1.	Surface de vente	55
2.	Surface technique : de stockage, conservation et préparation	58
III.	Accessibilité	59
A.	Signalétique	59
1.	Emplacement : entrée de la rue de l'église	59
2.	A proximité du magasin.....	60
B.	Mode de transport doux.....	61
1.	Distance maximale Lomprétois-point de vente	61
2.	Le garage à vélo	61
3.	Bénéfices apportés en coût de déplacement.....	62
	Conclusion.....	63
IV.	Annexes.....	64
V.	Table des illustrations	65
VI.	Bibliographie.....	68
VII.	Index des sigles	72

« Aménagement d'un espace en zone périurbaine pouvant accueillir un magasin de vente directe »

« Comment permettre à des producteurs de vivre en milieu rural et aux habitants de manger plus sain ? »

Résumé :

Mon projet individuel est de réunir les producteurs volontaires de Lompret et des alentours dans un seul et même lieu pour qu'ils puissent vendre directement leurs produits. C'est-à-dire faire un point de vente collectif.

La commune de Lompret est située dans le nord, elle possède 2346 habitants et est en zone périurbaine résidentielle à proximité de deux grandes villes : Lille et Lambersart. Lompret est sous l'influence de ces deux dernières et il s'agit actuellement d'une commune où les commerces font défaut. Le projet de magasin permettra de « combler » le manque d'épicerie à Lompret et de concurrencer les grandes surfaces des villes à proximité en ce qui concerne l'alimentation. Le magasin sera un point de vente collectif, c'est-à-dire un point de vente directe tenu par des producteurs. Il se situera dans le centre bourg, dans un bâtiment de 194m² qui pourrait être réservé à cet usage. Sa position stratégique entre l'école, l'église et à côté de la route principale du village favorisera la venue des parents d'élèves, des paroissiens mais surtout des Lompretois.

De plus, les produits vendus seront frais, de saison et locaux, il n'y aura donc plus l'utilité pour le consommateur d'aller en acheter loin, le projet privilégie ainsi les modes de déplacements doux. Les transports de marchandise seront minimales et les produits ne subiront pas de traitements (éthylène) lors de ceux-ci, contrairement à la majorité des produits vendus en grande surface. Les producteurs ne seront plus dépendants de la GMS (Grande moyenne surface) qui décide du prix et de la sélection de leurs produits. Le client bénéficiera donc de produits de qualités, non sélectionnées. Les producteurs seront autonomes et dans un local qui leur sera dédié. L'approvisionnement, la mise en rayon, le conseil et la vente seront effectués sous forme de roulement entre producteurs pour que chacun puisse continuer ses activités ailleurs tout en tirant un bénéfice ici.

Mots clés :

Point de vente collectif – Producteurs – Moyens de transport doux

Lompret – Nord – Nord-Pas-de-Calais – 59