



CCI ARDÈCHE

L'expertise économique  
au service des territoires

# Étude de consommation des produits locaux pour le Projet Alimentaire Territorial de



VAL DE LIGNE  
COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

BASSIN  
D'AUBENAS  
COMMUNAUTÉ



POPULATION



EMPLOI



COMMERCE



TOURISME



TISSU ECONOMIQUE



INDUSTRIE

CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE L'ARDECHE - T. 04 75 88 07 07

**Siège social**

140, Chemin Saint-Clair  
07 000 PRIVAS

**Délégation d'Annonay**

38, rue Sadi-Carnot - BP 185  
07 104 ANNONAY Cedex

**Délégation d'Aubenas**

24, chemin de la Temple  
BP 215 - 07 205 AUBENAS Cedex

**Guillaume Breton**

04 75 36 16 41  
guillaume.breton@ardeche.cci.fr

## SOMMAIRE

SOMMAIRE.....	1
INTRODUCTION.....	2
I – CONSOMMATION ALIMENTAIRE LOCALE .....	3
1.1 – Résultats de l’enquête de consommation quantitative.....	3
1.2 – Résultats de l’enquête de consommation qualitative .....	12
II – ESTIMATION DE L’INDICE LOCAL DE RÉSILIENCE ALIMENTAIRE .....	28
2-1 – Approche par les produits.....	28
2.2 – Approche par les circuits de commercialisation .....	32
2.3 – Approche de tonnages de produits locaux par circuit de commercialisation .....	323
CONCLUSION .....	39

## INTRODUCTION

Dans le cadre de leur Projet Alimentaire Territorial, les Communautés de communes du Bassin d'Aubenas et du Val de Ligne ont demandé à la CCI de l'Ardèche une étude de consommation des produits locaux.

**Les données dans cette expertise sont issues de deux enquêtes de consommation des foyers réalisées en 2022 et de la base de données de la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Ardèche afin de mieux appréhender les flux de consommation des produits alimentaires, et des produits locaux en particulier.** 4 300 foyers ont été enquêtés par téléphone et réseaux sociaux en Ardèche dont **806 ménages ont répondu aux enquêtes CCI sur les Communautés de communes du Bassin d'Aubenas (CCBA) et du Val de Ligne (CCVL)**, avec des questionnaires complets (plusieurs dizaines de questions) en méthode quantitative et qualitative en respectant la représentativité par quota (âge, CSP, ...) des habitants-consommateurs.

L'étude fournit des informations sur les comportements d'achats alimentaires des habitants, leurs flux de consommation, les tendances de la demande de la clientèle pour les produits locaux, les taux de couverture des besoins de produits par la production sur les deux intercommunalités, et l'estimation économique du taux local de résilience alimentaire. La méthodologie employée garantit la valeur statistique de ces enquêtes.

Même si une étude de la Chambre d'agriculture d'Ardèche permet d'obtenir des estimations de production locale, les données chiffrées sur les produits locaux sont rares et disparates. Malgré le budget limité et les moyens humains contraints pour cette étude, les calculs réalisés **donnent une valeur stratégique à cette expertise.** Seule une expertise plus fouillée avec notamment une enquête terrain approfondie nécessitant plus de moyens financiers et une équipe pluridisciplinaire permettrait d'obtenir des résultats avec une précision plus scientifique.

Si certains ménages sont des adeptes des produits locaux, cette étude met en exergue la relative faible proportion de produits alimentaires issus d'Ardèche ou du bassin d'Aubenas Val de Ligne, dans la globalité de la consommation alimentaire des habitants du territoire. Actuellement, le pouvoir d'achat moyen des ménages, les aides alimentaires et la logistique mondialisée permettent d'éviter en grande partie les pénuries de produits alimentaires, même si la croissance de la production agricole et de la transformation locale des produits permettrait un développement socio-économique vertueux et une moindre vulnérabilité. La pérennité de l'approvisionnement alimentaire ne semble pas menacée à court terme en Ardèche. **Cependant les tensions liées aux changements climatiques et aux impacts socio-économiques de nombreux conflits** (pénurie possible d'eau, d'aliments et de pétrole) **incitent à considérer avec davantage d'acuité les questions de résilience et de sécurité alimentaire.**

# I – CONSOMMATION ALIMENTAIRE LOCALE

## 1.1 – Résultats de l'enquête de consommation quantitative

L'enquête quantitative permet de répondre aux questions suivantes : qui achète quoi parmi les produits étudiés ? où ? et combien ? donc de valoriser la consommation (montants moyens d'achats), de quantifier de manière objective des flux de consommation (attraction et éviation commerciale entre territoires, destination par forme de vente, ...), de chiffrer l'attractivité des polarités commerciales (chiffres d'affaires, zones de chalandises, niveaux de concurrence, ...).

Dans cette section, on s'intéresse aux dépenses de consommation alimentaire des habitants du bassin d'Aubenas Val de Ligne. Pour plus de précisions, les résultats peuvent être présentés par secteurs géographiques d'habitat.

Le potentiel de consommation reflète l'ensemble des dépenses des habitants (hors touristes) d'une zone géographique dans la zone et à l'extérieur de la zone.

**L'ensemble de la consommation alimentaire des habitants du PAT est chiffrée à plus de 152 millions €. Son poids économique est donc important.**

Potentiel de consommation alimentaire des habitants du Bassin d'Aubenas Val de Ligne selon 5 formes de vente (en €) :

Secteurs géographiques	AUBENAS VILLE	ST ETIENNE DE FONTBELLON	ST PRIVAT	VALS ANTRAIGUES	CC VAL DE LIGNE	Total	En %
Commerces de moins de 300 m <sup>2</sup>	5 538 817	5 165 469	3 625 227	8 147 056	3 987 093	<b>26 463 662</b>	17,4
Grandes surfaces	32 119 824	25 917 207	21 516 574	24 365 463	14 092 803	<b>118 011 871</b>	77,4
Commerces Non Sédentaires (Marchés)	892 374	819 935	428 794	10 94 632	650 791	<b>3 886 526</b>	2,5
Vente à distance	871 196	225 675	423 293	589 079	363 890	<b>2 473 133</b>	1,6
Autres Formes de Vente	415 543	442 073	134 614	419 075	225 966	<b>1 637 271</b>	1,1
<b>Total</b>	<b>39 837 754</b>	<b>32 570 359</b>	<b>26 128 502</b>	<b>34 615 305</b>	<b>19 320 543</b>	<b>152 472 463</b>	100

**Plus de ¾ des dépenses alimentaires des habitants du Bassin d'Aubenas Val de Ligne sont réalisées dans des grandes surfaces avec plus de 118 millions € dépensés, soit 77,4 % des dépenses alimentaires des habitants du bassin.**

La vente à distance (e-commerce, VPC) ne représente que 1,6 % des dépenses alimentaires, cela démontre que ce n'est pas un mode de consommation développé dans l'alimentaire actuellement dans nos pays. contrairement au non-alimentaire en Europe, et à l'alimentaire en Chine souvent vendu en ligne et livré à domicile avec une grande distribution chinoise fragilisée. Localement, le commerce de proximité traditionnel de moins de 300 m<sup>2</sup> (épicerie, boulangerie, boucherie, ...) occupe 17,4 % de part de marché. Les habitants des deux communautés de communes dépensent 2,5 % de leur budget alimentaire sur les marchés de plein air.

Potentiel de consommation alimentaire des habitants du Bassin d'Aubenas Val de Ligne selon 10 formes de vente (en €) :

Resultats	CC BASSIN AUBENAS	CC VAL DE LIGNE	Total	En %
Commerce de moins de 300m <sup>2</sup>	22 476 569	3 987 093	<b>26 463 662</b>	17,36
Hypermarché	74 132 113	4 022 648	<b>78 154 761</b>	51,26
Supermarché	16 750 873	7 763 354	<b>24 514 227</b>	16,08
Hard Discount	8 054 385	1 362 095	<b>9 416 480</b>	6,18
Grande Surface Spécialisée	3 175 995	84 617	<b>3 260 612</b>	2,14
Drives	1 761 432	840 015	<b>2 601 447</b>	1,71
Autre Grande Surface	44 270	20 074	<b>64 344</b>	0,04
Commerce Non Sédentaire	3 235 735	650 791	<b>3 886 526</b>	2,55
Vente en ligne	2 109 243	363 890	<b>2 473 133</b>	1,62
Autres Formes de Vente	1 411 305	225 966	<b>1 637 271</b>	1,07
<b>Total</b>	<b>133 151 920</b>	<b>19 320 543</b>	<b>152 472 463</b>	100

**La consommation alimentaire des habitants de la CCBA est chiffrée à plus de 133 millions d'euros, et celle des habitants de la CCVL à plus de 19 millions d'euros.**

51,26 % des dépenses alimentaires des habitants du Bassin d'Aubenas Val de Ligne sont réalisées dans les hypermarchés (Leclerc, Intermarché), 16,1 % sont effectuées dans des supermarchés (Market, Casino supermarché, Carrefour Contact), 6,2 % dans les hard-discount ou maxidiscomptes alimentaires (Lidl, Aldi, Netto), 2,1 % en Grandes Surfaces Spécialisées (Biocoop, Le Jardin Provençal, Gamm Vert, ...), et 1,7 % en drive. **La quasi-totalité des ventes alimentaires sont réalisées par la grande distribution.** Les commerces alimentaires traditionnels de moins de 300 m<sup>2</sup> représentent 17,36 % des achats. **Les autres formes de vente comprenant les ventes directes des producteurs (à la ferme, AMAP, ...) sont très marginales, à peu près 1 % de part de marché.**

## Chiffre d'affaires des produits alimentaires par forme de vente et évolutions

Le chiffre d'affaires estimé, représente l'ensemble des dépenses effectuées dans une zone par l'ensemble de la population (hors tourisme) y compris des territoires voisins.

Chiffre d'affaires du Bassin d'Aubenas Val de Ligne en alimentaire selon quatre formes de vente par secteur géographique en 2022 :

Secteurs géographiques	AUBENAS VILLE	ST ETIENNE DE FONTBELLON	ST PRIVAT	VALS ANTRAIGUES	CC VAL DE LIGNE	Total (€)	En %
<b>Commerces de moins de 300 m<sup>2</sup></b>	13 394 626	4 514 752	3 341 579	7 062 935	2 241 753	<b>30 555 645</b>	18,7
<b>Grandes Surfaces</b>	51 382 404	63 300 506	4 711 605	4 736 683	2 430 854	<b>126 562 052</b>	77,6
<b>Commerces non sédentaires</b>	2 417 932	499 275	136 416	665 566	542 238	<b>4261 427</b>	2,6
<b>Autres FV</b>	7 313 58	276 279	55 756	472 013	217 994	<b>1 753 400</b>	1,1
<b>Total</b>	<b>67 926 320</b>	<b>68 590 812</b>	<b>8 245 356</b>	<b>12 937 197</b>	<b>5 432 839</b>	<b>163 132 524</b>	100

Le chiffre d'affaires alimentaire réalisé sur le bassin d'Aubenas Val de Ligne supérieur (163 millions €) supérieur au potentiel de consommation (152 millions €) signifie que **le bassin albenassien attire une clientèle habitant à l'extérieur des deux communautés de communes étudiées.**

**On observe que 77,6 % du chiffre d'affaires en alimentaire du bassin d'Aubenas Val de Ligne est réalisé dans des grandes surfaces commerciales, soit plus de 126 millions €/an.**

Les commerces traditionnels de moins de 300 m<sup>2</sup> sont la deuxième forme de vente la plus fréquente dans le bassin avec 30 555 645 € de chiffre d'affaires, soit 18,7 % de l'activité commerciale alimentaire.

Evolution de 2018 à 2022 du chiffre d'affaires des commerces du Bassin d'Aubenas Val de Ligne par forme de vente :

Secteurs géographiques	2018	2022	Evolution en €	Evolution en %
<b>Moins de 300 m<sup>2</sup></b>	32 279 780	30 555 645	<b>-1 724 135</b>	-5,3
<b>Grandes Surfaces</b>	120 768 334	126 562 052	<b>5 793 718</b>	4,8
<b>Commerces Non Sédentaires (Marchés)</b>	4 297 928	4 261 427	<b>-36 501</b>	-0,8
<b>Autres Formes de vente</b>	4 289 858	1 753 400	<b>-2 536 458</b>	-59,1
<b>Total</b>	<b>161 635 900</b>	<b>163 132 524</b>	<b>1 496 624</b>	0,9

**Entre 2018 et 2022, les grandes surfaces ont augmenté leur emprise dominante sur le marché alimentaire.** Ce sont les seules à avoir augmenté leur chiffre d'affaires. Les ventes sur les marchés (notamment d'Aubenas et Largentière) sont assez stables ces dernières années.

En revanche, **le commerce traditionnel de proximité et surtout les autres formes de vente** (ventes directes des producteurs fermiers et viticulteurs, AMAP et paniers, boutiques d'usines, grossistes, ...) **semblent avoir décliné** dans les comportements d'achat des habitants, contrairement à d'autres territoires en Ardèche et en Auvergne-Rhône-Alpes.

Chiffre d'affaires du Bassin d'Aubenas Val de Ligne en alimentaire selon huit formes de ventes par secteur géographique en 2022 :

Secteurs géographiques	AUBENAS VILLE	ST ETIENNE DE FONTBELLON	ST PRIVAT	VALS ANTRAIGUES	CC VAL DE LIGNE	Total	En %
<b>Commerce de moins de 300m<sup>2</sup></b>	13 394 626	4 514 752	3 341 579	7 062 935	2 241 753	<b>30 555 645</b>	18,7
<b>Hypermarché</b>	27 797 834	63 300 506	0	0	0	<b>91 098 340</b>	55,9
<b>Supermarché</b>	10 987 580	0	3 814 646	0	2 120 723	<b>16 922 949</b>	10,4
<b>Hard Discount</b>	6 873 898	0	0	4 736 683	0	<b>11 610 581</b>	7,1
<b>GSS</b>	3 675 369	0	896 959	0	0	<b>4 572 328</b>	2,8
<b>Drives</b>	2 047 723	0	0	0	310 131	<b>2 357 854</b>	1,4
<b>CNS (marchés)</b>	2 417 932	499 275	136 416	665 566	542 238	<b>4 261 427</b>	2,6
<b>Autres FV</b>	731 358	276 279	55 756	472 013	217 994	<b>1 753 400</b>	1,1
<b>Total</b>	<b>67 926 320</b>	<b>68 590 812</b>	<b>8 245 356</b>	<b>12 937 197</b>	<b>5 432 839</b>	<b>163 132 524</b>	100

On observe que 55,9 % de l'activité alimentaire des habitants dans le Bassin d'Aubenas Val de Ligne est réalisée dans des hypermarchés à Saint-Etienne de Fontbellon et sur la zone commerciale périphérique de Ponson Moulon, soit 91 098 340 €. Les autres formes de ventes les plus utilisées par les habitants dans le bassin sont les commerces de moins de 300 m<sup>2</sup> avec 18,7 % du chiffre d'affaires et les supermarchés avec 10,4 % du chiffre d'affaires, plutôt concentré sur la ville d'Aubenas. Les drives sont beaucoup moins utilisés sur le bassin d'Aubenas Val de Ligne, qu'ailleurs en Ardèche.

**L'activité des commerces non sédentaires (marchés et tournées ambulantes) et des autres formes de vente (directe à la ferme, ...) est réduite mais mieux répartie sur l'ensemble du territoire.**

## L'origine du chiffre d'affaires des produits alimentaires

On s'intéresse, dans cette partie de l'étude, à savoir d'où viennent les ménages qui viennent consommer sur les deux EPCI étudiés. Pour se faire, on délimite les zones de chalandise des principaux secteurs s'étendant parfois au-delà des CCBA et CCVL, ce qui prouve l'attractivité commerciale du bassin albenassien.

### Zone de chalandise du Bassin d'Aubenas Val de Ligne en alimentaire :

Secteurs géographiques	Chiffre d'affaires (€)	Taux d'emprise (%)	Contribution au Chiffre d'affaires (%)	Contribution Cumulée (%)
<b>ST ETIENNE DE FONTBELLON – CC BA</b>	31 833 495	<b>97,7</b>	19,5	19,5
<b>AUBENAS VILLE – CC BA</b>	38 452 230	<b>96,5</b>	23,6	43,1
<b>VALS ANTRAIGUES – CC BA</b>	31 287 357	<b>90,4</b>	19,2	62,3
<b>ST PRIVAT – CC BA</b>	23 170 047	<b>88,7</b>	14,2	76,5
<b>CC VAL DE LIGNE</b>	12 455 750	<b>64,5</b>	7,6	<b>84,1</b>
<b>CC BERG ET COIRON</b>	9 638 923	<b>41,3</b>	5,9	90
<b>CC DES GORGES DE L'ARDECHE - RUOMS VOGUE</b>	4 485 894	<b>16,4</b>	2,7	92,8
<b>CC DU PAYS BEAUME-DROBIE</b>	3 740 804	<b>12,8</b>	2,3	95,1
<b>CC ARDECHE DES SOURCES ET VOLCANS</b>	3 531 060	<b>12</b>	2,2	97,2
<b>AUTRES</b>	4 536 964	<b>1,8</b>	2,8	100
<b>TOTAL</b>	163 132 524		100	100

Nous pouvons voir que le chiffre d'affaires en alimentaire généré, dans le Bassin d'Aubenas Val de Ligne est estimé à 163 132 524 €, dont 23,6 % du chiffre d'affaires est réalisé par les ménages d'Aubenas Ville. Clé de lecture : Les ménages du secteur de Saint Etienne de Fontbellon dépensent 97,7 % de leur consommation alimentaire dans le bassin d'Aubenas Val de Ligne.

On remarque que les secteurs d'habitation du bassin d'Aubenas Val de Ligne représentent plus de 84 % du chiffre d'affaires cumulé des produits alimentaires du bassin. **Mais l'attraction du bassin albenassien permet d'attirer une partie des dépenses alimentaires des communautés de communes voisines pour un total supérieur à 25 millions €/an.**



Zone de chalandise d'Aubenas Ville en alimentaire :

Secteurs	Chiffre d'affaires (€)	Taux d'emprise (%)	Contribution au Chiffre d'affaires (%)	Contribution Cumulée (%)
AUBENAS VILLE – CC BA	22 409 158	<b>56,3</b>	33	33
ST PRIVAT – CC BA	9 992 717	<b>38,2</b>	14,7	47,7
ST ETIENNE DE FONTBELLON – CC BA	11 046 781	<b>33,9</b>	16,2	63,9
VALS ANTRAIGUES – CC BA	11 011 921	<b>31,8</b>	16,2	80,2
CC VAL DE LIGNE	3 575 622	<b>18,5</b>	5,3	<b>85,4</b>
CC BERG ET COIRON	2 753 135	<b>11,8</b>	4	89,5
CC DES GORGES DE L ARDECHE - RUOMS VOGUE	2 479 404	<b>9</b>	3,7	93,1
CC ARDECHE DES SOURCES ET VOLCANS	1 481 329	<b>5</b>	2,2	95,3
CC DU PAYS BEAUME-DROBIE	1 165 063	<b>4</b>	1,7	97
AUTRES	2 011 190	<b>0,9</b>	3	100
<b>TOTAL</b>	<b>67 926 320</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Le taux d'emprise du secteur d'Aubenas Ville (centre-ville et zone commerciale en périphérie sur la commune) sur ses habitants est de 56,3 %. On remarque que 85,4 % du chiffre d'affaires à Aubenas est réalisé par des habitants du Bassin.

Zone de chalandise du secteur Saint Etienne de Fontbellon en alimentaire :

Secteurs	Chiffre d'affaires (€)	Taux d'emprise (%)	Contribution au Chiffre d'affaires (%)	Contribution cumulée (%)
ST ETIENNE DE FONTBELLON – CC BA	19 201 680	<b>59</b>	28	28
ST PRIVAT – CC BA	9 651 793	<b>36,9</b>	14,1	42,1
AUBENAS VILLE – CC BA	13 601 333	<b>34,1</b>	19,8	61,9
VALS ANTRAIGUES – CC BA	9 945 018	<b>28,7</b>	14,5	76,4
CC BERG ET COIRON	6 327 901	<b>27,1</b>	9,2	85,6
CC VAL DE LIGNE	3 970 236	<b>20,5</b>	5,8	91,4
CC DES GORGES DE L ARDECHE - RUOMS VOGUE	1 783 990	<b>6,5</b>	2,6	94
CC DU PAYS BEAUME-DROBIE	1 253 119	<b>4,3</b>	1,8	95,8
CC PAYS DES VANS EN CEVENNES	1 051 947	<b>3,2</b>	1,5	97,4
AUTRES	1 803 795	<b>0,8</b>	2,6	100
<b>TOTAL</b>	<b>68 590 812</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Le taux d'emprise du secteur Saint Etienne de Fontbellon sur ses habitants est de 59 %. **La zone de chalandise s'étend au-delà surtout en raison de l'attractivité de l'hypermarché Leclerc.**

Zone de chalandise de la Communauté de Communes Val de Ligne en alimentaire :

Secteurs	Chiffre d'affaires (€)	Taux d'emprise (%)	Contribution au Chiffre d'affaires (%)	Contribution Cumulée (%)
<b>CC VAL DE LIGNE</b>	4 851 636	<b>25,1</b>	89,3	89,3
<b>CC DU PAYS BEAUME-DROBIE</b>	581 203	<b>2</b>	10,7	100
<b>TOTAL</b>	5 432 839		100	100

Le taux d'emprise de la Communauté de Commune de Val de Ligne sur ses habitants est de **25,1 %**, signifiant près de **75 % d'évasion commerciale** sur les intercommunalités voisines. Son attractivité commerciale sur les EPCI voisins est faible.

### Destination des dépenses en alimentaire des habitants des différents secteurs du bassin d'Aubenas Val de Ligne

Dans cette partie, on cherche à répondre à la question suivante : où vont dépenser les habitants des deux communautés de communes en alimentaire ?

Destination des dépenses en alimentaire des habitants du Bassin d'Aubenas Val de Ligne :

Lieux d'achat	DC (€)	% DC
<b>CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - AUBENAS VILLE</b>	58 036 199	38
<b>CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - ST ETIENNE DE FONTBELLON</b>	56 370 060	37
<b>CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - VALS ANTRAIGUES</b>	11 138 176	7,3
<b>CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - ST PRIVAT</b>	6 802 808	4,5
<b>CCI07 / CC DU PAYS BEAUME-DROBIE</b>	5 443 515	3,6
<b>CCI07 / CC VAL DE LIGNE</b>	4 851 636	3,2
<b>CCI07 / CC ARDECHE DES SOURCES ET VOLCANS</b>	2 686 065	1,8
<b>VAD – VENTE A DISTANCE</b>	2 473 133	1,6
<b>CCI07 / CC BERG ET COIRON</b>	2 347 519	1,5
<b>AUTRES</b>	2 323 352	1,5
<b>Total</b>	152 472 463	100

Le taux d'évasion commerciale du bassin d'Aubenas Val de Ligne en alimentaire est de **10 %**. Les principales destinations d'achats sont la ville d'Aubenas (38 %) et le secteur de Saint Etienne de Fontbellon (37 %) en raison de leurs hypermarchés. Les lieux d'évasion commerciale principaux en alimentaire sont les EPCI voisins de Beaume-Drobie et d'Ardèche des Sources et Volcans en raison des Intermarchés à Rosières et Lalevade-d'Ardèche pour la population résidant à proximité.

Destination des dépenses en alimentaire des habitants de la **Communauté de Communes du Bassin d'Aubenas** :

Lieux d'achat	DC (€)	% DC
CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - AUBENAS VILLE	54 460 577	40,9
CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - ST ETIENNE DE FONTBELLON	52 399 824	39,4
CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - VALS ANTRAIGUES	11 138 176	8,4
CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - ST PRIVAT	6 744 552	5,1
CCI07 / CC ARDECHE DES SOURCES ET VOLCANS	2 624 539	2
CCI07 / CC BERG ET COIRON	2 347 519	1,8
VAD	2 109 243	1,6
CCI26 / MONTELIMAR	319 689	0,2
CCI07 / CC DES GORGES DE L'ARDECHE - VALLON	226 781	0,2
CCI07 / CC DES GORGES DE L'ARDECHE - RUOMS VOGUE	217 455	0,2
CCI26 / PLAINE DE MONTELIMAR	162 042	0,1
CCI07 / CC DE LA MONTAGNE D ARDECHE - NORD	145 879	0,1
CCI07 / CC DE LA MONTAGNE D ARDECHE - SUD	141 751	0,1
CCI07 / CA PRIVAS CENTRE ARDECHE - PRIVAS VILLE	37 517	0
CCI07 / CA PRIVAS CENTRE ARDECHE - LE POUZIN	32 505	0
CCI07 / CC VAL EYRIEUX - LE CHEYLARD	25 663	0
CCI07 / CA PRIVAS CENTRE ARDECHE - PRIVAS RURAL	18 208	0
<b>Total</b>	<b>133 151 920</b>	<b>100</b>

**Le taux d'évasion de la communauté de communes du Bassin d'Aubenas en alimentaire est de seulement 6,2 %**, par conséquent le taux d'emprise sur ses habitants est de presque 94 %. Les principales destinations d'achats sont la ville d'Aubenas (40,9 %), le secteur de Saint Etienne de Fontbellon (39,4 %), le secteur Vals Antraigues (8,4 %) et Saint Privat (5,1 %).

La communauté de communes extérieure avec la plus forte emprise sur les consommateurs du bassin d'Aubenas est la CC Ardèche des Sources et Volcans, avec un taux d'emprise de seulement 2 %.

Destination des dépenses en alimentaire des habitants de la Communauté de Communes Val de Ligne :

Lieux d'achat	DC en €	DC en %
CCI07 / CC DU PAYS BEAUME-DROBIE	5 443 515	28,2
CCI07 / CC VAL DE LIGNE	4 851 636	25,1
CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - ST ETIENNE DE FONTBELLON	3 970 236	20,6
CCI07 / CC DU BASSIN D'AUBENAS - AUBENAS VILLE	3 575 622	18,5
AUTRES	875 171	4,5
VENTE A DISTANCE	363 890	1,9
CCI07 / CC DES GORGES DE L'ARDECHE - RUOMS VOGUE	240 473	1,2
<b>Total</b>	<b>19 320 543</b>	<b>100</b>

Le taux d'évasion des dépenses alimentaires de la communauté de communes de Val de Ligne est de près de 75 %. Cela signifie que  $\frac{3}{4}$  des habitants de Val de Ligne n'achètent pas leur alimentation quotidienne sur leur communauté de communes. **Les principales destinations d'achats en alimentaires sont la CC du Pays Beaume-Drobie (28,2 %), surtout l'Intermarché de Rosières, Saint Etienne de Fontbellon (20,6 %), et Aubenas Ville (18,5 %).**

Globalement, il ressort de l'enquête de consommation quantitative menée par la CCI de l'Ardèche **une large domination à plus de 77 % des achats alimentaires dans le circuit de la grande distribution (surtout les hypermarchés) sur le bassin d'Aubenas Val de Ligne**, et même en essor ces dernières années (à l'inverse des évolutions en Ardèche, en Région et en France, ayant constaté un regain du commerce de proximité et des marchés alimentaires de plein air et un déclin des hypermarchés). Ceci s'explique surtout par des prix attractifs, du choix dont une minorité de produits locaux, et leur facilité de stationnement et d'accès à toute heure. **Ce circuit de distribution**, même s'il cherche à développer ses approvisionnements de produits locaux pour répondre aux souhaits de la clientèle, est **fondamentalement basé sur des centrales d'achat nationales ou internationales négociant des prix bas et massifiant les achats en grandes quantités auprès de très grandes entreprises voire de multinationales, souvent éloignées de l'Ardèche voire de la France. Ces géants de l'agroalimentaire mondial représentent l'essentiel des produits en rayons. Malgré une communication visible, les produits locaux y sont donc très minoritaires dans les ventes.**

**Il est à noter la faible desserte commerciale de plusieurs villages (sans aucun commerce alimentaire permanent, ni marché ponctuel), en particulier sur la communauté de communes du Val de Ligne dont près de 75 % des achats alimentaires se font en dehors de l'intercommunalité, ce qui est exceptionnel pour des achats souvent quotidiens de proximité. Il existe donc un potentiel local de développement avec une offre adaptée à la demande pour un meilleur maillage de proximité.**

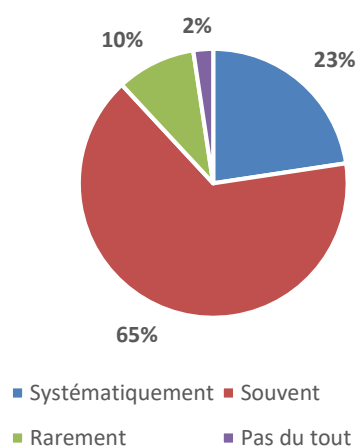
## 1.2 – Résultats de l'enquête de consommation qualitative

Cette enquête qualitative de consommation permet surtout de déterminer les principales habitudes d'achat et les tendances actuelles (achat de produit locaux, bio, en vrac, critères d'achat, évaluation, respect de l'environnement, restauration, ...).

Les résultats ci-dessous portent sur les communautés de Communes du Bassin d'Aubenas et de Val de Ligne, avec des comparaisons départementale et régionale.

### La consommation de produits locaux

Consommateurs qui privilégient les produits locaux dans le Bassin d'Aubenas Val de Ligne



Si les habitants en trouvent sur leurs lieux d'achat, **88 % des consommateurs du bassin d'Aubenas Val de Ligne disent privilégier régulièrement la consommation de produits locaux**, dont 23 % considèrent que cela est très important : ils les privilégient systématiquement.

Les résultats sont similaires en moyenne dans les différents bassins d'Ardèche.

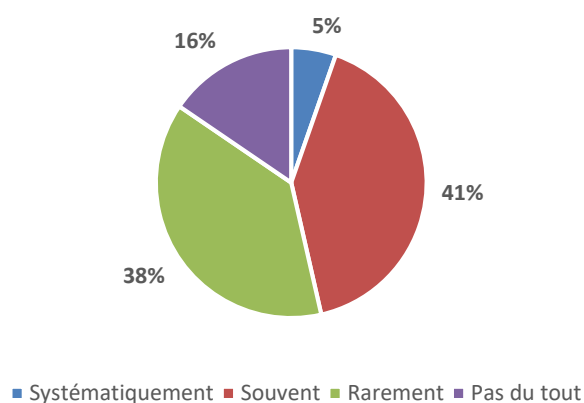
Cela représente **10 % de plus que la moyenne en région Auvergne Rhône Alpes**. Les ardéchois recherchent et apprécient les produits locaux, mais ceux-ci ne sont pas toujours disponibles sur leurs lieux d'achat.

### La consommation de produits bio

**46 % des consommateurs du bassin d'Aubenas Val de Ligne privilégient plutôt la consommation de produits bio**, dont 5 % le font systématiquement.

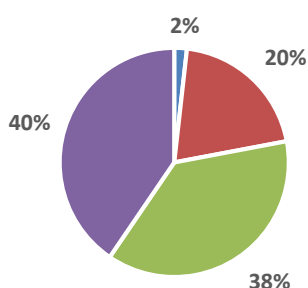
Ces résultats sont similaires à ceux observés en moyenne dans le département (49 %) et dans la région (44 %).

Consommateurs qui privilégient des produits bio dans le Bassin d'Aubenas Val de Ligne



## Les achats en vrac

Les consommateurs qui privilégient les achats en vrac dans le Bassin d'Aubenas Val de Ligne



■ Systématiquement ■ Souvent ■ Rarement ■ Pas du tout

**Seuls 22 % des consommateurs du bassin d'Aubenas Val de Ligne privilégient plutôt les achats en vrac** et 40 % des consommateurs ne le font jamais.

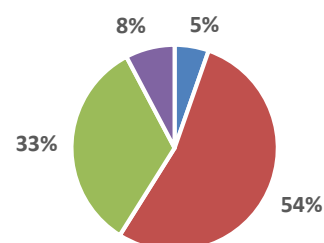
On observe également un faible taux des achats en vrac en moyenne en Ardèche (31 %) et dans la région Auvergne-Rhône-Alpes (26 %).

## Les produits les moins chers

**59 % des consommateurs du bassin d'Aubenas Val de Ligne privilégient les produits alimentaires les moins chers**, dont 54 % le font souvent.

On observe que le taux est similaire dans le département (58 %) et dans la région (59 %), mais le taux de consommateurs qui le font systématiquement est plus bas comparativement au département (9 %) et à la région (11 %).

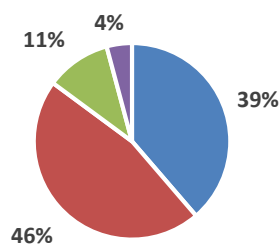
Choix des produits les moins chers dans le Bassin d'Aubenas Val de Ligne



■ Systématiquement ■ Souvent  
■ Rarement ■ Pas du tout

## La proximité des commerces

Consommateurs qui privilégient la proximité des commerces dans le Bassin d'Aubenas Val de Ligne



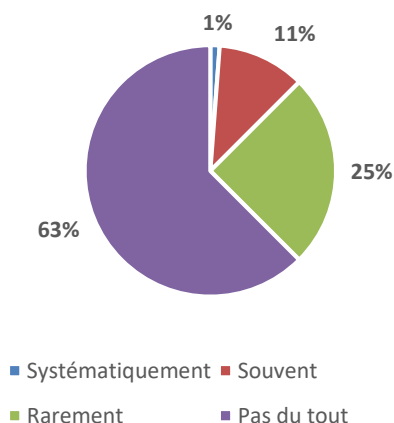
■ Systématiquement ■ Souvent  
■ Rarement ■ Pas du tout

**85 % des consommateurs du bassin d'Aubenas Val de Ligne privilégient plutôt la proximité des commerces de leur lieu d'habitation, de travail ou sur leurs trajets réguliers (domicile, travail, école)**, dont 39 % le font systématiquement.

Ces résultats sont légèrement en dessous de la moyenne ardéchoise (91 %) et de la moyenne en Auvergne-Rhône-Alpes (89 %).

## Le click and collect, le drive et la livraison

Consommateurs qui privilégient le click and collect - drive - livraison dans le Bassin d'Aubenas Val de Ligne

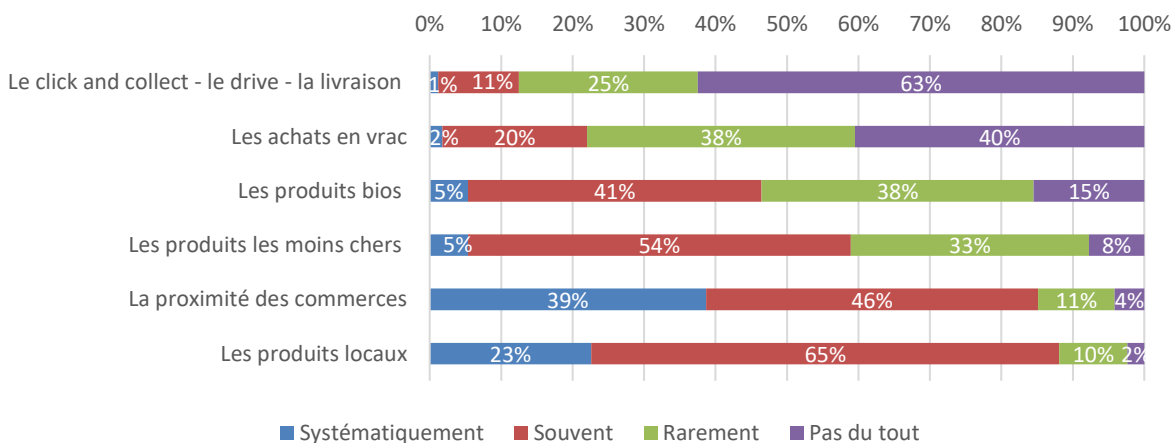


Seuls 12 % des consommateurs du bassin d'Aubenas Val de Ligne privilégient plutôt le click and collect, le drive ou la livraison, dont 1 % le font régulièrement. 25 % des consommateurs le font rarement.

Ce qui est nettement plus bas que les moyennes départementale (20 %) et régionale (21 %).

## Les préférences alimentaires des consommateurs

Préférences de consommation des produits alimentaires



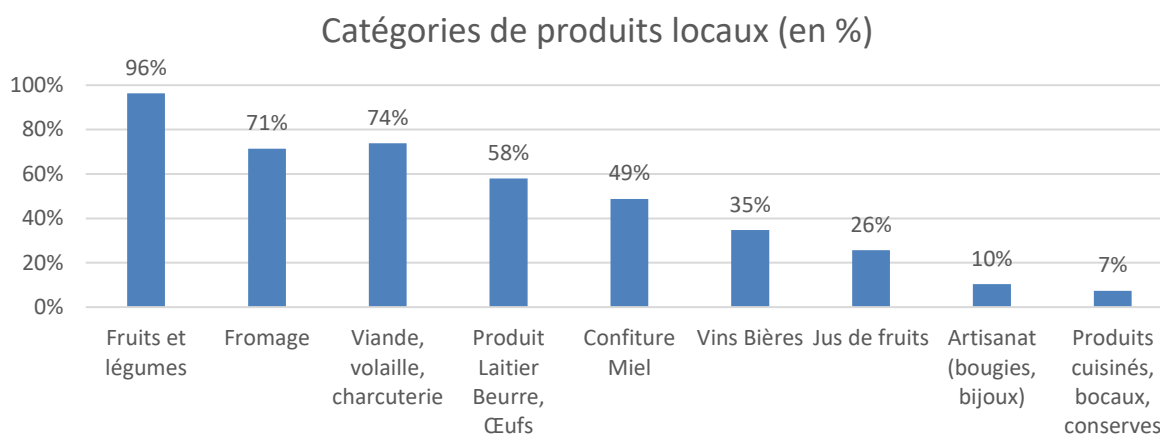
Les trois critères que les consommateurs privilégient toujours ou souvent lorsqu'ils effectuent des achats alimentaires sont **les préférences aux produits locaux** (88 %) quand ils en trouvent sur leurs lieux d'achat, **la proximité des commerces** (85 %) et **les produits les moins chers** (59 %).

La proximité des commerces et le prix des produits sont les deux premiers critères au niveau départemental et régional. **Privilégier les produits locaux** n'est pas en première position dans les moyennes départementales et régionales contrairement **au bassin Aubenas Val de Ligne, dont c'est une spécificité.**

## Habitudes de consommation des produits locaux

On s'intéresse aux habitudes de consommation alimentaire des produits locaux dans le bassin d'Aubenas Val de Ligne. On comparera les résultats du bassin avec les moyennes départementales et régionales.

La consommation des produits locaux fait partie des préoccupations d'une grande partie des consommateurs dans le bassin d'Aubenas Val de Ligne. On va voir dans cette section quels sont les catégories de produits locaux privilégiés, d'où proviennent ces produits et où ils sont achetés.



## Catégories des produits locaux consommés

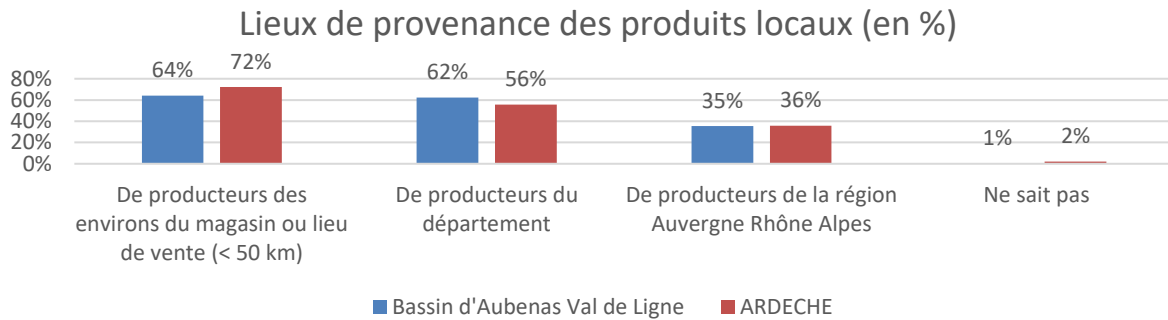
Parmi les consommateurs de produits locaux du Bassin d'Aubenas Val de Ligne, **96 % achètent des fruits et légumes, 71 % achètent du fromage et 74 % achètent de la viande, volaille et charcuterie.** Les catégories de produits locaux consommés sont principalement des produits alimentaires de première nécessité.

Ces résultats sont similaires dans l'ensemble de l'Ardèche. Au niveau régional, le taux de consommateurs de fruits et légumes locaux est de 84 %, ce qui est nettement plus bas qu'en Ardèche et sur les deux communautés de communes du bassin d'Aubenas et du val de Ligne. Pour le reste des produits, les moyennes régionales sont toujours inférieures à celles du bassin d'Aubenas Val de Ligne.

## Lieux de provenance des produits locaux

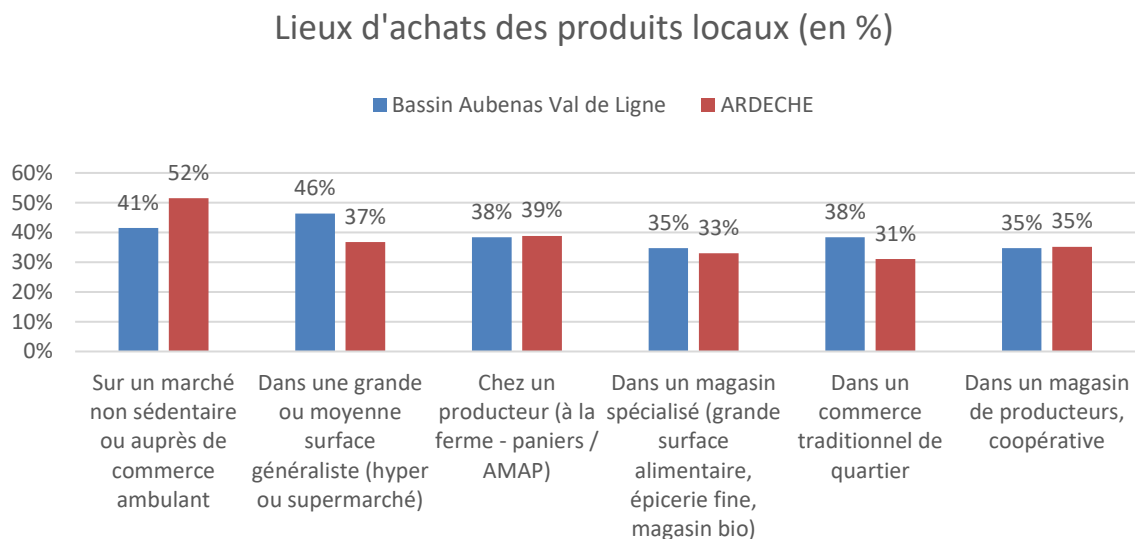
Dans le bassin d'Aubenas Val de Ligne, parmi les consommateurs de produits locaux, **64 % achètent des produits provenant de producteurs des environs (moins de 50 km) du lieu de vente, 62 %**





**consomment des produits locaux provenant de producteurs du département de l'Ardèche** et seuls 35 % consomment des produits locaux provenant de producteurs de la région Auvergne-Rhône-Alpes. Dans l'esprit des habitants du bassin d'Aubenas Val de Ligne, les produits locaux sont issus des intercommunalités voisines ou de l'Ardèche de façon équilibrée.

La différence entre la part des consommateurs achetant des produits provenant des producteurs des environs du lieu de vente et celle dont les produits proviennent de producteurs du département est de 16 % pour la moyenne départementale, et de 13 % pour la moyenne régionale alors qu'elle est seulement de 2 % dans le bassin d'Aubenas Val de Ligne. **Donc pour une majorité d'habitants, les produits locaux sont des produits ardéchois, même au-delà des intercommunalités voisines du Bassin Aubenas Val de Ligne.**

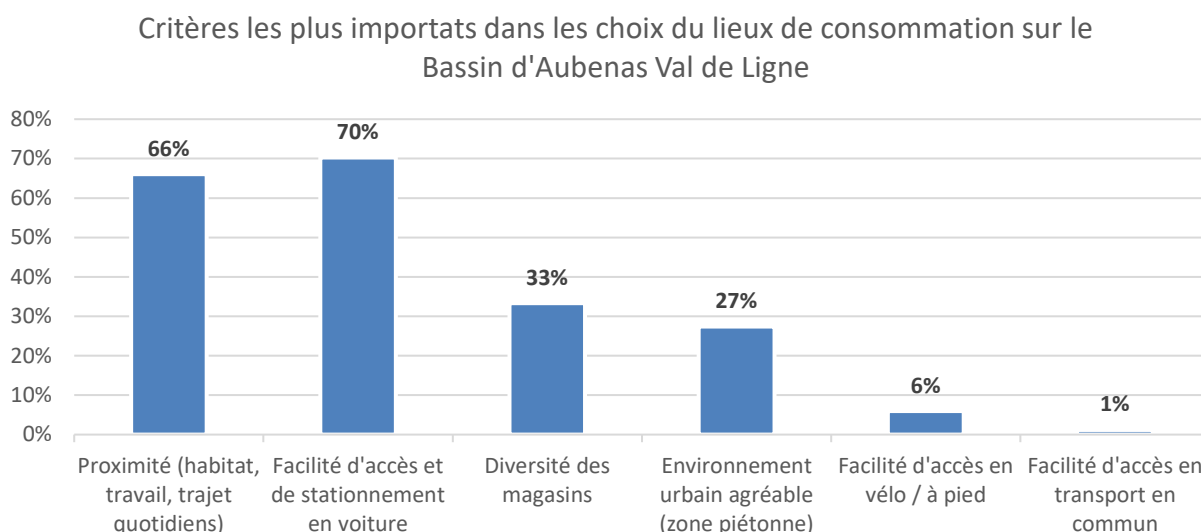


### Lieux d'achats des produits locaux

Dans le bassin d'Aubenas Val de Ligne, **41 % des consommateurs achètent des produits locaux sur un marché non sédentaire** ce qui est inférieur aux moyennes départementales (52 %) et régionales (47 %).

**46 % des consommateurs achètent des produits locaux dans les Grandes Surfaces Alimentaires** ce qui est supérieur aux moyennes départementales et régionales, et **constituent le premier lieu d'achat des produits alimentaires locaux.**

## Critères les plus importants dans les choix de territoires de consommation



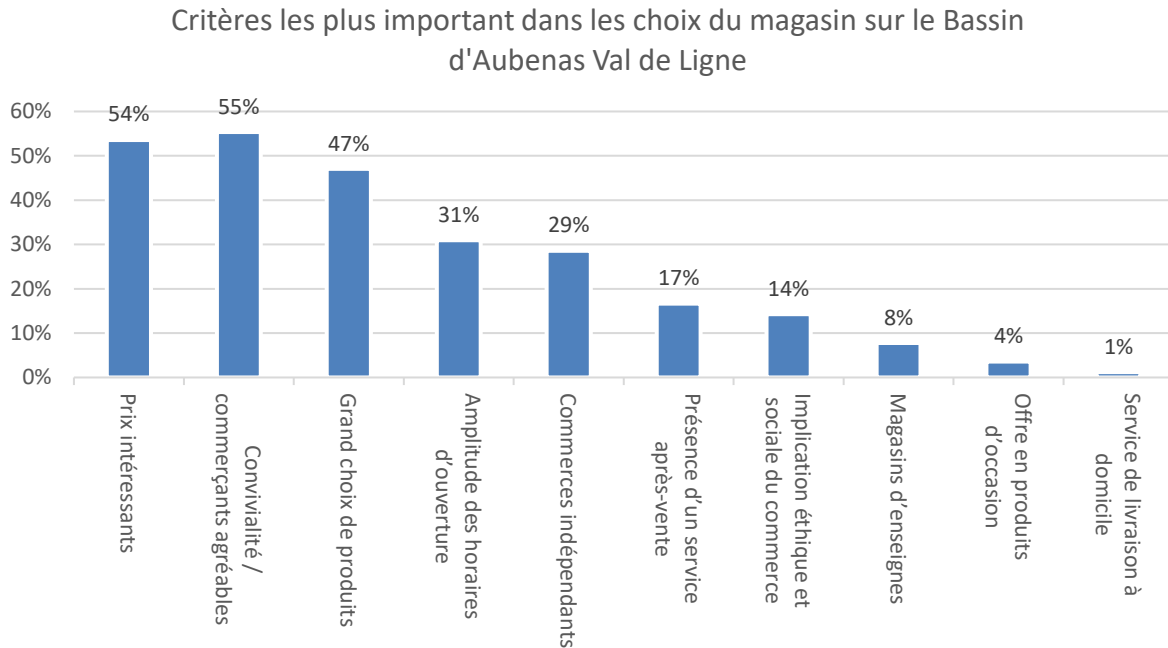
Parmi les répondants à l'enquête de consommation sur le bassin d'Aubenas Val de Ligne, **70 % d'entre eux ont choisi la facilité d'accès et de stationnement en voiture** comme le critère le plus important dans la sélection des lieux de consommation. **66 % ont choisi la proximité (habitat, travail, trajet quotidien)**, 33 % ont choisi la diversité des magasins et 27 % ont choisi un environnement urbain agréable (ex : zone piétonne, ...).

Seul 1 % a choisi la facilité d'accès en transport en commun, ce qui confirme que les transports en commun sont peu utilisés par rapport à l'automobile.

Au niveau des moyennes ardéchoises et de la région Auvergne-Rhône-Alpes, le critère le plus sélectionné est la proximité, vient ensuite la facilité d'accès et stationnement en voiture, puis l'ordre reste inchangé pour les autres critères.

## Critères les plus importants dans les choix du magasin

Les répondants avaient le choix parmi dix critères pour choisir ceux qui sont les plus importants dans les choix du magasin. Il n'y a pas d'ordre de préférence entre les critères sélectionnés par ces derniers.



Les critères les plus sélectionnés par les répondants pour le choix du magasin sont **la convivialité et les commerçants agréables (55 %)**, **les prix intéressants (54 %)** et **le grand choix des produits (47 %)**. Les critères les moins sélectionnés sont le service de livraison à domicile (1 %), l'offre en produits d'occasion (4 %) et les magasins d'enseignes (4 %).

Au niveau régional et départemental, le critère le plus sélectionné est le prix intéressant, puis la convivialité et les commerçants agréables, puis pour le reste des critères l'ordre demeure inchangé.

### En Ardèche :

#### Les critères de choix de territoire de consommation



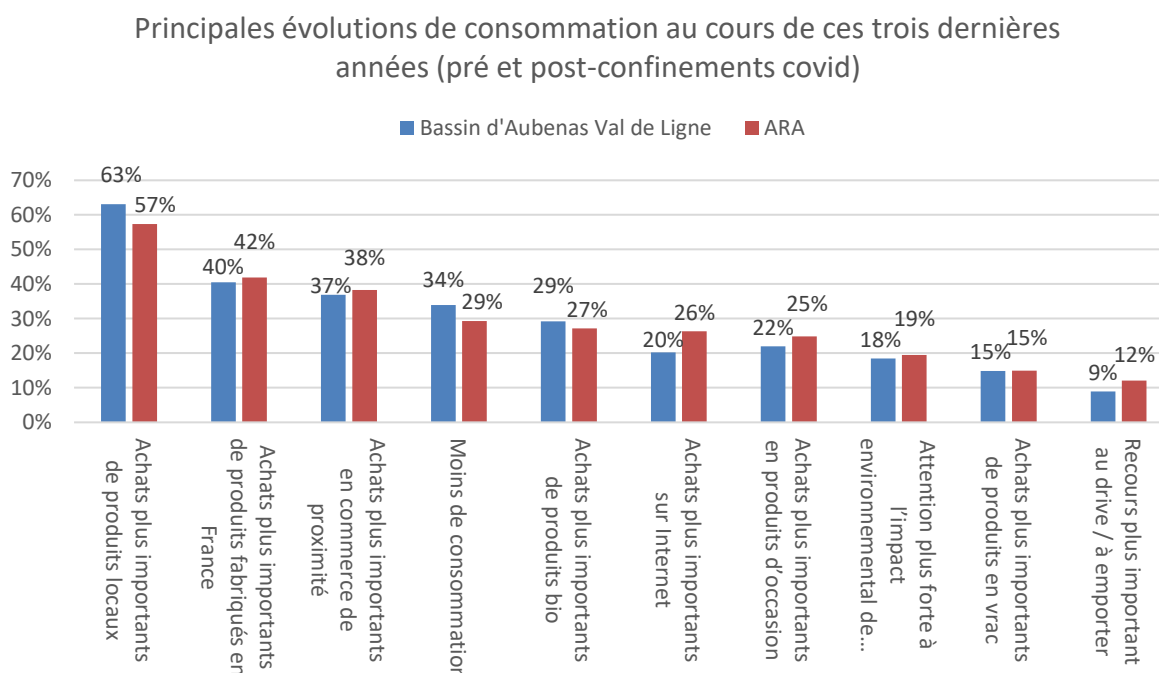
#### Les critères de choix du magasin



## Les évolutions de ces trois dernières années

Dans cette section, on s'intéresse aux principales évolutions dans les habitudes de consommation des répondants aux cours de ces trois dernières années, dans la CC d'Aubenas Val de Ligne. On compare ensuite ces résultats avec ceux de la région Auvergne Rhône Alpes.

Les répondants sélectionnent toutes leurs évolutions dans leurs habitudes de consommation au cours des trois dernières années.



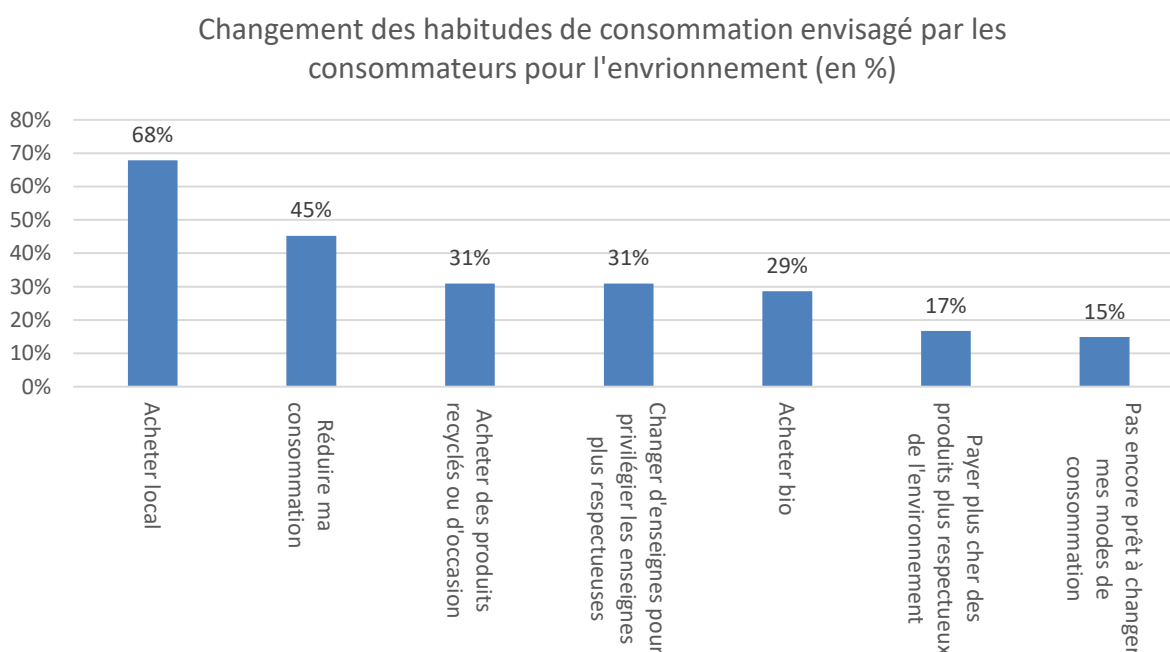
**Parmi les répondants du bassin d'Aubenas Val de Ligne, 63 % des consommateurs effectuent des achats plus importants de produits locaux ardéchois qu'avant la pandémie Covid en 2020, 40 % effectuent des achats plus importants de produits fabriqués en France, 37 % effectuent des achats plus importants dans les commerces de proximité, et 34 % consomment moins.**

Globalement, on observe les mêmes résultats des taux moyens dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. Il en est de même pour les taux moyens des évolutions de consommation en Ardèche.

Dans cette section, on s'intéresse aux évolutions possibles de la consommation en lien avec le respect de l'environnement sur le bassin d'Aubenas Val de Ligne. Pour ce faire, on regarde la capacité des répondants à changer leurs habitudes pour avoir une consommation plus respectueuse de l'environnement.

## Changements que les consommateurs sont prêts à faire pour l'environnement

Les répondants sélectionnent, parmi les propositions, les changements qu'ils sont prêts à faire pour une consommation plus respectueuse de l'environnement.

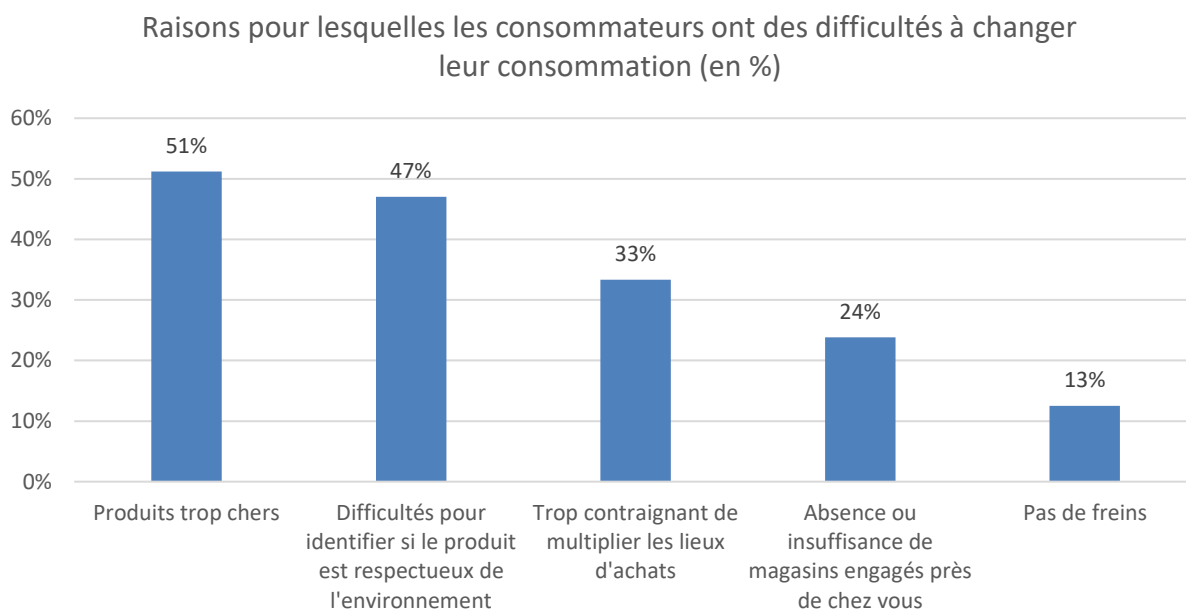


Parmi les principaux changements que les répondants du Bassin d'Aubenas Val de Ligne sont prêts à mettre en œuvre pour adopter une consommation plus respectueuse de l'environnement, on retrouve **acheter local (68 %)**, **réduire sa consommation (45 %)**, **acheter des produits recyclés ou d'occasion (31 %)** et **changer d'enseigne pour privilégier les enseignes plus respectueuses (31 %)**.

Globalement, on observe les mêmes évolutions en moyenne dans la région Auvergne-Rhône-Alpes. Il en est de même pour les taux ardéchois moyens.

## Freins aux changements pour une consommation plus respectueuse de l'environnement

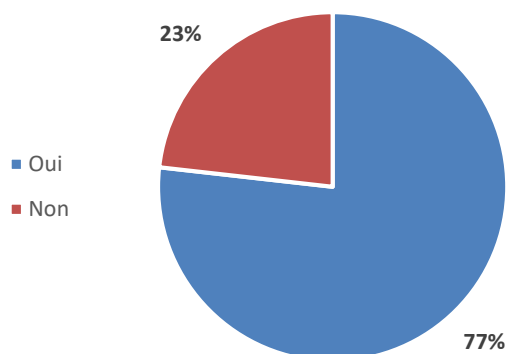
Les répondants sélectionnent les freins qu'ils rencontrent pour changer vers une consommation plus respectueuse.



Parmi les consommateurs qui n'arrive pas à aller vers une consommation respectueuse de l'environnement dans le bassin d'Aubenas Val de Ligne, **51 % considèrent que les produits sont trop chers, 47 % rencontrent des difficultés pour identifier si le produit est respectueux de l'environnement et 33 % trouvent qu'il est trop contraignant de multiplier les lieux d'achats.**

## Part des consommateurs dans une démarche de réduction des déchets

Part des consommateurs dans une démarche de réduction des déchets



**77 % de consommateurs du bassin d'Aubenas Val de Ligne affirment être dans une démarche de réduction des déchets.**

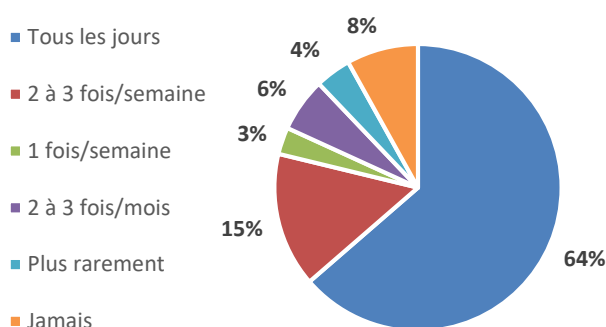
En moyenne dans le département la part des consommateurs qui affirment être dans une démarche de réduction des déchets est de 80 % et dans la Région de 77 %.

## La restauration le midi

Dans cette section, on va s'intéresser aux habitudes de restauration des repas du midi en semaine, des habitants d'Aubenas Val de Ligne. Les graphiques de cette section traitent uniquement des habitants du bassin d'Aubenas Val de Ligne.

### Repas maison apporté ou manger à son domicile

Fréquence des consommateurs apportant leur repas maison ou mangeant à leur domicile le midi



**64 % des répondants apportent leurs repas maison ou mangent à leur domicile** tous les midis de la semaine, 15 % le font 2 à 3 fois par semaine. Seuls 12 % le font rarement ou jamais.

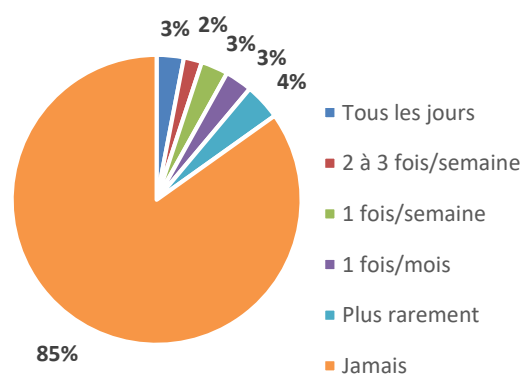
Les résultats sont similaires aux moyennes ardéchoises. Le taux de réponses pour « tous les jours » est plus important que dans la moyenne régionale (52 %).

### Self ou restaurant d'entreprise

**85 % des répondants ne mangent jamais dans un self ou un restaurant d'entreprise (ou universitaire pour les étudiants) le midi.** Seuls 8 % le font au moins une fois par semaine.

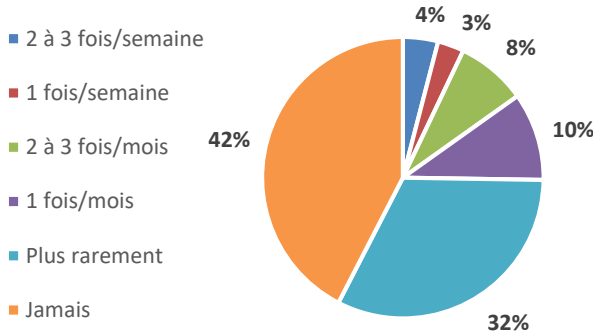
Ces résultats sont similaires à ceux du département et de la région.

Fréquence des consommateurs mangeant au self ou au restaurant d'entreprise le midi



### Fast food ou snack

Fréquence des consommateurs mangeant dans un fast food ou un snack le midi



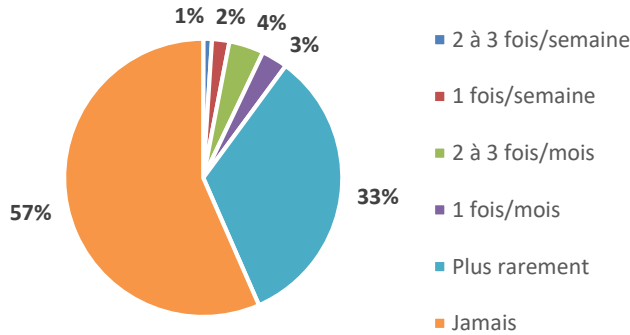
**42 % des répondants ne consomment jamais de fast food ou snack le midi**, 32 % le font rarement et seuls 7 % le font au moins une fois par semaine.

Le taux de répondant ne mangeant jamais dans un fast food ou snack le midi est plus faible que dans les moyennes départementale (48 %) et régionale (46 %).

### Food truck ou camion à pizzas

**57 % de répondants ne mangent jamais dans un food truck ou dans un camion à pizzas le midi**, 33 % le font moins d'une fois par mois. Seuls 3 % le font au moins une fois par semaine.

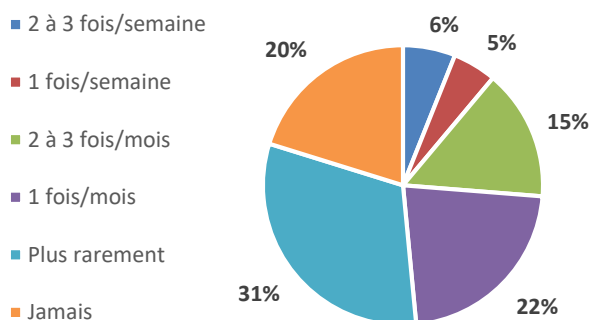
Fréquence des consommateurs mangeant dans un food truck ou camion à pizza le midi





## Restaurant traditionnel (brasserie, restaurant de spécialités, crêperie, pizzeria)

Fréquence des consommateurs mangeant dans un restaurant traditionnel le midi

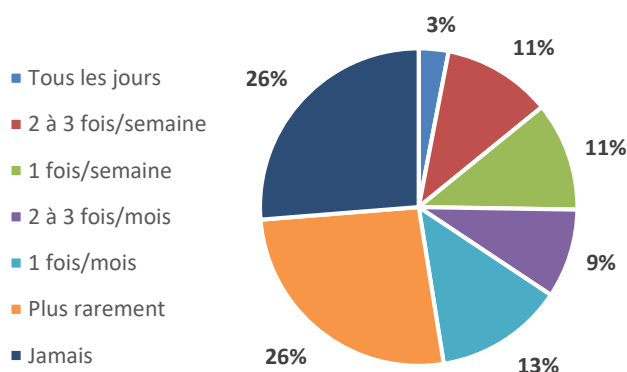


**Pour déjeuner, 37 % des répondants mangent 1 à 3 fois par mois dans un restaurant traditionnel, 31 % le font moins d'une fois par mois et 20 % ne le font jamais.**

Ces résultats sont similaires à ceux observés en moyenne dans le département et dans la région.

## Magasin alimentaire (y compris boulangerie)

Fréquence des consommateurs mangeant dans un magasin alimentaire le midi



**26 % des répondants n'achètent jamais leur repas préparé à emporter le midi dans un magasin alimentaire, 26 % le font rarement, 25 % le font au moins une fois par semaine.**

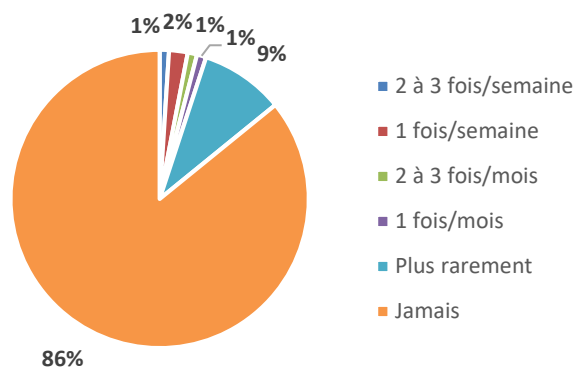
Ces résultats sont similaires à ceux observés en moyenne dans le département et dans la région.

## Livraison de repas (y compris par les plateformes de livraisons)

**Au déjeuner, 86 % des répondants ne se font jamais livrer leur repas le midi, 10% le font au maximum une fois par mois.**

On observe que le taux moyen régional des répondants qui ne se font jamais livrer est mesuré à 78 %, donc plus bas que dans le bassin d'Aubenas Val de Ligne.

Fréquence de consommateurs se faisant livrer leur repas du midi

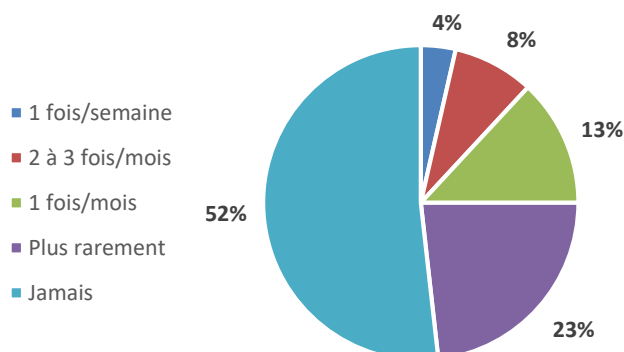


## La restauration le soir et le week-end

Dans cette section, on va s'intéresser aux habitudes de restauration des repas du soir et du week-end des consommateurs répondant sur le bassin d'Aubenas Val de Ligne.

### Fast food ou snack

Fréquence des consommateurs mangeant fast food ou snack le soir et le week-end



**52 % des répondants ne mangent pas de fast food ou de snack le soir et le week-end, 23 % le font moins d'une fois par mois. Seuls 4 % le font une fois par semaine.**

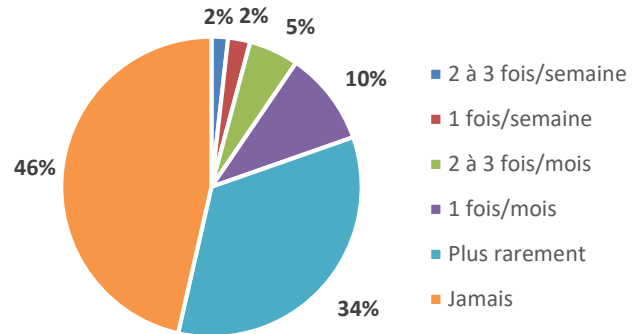
Les taux moyens de répondants qui ne mangent jamais fast food le soir et le week-end sont plus faibles au niveau départemental (46 %) et régional (45 %).

## Food truck ou camion à pizzas

**Le soir ou en fin de semaine, 46 % des répondants ne commandent jamais dans un food truck ou camion à pizza le soir et le week-end. 44 % le font 1 fois par mois ou moins.**

Les taux moyens ardéchois et régionaux sont similaires.

Fréquence des consommateurs mangeant dans un food truck ou camion à pizza le soir et le week-end

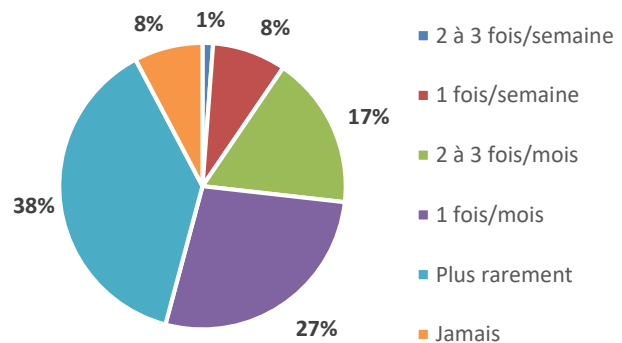


## Restaurant traditionnel

**Le soir ou en fin de semaine, 38 % des répondants mangent rarement dans un restaurant traditionnel, 27 % le font 1 fois par mois, 17 % le font 2 à 3 fois par mois, 9 % le font au moins une fois par semaine, et 8 % jamais.**

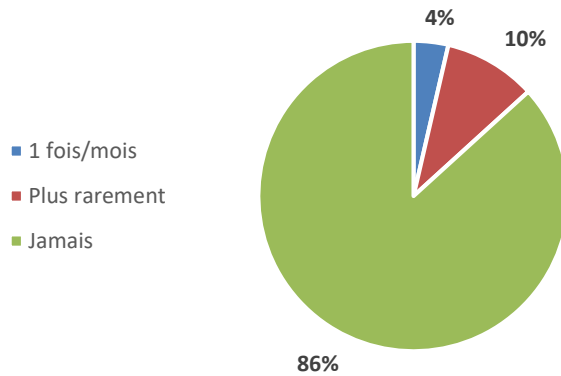
Ces résultats sont similaires en moyenne à ceux observés dans le département et dans la région.

Fréquence des consommateurs mangeant dans un restaurant traditionnel le soir et le week-end



## Livraison de repas

Fréquence des consommateurs se faisant livrer leur repas le soir et le week-end

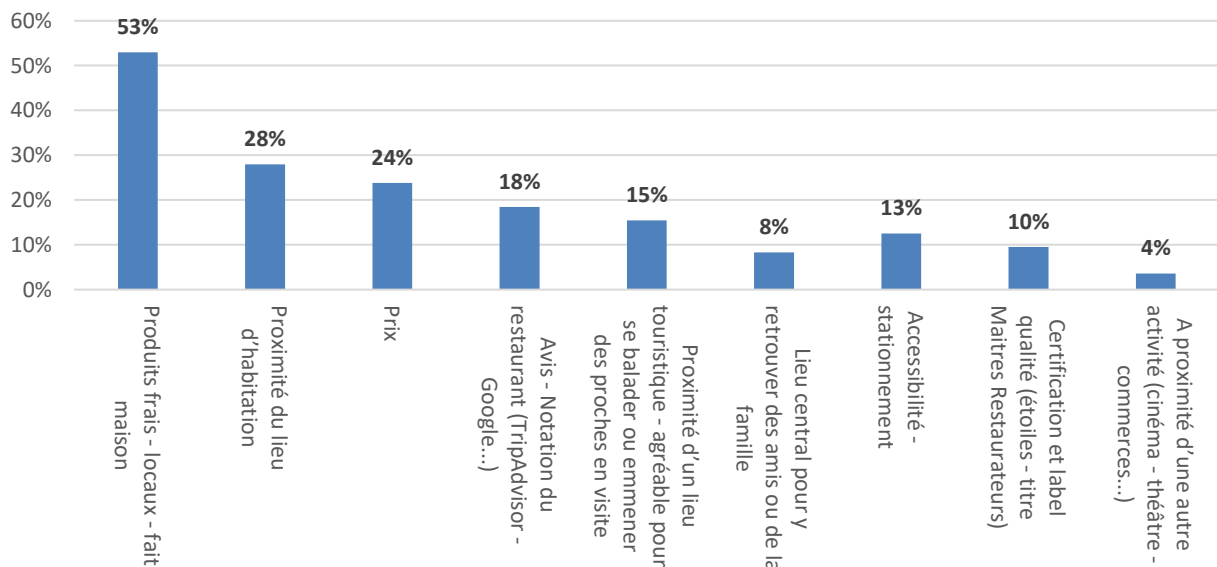


**86 % des répondants ne se font jamais livrer leur repas le soir ou le week-end**, et 10 % le font moins d'une fois par mois.

Le taux moyen régional des répondants qui ne se font jamais livrer leur repas est plus faible (75 %) que ceux d'Ardèche (82 %).

## Les critères de choix les plus importants pour choisir leur restaurant

Critères de choix pour l'établissement de restaurant du Bassin d'Aubenas Val de Ligne



Chaque répondant devait choisir maximum 2 critères dans leur choix de restaurant. **53 % ont choisi l'importance des produits frais, locaux et fait maison**, 28 % ont choisi la proximité du lieu d'habitation, 24 % ont choisi le prix.

En Ardèche et dans la région Auvergne Rhône Alpes c'est également l'importance des produits frais, **locaux** et fait maison qui devance les autres critères avec respectivement 55 % et 45 % des répondants ayant choisi ce critère. L'ordre de préférence des autres critères est également le même au niveau départemental et régional.

Globalement, il ressort de l'enquête de consommation qualitative menée par la CCI de l'Ardèche auprès des foyers des différents secteurs en Ardèche, dont les CCBA et CCVL, **une forte demande pour les produits locaux dans tous les circuits de distribution (restauration comprise) à condition de prix compétitifs** (pouvoir d'achat en baisse avec l'inflation des prix alimentaires, de l'énergie, des automobiles, carburants, logements, ...), **et de facilité d'achat** partout, tout le temps, sans effort, en y prenant du plaisir et si possible en consommant de façon responsable pour l'environnement. **Cette demande de produits locaux s'est fortement développée ces trois dernières années : il s'agit de la principale tendance de consommation à l'avenir si le territoire arrive à proposer une offre locale diversifiée en quantité suffisante pour toutes les formes de vente.**

## II – ESTIMATION DE L'INDICE LOCAL DE RÉSILIENCE ALIMENTAIRE

### 2-1 – Approche par les produits

Les estimations de consommation annuelle moyenne de produits alimentaires par français sont essentiellement extraites de l'outil PARCEL (source BASIC y compris plats préparés *en annexe 1*) et de données CCI. Les besoins alimentaires sur les 2 EPCI (CC Bassin d'Aubenas, CC Val de Ligne) ont été calculés sur la base d'une population moyenne/an de 57 000 habitants (46 500 habitants permanents en résidence principale + 10 500 habitants ponctuels en moyenne /jour pour les résidents secondaires, curistes, touristes, et visiteurs). La population démographique et touristique du Bassin d'Aubenas Val de Ligne est en essor : ce qui représente une tendance à plus de bouches à nourrir (cf *annexe 2*).

Produits	Estimation des productions/an (sources : RGA, Ch. Agri 07)	Estimation des consommations/an (sources : CCI 07, PARCEL, BASIC)	Taux de couverture théorique estimé des besoins alimentaires	Commentaires
Céréales	4 970 quintaux	115 kg x 57 000 = 6 555 000 kg ou 65 550 quintaux	<b>7,5 %</b>	Pour pain, farines, biscuits, pâtisseries, plats, ...
Oléagineux	775 quintaux	25,9 kg d'huiles et margarine x coef 3 x 57 000 = 4 428 900 kg ou 44 289 quintaux	<b>1,7 %</b>	Coef. 3 si en moyenne 3 kg d'oléagineux pour produire 1 kg d'huiles (tournesol, colza, arachide, olive, pépins de raisin, ...)
Protéagineux et légumes secs	–	7,4 kg x 57 000 = 421 800 kg	<b>0 %</b>	
PPAM (persil, thym, lavande, ...)	–	?	<b>Estimé à 5 %</b>	PPAM = Plantes à Parfum, Aromatiques et Médicinales
Pommes de terre	277 tonnes	66,6 kg x 57 000 = 3 796 200 kg ou 3 796,2 tonnes	<b>7,3 %</b>	
Légumes frais	696 tonnes	96,4 kg x 57 000 = 5 494 800 kg ou 5 498,8 tonnes	<b>12,6 %</b>	
Vignes (vin)	38 156 hl	40 l x 57 000 = 2 280 000 l ou 22 800 hl	<b>167,3 %</b>	
Fruits	31 340 tonnes	46 kg x 57 000 = 2 622 000 kg ou 2 622 tonnes	<b>1 195,2 %</b>	Production locale surtout de châtaignes faussant le taux de couverture théorique en raison de l'absence ou l'insuffisance d'autres fruits

Viande de bovin	108 676 kg	16,4 kg x 57 000 = 934 800 kg	<b>11,6 %</b>	
Viande d'ovin	96 784 kg	0,5 kg x 57 000 = 28 500 kg	<b>339,6 %</b>	
Viande de caprin	4 025 kg	?	?	Anecdotique
Viande de porc	46 640 kg	32,9 kg x 57 000 = 1 875 300 kg	<b>2,5 %</b>	
Autres viande (volaille, ...)	20 900 kg	27,2 kg x 57 000 = 1 550 400 kg	<b>1,3 %</b>	
Lait de vache	78 000 l	432,9 kg x 57 000 = 24 675 300 l	<b>3,5 %</b>	Consommation pour tous produits laitiers : beurre, fromages, crème, yaourts, lait bébé, desserts lactés
Lait chèvre	775 215 l			
Total lait	<u>853 215 l</u>			
Œufs	170 100 œufs	220 œufs x 57 000 = = 12 540 000 œufs	<b>1,4 %</b>	13,2 kg/60 g par œuf = 220 œufs/an y compris dans les pâtisseries, ...
Miel	39 000 kg	0,6 kg x 57 000 = 34 200 kg	<b>114 %</b>	
Sel, sucre, poivre, ...	?	?	<b>Estimé à 0 %</b>	
Poisson, crustacés, coquillages	?	33,3 kg x 57 000 = 1 898 100 kg ou 1 898,1 tonnes	<b>79 %</b>	Pisciculture de Font-Rome à Aubenas = 1 500 tonnes de truites faussant le taux de couverture théorique, car totale importation des produits de la mer.
<b>Indice local de résilience alimentaire pondéré</b>			<b>5 à 10 %</b>	

**Cette estimation de l'indice local de résilience alimentaire de 5 à 10 % peut paraître faible aux acteurs des deux intercommunalités concernées, mais à cette échelle de territoire et dans l'économie mondialisée actuelle basée sur l'énergie fossile du pétrole, les transports et l'import/export, elle est logique.** La plupart des produits locaux sont en partie exportés hors des deux EPCI (surtout ceux à plus de 100 % de taux de couverture comme les vins, châtaignes, viande ovine, miel, truites). **Mais même dans ces catégories de produits excédentaires, de nombreux produits viennent d'ailleurs : vins et autres boissons alcoolisées d'autres régions, châtaignes d'autres pays, importation totale des poissons et produits de la mer, de sodas, thé, café, chocolat, bananes, agrumes, ...**

Si l'on comptait aussi les pertes diverses (production, transformation, gaspillage, DLC dépassée, ...) et la consommation animale de produits alimentaires, l'indice local de résilience alimentaire pourrait être encore plus faible.



## 2.2 – Approche par les circuits de commercialisation

Globalement sur les zones ardéchoises, on estime que 85 % des repas et prises alimentaires (petits-déjeuners, déjeuners, goûters, diners, grignotages) sont pris à domicile ou achetés dans les commerces, et 15 % dans les différentes formes de restaurants (à 85 % en restauration commerciale, et 15 % en restauration collective).

Circuits de commercialisation	Part de marché estimée	Taux estimé de produits locaux
Grandes surfaces commerciales y compris leurs drives	85 % x 77,4 %	5 %
Commerces de moins de 300 m <sup>2</sup>	85 % x 17,4 %	10 %
Marchés de plein air	85 % x 2,5 %	50 %
Vente à distance (VPC, e-commerce)	85 % x 1,6 %	0 %
Autres formes de vente (AMAP, ventes à la ferme, ...)	85 % x 1,1 %	100 %
Restauration commerciale (restauration rapide burgers, kebabs, pizzerias, sandwichs, tacos, sushis, food-trucks, restaurants traditionnels et à thèmes dont spécialités étrangères, crêperies, restaurants d'hôtels et de campings, grills, gastronomiques, ...)	15 % x 85 %	5 %
Restauration collective (cuisine centrale d'Aubenas, cantines d'entreprises, scolaire, médical et maisons de retraite, ...)	15 % x 15 %	15 %
<b>Indice local de résilience alimentaire pondéré</b>	100 %	<b>5 à 10 %</b>

Quelle que soit la méthode (par les produits, ou par les circuits de distribution), on obtient un indice local de résilience alimentaire similaire et plutôt faible de l'ordre de 5 à 10 %, **ce qui laisse une grande marge de progression.**

## 2.3 – Approche des tonnages de produits locaux par circuit de commercialisation

En sélectionnant trois circuits de distribution, les plus susceptibles d'influer sur la consommation de produits locaux (grandes surfaces alimentaires car c'est le circuit de commercialisation n°1 et de loin, la restauration commerciale et la restauration collective qui peuvent largement améliorer leur résilience alimentaire locale), nous allons estimer un peu plus finement les tonnages actuels de produits locaux. Il s'agit bien d'estimation car comme on ne connaît pas précisément la proportion des différents fruits produits localement (quelle proportion de châtaigne, pommes, ...) dans les fruits, et comme indiqué dans la colonne Commentaires en page 29 de cette expertise CCI : cela fausse complètement le taux de couverture des produits locaux à 1 195 % pour les fruits.

Pour certains circuits de commercialisation par exemple les autres formes de vente (AMAP, ventes à la ferme) déjà à 100 % de produits locaux estimés : cela paraît difficile de faire plus, et pour le e-commerce/VAD à 0 % estimé : cela semble illusoire qu'Amazon, ou le commerçant en ligne breton de conserves de la mer par exemple, fassent des produits locaux de la CCBA-CCVL.

### Commercialisation de produits locaux dans la grande distribution (estimation quantitative par famille de produits)

Produits	Estimation des consommations/an tous circuits (sources : CCI 07, PARCEL, BASIC)	Part de marché estimée des produits locaux de la grande distribution	Estimation quantitative de consommation de produits locaux par famille de produits
Céréales	115 kg x 57 000 = 6 555 000 kg ou 65 550 quintaux	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>2 156 quintaux</b>
Oléagineux	25,9 kg d'huiles et margarine x coef 3 x 57 000 = 4 428 900 kg ou 44 289 quintaux	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>1 457 quintaux</b>
Protéagineux et légumes secs	7,4 kg x 57 000 = 421 800 kg	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>13 875 kg</b>
PPAM (persil, thym, lavande, ...)	?		?

Pommes de terre	66,6 kg x 57 000 = 3 796 200 kg ou 3 796,2 tonnes	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>125 tonnes</b>
Légumes frais	96,4 kg x 57 000 = 5 494 800 kg ou 5 498,8 tonnes	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>181 tonnes</b>
Vignes (vin)	40 l x 57 000 = 2 280 000 l ou 22 800 hl	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>750 hl</b>
Fruits	46 kg x 57 000 = 2 622 000 kg ou 2 622 tonnes	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>86 tonnes</b>
Viande de bovin	16,4 kg x 57 000 = 934 800 kg	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>30 750 kg</b>
Viande d'ovin	0,5 kg x 57 000 = 28 500 kg	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>938 kg</b>
Viande de caprin	?		<b>?</b>
Viande de porc	32,9 kg x 57 000 = 1 875 300 kg	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>61 688 kg</b>
Autres viande (volaille, ...)	27,2 kg x 57 000 = 1 550 400 kg	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>51 000 kg</b>
Lait de vache Lait chèvre Total lait	432,9 kg x 57 000 = 24 675 300 l	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>811 694 l</b>
Œufs	220 œufs x 57 000 = 12 540 000 œufs	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>412 503 œufs</b>
Miel	0,6 kg x 57 000 = 34 200 kg	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>1 125 kg</b>
Sel, sucre, poivre, ...	?		<b>?</b>
Poisson, crustacés, coquillages	33,3 kg x 57 000 = 1 898 100 kg ou 1 898,1 tonnes	85 % x 77,4 % x 5 %	<b>62 tonnes</b>

**Commercialisation de produits locaux dans la restauration commerciale**  
(estimation quantitative par famille de produits)

Produits	Estimation des consommations/an tous circuits (sources : CCI 07, PARCEL, BASIC)	Part de marché estimée des produits locaux de la restauration commerciale	Estimation quantitative de consommation de produits locaux par famille de produits
Céréales	115 kg x 57 000 = 6 555 000 kg ou 65 550 quintaux	15 % x 85 % x 5 %	<b>418 quintaux</b>
Oléagineux	25,9 kg d'huiles et margarine x coef 3 x 57 000 = 4 428 900 kg ou 44 289 quintaux	15 % x 85 % x 5 %	<b>282 quintaux</b>
Protéagineux et légumes secs	7,4 kg x 57 000 = 421 800 kg	15 % x 85 % x 5 %	<b>2 689 kg</b>
PPAM (persil, thym, lavande, ...)	?		?
Pommes de terre	66,6 kg x 57 000 = 3 796 200 kg ou 3 796,2 tonnes	15 % x 85 % x 5 %	<b>24 tonnes</b>
Légumes frais	96,4 kg x 57 000 = 5 494 800 kg ou 5 498,8 tonnes	15 % x 85 % x 5 %	<b>35 tonnes</b>
Vignes (vin)	40 l x 57 000 = 2 280 000 l ou 22 800 hl	15 % x 85 % x 5 %	<b>145 hl</b>
Fruits	46 kg x 57 000 = 2 622 000 kg ou 2 622 tonnes	15 % x 85 % x 5 %	<b>17 tonnes</b>
Viande de bovin	16,4 kg x 57 000 = 934 800 kg	15 % x 85 % x 5 %	<b>5 959 kg</b>

Viande d'ovin	0,5 kg x 57 000 = 28 500 kg	15 % x 85 % x 5 %	<b>182 kg</b>
Viande de caprin	?		<b>?</b>
Viande de porc	32,9 kg x 57 000 = 1 875 300 kg	15 % x 85 % x 5 %	<b>11 955 kg</b>
Autres viande (volaille, ...)	27,2 kg x 57 000 = 1 550 400 kg	15 % x 85 % x 5 %	<b>9 884 kg</b>
Lait de vache Lait chèvre Total lait	432,9 kg x 57 000 = 24 675 300 l	15 % x 85 % x 5 %	<b>157 305 l</b>
Œufs	220 œufs x 57 000 = 12 540 000 œufs	15 % x 85 % x 5 %	<b>79 942 œufs</b>
Miel	0,6 kg x 57 000 = 34 200 kg	15 % x 85 % x 5 %	<b>218 kg</b>
Sel, sucre, poivre, ...	?		<b>?</b>
Poisson, crustacés, coquillages	33,3 kg x 57 000 = 1 898 100 kg ou 1 898,1 tonnes	15 % x 85 % x 5 %	<b>12 tonnes</b>

**Commercialisation de produits locaux dans la restauration collective**  
(estimation quantitative par famille de produits)

Produits	Estimation des consommations/an tous circuits (sources : CCI 07, PARCEL, BASIC)	Part de marché estimée des produits locaux de la restauration collective	Estimation quantitative de consommation de produits locaux par famille de produits
Céréales	115 kg x 57 000 = 6 555 000 kg ou 65 550 quintaux	15 % x 15 % x 15 %	<b>221 quintaux</b>
Oléagineux	25,9 kg d'huiles et margarine x coef 3 x 57 000 = 4 428 900 kg ou 44 289 quintaux	15 % x 15 % x 15 %	<b>149 quintaux</b>
Protéagineux et légumes secs	7,4 kg x 57 000 = 421 800 kg	15 % x 15 % x 15 %	<b>1 424 kg</b>
PPAM (persil, thym, lavande, ...)	?		?
Pommes de terre	66,6 kg x 57 000 = 3 796 200 kg ou 3 796,2 tonnes	15 % x 15 % x 15 %	<b>13 tonnes</b>
Légumes frais	96,4 kg x 57 000 = 5 494 800 kg ou 5 498,8 tonnes	15 % x 15 % x 15 %	<b>19 tonnes</b>
Vignes (vin)	40 l x 57 000 = 2 280 000 l ou 22 800 hl	15 % x 15 % x 15 %	<b>77 hl</b>
Fruits	46 kg x 57 000 = 2 622 000 kg ou 2 622 tonnes	15 % x 15 % x 15 %	<b>9 tonnes</b>
Viande de bovin	16,4 kg x 57 000 = 934 800 kg	15 % x 15 % x 15 %	<b>3 155 kg</b>

Viande d'ovin	0,5 kg x 57 000 = 28 500 kg	15 % x 15 % x 15 %	<b>96 kg</b>
Viande de caprin	?		<b>?</b>
Viande de porc	32,9 kg x 57 000 = 1 875 300 kg	15 % x 15 % x 15 %	<b>6 329 kg</b>
Autres viande (volaille, ...)	27,2 kg x 57 000 = 1 550 400 kg	15 % x 15 % x 15 %	<b>5 233 kg</b>
Lait de vache Lait chèvre Total lait	432,9 kg x 57 000 = 24 675 300 l	15 % x 15 % x 15 %	<b>83 279 l</b>
Œufs	220 œufs x 57 000 = 12 540 000 œufs	15 % x 15 % x 15 %	<b>42 322 œufs</b>
Miel	0,6 kg x 57 000 = 34 200 kg	15 % x 15 % x 15 %	<b>115 kg</b>
Sel, sucre, poivre, ...	?		<b>?</b>
Poisson, crustacés, coquillages	33,3 kg x 57 000 = 1 898 100 kg ou 1 898,1 tonnes	15 % x 15 % x 15 %	<b>6 tonnes</b>

Ces estimations quantitatives de produits locaux issues d'enquêtes de consommateurs et de calculs économétriques pourraient être affinées par une recherche plus lourde et exhaustive des ventes de l'offre (grande distribution, restaurations, autres commerces alimentaires, marchés, ...) pour chiffrer plus précisément les poids, ingrédients, origines des produits selon les étiquettes et factures, avec une enquête complémentaire en cas de besoin auprès de leurs fournisseurs.

La méthodologie par les enquêtes de consommation, plus approximative et plus économique, que celle par l'offre, donne tout de même des résultats intéressants.

## CONCLUSION

L'expertise de la CCI a permis de chiffrer les flux de consommation, les taux de couverture des besoins alimentaires avec la production agricole sur les Communautés de communes du bassin d'Aubenas et du Val de Ligne, ainsi que **l'indice local de résilience alimentaire de 5 à 10 %**. La marge de progrès ne serait-ce que pour respecter la loi EGAlim en restauration collective imposant 50 % de produits durables (donc locaux) et de qualité est certaine. Avec un territoire attractif comme l'est le Bassin d'Aubenas Val de Ligne en essor démographique et touristique, il y a chaque année plus de bouches à nourrir tant chez les habitants permanents que les touristes. **L'enjeu de résilience alimentaire est donc croissant**

Pour fixer les dépenses de consommation sur les deux intercommunalités, développer l'économie locale, l'attractivité du territoire et réduire les risques de pénurie alimentaire dans un avenir incertain (réchauffement climatique avec potentiellement le climat de l'Andalousie en Ardèche méridionale à partir de 2050, pénurie d'eau et sécheresse), il est important de réfléchir aux voies possibles pour améliorer la résilience alimentaire du territoire.

**Cette responsabilité revient à tout le monde, mais en priorité aux élus locaux responsables de la sécurité notamment alimentaire avec les plans communaux et intercommunaux de sauvegarde.** Cette sécurité passe par des infrastructures alimentaires de proximité. Les stocks alimentaires et en eau réduits de la grande distribution (moins de 2 jours) et des particuliers (moins d'1 semaine) aggravent cette résilience locale réduite basée sur l'acheminement des produits alimentaires lointains affaiblissant le territoire. Chacun peut en prendre conscience et se préparer en conséquence pour faire de l'amélioration de sa résilience alimentaire, une priorité vitale, et sortir de son illusion de sécurité alimentaire.

**Plusieurs territoires et initiatives ont déjà entamé des actions dans le sens de la résilience aliementaire.** Citons :

- La convention Chambre d'agriculture/CCBA pour relocaliser la production alimentaire,
- L'emploi par la municipalité de Vinezac d'un paysan communal pour approvisionner les cantines locales,
- La rénovation des réseaux d'irrigation agricole du SDEA dans la plaine de Chomérac,
- Plusieurs expérimentations dans la Communauté de communes Beaume-Drobie pour faire face au réchauffement climatique notamment l'installation en 2022 d'un réservoir d'eau potable enterré peu coûteux, l'augmentation de 4 pour 1 000 en humus dans les sols pour absorber le surplus de carbone dans l'atmosphère, un PLUI adopté dès 2020 respectant la « zéro artificialisation nette », l'interdiction d'imperméabilisation des parkings,



l'obligation pour les maisons d'avoir une réserve d'eau pluviale d'1 m<sup>3</sup> pour 10 m<sup>2</sup> de surface couverte,

- L'éducation à l'agriculture (potager dans la cour de récréation, ...) et à la cuisine dès l'école dans de nombreuses régions,
- Nicolas Chabanne ardéchois originaire de Lussas et fondateur de la marque « C'est qui le patron ? » réinventant le commerce équitable,
- La création à Aubenas en 2023 d'un tiers-lieu la Ringarderie pour revitaliser une friche industrielle autour des valeurs du réemploi avec notamment l'ouverture d'une conserverie anti-gaspi des produits locaux. Cette association comptant déjà 500 adhérents en quelques mois illustre une vraie demande locale,
- Montpellier avec « Ma cantine s'engage vers 100 % de produits bio et/ou locaux en 2026 »,
- L'expérimentation de permaculture pour garder l'eau de pluie à Champis par la CC Rhône Crussol,
- Le projet de relancer un commerce alimentaire de proximité à Joannas sur le Val de Ligne, ...).

**Par ses actes d'achat, le consommateur a le pouvoir d'acheter plus de produits locaux, mais il faut le sensibiliser à cet enjeu vital et augmenter la production locale pour qu'il dispose d'un assortiment suffisant et diversifié d'aliments locaux produits sur les communautés de communes du Bassin d'Aubenas et du Val de Ligne.**

Avec l'offre de service groupée intitulée « **Alimentation locale : je passe à l'action sur mon territoire** » l'Interconsulaire d'Ardèche et Ardèche le goût, proposent d'accompagner les collectivités volontaires pour favoriser une évolution vertueuse de la consommation alimentaire. Des ateliers de réflexion collective basés sur nos expertises communes, une analyse prospective de l'alimentation de demain, et la préparation de préconisations avec un plan d'amélioration de la résilience alimentaire locale, peuvent être organisés. L'intelligence collective permettra d'agir pour favoriser les circuits courts, promouvoir une alimentation favorable à la santé et éviter de subir pénuries et inflations incontrôlées.

**Se nourrir est vital : on ne peut pas vivre plus de 3 jours sans boire, et 3 semaines sans manger.** Le pétrole et l'énergie sont déjà trop chers à près de 2 €/l pour certains particuliers ou entreprises, mais quels seront les impacts quand l'essence sera à 4 ou 5 euros/litre ou qu'il n'y aura plus d'eau potable au robinet ou pour arroser les cultures et abreuver le bétail ? Comme il faut environ 20 ans pour changer de modèle (actuellement basé sur le pétrole à volonté et pas cher, mais qui comme énergie fossile finie deviendra de plus en plus rare et cher dans quelques années), il est urgent de commencer rapidement pour éviter les ruptures d'approvisionnement. **La relocalisation alimentaire, est au moins aussi vitale que la relocalisation industrielle, énergétique ou médicale.**

**Sans une filière agroalimentaire reterritorisée, résiliente, durable, sécurisée et pourvoyeuse d'emplois, nous courons le risque de graves problèmes humanitaires, sociaux et économiques.**

# ANNEXES

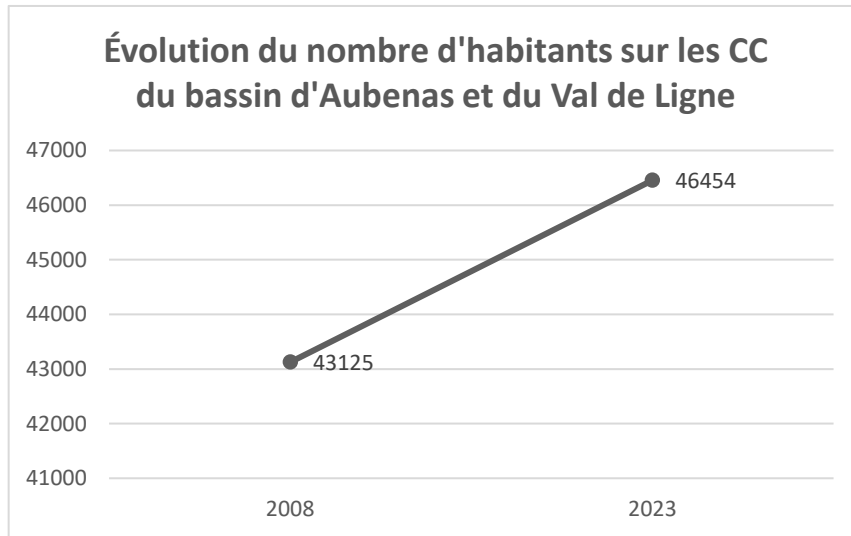
## ANNEXE 1

ANNEXE 1 : PRODUITS PRIS EN COMPTE PAR L'OUTIL PARCEL ET QUANTITÉS CONSOMMÉES POUR UN RÉGIME ALIMENTAIRE FRANÇAIS STANDARD (SOURCE : BASIC, 2019)

Produits	Conso. (Kg pers/an)*	Produits	Conso. (Kg/pers/an)*
<b>LEGUMES <sup>1</sup></b>		Noisettes	0,4
Ail, Echalotes, Oignons	8,2	Noix	0,3
Artichauts	0,7	Olives	0,4
Asperges	0,5	Pamplemousses	1,1
Aubergines	1,1	Pêches	2,7
Betteraves, radis, Salsifis, Similaires	3,4	Poires	3,4
Carottes, Navets, Céleris raves	0,2	Pommes	17,2
Bettes, cardes, brèdes, christophine	0,5	Prunes	3,1
Céleris branche	11,1	Raisins de table	2,5
Choux	7,1	<b>CEREALES ET AUTRES CULTURES ...</b>	
Citrouilles, courges et Calebasses	1,5	Autres céréales	0,3
Concombres et cornichons	2,9	Avoine	0,2
Courgettes	3,8	Betterave sucrière	66,6
Epinards	1,8	Blé dur	16,9
Haricot	4,8	Blé tendre	96,9
Maïs doux	5,8	Huile de colza <sup>2</sup>	7,5
Melons et Pastèques	8,2	Haricots secs	6,3
Poireaux	2,5	Lentilles	0,7
Pois	2,9	Orge	0,4
Poivrons et piments	2,1	Pois secs et autres protéagineux	0,4
Salades et endives	10,8	Pomme de terre <sup>1</sup>	66,6
Tomates	16,5	Seigle	0,3
<b>FRUITS <sup>1</sup></b>		Huile de soja <sup>2</sup>	6,3
Abricots	1,8	Huile de tournesol <sup>2</sup>	12,1
Amandes	0,5	<b>ELEVAGE</b>	
Autres baies	0,2	Lait <sup>2</sup> et co-produits (viande)	432,9
Cerises	0,7	Viande bovine à viande	16,4
Châtaignes	0,2	Viande porcine	32,9
Figues	0,2	Viande ovine à viande	0,5
Fraises	1,9	Volailles, lapins et autres	27,2
Framboises	0,3	Œufs	13,2
Kiwis	1,6		
Mandarines et clémentines	5,1		
Nectarines	2,4		

Tableau 1 : Les produits pris en compte par PARCEL et leur consommation (Source : BASIC, 2019)

## ANNEXE 2



**La croissance démographique du bassin d'Aubenas et du Val de Ligne signifie plus de bouches à nourrir.**

2008	43125
2023	46454
Évolution en % 2008-2023	8%
Évolution 2008-2023	3329

(Source : INSEE)

Les projets notamment de 400 logements neufs supplémentaires à Aubenas prévus d'ici 2027 au PLUI du bassin d'Aubenas et du Campus des métiers de l'hôtellerie, la restauration et du tourisme à Largentière (des dizaines de salariés pour le chantier de plus de 10 millions d'euros puis pour l'enseignement, et des centaines d'étudiants supplémentaires à terme) devraient prolonger à l'avenir cette tendance structurelle à l'augmentation de la population à alimenter.

## Évolution du nombre d'habitants sur les communautés de communes du bassin d'Aubenas et du Val de Ligne

C.C Bassin d'Aubenas				
Communes	Nombre d'habitants 2008	Nombre d'habitants 2020 valeur légale 2023	Évolution 2008-2023	Évolution en % 2008-2023
Ailhon	471	551	80	17%
Aizac	159	170	11	7%
Aubenas	11 496	12 403	907	8%
Fons	305	328	23	8%
Genestelle	276	275	-1	0%
Juvinas	161	175	14	9%
Labastide-sur-Bésorgues	222	259	37	17%
Labégude	1 366	1 359	-7	-1%
Lachapelle-sous-Aubenas	1 430	1 699	269	19%
Lavilledieu	1 885	2 230	345	18%
Laviolle	124	103	-21	-17%
Lentillères	210	234	24	11%
Mercuer	1 186	1 245	59	5%
Mézilhac	105	97	-8	-8%
Saint-Andéol-de-Vals	540	516	-24	-4%
Saint-Didier-sous-Aubenas	773	930	157	20%
Saint-Etienne-de-Boulogne	342	414	72	21%
Saint-Etienne-de-Fontbellon	2 490	2 880	390	16%
Saint-Joseph-des-Bancs	187	174	-13	-7%
Saint-Julien-du-Serre	828	865	37	4%
Saint-Michel-de-Boulogne	145	148	3	2%
Saint-Privat	1 579	1 664	85	5%
Saint-Sernin	1 475	1 772	297	20%
Ucel	1 894	2 056	162	9%
Vallées-d'Antraigues-Asperjoc	916	867	-49	-5%
Vals-les-Bains	3 737	3 495	-242	-6%
Vesseaux	1 577	2 020	443	28%
Vinezac	1 195	1 410	215	18%
Total	37074	40339	3265	9%

C.C Val de Ligne				
Communes	Nombre d'habitants 2008	Nombre d'habitants 2020 valeur légale 2023	Évolution 2008-2023	Évolution en % 2008-2023
Chassiers	994	1 019	25	3%
Chazeaux	108	145	37	34%
Joannas	340	295	-45	-13%
Largentière	1 805	1 573	-232	-13%
Laurac en vivarais	887	1 032	145	16%
Montréal	529	577	48	9%
Prunet	133	136	3	2%
Rocher	275	275	0	0%
Sanilhac	382	448	66	17%
Tauriers	179	200	21	12%
Uzer	419	415	-4	-1%
Total	6051	6115	64	1%