

MANIFESTE

Penser l'itinérance pour faciliter
l'accès aux services de
proximité en milieu rural

Octobre 2024

Rédigé par
Mon P'tit Camion & le réseau Bière Truck



Notre ambition

Acteurs et praticiens engagés de l'itinérance (*), nous sommes fiers d'apporter chaque jour, dans les territoires ruraux, des services de proximité marchands comme non marchands **au plus près des habitants**, et de **contribuer**, aux côtés de nombreuses autres initiatives, **au lien social et au vivre ensemble**.

Nous sommes convaincus que les commerces et services itinérants représentent **une solution concrète, agile et viable** pour répondre aux besoins mal satisfaits d'accès aux services de proximité du quotidien, tout particulièrement en milieu rural.

Ce Manifeste vise à partager cette vision et à mobiliser les entrepreneurs itinérants, les acteurs associatifs, les acteurs de l'emploi et de l'insertion, les collectivités territoriales et les services de l'Etat pour que l'itinérance soit considérée à sa juste valeur : un levier pertinent et complémentaire de développement local et de dynamisation des services de proximité dans les politiques d'aménagement territorial.

(*) Sont ici considérés comme « itinérants » les porteurs d'un service marchand ou non-marchand qui se déplacent au plus près de leurs clients ou usagers grâce à un véhicule spécialement aménagé à cet effet : fourgon, camping-car, remorque, caravane, etc.

L'itinérance aujourd'hui : un levier évident, mais peu considéré ... et peu structuré

Le monde rural, qui réunit 30% de la population nationale et plus de 80% des communes françaises¹, bénéficie d'une très bonne image auprès du grand public comme des habitants des territoires ruraux², en atteste la tendance démographique à la hausse qui y est observée ces 30 dernières années. Cette attractivité se heurte néanmoins à des obstacles qui impactent négativement la qualité de vie et l'accès au service, deux enjeux majeurs des élus locaux dans nos campagnes. Ainsi, les territoires « peu denses » (selon l'acception de l'INSEE) souffrent d'un **déséquilibre en termes d'accès aux services** du quotidien et de mobilité. Plus de 21 000 communes ne disposent plus d'aucun commerce, soit 62% contre 25% en 1980³. Ce déclin se traduit notamment par une croissance de la vacance commerciale, une réduction des lieux d'interaction sociale et une augmentation des déplacements des habitants. Chaque habitant des territoires ruraux est par exemple amené à réaliser **4 déplacements sur 5 en voiture**⁴.

Face à ces constats, **les commerces et services itinérants constituent de véritables pourvoyeurs de solutions**. L'avantage principal de l'itinérance est de pouvoir se déplacer à l'échelle d'un bassin de vie grâce à un véhicule aménagé pour aller au plus près des clients et/ou usagers, et de pouvoir ainsi, à coûts maîtrisés, améliorer l'accès aux commerces et aux services de proximité dans les communes rurales qui en manquent. Par sa capacité à donner des habitudes aux habitants dès **le premier kilomètre** autour de leur domicile, l'itinérance contribue autant à réduire significativement la consommation énergétique et les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux déplacements en voiture individuels, qu'à favoriser **la création d'emplois locaux et non délocalisables**.

Aujourd'hui, **tous nos besoins quotidiens existent sous forme itinérante** : restauration, soins, santé, entretien, culture et loisirs⁵. S'il s'agit d'une pratique aussi ancienne que le commerce, nous constatons depuis quelques années une émulation réelle et une inventivité foisonnante du secteur, qui touchent à la

¹ Étude sur la diversité des ruralités « Typologies et trajectoires des territoires », <https://www.observatoire-des-territoires.gouv.fr/kiosque/2023-etude-ruralites-etude-sur-la-diversite-des-ruralites-typologies-et-trajectoires-des>

² 84% du grand public considère cette année qu'il gagnerait à être mieux connu (80% des ruraux), enquête « Territoires ruraux : perceptions et réalités de vie face aux défis des transitions » réalisée par l'IFOP pour Familles Rurales, publiée en mai 2023.

³ INSEE, 2021

⁴ Seuls 19% des habitants des communes rurales affirment pouvoir choisir leur mode de transport contre 60% des habitants des agglomérations de + 100 000 personnes (AMRF, Les territoires ruraux s'engagent pour la mobilité durable, 2020, <https://www.amrf.fr/les-dossiers/mobilites-2/>)

⁵ Ces cinq catégories de services ont été définies par l'association Mon P'tit Camion en 2020 pour faciliter la caractérisation des commerces et services itinérants, qui n'existe pas à l'heure actuelle.

fois les acteurs privés, associatifs et publics : Bus France Services, Médicobus, Gendtruck de la Gendarmerie nationale, Bus de l'Entrepreneuriat BPI, etc.

Pourtant, son développement fait l'objet de plusieurs contraintes d'ordres socioculturel, technique et réglementaire que nous souhaitons ici mettre en évidence. Nous en citerons trois principales :

1. **Le secteur de l'itinérance reste assez largement méconnu**, quel que soit son secteur d'activité, et se situe le plus souvent "hors des radars" dans le débat public⁶ : il n'existe pas de données précises ni de catégorisation qui permettrait de quantifier (et de qualifier) les commerces et services itinérants, et ce quel que soit l'échelon territorial considéré (national, régional, départemental, intercommunal, communal). En conséquence, le secteur ne bénéficie pas d'une considération particulière ni de ressources spécifiques dans les politiques publiques⁷ ;
2. Corollaire logique de cette invisibilité, **le commerce itinérant est à l'inverse parfois considéré de manière négative**, perçu comme de la concurrence déloyale vis-à-vis du commerce sédentaire ou pour constater une incapacité des institutions publiques à en encadrer le développement ;
3. Enfin, le secteur souffre d'**un déficit de structuration et de professionnalisation** qui pèse sur sa crédibilité. Il apparaît très éclaté et, malgré une indéniable montée en compétence ces dernières années, ses acteurs n'ont pas toujours une parfaite maîtrise de la réglementation applicable ainsi que de l'écosystème économique et public local. Ils ne trouvent en retour pas aisément l'accompagnement adéquat pour les aider dans leur projet.

Les 3 piliers pour un développement pérenne de l'itinérance au service des territoires

Nous, acteurs du commerce et des services itinérants, soucieux de contribuer à l'amélioration de l'accès aux besoins quotidiens des habitants des territoires ruraux, souhaitons **mettre en débat** au travers de ce Manifeste trois piliers à même d'encourager le développement de solutions itinérantes dans les commerces et services de proximité marchands et non marchands. **Chaque pilier représente un axe de travail** dont l'ensemble vise à **constituer à terme une feuille de route stratégique** pour un développement pérenne de l'itinérance au service des territoires.

Pensée en complémentarité avec les acteurs sédentaires (commerces, lieux publics, tiers-lieux, etc.) et en dialogue avec les responsables publics locaux, l'itinérance nous apparaît en effet comme un outil à même d'apporter **une valeur ajoutée avérée en matière de service de proximité** et d'animation locale, et de contribuer à **déployer des modèles alternatifs, légers et agiles**.

Pilier 1 : intégrer l'itinérance comme un outil de développement local et d'innovation territoriale dans les politiques publiques

Pour rendre accessibles les services et commodités en milieu rural et disposer d'une **base économique locale résiliente et diversifiée**, nous encourageons les pouvoirs publics à mieux considérer l'itinérance comme une des solutions possibles pour renforcer les traditionnels instruments de l'Etat et des collectivités territoriales : opérations de revitalisation commerciale en milieu rural (commerces multi-services, numérisation du commerce, levier fiscal), France Ruralités, Agenda Rural, politiques d'aménagement du territoire, services de mobilité, outils d'animation et de cohésion sociale. En effet, en travaillant à l'échelle

⁶ La page 83 du rapport d'information du Sénat « Soutenir le commerce en milieu rural » de mars 2022 soulève le besoin de renforcer les liens entre itinérants et collectivités via des instances dédiées, le débat du 4 mai 2023 au Sénat sur le thème de la France rurale face à la disparition des services publics rappelle les intérêts et les difficultés à déployer des commerces et services itinérants https://www.facebook.com/watch/live/?ref=watch_permalink&v=6120832538013063.

⁷ A titre d'exemple, le bilan 2023 du Programme du commerce en milieu rural qui apporte un soutien financier à l'investissement des commerces sédentaires et non sédentaires montre que seuls 5 % des projets soutenus concernaient la création de commerces itinérants car le dispositif serait localement méconnu ou trop complexe pour les entrepreneurs https://www.linkedin.com/posts/christelle-breem-93686b156_retour-sur-lann%C3%A9e-2023-activity-7170524972573007872-08TB?utm_source=share&utm_medium=member_desktop.

d'un bassin de vie ou d'une communauté de communes, l'itinérance permet de façonner des « tournées » régulières là où un commerce sédentaire (même multiservices) ne pourrait être économiquement pérennisé.

Cela devra passer à la fois par **une meilleure connaissance du secteur** (recensement et cartographie des acteurs, travaux de recherche-action, ...), par **une meilleure reconnaissance de sa mission d'intérêt général** et par **un soutien renforcé à ses porteurs de projet** au travers des différents dispositifs de soutien technique et financier – existants ou à créer – mis en œuvre par les acteurs publics (appels à projets de l'ANCT et des collectivités par exemple).

Pilier 2 : structurer une « filière de l'itinérance »

En phase de création comme en activité, les entrepreneurs itinérants font face à une problématique majeure : il n'existe pas de bibliothèque de ressources complète, accessible et spécialisée qui offre les réponses concrètes aux besoins de leur activité. Quelle est la réglementation à respecter ? Quels sont les coûts d'aménagement d'un véhicule ? Comment négocier son assurance ? Comment identifier des opportunités d'emplacement et quelles sont les conditions à respecter ?

Les fédérations professionnelles dont ils peuvent relever en fonction de leur catégorie de service (restauration, soins, santé, entretien matériel, culture et loisirs) maîtrisent elles-mêmes assez peu les spécificités de l'itinérance. La filière itinérante, par essence transversale et qui recouvre l'ensemble de ces secteurs d'activité, mérite à ce titre d'être **structurée et professionnalisée** afin d'offrir aux porteurs de services itinérants les moyens nécessaires aux ambitions qu'ils adressent.

Nous souhaitons donc encourager **la création d'une filière qui mobilise, fédère et représente** les intérêts des acteurs itinérants, quel que soit leur secteur d'activité ou leur structure juridique. Cette filière professionnelle aura pour vocation de conseiller, d'informer et d'accompagner les itinérants, de porter une voix plus audible dans le dialogue institutionnel sur les politiques publiques en matière d'aménagement du territoire et de soutien au commerce de proximité, et de rendre visible les impacts positifs de l'itinérance dans la délivrance de service et le vivre ensemble.

Pilier 3 : développer une ingénierie dédiée et adaptée aux besoins des territoires

La plupart des structures qui accompagnent l'entrepreneuriat (acteurs de l'insertion et de l'appui à la création d'entreprises, chambres consulaires, banques, incubateurs, fonds d'innovation, dispositifs publics, ...) manquent d'**une ingénierie dédiée** aux besoins des porteurs de projets itinérants : outils d'études de marché adaptés, maîtrise de la réglementation, posture de l'entrepreneur itinérant, élaboration d'un business plan réaliste, risques et facteurs d'échecs, astuces pour monter sa tournée, outils de communication adaptés à l'itinérance...

De ce fait, de nombreux porteurs de projet se lancent dans l'itinérance sans accompagnement adéquat. Nous souhaitons donc **faciliter l'acculturation des acteurs de l'insertion et de l'entrepreneuriat aux métiers de l'itinérance**, favoriser l'échange de pratiques concrètes et de conseils, et travailler en collaboration avec ces acteurs à la mise en place d'ateliers, de formations et d'accompagnement des entrepreneurs itinérants (à la création de leur activité comme à la post-crétation).

Malgré l'intérêt croissant des pouvoirs publics et des médias pour exposer l'intérêt des commerces et services itinérants dans la réponse à des besoins locaux non pourvus, les dispositifs actuels n'exploitent que très peu le potentiel offert par ce mode de livraison de services. Pour cela, il nous semble indispensable d'intégrer l'itinérance comme un outil stratégique de développement territorial (Pilier I), de parvenir à une meilleure structuration de la filière (Pilier II) et de développer une ingénierie partagée en la matière avec les différents acteurs de la création d'entreprise et de l'insertion professionnelle (Pilier III).

L'itinérance ne doit toutefois ni se considérer ni être considérée de manière isolée et indépendante. Elle sera pleinement utile et efficace dans le cadre d'**une démarche intégrée d'amélioration de l'accès au service de proximité**, en articulation étroite avec les commerces sédentaires et avec les acteurs associatifs et culturels, au service de la vitalité des territoires ruraux. Nous, acteurs et praticiens engagés de l'itinérance, sommes résolument engagés dans cette voie, et encourageons tous les acteurs qui le souhaitent à nous rejoindre pour faire de l'itinérance une solution d'avenir.

Signataires

1. Camion scratch, formation en DJing et évènementiel, Ile-de-France
2. Chapeau de Paille, foodtruck, Indre-et-Loire
3. Chopatate, foodtruck, Landes
4. Clochette, multi-services itinérant, Drôme
5. Cocolibri Food Truck, foodtruck, Indre-et-Loire
6. Comme Autrefois, foodtruck, Indre-et-Loire
7. Expériences, formation et accompagnement en régulation non-violente des conflits, Eure
8. Falco Pizza, foodtruck, Landes
9. La Gourmande, foodtruck, Indre-et-Loire
10. Good food Good mood, foodtruck, Indre-et-Loire
11. Kosy coiffure, coiffeuse itinérante, Rhône
12. Krep Truck, foodtruck, Indre-et-Loire
13. L'Usine à Chapeaux, ludomobile et services à la personne, Ile-de-France
14. La Bougeotte, foodtruck, Landes
15. Le guérisseur de lames, affuteur rémouleur, Finistère
16. Les Deux Messieurs, foodtruck, Landes
17. Les pépites itinérantes, friperie en caravane, Haute-Garonne
18. Lilioulotte, librairie jeunesse itinérante et accompagnement parental, Finistère
19. Little Hong Kong, foodtruck, Landes
20. Lou Tacos, foodtruck, Landes
21. Ma P'tite Bulle de Douceur, salon de massages - modelages itinérant, Finistère
22. Made in Là, épicerie ambulante, Landes
23. Peytacrêp, foodtruck, Landes
24. Pok & Pizza, foodtruck, Landes
25. Raboule ta fraise, foodtruck, Indre-et-Loire
26. SAUVAGE DJ Mobile, camion DJ itinérant, Landes