



BLEZAT CONSULTING

Projet Novagrimes Agriculture Biologique

*Dynamisation de l'Agriculture Biologique
en région Provence-Alpes-Côtes d'Azur*

Région

Provence-Alpes-Côte d'Azur



**Rapport phase 2
Décembre 2011**



Sommaire

1/ Analyse du marché de la restauration collective scolaire et confrontation offre/demande	p. 3
2/ Etudes de cas	p. 17
3/ Plan d'actions	p. 36
4/ Opportunités et conditions de faisabilité d'une plateforme logistique	p. 57
5/ Synthèse et conclusion	p. 68
Annexes	p. 71

1/ Analyse du marché de la restauration collective scolaire et confrontation offre/demande



Etablissements et convives de la restauration collective scolaire

	Etablissements	Ets avec cantine	Elèves
Maternelle	1260	958	178 563
Primaire	1968	1514	299 872
Collège	476	452	234 004
Lycée	340	281	158 149
Total	4 044	3 205	870 588

Source : données des Académies d'Aix-Marseille et de Nice 2010-2011, et INSEE BPE 2010



Estimation du nombre de repas en restauration collective scolaire

□ Une approche du marché de la restauration scolaire à partir du nombre de repas servis

✓ Des hypothèses sur la part des demi-pensionnaires posées (expérience d'autres régions, entretiens)

	Nb d'élèves (public & privé)	Part de demi- pensionnaires (hypothèses)	Nb de repas / jour
Maternelles	178 563	40%	71 425
Primaires	299 872	60%	179 923
Collèges	234 004	70%	163 803
Lycées	158 149	70%	110 704
Total 1^{er} et 2nd degré	870 588		525 856

✓ Une moyenne de 140 services par an pour la restauration collective scolaire :

- 526 000 repas / jour
- 73 à 74 millions de repas annuels



Estimation des besoins à partir des recommandations du GEMRCN

		Portion moyenne/convive (gramme ou pièce pour les œufs)	Cycle de plan alimentaire par année	Fréquence sur 20 services (Plan alimentaire)	Total en tonnes ou en pièces pour les œufs
Pain		50	7,2	20	3 816
Entrée légumes	Crus	110	7,2	10	4 198
	Cuits	110	7,2	4	1 679
Produits carnés	Viande noble (bœuf, veau, agneau)	140	7,2	5	2 671
	Porc	150	7,2	3	1 717
	Volaille	150	7,2	4	2 290
Œufs		2	7,2	1	7 632 000
Légumes d'accompagnement	Légumes	180	7,2	10	6 869
	Féculents / P de T	250	7,2	10	9 540
Produits laitiers	Produits laitiers (ex. lait, yaourt)	125	7,2	11	5 247
	Fromage divers coupe	30	7,2	9	1 030
Fruits	Crus	125	7,2	10	4 770
	Cuits	125	7,2	3	1 431



Des hypothèses d'introduction de produits bio à partir des objectifs du Grenelle

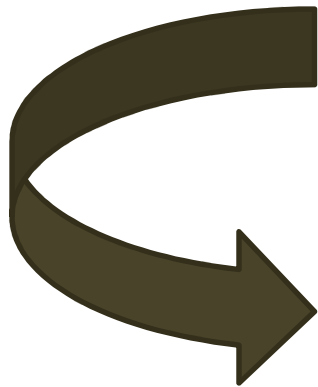
Besoins en fruits et légumes (frais et surgelés, hors pommes de terre)
Environ 19 000 t / an

30-40% de légumes surgelés ou en conserve, **soit 12-13 Kt de fruits et légumes frais**



Des objectifs de 20% de produits bio dans les cantines :

environ 2 500 t de fruits et légumes frais bio



Des rendements moyens pour les fruits et légumes en AB de 20 t / ha (par rapport aux F&L les plus introduits),

soit un besoin de moins de 125 ha de surfaces pour atteindre les objectifs du Grenelle

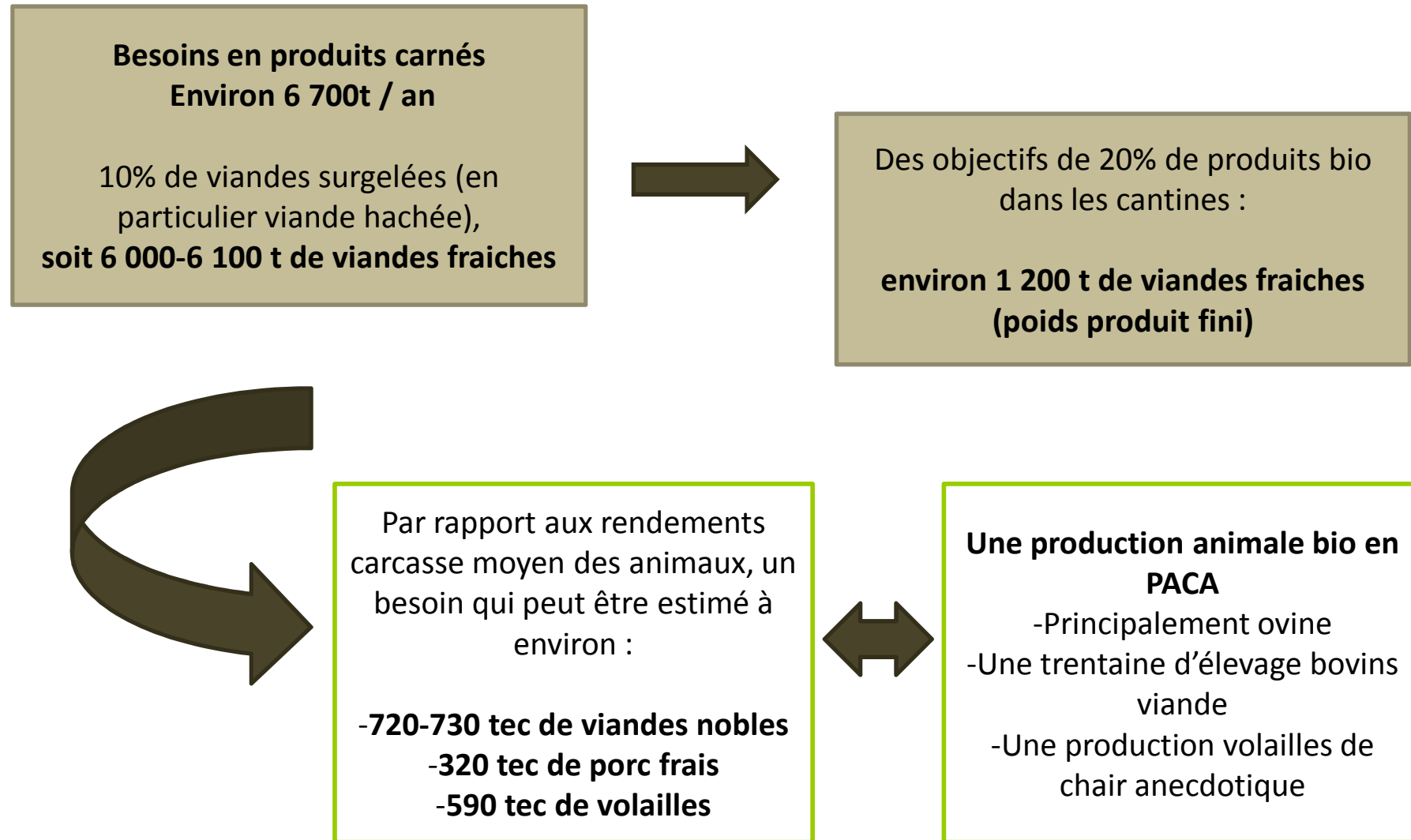


Des surfaces en PACA :

- De 1 078 ha pour les légumes bio
- De 3 086 ha pour les fruits bio



Des hypothèses d'introduction de produits bio à partir des objectifs du Grenelle





Un point clé : l'organisation des filières

- ❑ **Une approche théorique qui permet d'identifier les filières sur lesquelles la production locale peut se positionner pour fournir des produits bio locaux à la restauration scolaire**
 - ✓ Des **filières fruits et légumes** développées avec des volumes théoriquement suffisants pour approvisionner la restauration collective scolaire, mais écoulés aujourd'hui dans d'autres circuits de commercialisation ;
 - ✓ Des **filières animales existantes sur certains produits** (ex. élevage ovins) mais difficiles à valoriser aujourd'hui en restauration collective scolaire du fait d'une valorisation existante dans d'autres circuits (vente directe au détail majoritairement) et de types de produits pas toujours adaptés à la demande des collectivités (ex. agneaux entiers découpés)
 - ✓ Des **produits laitiers disponibles dans certains départements** (ex. Hautes-Alpes)

 - ❑ **Mais en dehors de la question des volumes, c'est celle de l'organisation des filières qui se pose**
 - ✓ Des produits bio majoritairement dirigés vers la consommation de détail (circuits courts)
 - ✓ Des freins à l'approvisionnement qui vont au-delà des volumes disponibles
 - Prix → un surcoût des produits bio qui doit être compensé (subvention au repas des collectivités, évolution dans le mode de préparation des repas, composition des menus, équilibre avec d'autres repas sans produits bio...)
 - Logistique → des points de livraison nombreux, avec des gestionnaires de restaurants qui ne souhaitent pas multiplier les fournisseurs
 - Types de produits → une demande en produits pré-transformés, des exigences de traçabilité sur les productions animales, des conditionnements à adapter à la RHD...
- ... **des éléments qui jouent d'autant plus fortement sur les marchés soumis aux procédures d'appel d'offre publics**



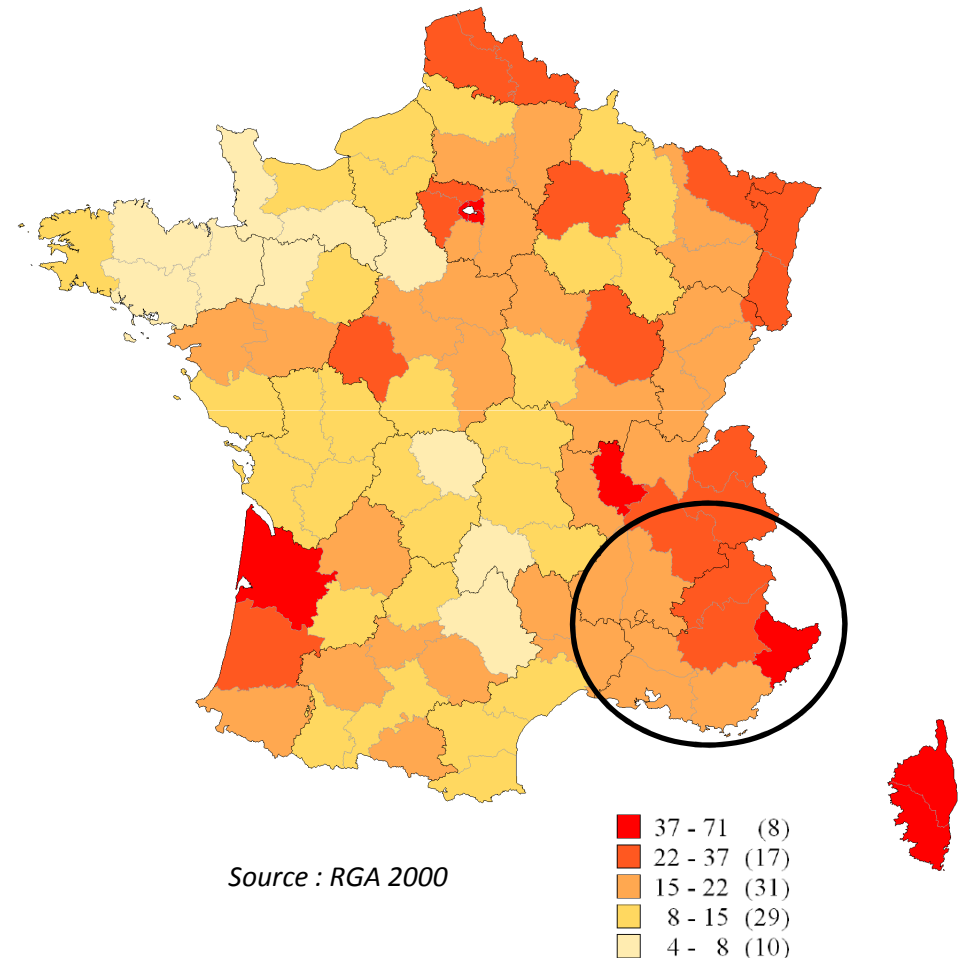
... et des spécificités méditerranéennes à considérer : poids important de la vente directe

□ Une région marquée par les circuits courts, et qui s'appuie sur un bassin de consommation de près de 5 millions d'habitants

- ✓ La région PACA fait partie des régions avec le plus grand nombre d'exploitations en vente directe
- ✓ 7 400 exploitations commercialisent des produits en circuit court en 2010 (30% des exploitations en moyenne)
- ✓ Un phénomène de vente directe **encore plus marqué sur la production bio** : 62% des agriculteurs bio pratiquent la vente directe sur toute ou partie de leur production, contre 53% en moyenne en France
- ✓ **1^{ère} région de France en nombre d'AMAP** (environ 150 groupes en PACA), région où la 1^{ère} AMAP française a vu le jour en 2001

➔ Des modes de commercialisation qui permettent une meilleure valorisation des produits, une concurrence directe pour un débouché RHD contraignant et souvent moins rémunérateur

Part des exploitations pratiquant la vente directe en 2000



Source : RGA 2000



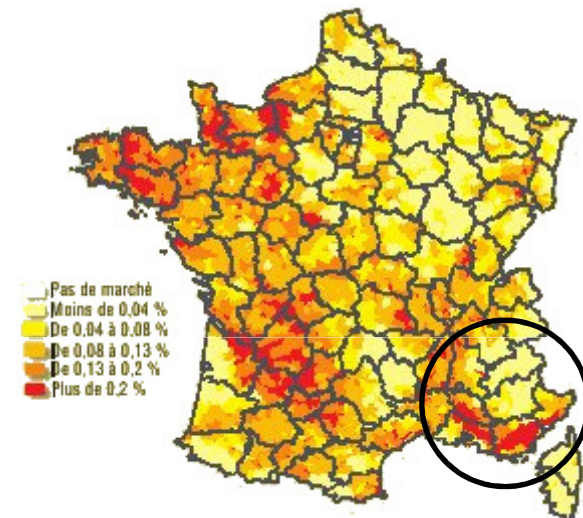
... et des spécificités méditerranéennes à considérer : pression forte sur le foncier agricole

□ Un phénomène d'artificialisation marqué sur le littoral et la vallée du Rhône

- ✓ Mitage des terrains agricoles
- ✓ Concurrence entre usages qui conduit
 - A des comportements spéculatifs (« gel » des terres agricoles non exploitées dans l'espoir d'un passage en terrain constructible)
 - A une hausse des prix du foncier (des prix qui dépassent 13K€/ha dans la plupart des zones sous pression, et jusqu'à 35K€/ha, contre un prix moyen des terres agricoles de moins de 7K€ en France)

→ Une problématique foncière qui pèse sur l'installation de nouveaux agriculteurs, et le potentiel de développement de la production agricole, notamment biologique

Mutation annuelle moyenne de la surface naturelle vers des usages résidentiels et de loisirs en 2006-2008

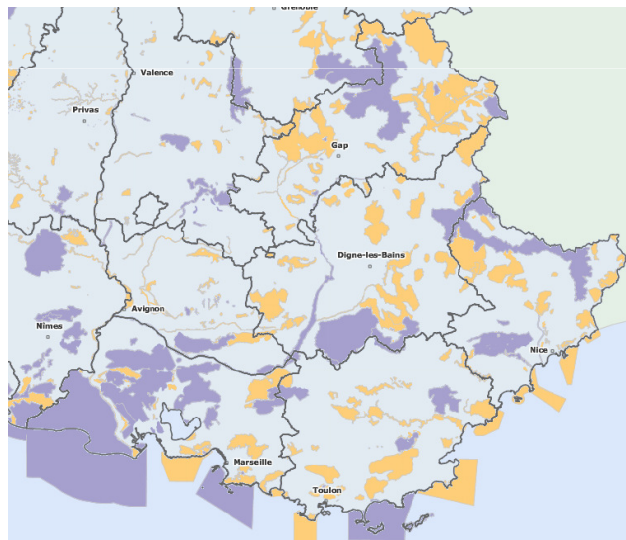


Source : Terre d'Europe/SAFER via La France Agricole (fév. 10)



... et des spécificités méditerranéennes à considérer : un écosystème fragile et une ressource en eau à préserver

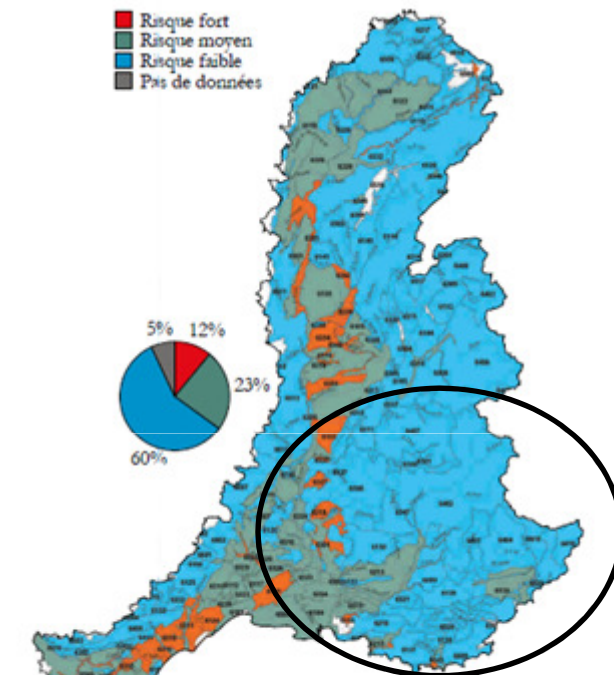
- ❑ Une région qui connaît une tension forte sur l'utilisation des ressources naturelles : eau, énergie, espace.
- ❑ Un territoire avec un écosystème fragile et de nombreux sites remarquables, à préserver
 - ✓ 56% du territoire est en zone défavorisée
 - ✓ 30% du territoire en zone Natura 2000 (11% en moyenne en France)
 - ✓ Par contre, seulement 2,5% de la SAU en zone vulnérable (nitrate)



Zones NATURA 2000

Zone de protection spéciale - raster
Zone de protection spéciale
MNHN, Natura 2000, 2011
Zone spéciale de conservation / Site d'intérêt communautaire - raster
Zone spéciale de conservation / SIC
MNHN, Natura 2000, 2011

Masse d'eau souterraine présentant un risque de non atteinte du bon état en 2015 (risque qualitatif et/ou quantitatif)



Source : Agence de l'eau Rhône- Méditerranée

- ➔ Des opportunités qui peuvent exister pour inciter le développement des surfaces bio dans une optique de préservation de l'environnement sur des zones vulnérables. En particulier, l'implantation d'agriculture biologique sur les zones sensibles peut permettre d'agir à relativement court terme sur la réduction des contaminations des eaux souterraines par les nitrates et les pesticides.



La restauration collective scolaire : des sites nombreux

□ Un nombre important de cantines, avec :

✓ Des cantines approvisionnées à partir d'une cuisine centrale en liaison froide ou chaude

✓ Des cantines qui disposent de leur propre cuisine pour préparer les repas

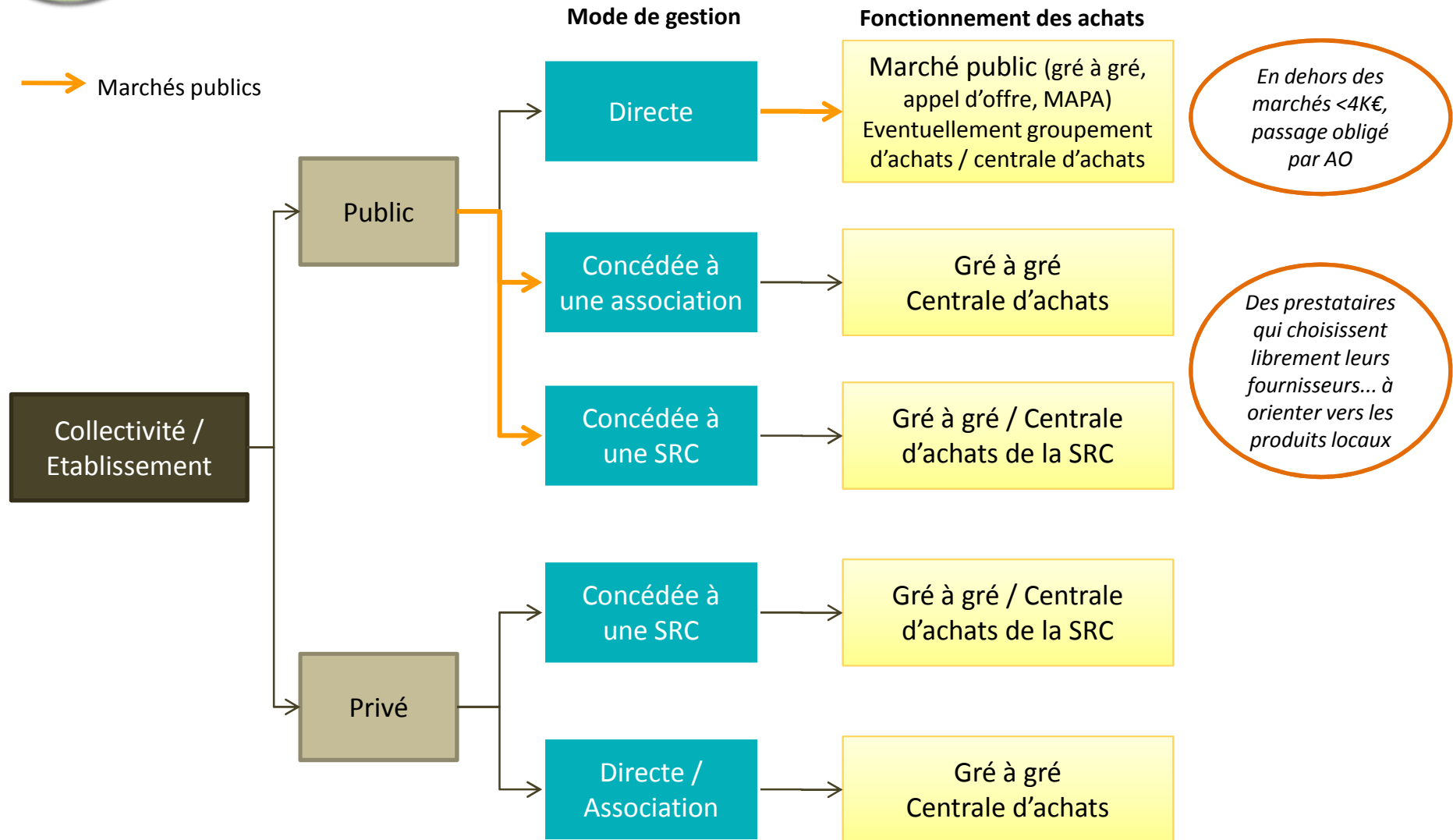
→ Pour les cantines avec cuisine autonome, un nombre de sites important à livrer pour des quantités relativement petites

- Par exemple, pour un service de 300 repas, il faut 100 à 150 Kg de fruits et légumes (y compris surgelés / transformés), moins de 50 Kg de viande, 300 yaourts ou 10-15 Kg de fromage

	Nombre de repas /jour	Etablissements avec cantine	Nombre de repas moyen/cantine
Maternelles	71 425	958	75
Primaires	179 923	1 514	119
Collèges	163 803	452	362
Lycées	110 704	281	394
Total 1^{er} et 2nd degré	525 856	3 205	164



La restauration collective scolaire : des schémas d'organisation multiples



Source : Chambre Régionale d'Agriculture Rhône-Alpes, Les achats en restauration collective



Synthèse du potentiel de développement des circuits courts en RHD collective scolaire

	Cantines autonomes en gestion directe (hors groupements d'achats)	Cantine autonome en gestion concédée	Cuisine centrale en gestion concédée / cuisine centrale de prestataire privé	Groupements d'achats	Cuisine centrale en gestion directe (hors groupement d'achats)
Profil de fournisseurs envisageable	<ul style="list-style-type: none"> • Petit producteur en circuit court pour un approvisionnement de quelques sites (1 à 5 max) • Groupement de producteurs pour livrer un nombre de sites plus importants (regroupement multi-produits à favoriser, nécessaire en particulier pour l'aspect logistique plus que pour les volumes) 	<ul style="list-style-type: none"> • Pour les cantines gérées par des SRC nationales : producteur ou groupe de producteurs en mesure de répondre aux exigences de la centrale d'achats – des acteurs qui passent majoritairement par l'intermédiaire de grossistes • Regroupement de producteurs ou intermédiaire indispensable pour limiter le nombre de livraisons 	<ul style="list-style-type: none"> • Producteur ou groupement de producteurs en mesure de livrer des volumes importants et réguliers • Un équipement des cantines déterminant pour le type de produits demandés (ex. légumerie ou non) 	<ul style="list-style-type: none"> • Producteur ou groupement de producteurs en mesure de répondre aux AO des groupements d'achats (en particulier par rapport aux volumes et au prix) • Contraintes logistiques à maîtriser du fait du nombre important de sites à livrer 	<ul style="list-style-type: none"> • Producteur ou groupement de producteurs en mesure de livrer des volumes importants et réguliers + réponse aux AO • Un équipement des cantines déterminant pour le type de produits demandés (ex. légumerie ou non)

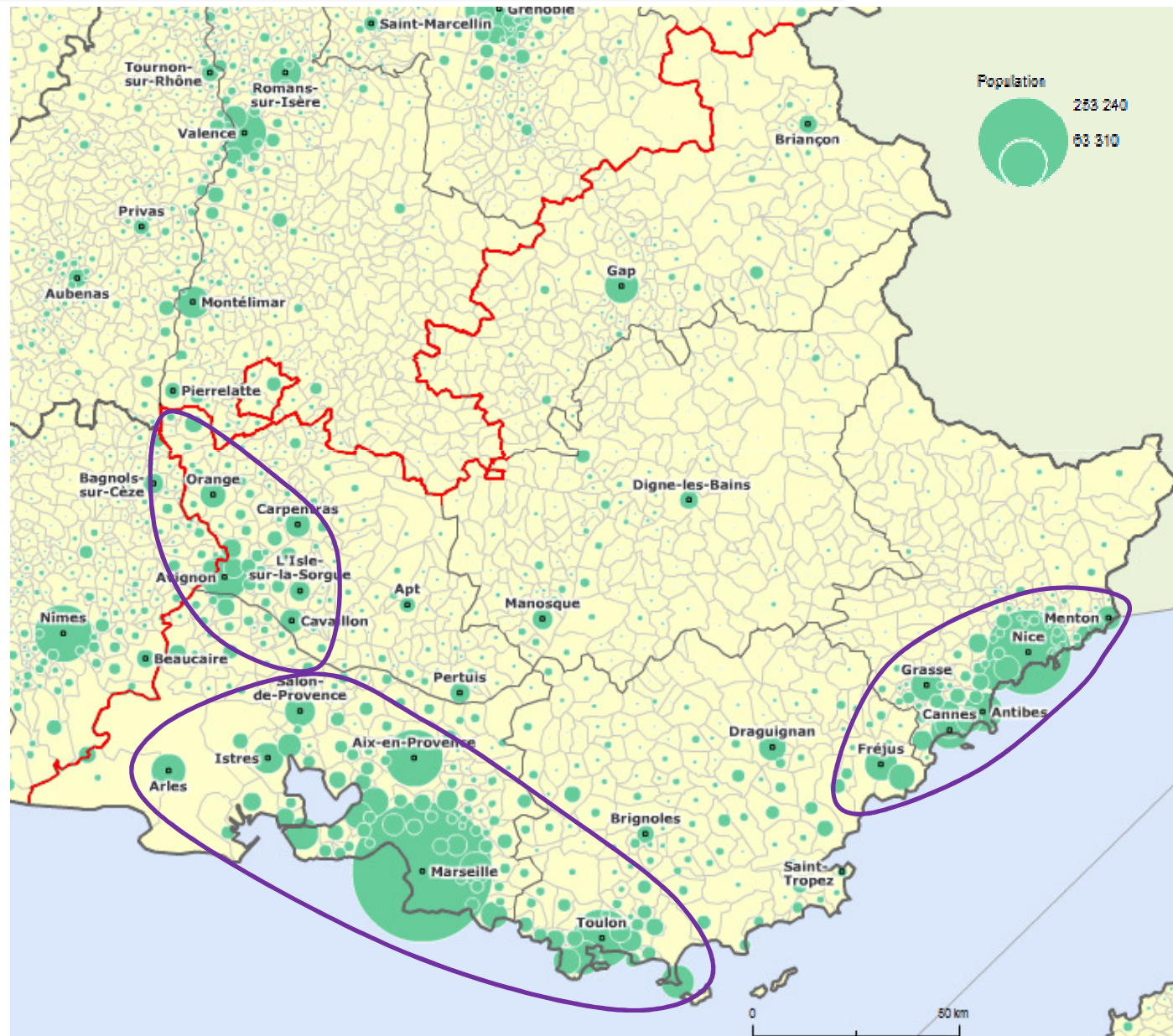


Concentration de la population sur littoral et le long de la vallée du Rhône

□ Un lien à faire entre zones de production et bassins de consommation

→ s'appuyer sur les outils logistiques existants (MIN, plateformes logistiques Biocoop...)

→ Créer de nouveaux outils logistiques ?



2/ Etudes de cas



Typologie des projets étudiés

	Porteur de projet	Cantines concernées	Mode de gestion et d'approvisionnement	Produits concernés	Nombre de repas	Remarques
De la ferme à ta cantine	PNR du Luberon	Écoles primaires & maternelles avec cantines autonomes (1 seule cuisine centrale) + centres de loisirs et crèches	Gestion directe, achats surtout de gré à gré et livraison directe par le producteur	Surtout F&L et pain Fromage de chèvre occasionnel	25 communes engagées qui représentent environ 1 million de repas / an	Produits locaux, pas spécifiquement bio
Ville de Mouans-Sartoux	Commune	Ecoles primaires et maternelles	Gestion directe, cuisines autonomes, choix des fournisseurs par AO, production de légumes en régie	Tous produits	1 200 repas / jour	100% de produits bio en 2012, en partie locaux
UPC Bastide Neuve	CG04	Collèges	Gestion directe, cuisine centrale	Tous produits	3 400 repas / jour	Cuisine centrale ouverte en 2008
Agribio Provence	Agribio 83	Primaires et collèges	Gestion directe, majoritairement gré à gré	Fruits et légumes, produits laitiers, viande	Environ 20 t / an	Partenariat avec Biocoop pour les produits non locaux
Produire et manger bio en PACA	Région PACA	Lycées	Gestion directe, gré à gré	Tous produits pour une introduction ponctuelle	En moyenne, 4 à 5 repas bio / an par établissement participant	Un programme en berne depuis 2010 (arrêt du financement de l'animation)



De la ferme à ta cantine (1/3)

□ Données de cadrage

- ✓ Démarrage en 2009 dans le cadre d'un projet LEADER
- ✓ Poursuite de la démarche depuis, hors LEADER
- ✓ Un réseau de 25 communes sur l'année 2010-2011 → 5 000 repas/jours, soit 1 million de repas/an
- ✓ Une centaine de producteurs recensés dans le catalogue local, bio et non bio
- ✓ Des ambitions et engagements variables d'une commune à l'autre : de 3 repas 100% locaux, à 80% de produits bio locaux dans certaines cantines

□ Genèse du projet

- ✓ Impulsion donnée par le PNR, soutenu par la volonté d'élus, de cuisiniers, d'enseignants et de structures agricoles ; le projet est porté par le PNR du Luberon et le Pays de Haute-Provence.
- ✓ Inscription du projet « De la ferme à ta cantine » dans un programme LEADER en 2009, après plusieurs travaux réalisés sur la restauration collective à différentes échelles : opérations « la bio au lycée » et « manger bio au collège » mis en place par Agribio 04, expérimentation de la Chambre d'agriculture sur l'approvisionnement en produits locaux de 2 écoles sur 2 communes du PNR
- **Mise en place d'un projet associant des structures des secteurs agricoles et éducatifs aux compétences complémentaires**
- **Sélection de communes pilotes pour créer un réseau d'expérimentation pour l'introduction de produits locaux dans les cantines** : 14 communes en 2009, qui représentent 27 écoles. Indépendamment du projet « De la ferme à ta cantine », ces communes ont exprimé la volonté d'améliorer la qualité des repas proposés dans leurs cantines, notamment par l'introduction de produits bio et/ou locaux (une partie travaille déjà sur le sujet)

□ Objectifs

- ✓ Alimentation : améliorer la qualité des repas servis dans les cantines, promouvoir une alimentation plus saine, avec des produits de saison, sensibiliser les élèves (essentiellement primaire) aux questions liées à l'alimentation (modes de production, saisonnalité, équilibre des repas...)
- ✓ Agriculture : maintenir une agriculture locale en favorisant les circuits courts, plus rémunérateurs
- ✓ Territoire : favoriser la connaissance du territoire, valoriser le métier d'agriculteur et les savoir-faire paysans



De la ferme à ta cantine (2/3)

❑ Réalisations

- ✓ **Construction d'un large partenariat avec des structures des secteurs agricoles et éducatifs**, et mise en place d'une méthodologie, déroulée dans la suite des étapes du projet
- ✓ **Sélection d'un réseau de communes pilotes** : communication sur le projet auprès des communes du territoire (PNR + Pays), réunions communales → constitution d'un réseau de 14 communes pilotes, enquête sur l'approvisionnement dans les cantines du Sud Luberon (fréquence des commandes, volumes nécessaires, prix, répartition des postes de charges dans le coût global des repas...)
- ✓ **Repérage des agriculteurs apporteurs et construction d'un catalogue de produits locaux** : recensement d'une centaine d'agriculteurs intéressés par le débouché restauration collective, et création d'un catalogue au format papier (bio et non bio) distribué aux cantines partenaires
- ✓ **Information, formation des cantiniers, des animateurs scolaires et des enseignants** : 2 sessions de formation de 2 jours pour les cantiniers, 1 journée d'information pour les périscolaires, plusieurs rencontres avec les enseignants
- ✓ **Communication autour de 3 repas de saison dans l'année** : 3 repas 100% local avec animations pédagogiques (interventions d'agriculteurs, éducation au goût et à la saisonnalité, animations à la sortie de l'école...) pour montrer qu'il est possible de proposer des repas entièrement constitués de produits locaux ; communication dans les médias avec un dossier de presse et l'invitation de journalistes pour un repas 100% local
- ✓ **Appui à la logistique d'approvisionnement** : engagement des partenaires Agribio 04, CDA, Collectif des Agriculteurs du Parc pour accompagner les agriculteurs et les cantines dans un approvisionnement local (trouver les produits en bonne quantité, assurer la livraison, passer des commandes dans le respect du code des marchés publics...). Par la suite, certains points de vente collectifs ont servi d'appui pour l'approvisionnement de certaines cantines (ex. Apt)
- ✓ **Coordination de l'opération, mise en réseau, mutualisation de l'expérience**



De la ferme à ta cantine (3/3)

❑ **Partenaires**

- ✓ 2 chefs de projet : le PNR du Luberon et le Pays de Haute-Provence (pour les communes situées en dehors du parc)
- ✓ Partenaires agricoles : Agribio 04, Collectif des Agriculteurs du Parc du Luberon, Chambres d'Agriculture du Vaucluse et des Alpes de Haute-Provence
- ✓ Partenaires éducatifs : CPIE des Alpes de Haute-Provence et du Vaucluse
- ✓ Collectivités :
 - 14 communes pilotes en 2009 (soit 27 écoles)
 - 25 communes en 2010

❑ **Facteurs clés de succès**

- ✓ Volonté politique forte
- ✓ Intérêt et implication du cuisinier dans la démarche (formation et information sur les produits locaux)
- ✓ Sensibilisation et communication vis-à-vis des différentes parties prenantes (personnel de cuisine, enseignants, élèves, parents...)
- ✓ Mise en réseau pour créer une dynamique locale : partage d'expériences / bonnes pratiques, échange d'informations... et une valorisation locale au travers d'une communication locale (presse, événements...)
- ✓ Travail simultané sur les différents postes de coûts dans les cantines pour éventuellement compenser le surcoût lié à l'achat de produits bio locaux
- ✓ Proximité entre producteurs et cantines (en l'absence d'intermédiaire logistique)

❑ **Suites du projet**

- ✓ Catalogue interactif des producteurs en mesure d'approvisionner les cantines, qui sera disponible sur Internet

❑ **Les questions en suspend**

- ✓ Organisation de la logistique pour faciliter l'approvisionnement
- ✓ Solutions mises en place par certaines communes :
 - Utilisation d'un point de vente collectif comme plateforme d'approvisionnement (ex. Apt)



Ville de Mouans-Sartoux (1/3)

❑ Données de cadrage

- ✓ 1 200 repas / jour (3 écoles primaires et maternelles, centre de loisirs + introduction progressive dans les crèches)
- ✓ Environ 150 000 repas / an
- ✓ Cantines autonomes en gestion directe

❑ Genèse du projet

- ✓ Introduction des 1ers produits bio dans les cantines : viande de bœuf en 1999 suite à la crise de la vache folle et une prise de conscience importante du lien santé-environnement
- ✓ A partir de 2008, introduction de produits bio par ligne de produits : pain avec farine bio T80 pour commencer
- ✓ Montée en puissance de la part des produits bio dans les menus : 23% en 2009, 50% en 2010, 74% en 2011 et objectif 100% au 1^{er} janvier 2012

❑ Objectifs

- ✓ Assurer une alimentation de qualité aux enfants de la commune
- ✓ Disposer de produits qui ont un impact environnemental limité
- ✓ Intégrer la gestion des cantines dans un engagement global de la ville en faveur du développement durable (lien avec l'Agenda 21)



Ville de Mouans-Sartoux (2/3)

□ **Réalisations**

✓ **Création d'une régie pour la production de légumes bio sur la commune**

- Investissement pour la mise en culture de 4 ha (terrains qui appartiennent à la commune)
- Embauche d'une salariée en charge de l'exploitation (employée territoriale, en CDD renouvelable)
- ➔ A terme, fourniture de la quasi-totalité des légumes pour les cantines municipales
- ➔ Lieu pédagogique pour sensibiliser les élèves à la production bio et locale

✓ **Travail sur la commande publique**

- Ajustement des appels d'offre aux besoins de la commune
 - *Allotissement des marchés en fonction des productions locales disponibles (ex. un lot pour acheter de l'agneau bio local)*
 - *Appels d'offre pour des produits 100% bio*
 - *Utilisation des modalités les plus adaptées en fonction des besoins (ex. marché sans seuil sur catalogue pour les légumes, pour compléter en fonction des récoltes de la régie municipale)*

✓ **Un travail de fond sur la réduction des restes**

- Tri et analyse des restes
 - *Mise à disposition de différentes poubelles pour trier les déchets (entrée/plat principal/dessert ; déchets recyclables/déchets ultimes)*
 - *Pesée des poubelles et analyse des restes*
- Mesures en salle pour limiter le gaspillage
 - *2 tailles de portions différentes proposées au self + saladier « de rab »*
 - *Plat chaud servi en plus petites portions avec possibilité de se resservir*
 - *Dessert servi en salle à la demande, avec fruits proposés au quartier*
- Sensibilisation des enfants
- Suivi des résultats
 - *Réduction des restes de 75% entre 2009 et 2010*
 - *Un travail qui permet d'économiser sur le coût matière des repas grâce à un ajustement des quantités commandées*

➔ Des résultats obtenus grâce à la présence de cuisines autonomes dans les cantines (possibilité de préparer à la demande) et à la mobilisation du personnel (rigueur dans la gestion des quantités servies, réactivité)



Ville de Mouans-Sartoux (3/3)

❑ Facteurs clés de succès

✓ Travail fin sur les marchés publics

- Allotissements
- Marchés à seuil
- Marché spécifique bio

✓ Analyse de toutes les niches d'économie possibles pour pouvoir utiliser des produits locaux et bio sans augmenter le coût matière :

- Achat au maximum de produits bruts comme par exemple des poulets entiers (cuisines équipées pour les travailler)
- Décision de planter des arbres fruitiers pour les fruits les plus coûteux sur le marché (abricots, cerises, kiwi)

✓ Une vision à long terme pour initier des chantiers qui n'aboutiront que dans plusieurs années comme la mise en régie de la production de légumes et la plantation d'arbres fruitiers

❑ Difficultés rencontrées

✓ Malgré l'allotissement des marchés, **des producteurs locaux qui ne sont pas toujours en mesure d'y répondre** (manque de volumes de production, autres débouchés plus rémunérateurs...)

✓ **Difficulté d'imposer l'achat de produits locaux aux grossistes fournisseurs** (2 prestataires pour l'ensemble des produits : Biocoop et NaturDis) → un suivi et un dialogue permanents nécessaires pour encourager l'utilisation de produits locaux (mais pas de réel levier de la part de la collectivité pour obliger le prestataire à s'approvisionner localement)



UPC Bastide Neuve (1/3)

❑ Données clés

- ✓ Cuisine centrale construite en 2008
- ✓ 3 400 repas jours pour 9 des 16 collèges du département (préparation des entrées et dessert sur place dans les cantines)
- ✓ 12,8% des achats de l'UPC sont en produits bio

❑ Genèse

- ✓ L'introduction de produits bio locaux s'est faite dans le cadre du projet « Je mange bio au collège », mis en place par le Conseil Général des Hautes-Alpes
- ✓ La construction de la nouvelle cuisine centrale en 2008 a permis des ajustements spécifiques pour la préparation de produits bio
- ✓ Une introduction progressive de produits bio avec des repas 100% bio une fois par mois, puis un travail par ligne de produits pour un approvisionnement plus régulier en produits bio

❑ Objectifs

- ✓ Dans le cadre du programme « Je mange bio au collège », objectif d'introduction de produits de qualité et à l'impact environnemental limité dans les menus
- ✓ Construction de l'Unité de préparation culinaire en vue d'améliorer la gestion de la sécurité sanitaire et des approvisionnement grâce à un atelier neuf, qui permet de centraliser la préparation des menus d'une partie des collèges du département



UPC Bastide Neuve (2/3)

❑ **Réalisations**

- ✓ Formation du personnel en cuisine avec des modules de découverte et de perfectionnement
- ✓ Animation dans les cantines pour l'information et la sensibilisation des collégiens
- ✓ Création d'une ligne budgétaire spécifique pour les repas bio, avec prise en charge du surcoût engendré par le Conseil Général 04

- ✓ Approvisionnement en produits bio essentiellement à partir de grossistes locaux :
 - Biocoop (1 plateforme logistique à Sorgues dans le Vaucluse)
 - Ambres (groupe Arcadie, à Méjannes-lès-Alès dans le Gard)
 - Biofinesse (groupe Pomona)

- ✓ Mise en place d'un cycle de récupération de certains emballage
 - Fourniture de cagettes aux producteurs locaux pour transport de certains produits (ex. salade, yaourt)
 - Récupération des seaux pour le fromage blanc



UPC Bastide Neuve (3/3)

❑ Facteurs clés de succès

- ✓ Volonté politique au départ
- ✓ Sensibilisation du personnel de cuisine et des convives pour dépasser certaines idées reçues et accepter le changement

❑ Difficultés rencontrées

- ✓ Rapprocher demande des utilisateurs et offre des producteurs locaux
 - Information des producteurs sur les besoins de la restauration collective
 - *Exigences sur le produit (conditionnement, type de produits, certificats par rapport aux normes...)*
 - *Exigences de livraison (température pour les produits frais, horaires et limitation du nombre de livraisons, réactivité pour une livraison en A pour C, fiabilité de l'approvisionnement en cas de mauvaise récolte...)*
 - *Exigences commerciales (bon de commande et bon de livraison, facturation...)*
 - Adaptation des commandes pour faciliter l'accès aux produits locaux
 - *Rédaction de marchés spécifiques bio*
 - *Allotissement des marchés*
 - ***Des éléments pas toujours maîtrisés par les gestionnaires de cantines ou cuisines centrales***
- ✓ Evolution de la composition des repas avec des produits bio pas toujours bien acceptée par les élèves (ex. remplacement des protéines animales par des protéines végétales) → des actions de sensibilisation à mener en parallèle, des changements à apporter progressivement

❑ Questions en suspens

- ✓ Comment rendre accessibles les marchés des cuisines centrales à des producteurs trop petits pour répondre aux volumes demandés ?
 - Regroupement de l'offre au sein d'une plateforme ?
 - Identifier des profils de producteurs avec une structure adaptée pour fournir la RHD ?



Agribio Provence (1/3)

□ Données clés du projet

- ✓ Localisation : Salerne sur un pôle bio qui regroupe Agribio Provence, un magasin Biocoop et Biocoop Restauration Collective
- ✓ Statut juridique : SCIC avec une gouvernance autour de 4 collèges (dont un collège collectivités et membres solidaires)
- ✓ 14 producteurs adhérents à la SCIC
- ✓ Un approvisionnement qui n'est pas exclusivement réservé aux producteurs adhérents (ex. approvisionnement en viande et produits laitiers dans d'autres départements de PACA)
- ✓ Environ 20 t de produits commercialisés en 2010 auprès d'une quarantaine d'établissements
- ✓ Livraison de produits bio et locaux à la restauration collective en gestion directe
- ✓ Livraison sur le département du Var

□ Genèse du projet

- ✓ 2002 : première étude de faisabilité d'une plateforme d'approvisionnement de la RHD en produits bio et locaux, lancée par Agribio Var. Agriculteurs intéressés, mais freins techniques, logistiques et juridiques (difficultés pour les producteurs de répondre aux appels d'offres de la RHD)
- ✓ Entre 2002 et 2005 : constitution de cellules de travail producteurs et responsables RHD pour réfléchir sur la façon de mobiliser les producteurs locaux, de leur permettre de répondre aux appels d'offres, de surmonter les contraintes logistiques...
- ✓ 2005 : expérimentation du projet de plateforme. Les produits sont stockés chez un agriculteur.
- ✓ 2006 : création d'une plateforme physique avec location d'un local de stockage (110 m² de stockage + 2 emplacements froids + un quai)
- ✓ 2010 : résiliation du bail et vente des chambres froides car des volumes insuffisants pour faire face aux coûts de structure ; repositionnement en plateforme virtuelle en partenariat avec Biocoop



Agribio Provence (2/3)

❑ **Objectifs**

- ✓ Regroupement de produits bio locaux pour disposer d'une offre adaptée à la demande de la restauration collective
- ✓ Positionner la production bio locale sur le marché de la restauration collective

❑ **Réalisations**

- ✓ Mutualisation de la logistique avec le magasin Biocoop de Salerne et l'activité restauration collective de Biocoop
 - Création d'un pôle bio sur le site du magasin Biocoop
 - Biocoop intervient en complément d'Agribio Provence pour les produits non disponibles localement
 - La relation commerciale est assurée par le salarié de la SCIC, qui prend les commandes et gère la facturation
- ✓ Organisation du back office avec prise de commande et facturation unique réalisée par la SCIC
- ✓ Réponse à des appels d'offre, mais l'essentiel de l'activité est réalisée en gré à gré
- ✓ Livraison par un transporteur dans 90% des cas (à partir de Salerne) ; pour 10% des cas, ce sont les producteurs qui livrent directement pour des raisons de proximité avec la cantine.

❑ **Impact de la plateforme**

- ✓ La plateforme Agribio Provence n'a pas eu jusqu'à maintenant de réel impact sur l'approvisionnement de la restauration collective en produits bio locaux, mais elle répond à une demande croissante des collectivités suite aux orientations du Grenelle de l'environnement (introduction de produits bio par conviction et avec un rôle éducatif sur les notions de développement durable, de qualité de l'alimentation et de nutrition-santé)
- ✓ Pour les producteurs qui livrent la plateforme, la restauration collective ne représente encore qu'une part mineure de leur activité (<5% du CA). Les freins logistiques et de rémunération sont encore forts et la restauration collective n'est toujours pas perçue comme un débouché attractif.



Agribio Provence (3/3)

❑ **Facteurs clés de réussite**

- ✓ Volonté politique affichée de faire rencontrer l'offre et la demande avec une planification et une contractualisation (volume/prix), qui prend en compte la saisonnalité de la production
- ✓ Besoin d'une vision à moyen terme pour mettre en place des filières (3 à 4 ans de visibilité pour mettre en place de la production)
- ✓ Adaptation nécessaire des appels d'offre des collectivités pour que des acteurs locaux soient en mesure d'y répondre (introduire des éléments sur la saisonnalité, des produits disponibles localement...)
- ✓ Un partenariat avec une structure existante qui est un schéma repris par d'autres magasins Biocoop en France, en association avec des producteurs qui souhaitent se positionner sur la restauration collective pour un approvisionnement bio local

❑ **Difficultés rencontrées**

- ✓ Un essai de plateforme logistique indépendante qui n'était pas tenable du fait d'une taille critique non atteinte pour supporter les coûts de structure
- ✓ Un manque de compétitivité de l'agriculture bio du Var sur certains produits par rapport à la concurrence d'autres régions (France et étranger), notamment du fait d'un prix du foncier qui pèse sur les coûts de production



Produire et manger bio en PACA (1/2)

□ Données clés

- ✓ Près de 80 lycées ont participé, environ 120 000 repas 100% bio servis en 2009-2010
- ✓ Un budget
 - de 100 K€ de la Direction des Lycées, avec 80 K€ pour la prise en charge du surcoût à hauteur de 1€ / repas bio, et 20 K€ pour des investissements
 - De 270 K€ en subvention des Agribio pour la prise en charge des formations, animations et accompagnement
- ✓ Un surcoût des repas bio estimé à 1,39€ en moyenne par rapport à un repas classique

□ Genèse

- ✓ Action pilote initiée dès 2004 en vue de développer l'agriculture biologique en région PACA
- ✓ Lancement de l'opération « Produire en Manger Bio en PACA » en 2005, avec pour objectif l'introduction d'une dizaine de repas bio par an dans les lycées
- ✓ En 2005, participation de 13 lycées pilote, puis extension du programme jusqu'à 67 lycées publics (sur 180 dans la région) sur l'année scolaire 2009-2010
- ✓ En 2010-2011, un financement qui ne porte plus que sur la prise en charge du surcoût des repas, mais un arrêt du financement de l'animation

□ Objectifs

- ✓ Promouvoir et contribuer au développement de l'agriculture biologique
- ✓ Démocratiser l'accès aux produits bio
- ✓ Mettre en avant le rôle de l'agriculture et son impact sur l'aménagement du territoire et l'environnement
- ✓ Améliorer la nutrition et changer les comportements alimentaires pour une meilleure hygiène et une plus grande exigence gustative et qualitative des aliments
- ✓ Valoriser le métier et le travail des équipes de cuisines des cantines scolaires



Produire et manger bio en PACA (2/2)

❑ Réalisations

- ✓ Prise en charge d'une partie du surcoût des repas
- ✓ Financement d'investissements dans les cuisines et formation du personnel
- ✓ Financement des GAB et Un Plus Bio pour l'animation, les formations, l'accompagnement et la mise en relation avec les producteurs

❑ Facteurs clés de réussite

- ✓ Des produits de qualité qui ont un impact direct sur la satisfaction du personnel, des convives, et sur la réduction des déchets lors des repas bio. La qualité générale supérieure des produits est reconnue, avec une différence surtout frappante sur la viande et le pain
- ✓ Rôle d'exemplarité des établissements engagés dans le programme : les actions menées dans le cadre de l'opération Produire et manger bio en PACA ont eu parfois un effet d'entraînement vers les écoles primaires, les collèges, certains établissements publics (crèches, hôpitaux, maisons de retraites...)
- ✓ L'engagement de la Région en faveur des produits bio locaux a donné des perspectives aux producteurs impliqués, avec la volonté de certains agriculteurs ou groupements d'agriculteurs de faire évoluer la gamme proposée, avec notamment le développement à terme des produits transformés à la ferme

❑ Difficultés rencontrées

- ✓ Approvisionnement local et de saison difficile : problème de disponibilité, surtout pour faire un repas 100 % Bio
- ✓ Problèmes de conditionnement adapté à la RC
- ✓ Acceptabilité de la diminution des portions de protéines animales au profit de protéines végétales pour les cuisiniers, les élèves et les parents d'élèves
- ✓ Disponibilité des enseignants pour l'animation pédagogique du programme

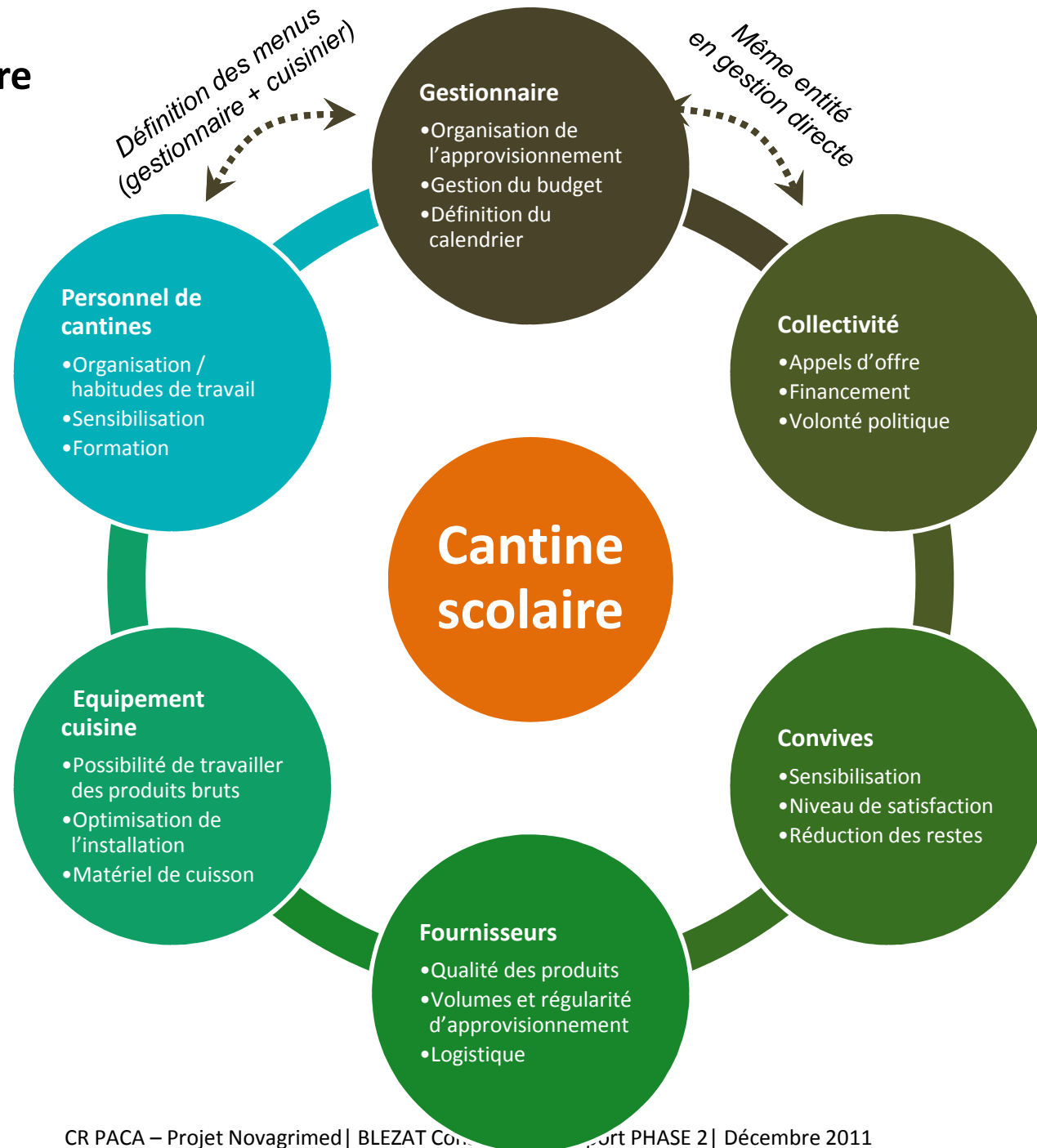


Les enseignements d'études de cas

□ Ce qui a bien marché

- ✓ **Projets appuyés par une volonté politique forte dès la mise en place**
 - Une introduction de produits bio et locaux qui demande une **mobilisation de toutes les parties prenantes et des modifications dans les habitudes de travail** (au niveau des achats, de l'approvisionnement, de la préparation des repas...), qui nécessitent une impulsion forte au départ, une volonté marquée de la part des donneurs d'ordre, et des moyens pour la mise en œuvre du projet
- ✓ **Travail en réseau, partage d'expériences entre collectivités**
 - Des problématiques similaires qui ressortent d'un territoire à l'autre et des moyens mis en œuvre pour y répondre qui peuvent être mutualisés
 - Un échange d'expériences qui permet de prendre du recul et avoir des approches complémentaires
- ✓ **Formation**
 - Une revalorisation du travail en cuisine qui a le plus souvent des répercussions positives sur la motivation du personnel, alors que la préparation des repas fait de plus en plus appel à un travail « d'assemblage » (utilisation de produits pré-transformés en vue d'optimiser le temps de préparation)
- ✓ **Innovation dans les modèles d'approvisionnement**
 - Un approvisionnement des cantines majoritairement via des grossistes à service complet (GASC) ou full-line (spécialistes tous produits pour la RHD)
 - Une réflexion sur l'approvisionnement en produits locaux qui permet de faire émerger de nouvelles solutions (ex. groupement de producteurs, émergence de structures avec gouvernance publique/privée, régie, partenariats avec des acteurs de la distribution comme Biocoop...)
- ✓ **Approche globale**
 - Prise en compte de la problématique d'approvisionnement de la RHD collective dans son ensemble avec des actions sur l'introduction de produits bio locaux (identification des producteurs, accompagnement pour réponse aux AO...) couplées à un travail de fond sur la formation du personnel, la communication auprès des convives, les modalités de marchés publics...
- ✓ **Implication des différents acteurs pouvant contribuer au développement d'un approvisionnement bio et local**
 - Un appui sur les GAB et/ou Chambres d'agriculture qui ont la connaissance des exploitations agricoles, mais aussi ont développé une offre d'accompagnement pour la restauration collective (à destination des cantines)
 - Mobilisation de groupes de producteurs (ex. Collectif des agriculteurs du Parc du Luberon)
 - Appui sur des acteurs en place qui maîtrisent la dimension logistique (ex. partenariats avec Biocoop ou grossistes locaux) → des partenaires à identifier qui partagent la même philosophie de projet

Une approche globale nécessaire du « système » restauration collective





Les enseignements d'études de cas

❑ Les difficultés rencontrées

- ✓ Une **offre locale pas toujours disponible pour répondre à la demande** :
 - Des circuits de commercialisation au détail souvent plus attractifs car plus rémunérateurs
 - Manque de compétitivité parfois de la production locale sur un marché sensible au prix
 - Des produits à adapter à la demande... ou une demande (et des pratiques) des collectivités à adapter à l'offre existante

- ✓ **L'information et la sensibilisation des acteurs : un point clé pour faire accepter le changement**, sur lequel buttent certains projets
 - Formation du personnel et adaptation des habitudes de préparation en cuisine : un point parfois difficile à aborder alors que la tendance est plutôt à une rationalisation du personnel en cuisine → une demande de mobilisation à adapter en fonction des moyens humains disponibles
 - Des changements qui s'inscrivent dans le long terme, y compris vis-à-vis des élèves et parents d'élèves, et demandent de ce fait une vision à long terme de la part des élus pour initier des évolutions dont les bénéfices ne seront appréciables qu'après quelques années
 - Information :
 - *Le plus souvent, un déficit d'information de la part des gestionnaires sur l'offre locale disponible*
 - *Des habitudes également à changer dans le choix des menus pour une meilleure prise en compte de la saisonnalité des produits locaux*

- ✓ **La question logistique ressort comme un point d'achoppement** pour la plupart des projets, avec
 - D'un côté un projet de création de plateforme qui a montré les limites d'une telle structure en l'absence de volumes d'affaires suffisants
 - De l'autre, des cuisines qui peinent à s'approvisionner en produits locaux faute d'offre locale structurée en mesure de répondre à leur demande
 - ➔ Des solutions alternatives qui émergent comme par exemple la création d'une régie pour la production de légumes qui permet d'assurer un approvisionnement local, ou la mise en place d'un partenariat avec des structures d'approvisionnement de la restauration collective existantes (Biocoop Restauration Collective)

3/ Plan d'actions



Quels sont les leviers d'une collectivité pour s'approvisionner en produits bio et locaux ?

- ❑ **Une collectivité a la possibilité d'agir sur les différents maillons de la filière :**
 - ✓ Production agricole : il s'agit d'augmenter, mais surtout de mieux organiser la production agricole bio du territoire, afin de pouvoir approvisionner la restauration collective bio. En effet, les quantités produites sur le territoire ont souvent largement suffissantes, mais le débouché restauration collective n'est pas attractif pour les agriculteurs. Il est donc nécessaire de les sensibiliser et de les accompagner, notamment techniquement.
 - ✓ Transformation et mise en relation de l'offre et de la demande : ce maillon est le plus difficile à mettre en œuvre. Les agriculteurs volontaires peuvent dédier seulement une partie de leur récolte à la restauration collective, et ne peuvent assurer la logistique jusqu'aux cuisines centrales ; il est nécessaire de regrouper l'offre et d'organiser le transport. Au-delà de l'aspect technique, le capital confiance en cette plate-forme de mise en relation de l'offre et de la demande est primordial pour les agriculteurs. Une bonne animation de la filière est donc essentielle. Par ailleurs, la production brute ne convient souvent pas à une utilisation directe en restauration collective ; une première transformation est nécessaire, d'autant plus que les cuisines sont de moins en moins équipées (de légumerie notamment).
 - ✓ La demande et la consommation : au-delà du surcoût, l'introduction de produits bio implique de nombreux changements : plus de préparation pour les cuisiniers, produits souvent différents pour les convives, changement de comportement (notamment pour éviter le gaspillage ...)

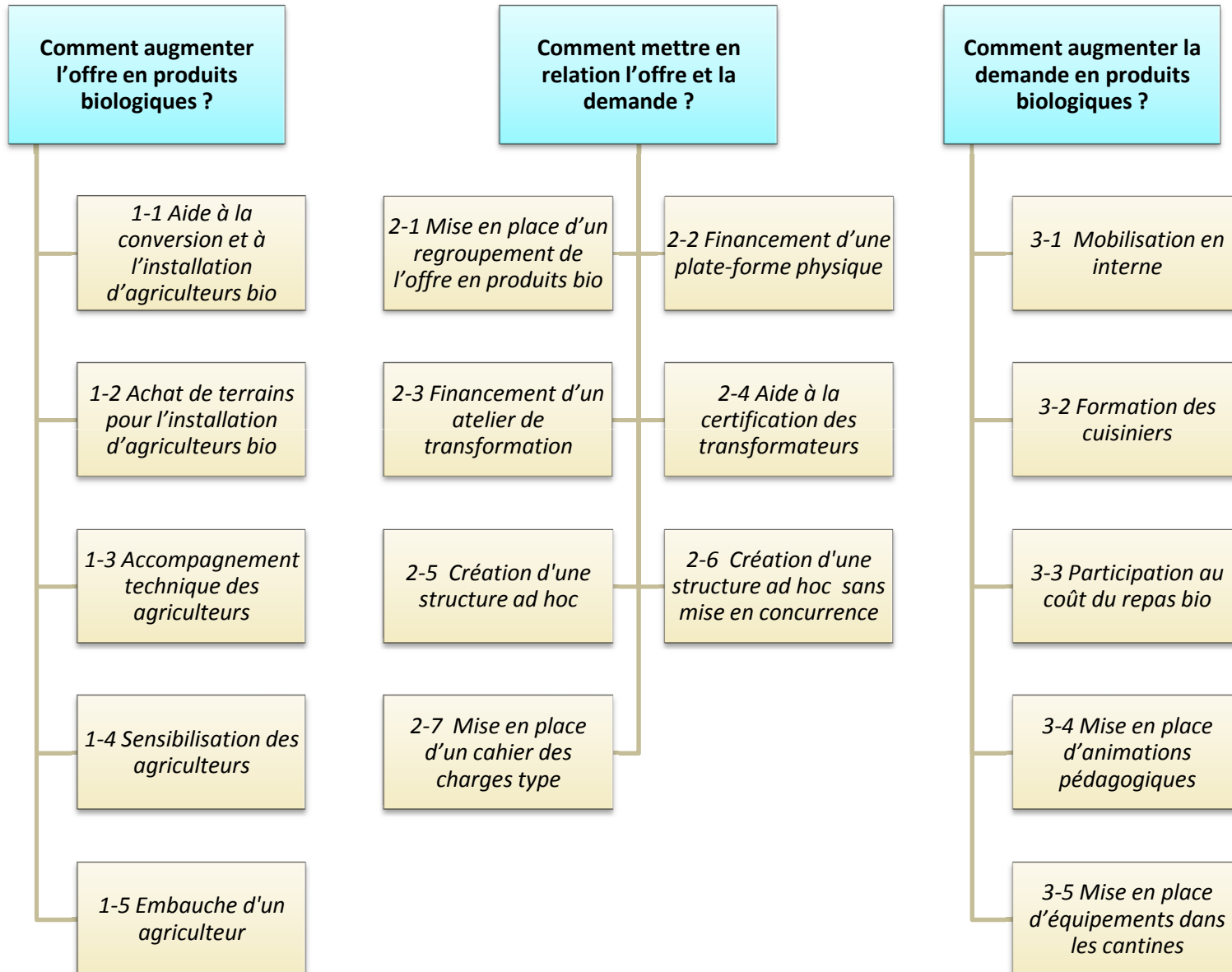
- ❑ **La collectivité aura donc différents moyens d'agir ; les leviers peuvent aller de la subvention ponctuelle, à une véritable implication dans la filière (voir « typologie de l'action dans les fiches action »)**

- ❑ **Les actions proposées sont également classées en fonction de**
 - ✓ Leur difficulté de mise en œuvre : difficulté stratégique (enjeux politique), difficulté technique et coût
 - ✓ Leur impact potentiel : l'impact est prendre en compte est celui de la fourniture de produits bio et locaux ; ainsi une action noté 1 pourra avoir un impact important sur d'autres critères (augmentation des surfaces bio par exemple) non pris en compte dans ce plan d'action

- ❑ **Les différents éléments de plan d'actions proposés sont bien sûr à moduler en fonction des priorités territoriale**



Des pistes d'actions selon 3 axes de travail





1 - Comment augmenter l'offre en produits biologiques ?

1-1 Aide à la conversion et à l'installation d'agriculteurs bio

DESCRIPTION DE L'ACTION

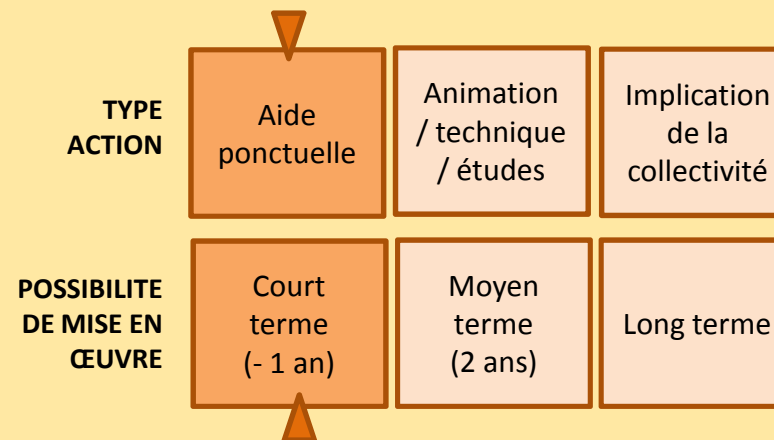
Descriptif : la collectivité propose une enveloppe d'aides pour faciliter l'installation ou la conversion d'agriculteurs en agriculture biologique

Pré-requis : validation politique

Objectifs visés : augmenter les surfaces bio et le nombre d'agriculteurs bio ; avoir des quantités de produits bio suffisantes sur le territoire afin d'envisager un débouché restauration collective

Acteurs concernés : Département, Région et agriculteurs

TYPOLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



- +

IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

Cette action est menée par un grand nombre de collectivités ; elle fait écho à l'ensemble des actions qui peuvent être envisagées pour faciliter l'installation de nouveaux agriculteurs biologiques, et dépasse ainsi la seule thématique « restauration collective ». Même si les besoins de la restauration collective n'exigent pas des surfaces très importantes, le développement de l'offre reste un pré-requis indispensable à la structuration d'une filière pour la restauration collective. En effet, l'absence de quantités suffisantes constitue souvent le principal frein pour des commandes locales. Il peut être intéressant de coupler cette action à d'autres actions (1-2, 1-3, 1-4) pour un impact sur la restauration collective



1- Comment augmenter l'offre en produits biologiques ?

1-3 Accompagnement technique des agriculteurs

DESCRIPTION DE L'ACTION

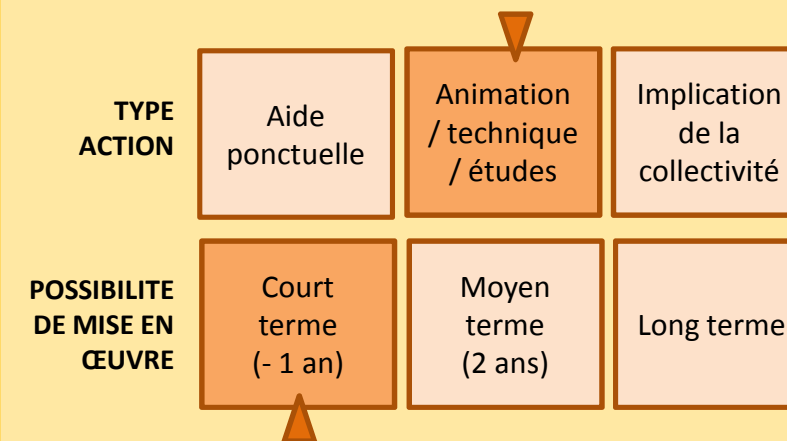
Descriptif : la collectivité finance des structures d'encadrement de l'agriculture biologique (chambre d'agriculture, GAB, CIVAM...) afin de renforcer le conseil technique aux agriculteurs bio et en conversion

Pré-requis : validation politique ; partenariat avec les structures d'encadrement.

Objectifs visés : lever les freins techniques, encore très présents en agriculture biologique, notamment sur des cultures « nouvelles », comme les légumes plein champ

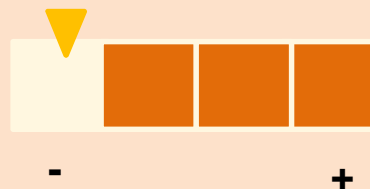
Acteurs concernés : Région, Département, structures d'encadrement, agriculteurs

TYPLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

Comme l'action 1-1, cette action est menée par un grand nombre de collectivités ; les aspects techniques sont en effet encore un gros frein à la conversion en agriculture biologique. La restauration collective impose par ailleurs des produits de qualité et une régularité dans la production.

Il peut être envisageable de moduler cette action, par exemple en affectant un conseiller spécialisé aux agriculteurs dédiant une partie de leur production à la restauration collective (dans le cadre de la mise en place d'un groupement de producteurs par exemple – voir action 2-1)



1- Comment augmenter l'offre en produits biologiques ?

1-4 Sensibilisation des agriculteurs

DESCRIPTION DE L'ACTION

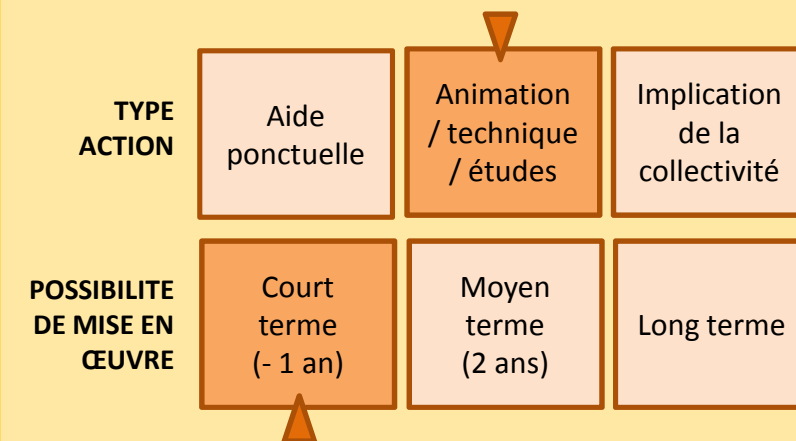
Descriptif : la collectivité finance des structures d'encadrement de l'agriculture biologique (chambre d'agriculture, GAB, CIVAM...) afin de mener un travail d'animation auprès des agriculteurs : information, sensibilisation sur le débouché restauration collective

Pré-requis : validation politique ; partenariat avec les structures d'encadrement.

Objectifs visés : faire connaître le débouché RC qui apparaît peu attractif pour les agriculteurs et pouvant néanmoins être intéressant ; poser les bases d'une collaboration possible (voir action 2-1)

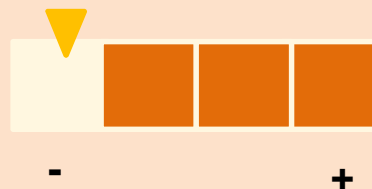
Acteurs concernés : Région, Département, structures d'encadrement, agriculteurs

TYPOLOGIE DE L'ACTION

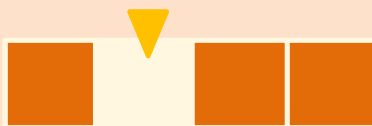


APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUE

Les animateurs « restauration collective bio » sont présents dans de nombreuses structures (Conseils généraux, Conseils Régionaux, GAB, CIVAM, Chambre d'agriculture ...); les animateurs en lien direct avec les agriculteurs sont souvent hébergés au sein des GAB / CIVAM ou de structures ad hoc.

On peut citer l'exemple du GAB Ile de France, où l'animatrice restauration collective a mobilisé les agriculteurs et participé à la mise en place de l'organisation économique des producteurs bio d'Ile-de-France (OEPB fermes bio d'ile -de-France); elle en assure à présent l'animation.



1- Comment augmenter l'offre en produits biologiques ?

1-5 Embauche d'un agriculteur

DESCRIPTION DE L'ACTION

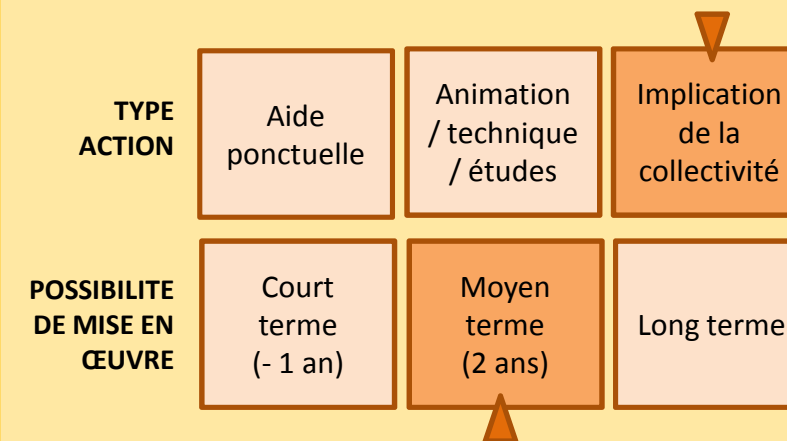
Descriptif : la collectivité crée une régie et embauche un agriculteur dédié à la production de denrées bio pour sa restauration collective

Pré-requis : validation politique ; trouver un agriculteur intéressé par un embauche ; faisabilité juridique (voir action 2-6)

Objectifs visés : s'affranchir des marchés public et avoir la garantie de produits bio ET locaux

Acteurs concernés : toute collectivité intéressée

TYPOLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



- +

IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

La municipalité de Mouans-Sartoux introduit graduellement des produits bio depuis 1999. Face aux difficultés d'approvisionnement en fruits et légumes, la commune a **décidé de devenir producteur agricole en régie municipale**. Les différentes étapes :

- Certification bio du terrain retenu et référencement de la commune en tant que producteur agricole.
- Mise en culture d'une parcelle de 2000 m2 par le service des espaces verts
- Embauche d'un agriculteur pour 4 ha à terme (emploi en CDD reconductible en l'absence de cadre d'emploi particulier pour la fonction publique territoriale, et aménagement d'un logement pour le salarié). Le travail de l'agriculteur peut être complété par l'équipe des espaces verts et des emplois saisonniers



2- Comment mettre en relation l'offre et la demande ?

2-1 Mise en place d'un regroupement de l'offre en produits bio

DESCRIPTION DE L'ACTION

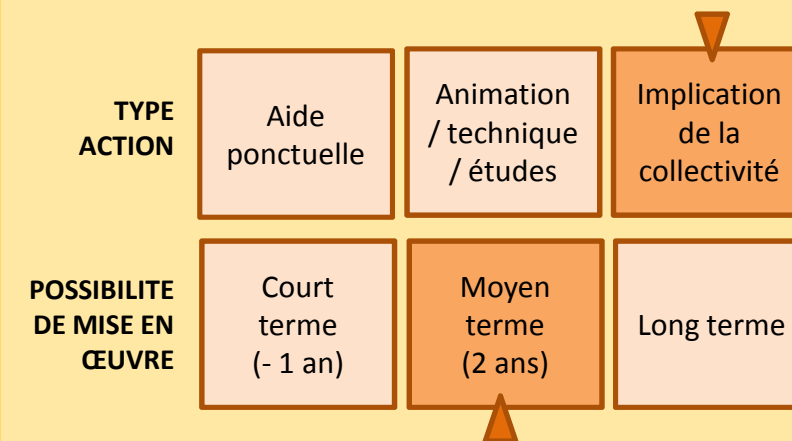
Descriptif : la collectivité crée finance un animateur ayant un rôle d'intermédiaire entre les agriculteurs et la restauration scolaire. Cet animateur peut être hébergé au sein de la collectivité, de structures existantes (GAB, Chambre d'agriculture ...), ou d'une structure créée pour cette mission (« manger bio d'ici »)

Pré-requis : validation politique ; partenariat avec les structures d'encadrement

Objectifs visés mobiliser plus facilement les agriculteurs qui, en regroupant leur offre, peuvent n'engager qu'une partie de leur production, et avoir une structure qui gère à leur place la réponse aux appels d'offres

Acteurs concernés : Département, Région

TYPLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



- +

IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

Manger bio d'Ici Alpes Bugey : association qui favorise les échanges entre **agriculteurs et établissements (plus particulièrement avec les gestionnaires, les intendants et les cuisiniers) d'un même territoire**. Elle met en avant l'**introduction progressive** puis régulière de composantes bio dans les repas.

- 50 producteurs et transformateurs en bio ou en conversion répartis sur le département de l'Isère et des Hautes-Alpes
- Un partenariat avec Biocoop Restauration pour proposer une plus large gamme de produits
- 2 animateurs à temps plein pour gérer devis, commande, facturation, suivi des livraisons ... (guichet unique)
- Un Partenariat avec STEF/TFE depuis janvier 2010 pour faciliter l'approvisionnement en restauration collective. Location d'une surface de 50m² réfrigérée.



2- Comment mettre en relation l'offre et la demande ?

2-2 Financement d'une plate-forme physique

DESCRIPTION DE L'ACTION

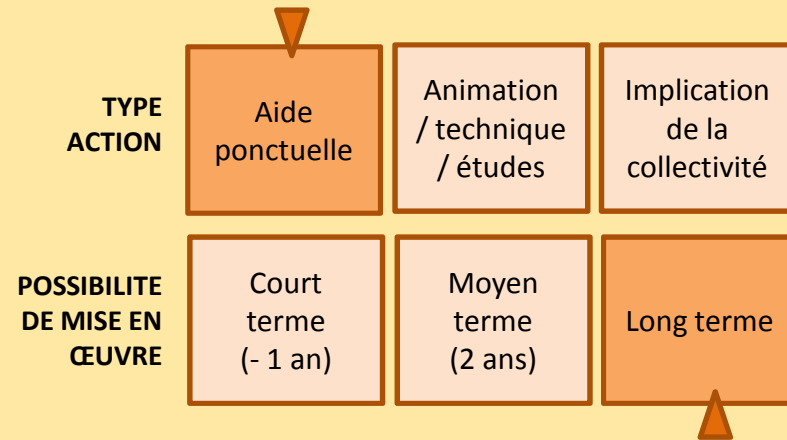
Descriptif : la collectivité finance une plate-forme de regroupement et de stockage des produits bio

Pré-requis : validation politique , bonne organisation de la filière déjà présente sur le territoire

Objectifs visés : faciliter la logistique de regroupement de l'offre et de livraison à la restauration collective, être plus réactif et régulier dans les livraisons (ne plus être tributaire des tournées des producteurs)

Acteurs concernés : toute collectivité intéressée

TYPOLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (*calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...*)



IMPACT DE L'ACTION (*sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective*)



EXEMPLE ET REMARQUES

BIO A PRO : Plate-forme logistique des producteurs biologiques du Rhône et de la Loire

Entrepôt isotherme d'une surface de 300m² + chambre froide à 4°C + table élévatrice pour le chargement/déchargement. Le bâtiment et ses installations sont pour l'instant mis à disposition à titre gratuit par les propriétaires.

Une vingtaine de producteurs participent à l'approvisionnement, sans obligation de livrer la plate-forme. Ils livrent la plate-forme où s'effectue la préparation des commandes. De là, un véhicule assure la livraison des produits pour chaque établissement. Pour certains produits, les livraisons s'effectuent directement par les producteurs ou transformateurs dans leur bassin géographique respectif.

BIO A PRO est actuellement mené par l'ARDAB, mais à terme deviendra une structure indépendante juridiquement et financièrement, dont le statut sera celui d'une structure coopérative à but non lucratif



2- Comment mettre en relation l'offre et la demande ?

2-3 Financement d'un atelier de transformation

DESCRIPTION DE L'ACTION

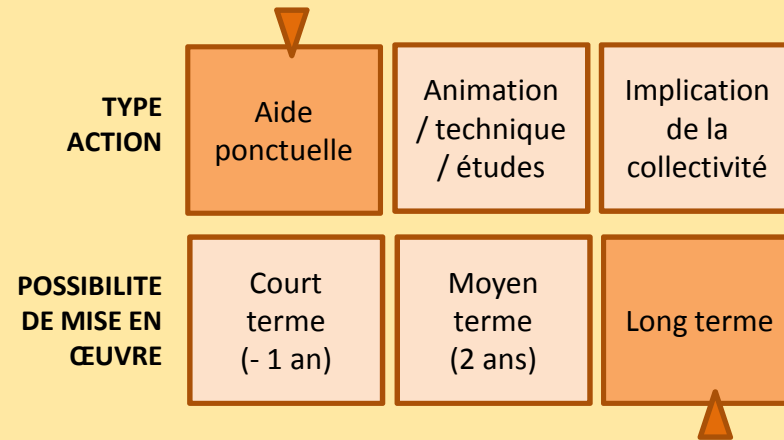
Descriptif : La collectivité participe au financement d'un atelier de transformation local (légumerie, conserverie par exemple)

Pré-requis : validation politique, bonne organisation de la filière déjà présente sur le territoire

Objectifs visés : faciliter l'introduction de certaines denrées en restauration collective (légumes lavés, découpés... notamment si les cantines n'ont pas de légumerie), conserver les denrées produites durant les périodes de faible consommation de la restauration collective (été)

Acteurs concernés : toute collectivité intéressée

TYPOLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

Bretagne bio équité : légumerie bio créée par 7 producteurs du bassin légumier breton en 2010 ; cette unité de transformation et de commercialisation est capable d'approvisionner en fruits et légumes bio les professionnels de la restauration collective.

- Investissement de 400 000 euros dans un bâtiment industriel de 1500 m2. embauche de 5 personnes ; capacité de production de 1000t.
- 1^{er} clients : villes de Lorient, Lanester et Ploemeur.
- Gamme proposée, « bio à 100 % », plus de 35 fruits et légumes sous différentes formes (entier, émincé, rondelle, dé, frite...) et 4^{ème} gamme.
- Gestion par une SCIC permettant de rassembler dans un projet coopératif salariés, consommateurs et clients professionnels.



2- Comment mettre en relation l'offre et la demande ?

2-4 Aide à la certification des transformateurs

DESCRIPTION DE L'ACTION

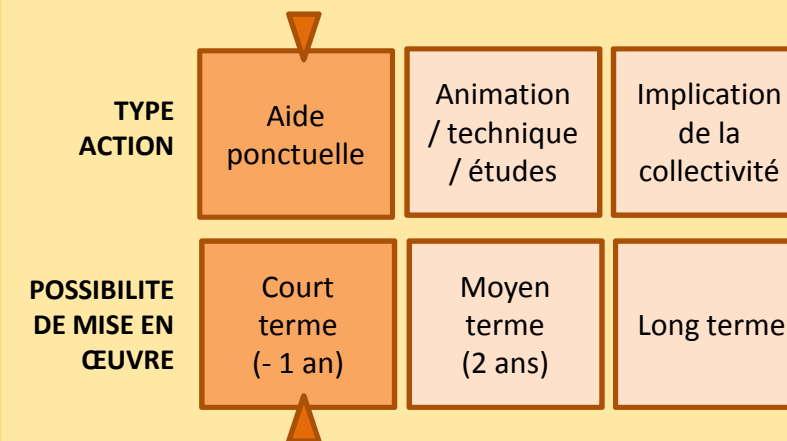
Descriptif : La collectivité propose une enveloppe d'aides pour faciliter la conversion des transformateurs

Pré-requis : validation politique

Objectifs visés : mieux valoriser les denrées bio produites localement et proposer des produits plus adaptés à la restauration collective. Cela peut également permettre d'éviter la mise en place de nouvelles unités de transformation. Cela ne permet cependant pas de garantir que les transformateurs fourniront la restauration collective

Acteurs concernés : région, département

TYPOLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

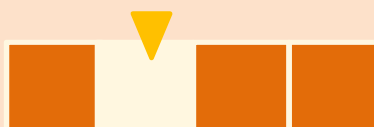
COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



-

+

IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

Les frais inhérents à la certification biologique se révèlent souvent être un frein à la création ou au développement d'une activité bio chez les artisans, TPE et PME. L'aide à la certification est souvent rencontrée pour les producteurs, mais rarement pour les transformateurs.

En Rhône-Alpes, c'est l'association des transformateurs, Bioconvergence Rhône-Alpes qui a œuvré pour qu'au moins une partie de cette dépense soit prise en charge par la collectivité. Les élus de la Région Rhône-Alpes ont ainsi voté une aide pour la prise en charge d'une partie de ces frais **lors de la première année de certification**



2- Comment mettre en relation l'offre et la demande ?

2-5 Création d'un structure ad hoc

DESCRIPTION DE L'ACTION

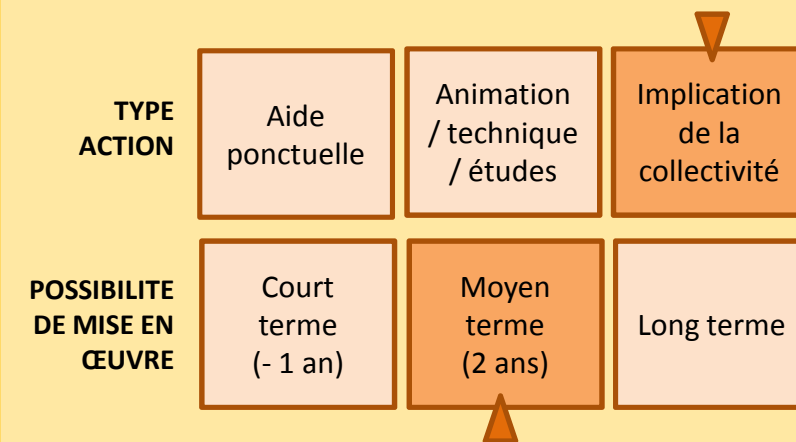
Descriptif : La collectivité met en place une structure (association, SCIC, SEM ...) permettant de mettre en relation l'offre et la demande

Pré-requis : validation politique ; analyse juridique , connaissance des jeux d'acteurs sur le terrain (= avoir des acteurs intéressés pour rentrer dans la structure)

Objectifs visés : mettre en relation l'offre et la demande de manière juridique ; favoriser un approvisionnement bio et local des cantines des collectivités ; certaines formes juridiques ne permettent néanmoins pas de contourner les marchés publics et d'imposer une origine locale des denrées (voir action 2-6)

Acteurs concernés : toute collectivité intéressée

TYPOLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (*calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...*)



- +

IMPACT DE L'ACTION (*sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective*)



EXEMPLE ET REMARQUES

La SCIC « Auvergne Bio Distribution » est dédiée à l'approvisionnement de la restauration collective en produits bio régionaux. Elle a permis de connecter l'offre des producteurs locaux et la demande des cantines scolaires en étant en mesure de proposer la variété nécessaire à un repas bio complet en favorisant les produits de saison.

Elle comprend 44 associés répartis en 4 collèges : 21 producteurs, 10 collectivités, 12 transformateurs, 1 salarié

Ses plus-values :

- ✓ Rémunération des petits producteurs au juste prix.
- ✓ Visibilité sur les débouchés pour les transformateurs.
- ✓ Implication des collectivités territoriales dans la démarche.
- ✓ Accélération des conversions de producteurs à l'agriculture biologique (x 3,5 en 2 ans)



2- Comment mettre en relation l'offre et la demande ?

2-6 Création d'une structure ad hoc sans mise en concurrence

DESCRIPTION DE L'ACTION

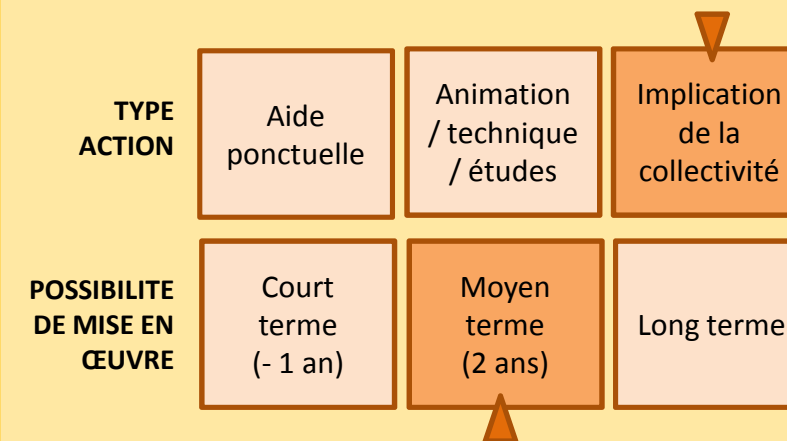
Descriptif : La collectivité met en place une régie et qui assure la production agricole (notamment par l'embauche d'un ou plusieurs agriculteurs – voir action 1-5)

Pré-requis : validation politique ; analyse juridique , connaissance des jeux d'acteurs sur le terrain (= avoir des acteurs intéressés pour rentrer dans la structure)

Objectifs visés : s'assurer un approvisionnement Bio et local régulier, sans passer par les marchés publics

Acteurs concernés : toute collectivité intéressée

TYPOLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



- +

IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

La création d'une régie semble le seul moyen de s'affranchir du code des marchés publics et donc de garantir un approvisionnement 100 % local. La collectivité doit produire ses propres denrées ; cela passe notamment par l'embauche d'un agriculteur ; nous citerons donc à nouveau l'exemple de la commune de Mouans-Sartoux. (voir action 1-5)



2- Comment mettre en relation l'offre et la demande ?

2-7 mise en place d'un cahier des charges type

DESCRIPTION DE L'ACTION

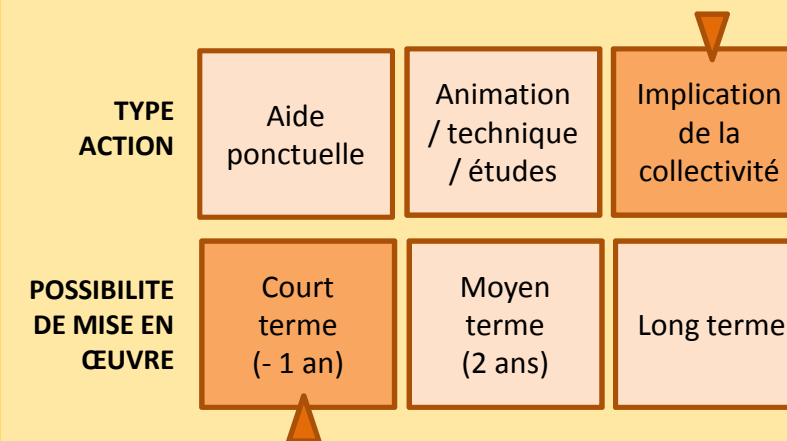
Descriptif : La collectivité rédige un cahier des charges « type » qu'elle propose à ses prestataires (société de restauration collective par exemple), avec ses exigences en termes de denrées bio

Pré-requis : validation politique

Objectifs visés : imposer des conditions à la fourniture de denrées bio. Cela ne permet pas d'imposer une origine locale il est néanmoins possible d'imposer des circuits courts et des animations dans les cantines, ce qui permet d'orienter vers la fourniture de denrées locales. Les négociations commerciales avec les SRC peuvent également permettre d'exiger un % local (la définition du « local » n'étant cependant pas la même selon les structures)

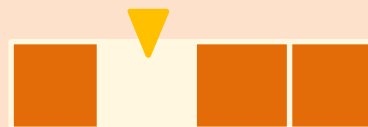
Acteurs concernés : toute collectivité intéressée

TYPOLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



- +

IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

Ville de Saint-Etienne

Depuis 2009 : objectif de 50 % de repas bio dans la restauration scolaire de la ville => contrat de Délégation de Service Public très exigeant en terme d'empreinte environnementale.

Un travail collégial inscrit dans la durée s'est mis en place afin de construire le cahier des charges. Il contient des exigences sur différents critères (respect de la saisonnalité, prohibition des additifs chimiques et des colorants artificiels...) et notamment **l'introduction de produits locaux et issus de l'agriculture biologique**, avec des objectifs progressifs : 50% dès la première année, 10% supplémentaires chaque année, pour aboutir à 100% au 1er janvier 2014. L'intégralité des produits bio et non-bio doit être achetée dans la mesure du possible « régionalement » avec une priorité pour la Loire et les départements limitrophes.

La ville est consciente que cela représente une prise de risque par rapport au code des marchés publics, mais s'appuie sur le Grenelle de l'environnement qui privilégie les cycles courts pour les approvisionnements en restauration collective.



3- Comment augmenter la demande en produits biologiques ?

3-1 Mobilisation en interne

DESCRIPTION DE L'ACTION

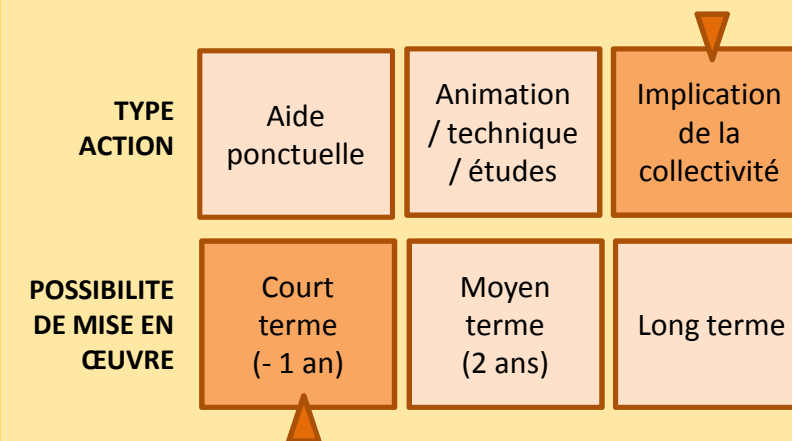
Descriptif : la collectivité mobilise ses services , les caisses des écoles, les gestionnaires ... : communication, aide à la rédaction de cahier des charges ; cela peut prendre la forme d'une réunion mensuelle des services sur le sujet de l'alimentation, d'un guide, de formation sur la question des appels d'offre de la restauration collective...

Pré-requis : validation politique

Objectifs visés : augmenter les commandes en produits bio pour envisager d'autres actions (voir actions précédentes) et notamment mobiliser l'amont agricole ; échanger sur les bonnes pratiques

Acteurs concernés : collectivités

TYPOLOGIE DE L'ACTION

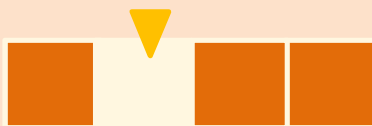


APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

La mairie de Paris a mis en place un comité scientifique et technique de l'alimentation durable ; tous les acteurs de la restauration collective parisienne y sont conviés. Ce comité se réunit régulièrement (tous les 2 ou 3 mois) afin de présenter les résultats d'études en cours (il sert de comité de pilotage), d'échanger sur les problématiques... les chargées de mission de la Mairie se tiennent à disposition des acteurs de a RC pour les accompagner dans l'introduction de produits biologique.

Un **espace collaboratif** sur internet permet de partager les documents et faire part des actualités. Il permet aux acteurs de la restauration collective parisienne ou agents impliqués dans le plan alimentation durable d'échanger sur leurs actions et, plus généralement, sur leur métier.



3- Comment augmenter la demande en produits biologiques ?

3-2 Formation des cuisiniers

DESCRIPTION DE L'ACTION

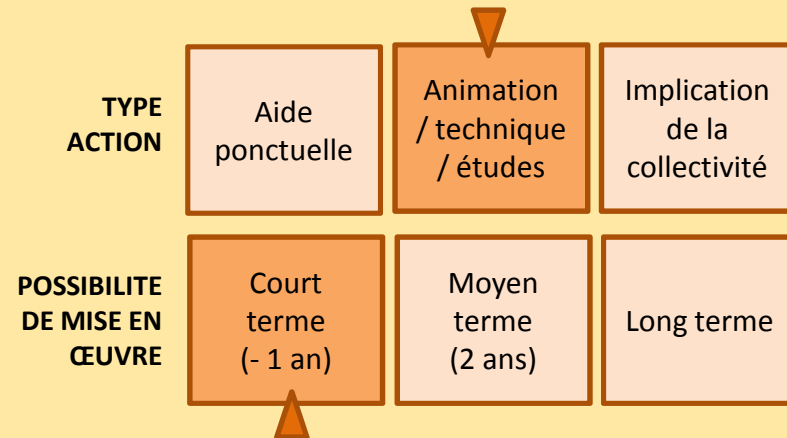
Descriptif : La collectivité finance des journées de formation à destination des cuisiniers

Pré-requis : validation politique

Objectifs visés : former les cuisiniers à la préparation des repas bio, les sensibiliser et à terme faciliter et augmenter l'introduction de denrées bio

Acteurs concernés : région, département

TYPOLOGIE DE L'ACTION

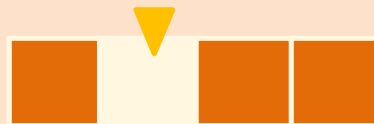


APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

Bio de Provence propose une formation à destination des cuisiniers et des responsables des achats en restauration collective. Elle permet de :

- ✓ découvrir les principes de l'agriculture biologique
- ✓ d'adopter ses spécificités en cuisine
- ✓ d'appréhender ses circuits de commercialisation.

Elle est constituée d'un volet théorique et d'une mise en application en cuisine.

Ce type de formation est proposé dans de nombreux territoires ; l'implication des cuisiniers étant une des clés de la réussite d'intégration de repas bio.



3- Comment augmenter la demande en produits biologiques ?

3-3 Participation au coût du repas bio

DESCRIPTION DE L'ACTION

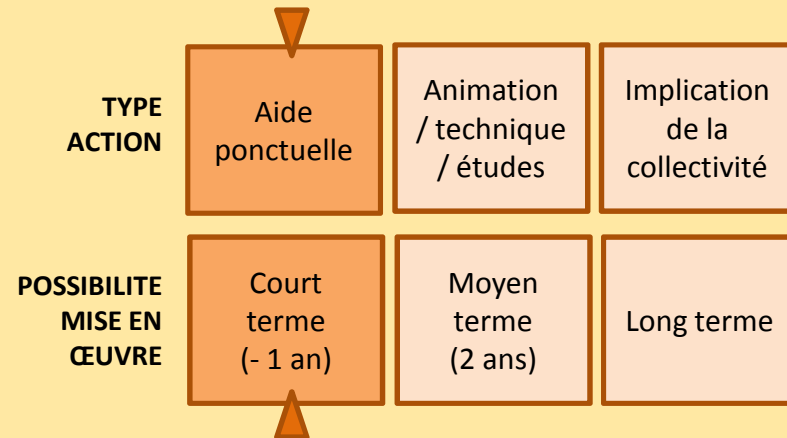
Descriptif : La collectivité prend en charge une partie du coût des repas

Pré-requis : validation politique

Objectifs visés : mobiliser plus facilement les cantines et augmenter le nombre de repas bio

Acteurs concernés : région, département

TYPOLOGIE DE L'ACTION



APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



- +

IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

La prise en charge d'une partie du coût des repas est (ou a été) pratiquée par de nombreuses collectivités. Cela permet d'amorcer la mise en place de repas bio au sein de la restauration scolaire.

Cependant, cela ne doit pas constituer une solution à long terme : la collectivité doit encourager un changement de pratiques afin que le coût du repas s'équilibre (réduction des déchets, achat de produits bruts moins chers avec préparation sur place = achat d'équipement et formation des cuisiniers...)



3- Comment augmenter la demande en produits biologiques ?

3-4 Mise en place d'animations pédagogiques

DESCRIPTION DE L'ACTION

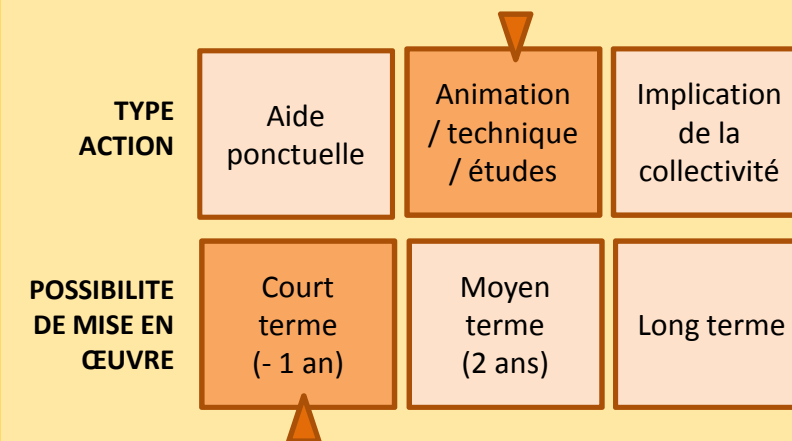
Descriptif : La collectivité prend en charge des jours d'animation auprès des convives

Pré-requis : validation politique

Objectifs visés : sensibiliser le jeune public (et les parents d'élèves), améliorer l'impact des repas bio et à terme augmenter la part de denrées bio ; diminuer le gaspillage et optimiser les quantités et donc le coût du repas

Acteurs concernés : région, département

TYPOLOGIE DE L'ACTION

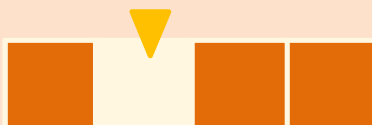


APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



EXEMPLE ET REMARQUES

Les animations pédagogiques sont proposées dans quasiment toutes les collectivités intégrant des produits bio dans leur menus. Au-delà d'un bon impact en termes de sensibilisation, ces animations peuvent également permettre de s'approvisionner bio et local.

En effet, inscrire ce souhait dans un cahier des charges d'appel d'offres peut permettre de sélectionner des fournisseurs locaux sans avoir à indiquer la provenance des denrées.



3- Comment augmenter la demande en produits biologiques ?

3-5 Mise en place d'équipements dans les cantines

DESCRIPTION DE L'ACTION

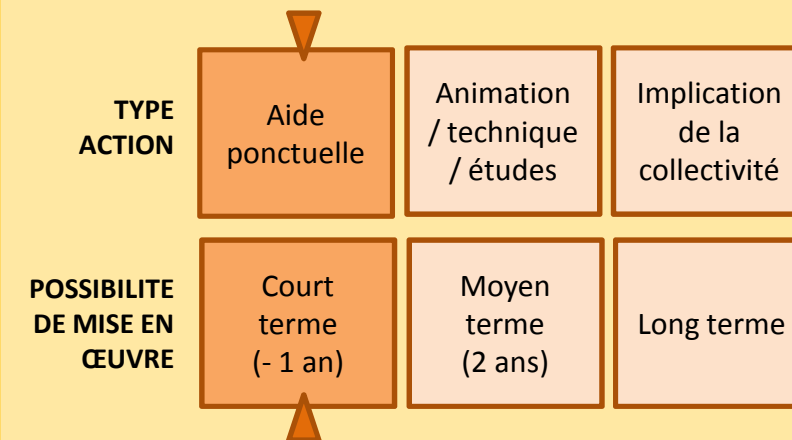
Descriptif : La collectivité finance tout ou partie d'équipements dans les cantines : éplucheuse, trancheuse...

Pré-requis : validation politique

Objectifs visés : faciliter le travail des cuisiniers et permettre l'acceptation des produits bio pour à terme en augmenter le %

Acteurs concernés : région, département

TYPOLOGIE DE L'ACTION



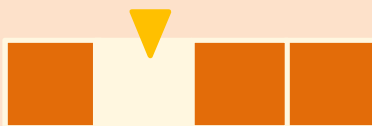
APPRECIATION DE L'ACTION

COMPLEXITE DE MISE EN ŒUVRE DE L'ACTION (calendrier, moyens nécessaires, jeu d'acteurs...)



- +

IMPACT DE L'ACTION (sur la fourniture de produits bio et locaux en restauration collective)



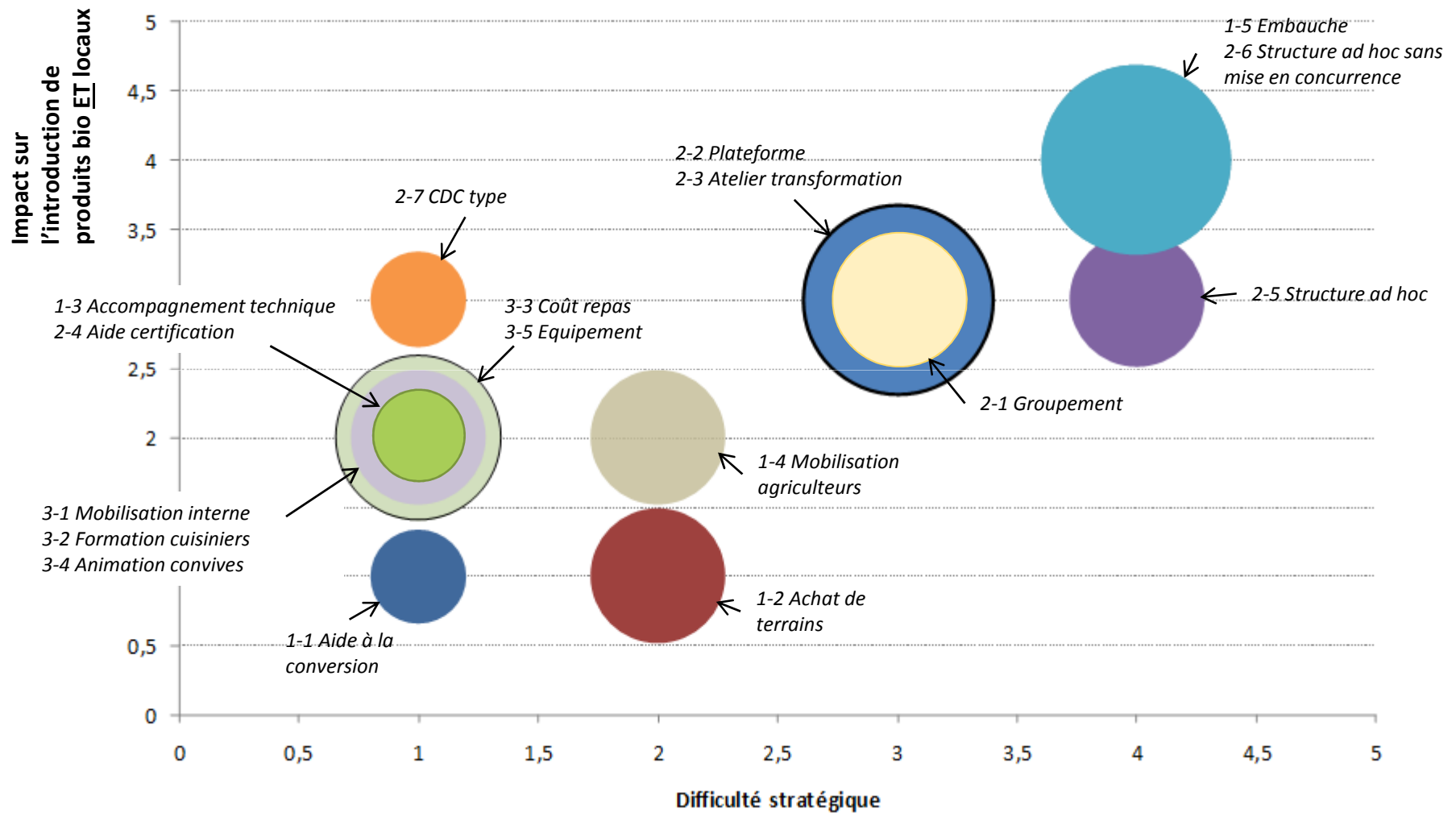
EXEMPLE ET REMARQUES

De nombreuses collectivités proposent une ligne de financement pour les équipements dans les cuisines de la restauration scolaire dans le cadre de leur plan de développement de l'agriculture biologique.

Il est intéressant de noter que certaines collectivités **préfèrent cette solution qui s'inscrit dans le long terme, plutôt que de subventionner les repas** ; C'est par exemple le cas de L'opération « Manger BIO et Autrement dans les collèges isérois » mise en place par le Conseil Général de l'Isère.



Synthèse



La taille des bulles est indicative du coût de l'action : plus la bulle est grosse, plus les moyens financiers à mobiliser sont importants

4/ Opportunités et conditions de faisabilité d'une plateforme logistique



Mise en relation offre/demande : quel regroupement de l'offre pour une intégration commerciale et logistique ?

- ❑ Le 2^{ème} axe des pistes d'actions proposées (mettre en relation offre et demande) développe la **question du regroupement de l'offre et de la mutualisation plus ou moins poussées des activités commerciales et logistiques**. Il rejoint un des **questionnements prioritaires de la Région PACA** à l'heure actuelle, alors que le rapprochement offre/demande montre parfois ses limites faute de structuration et que plusieurs territoires s'interrogent sur la pertinence de mettre en place une plateforme de produits locaux.
- ❑ Cette question **se pose en toute légitimité étant donné les limites de la vente directe sans intermédiaire** (gré à gré) sur le marché de la restauration collective. En effet, ce mode de commercialisation se pratique dans de nombreuses communes avec des achats de petites quantités à des agriculteurs locaux (bio ou conventionnels), mais ne peut être envisagé comme une solution tenable pour répondre à une demande massive en produits bio locaux (notamment de la part de cantines situées dans des zones urbaines).
- ❑ Toutefois, **un regroupement de l'offre de produits bio locaux en vue de servir la restauration collective doit se faire avec lucidité**, en ayant conscience de **ce que cela implique pour les producteurs et les collectivités** (quelles activités sont mutualisées, quel investissement de départ, quelle implication de la collectivité ?), et du **marché potentiel auquel l'offre pourra répondre** (des volumes souvent peu importants dans un 1^{er} temps).
- ❑ Les pages suivantes présentent des **éléments de réflexion sur les modes de regroupement envisageables avec les avantages et les limites de ces modèles, ainsi qu'une approche économique sur la mise en place d'une plateforme physique**.



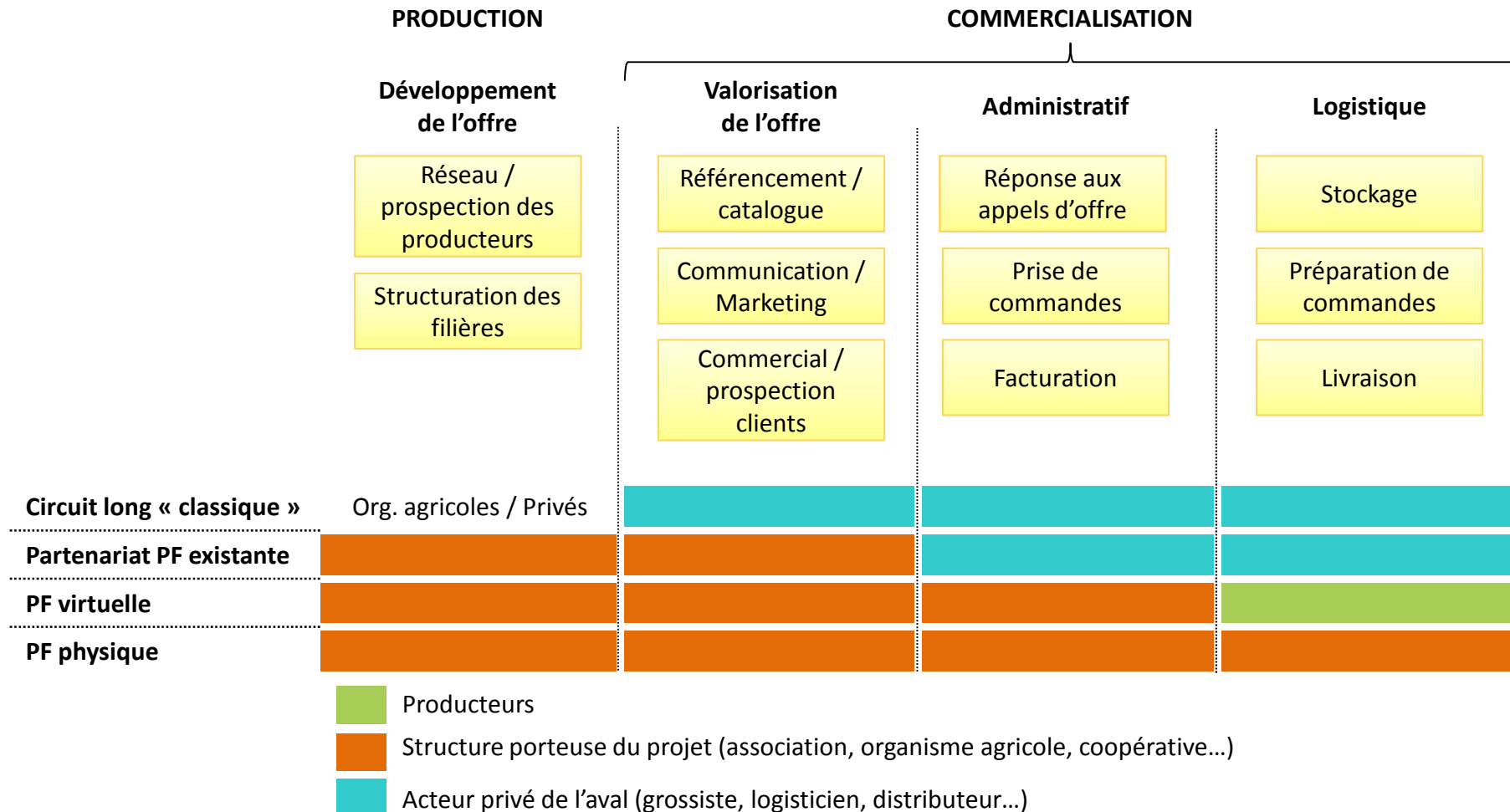
Différents schémas de regroupement

- ❑ **Le regroupement de l'offre en vue de renforcer la position de la production locale sur le marché de la restauration collective passe par la constitution d'un collectif de producteurs qui peuvent intégrer différents stades de l'aval de la filière. Cela peut aller :**
 - ✓ **d'un simple regroupement pour la constitution d'une offre commune** avec l'avantage :
 - de disposer d'une gamme de produits plus large et/ou de volumes plus importants
 - de mener des actions commerciales en commun (prospection, communication, marketing, avec éventuellement l'identification des produits par une marque collective)
 - de partager éventuellement certains investissements au niveau de la production (matériel agricole) et bénéficier d'un accompagnement technique (rôle classique d'une organisation de producteurs)
 - ➔ **Un tel modèle suppose un partenariat avec un intermédiaire type grossiste pour que le marché de la RHD collective ne soit pas qu'un débouché marginal du groupement (passage en direct a priori limité)**
 - ✓ **à une mutualisation plus importante qui passe par la mise en commun des aspects administratifs (back office)** qui suppose alors un transfert de propriété des produits à la structure collective. Cette dernière assure alors :
 - la réponse aux appels d'offre
 - la prise de commande
 - la facturation qui permet au client de disposer d'une facture unique
 - ➔ **Cette solution intermédiaire (plateforme virtuelle) permet de limiter les investissements mais demande une solution logistique externe, qui peut soit reposer sur les producteurs qui assurent les livraisons, soit passer par un prestataire logistique** (mais un regroupement des produits sur un lieu unique devient alors rapidement nécessaire – comme dans le cas de Manger Bio d'Ici qui loue désormais une petite surface de stockage chez STEF-TFE)
 - ✓ **à une intégration globale du maillon intermédiaire (substitution aux grossistes)** qui consiste en la mise en place d'une structure logistique à part entière
 - ➔ **Attention, au vue des investissements et frais de fonctionnement nécessaires pour une plateforme logistique, cette solution ne peut être envisagée à moins d'atteindre une certaine taille critique**



Quelle intégration de la commercialisation ?

Acteurs impliqués dans les différentes étapes de la commercialisation en fonction du type de projet





Enjeux et limites des projets étudiés

- *Degré d'intégration des activités logistiques* +

	Partenariat avec acteur privé	Plateforme virtuelle	Plateforme physique
Services assurés par la structure porteuse de projet	<ul style="list-style-type: none"> • Réseau de producteurs • Catalogue / référencement • Communication / marketing • Prospection clients 	<ul style="list-style-type: none"> • Réseau de producteurs • Catalogue / référencement • Réponse aux appels d'offre • Communication / marketing • Prospection clients • Prises de commande • Facturation 	<ul style="list-style-type: none"> • Réseau de producteurs • Catalogue / référencement • Réponse aux appels d'offre • Communication / marketing • Prospection clients • Prises de commande • Facturation • Stockage • Préparation de commandes • (Livraison)
Exemples	Groupement de producteurs Solebio (commercialisation via Biocoop)	<ul style="list-style-type: none"> • Plateforme Agriobio Provence • Manger Bio d'Ici (38) 	<ul style="list-style-type: none"> • 1^{er} modèle Agriobio Provence • Bio Appro (69), RECOLTER (38), Auvergne Bio Distribution (63)
Les points forts	<ul style="list-style-type: none"> • Concentration sur l'activité « amont » : mise en réseau des producteurs, référencement et communication sur les produits locaux (avec éventuellement labellisation, accompagnement pour mise en place de CDC...) • Expertise d'un spécialiste logistique disposant de son propre outil qui permet de regrouper les produits et optimiser les coûts logistiques (mutualisation éventuelle avec d'autres livraisons du partenaire) 	<ul style="list-style-type: none"> • Contact direct entre producteur et client final (livraison assurée par les producteurs) • Investissement de départ limité • Maîtrise du circuit de commercialisation par l'amont 	<ul style="list-style-type: none"> • Intégration de la chaîne logistique, avec notamment un lieu unique de regroupement des produits → facilitation pour les producteurs, permet d'envisager une croissance des volumes livrés • Service complet : prise de commande, préparation, livraison, facturation • Maîtrise du circuit de commercialisation par l'amont (intermédiaire dans lequel les producteurs sont associés ou représentés)



Enjeux et limites des projets étudiés

- *Degré d'intégration des activités logistiques* +

	Partenariat avec acteur privé	Plateforme virtuelle	Plateforme physique
Les limites	<ul style="list-style-type: none"> • Difficultés à trouver le bon partenaire → zone d'intervention similaire, savoir-faire selon les types de produits, intérêt pour la problématique locale... • Moins forte maîtrise de la chaîne logistique, des conditions de partenariat à définir clairement au départ, afin de garder la main sur le projet 	<p>Des contraintes logistiques supportées par les producteurs → un développement qui aura ses limites du fait du temps nécessaire et du coût liés aux livraisons, avec une évolution probable vers la mise en commun d'un lieu de stockage commun et le recours à un transporteur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un investissement de départ à amortir et des coûts de fonctionnement (ressources humaines, stockage, frais de transport...) à couvrir avec des volumes suffisants
Les conditions de transférabilité des projets existants	<ul style="list-style-type: none"> • Zone avec des partenaires potentiels (PME avec ancrage local de préférence) • Des conditions d'exploitation à déterminer (identification des produits locaux, garantie de qualité, conditions d'utilisation de la base de clients par le prestataire...) 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivation des producteurs pour assurer la livraison • Maillage zone de production / zone de consommation à affiner au maximum afin d'optimiser les livraisons → un modèle qui s'applique à un territoire où bassins de production et de consommation sont suffisamment imbriqués • Un modèle qui atteindra ses limites en cas de développement trop important (nombre de clients à livrer, diversification de la gamme et commandes multi-produits) 	<ul style="list-style-type: none"> • Peut être envisagée sur une zone de chalandise dense – agglomération, et zone de production diversifiée proche de la plateforme • La proximité entre les bassins de production et de consommation est un atout supplémentaire • Un modèle qui doit regrouper des volumes suffisants pour être rentable → des projets qui doivent atteindre une taille critique, et donc ne doivent pas se multiplier



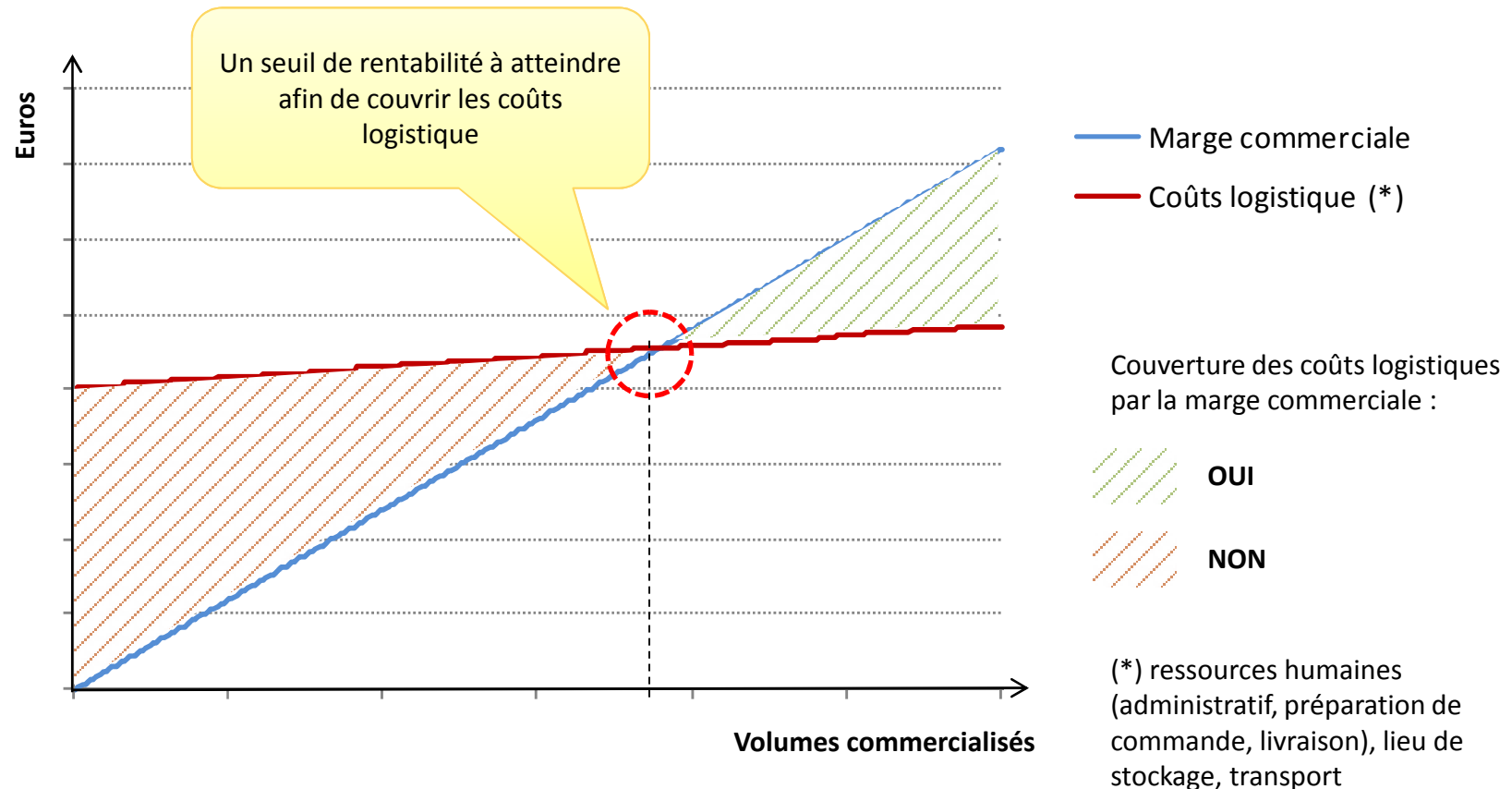
Enjeux et limites des projets étudiés

- *Degré d'intégration des activités logistiques* +

	Partenariat avec acteur privé	Plateforme virtuelle	Plateforme physique
Le coût logistique	<ul style="list-style-type: none"> • Un coût optimisé grâce à l'utilisation d'un outil existant, géré par un spécialiste de la logistique/vente en gros • Surcoût intégré dans le prix final (% du CA du partenaire dédié à la rémunération de la structure « apporteur d'affaire » / ou participation aux frais du prestataire si la facturation est faite directement par le producteur (schéma moins probable) 	<ul style="list-style-type: none"> • Des besoins humains (1 ETP environ) pour la gestion administrative et l'animation du réseau qui doivent être pris en charge par la marge commerciale réalisée sur les produits vendus • Un coût logistique (préparation de commande, livraison...) à la charge des producteurs, qui peut être pris en compte dans le prix d'achat au producteur 	<ul style="list-style-type: none"> • Un coût logistique à optimiser afin que le surcoût généré soit acceptable dans le prix final: volumes commercialisés, optimisation de l'outil logistique (surface de stockage, remplissage du véhicule, optimisation des tournées de livraison...) • Des coûts fixes incompressibles qui doivent être couverts par la marge commerciale (voir schéma page suivante) : <ul style="list-style-type: none"> – Besoins humains (1 à 2 ETP) pour administratif + préparation de commandes + livraisons → 30 à 60 K€ – Loyer ou remboursement d'emprunt lié au local de stockage → 40€ HT HC/m²/an en moyenne dans la vallée du Rhône, soit 8K€/an pour 200 m² – Frais de transport – Frais de fonctionnement, en particulier : chambre froide



Intégration de la logistique : un seuil de rentabilité à atteindre



- ❑ **L'intégration de l'activité logistique génère des coûts fixes, notamment en ressources humaines, qui doivent être couverts par la marge réalisée lors de la commercialisation de produits locaux (autour de 15% en moyenne).**
 - ✓ Le graphique ci-dessus montre qu'un seuil de rentabilité doit être atteint (à déterminer selon l'outil logistique créé ou envisagé et le type de produits commercialisés). Une fois ce seuil atteint, les volumes supplémentaires commercialisés génèrent un excédent qui permet de faire face aux autres frais (investissements, communication, marketing, etc.), voire de dégager des bénéfices.



Quelques ratios économiques

- ❑ **Des investissements minimum nécessaires pour tout projet de plateforme (voir page précédente)**
 - ✓ Frais de personnel
 - ✓ Investissement ou location de capacités de stockage (notamment froid)
 - ✓ Investissement dans un véhicule ou recours à un transporteur

- ❑ **Des besoins de surfaces de stockage souvent réduits par rapport aux volumes concernés par les projets :**
 - ✓ Grossistes F&L : 3 à 5 t/m² par an, voire 7 t/m², soit un besoin de maximum de 33 m² pour 100 t annuelles commercialisées

- ❑ **Une zone de livraison qui peut aller jusqu'à 200 Km maximum, avec un rayon d'action des grossistes à service complet le plus souvent autour de 100-150 Km**

- ❑ **Autres données économiques**
 - ✓ Un intermédiaire : 15-20% de marge entre prix d'achat et prix de vente pour assurer un minimum de rentabilité (cas d'un grossiste ou d'une plateforme)
 - ✓ Grossistes sans livraison : 1 ETP pour 500 à 1 000 t de F&L
 - ✓ 1 ETP = 25 à 31 K€ minimum salaires et charges comprises
 - ✓ 1 palette = 1 m², poids variable de 200 à 1 000 Kg / 1 colis (RHD/demi-gros) : 5 ou 10 Kg généralement
 - ✓ Prix d'achat indicatif des produits bio en RHD collective (données moyennes)
 - Fruits frais : 2,25 € / Kg HT
 - Légumes frais et surgelés : 2,1 € / Kg HT
 - Viande : 8,1 à 9,5 € / Kg HT
 - Produits laitiers : 3,5 € / Kg HT
 - Pain : 4,5 € / Kg HT



Recommandations par rapport à la question logistique

- ❑ **Le regroupement de l'offre en vue d'une structuration passe inévitablement par un intermédiaire qui permet d'assurer la commercialisation des produits bio locaux**
 - ✓ C'est le rôle que jouent des acteurs en place comme les grossistes (dont les produits locaux sont un produit de leur assortiment parmi d'autres) ou les coopératives... dont les choix d'approvisionnement relèvent de stratégies privées
 - ✓ L'intégration de l'aval de la filière par une structure collective portée par des agriculteurs (ou dans laquelle les agriculteurs sont impliqués financièrement a minima) permet d'ancrer le projet plus fortement dans le territoire
 - ✓ Pour cela, les structures d'accompagnement ont un rôle primordial à jouer pour aider à l'émergence de projets collectifs, voire animer et gérer un groupe de producteurs. Par ailleurs, des dispositifs peuvent être mis en place par la Région pour encourager ces initiatives collectives (subventions, appels à projet).

- ❑ **La constitution de projets collectifs peut s'appuyer sur de multiples schémas de gouvernance envisageables**
 - ✓ Une implication nécessaire d'un groupe de producteurs
 - ✓ Prise de participation de la collectivité ou d'associations type GAB, ou d'organismes consulaires (Chambres)
 - ✓ Structure avec engagement d'intermédiaires (prise de participation de grossistes au capital)

- ❑ **Enfin, les choix d'intégration plus ou moins complète de l'aspect commercialisation/logistique dépendront des ambitions, des moyens, et du positionnement de l'offre proposée :**
 - ✓ La constitution d'intermédiaires « 100% produits locaux » qui se positionnent en concurrents directs des fournisseurs actuels de la RHD collective semble limitée à quelques initiatives sur l'ensemble de la région :
 - Les moyens nécessaires à la mise en place suppose l'implication ou la construction de structures ayant la capacité de rassembler une offre suffisamment large pour écraser les coûts induits
 - En attendant, la compétitivité prix de cet intermédiaire risque de ne pas être à la hauteur des concurrents nationaux, sur un marché où la composante prix est un facteur déterminant pour remporter des marchés publics
 - ✓ La mise en place de schémas intermédiaires semble de ce fait la plus appropriée, avec, selon les objectifs fixés :
 - La possibilité de s'adosser à des magasins de producteurs ou des magasins bio pour desservir une zone de chalandise resserrée (ex. Apt).
 - La nécessité de mener une réflexion de la possibilité d'utiliser les MIN (5 en PACA) pour approcher les zones urbaines et viser un volume d'affaire plus important.



Principaux acteurs logistiques bio en PACA

- MIN
- ◆ Principaux grossistes bio pour la RHD collective
- ▲ Association de producteurs bio
- ▲ Plateforme produits bio locaux



5/ Conclusion



Synthèse et conclusion

- ❑ **Un travail sur l'introduction de produits bio et locaux en restauration collective qui répond à des demandes multiples**
 - ✓ Volonté politique de s'impliquer sur les questions alimentaires
 - ✓ Sensibilisation et information sur une alimentation de qualité et respectueuse de l'environnement
 - ✓ Accès pour tous à des produits de qualité et bons pour la santé qui rejoint un rôle social de la restauration collective
 - ✓ Souhait d'utiliser un des leviers d'action des collectivités pour développer la production biologique et soutenir l'agriculture locale

- ❑ **Le choix d'utiliser des produits bio et locaux se heurte néanmoins à de multiples obstacles :**
 - ✓ Surcoût engendré par l'achat de produits bio par rapport à des produits conventionnels
 - ✓ Besoin d'adaptation des pratiques d'achats et de préparation en cuisine
 - ✓ Difficultés à trouver des produits locaux qui répondent aux besoins des cantines (types de produits, mais aussi service lié à la commande, la facturation, la livraison)
 - ✓ Barrière des procédures d'appel d'offre qui, si ils ne sont pas repensés en amont, laissent peu de place à des acteurs locaux de petite taille et moins structurés que les fournisseurs « classiques » de la restauration collective (grossistes)

- ❑ **Il est donc nécessaire d'appréhender cette problématique par une approche globale, avec des leviers d'actions nombreux sur lesquels les collectivités volontaires peuvent jouer, et qui s'articulent selon les 3 axes définis dans le plan d'action**
 - ✓ Encourager le développement de l'offre bio locale
 - ✓ Soutenir le rapprochement offre/demande par des actions de regroupement de l'offre structurantes
 - ✓ Dynamiser la demande en produits bio et locaux de la part des cantines



Synthèse et conclusion

- ❑ **Le plan d'actions se présente sous forme de pistes d'actions que les différents partenaires de Novagrimes pourront s'approprier en fonction de leurs problématiques propres. Il répond ainsi aux objectifs du projet Novagrimes qui vise à impulser un processus de réflexion et d'action collective entre les Régions partenaires, sur la base de leurs potentialités.**

- ❑ **Pour la Région PACA spécifiquement, il ressort que plusieurs actions ont déjà été initiées, soit par le Conseil Régional lui-même, soit par d'autres collectivités du territoire**
 - ✓ **Une volonté forte de la part des différents acteurs d'aller plus loin** dans l'introduction de produits bio locaux en restauration collective pourra **par exemple passer par une formalisation de cet engagement à travers une charte** signée par les partenaires impliqués
 - ✓ Si certaines actions relèvent d'une mobilisation individuelle des collectivités gestionnaires de restauration collective (animation, formation du personnel, rédaction des appels d'offre...), d'autres méritent **une réflexion concertée et une vision à l'échelle régionale afin de coordonner les efforts et permettre une bonne cohérence entre des investissements potentiels qui auront un rayonnement départemental, voire régional** (rayon d'action d'une plateforme logistique).
 - ✓ Cette concertation peut être facilitée par la mise en place d'un **groupe de travail régional sur la restauration collective**, rassemblant les techniciens des différentes collectivités en charge de cette question, et offrant un lieu d'échange et de réflexion sur les solutions à adopter.
 - ✓ Enfin, il est important de prendre en compte les travaux déjà menés par les structures d'encadrement du territoire. L'implication des agriculteurs dans un projet de regroupement de l'offre à destination de la restauration collective est en effet fortement **liée à la confiance qu'il pourront avoir en un animateur proche du terrain**. Des directives provenant de l'échelon régional ne pourront suffire à la structuration de la filière.

Annexes



Personnes interrogées

Nom	Structure	Fonction
Sophie DRUARD	CG04/UPC Bastide Neuve	Responsable UPC
Gilles PEROLE	Commune de Mouans-Sartoux	Adjoint à l'enfance
Mylène MAUREL	PNR Luberon	Responsable programme « De la ferme à ta cantine »
Aurore LEROUX	Région PACA	Chargée de mission Agriculture biologique / circuits courts
Marie-Laure GUTTIEREZ	Bio de Provence	Chargée de mission restauration collective
Stéphane DEMARIA	Agribio Var	Chargé de mission, responsable plateforme Agriobio Provence



7 étapes pour réussir l'introduction de produits biologiques en restauration collective

Source : Bio de Provence

1. Construire un projet global

- ✓ Associer tous les acteurs concernés (cuisiniers, parents d'élèves, gestionnaires, convives, élus, groupements d'agriculteurs bio...).
- ✓ Faire en sorte que le projet soit vécu de manière collective et pluridisciplinaire, pour que chacun se l'approprié.

2. Se renseigner sur la filière bio locale

- ✓ Prendre contact avec les groupements d'agriculteurs bio ou les fournisseurs pressentis, et se renseigner sur leur fonctionnement.
- ✓ Évaluer la capacité de l'offre biologique locale pour développer un partenariat satisfaisant et durable : particularités de la production bio et de ses filières, produits disponibles, tarifs, conditions, modalités et délais de livraison, planification des commandes...

3. Évaluer les capacités et les besoins du restaurant

- ✓ Bien connaître les caractéristiques du service de restauration pour cerner ses capacités et ses besoins : mode de gestion, budget disponible, équipement de la cuisine (présence d'une légumerie, d'une parmentière, d'un four vapeur), attentes des convives...

4. Apprendre à connaître les produits bio et leurs spécificités

- ✓ Prendre connaissance des particularités des produits biologiques : découverte de nouveaux produits, caractéristiques nutritionnelles, techniques culinaires
- ✓ Former le personnel à ces spécificités, notamment les cuisiniers et gestionnaires.



7 étapes pour réussir l'introduction de produits biologiques en restauration collective

5. Maîtriser les coûts

- ✓ Repenser la conception des menus et le choix des produits pour limiter le surcoût lié à l'introduction de produits biologiques :
 - consommer des fruits et légumes frais, locaux et de saison
 - introduire plus de protéines d'origine végétale (céréales et légumineuses).
 - proposer des portions de viande en accord avec les recommandations diététiques
 - Faire des repas à 4 composantes au lieu de 5
 - Éviter le gaspillage.

6. Planifier une introduction régulière d'ingrédients ou de repas bio

- ✓ Planifier, avec l'aide des professionnels de la filière, l'introduction progressive de produits bio en fonction des saisons et des volumes disponibles localement, pour reconnecter la production à la consommation et pour que la demande favorise le développement local de l'agriculture biologique.

7. Accompagner et valoriser l'arrivée des produits biologiques

- ✓ Sensibiliser et aiguïser la curiosité des convives lors de l'arrivée de produits biologiques au restaurant : mettre en place une signalétique, organiser des dégustations, faire intervenir des agriculteurs...



Principaux acteurs logistiques bio en PACA

- ❑ **Biocoop**
 - ✓ Plateforme Sud-Est à Sorgues
 - ✓ Approvisionnement principalement par l'association Solebio pour les fruits et légumes locaux

- ❑ **NaturDis**
 - ✓ Siège et plateforme Sud-Est à Grasse
 - ✓ Livraison avec propre flotte dans 06 et 83, sinon via transporteurs

- ❑ **AMBRes**
 - ✓ A Méjannes-lès-Alès dans le Gard
 - ✓ Livraison avec propre flotte sur une ligne Marseille-Béziers, sinon avec partenaires logistiques

- ❑ **Biofinesse**
 - ✓ Siège à Toulouse, plateforme Sud-Est dans le 69
 - ✓ Appartient au groupe Pomona

- ❑ **Pronatura**
 - ✓ Siège et plateforme Pronatura Provence à Cavaillon
 - ✓ Filière fruits et légumes de Provence mise en place avec environ 80 producteurs fournisseurs

- ❑ **Relais Vert**
 - ✓ Situé à Carpentras

Espace où les concurrences dans l'occupation du sol et les usages sont fortes et exacerbées entre urbanisation et périurbanisation, infrastructures de communication, activités économiques et espaces naturels et culturels.

C'est un espace de communication, de concentrations diverses, en particulier autour de la logistique.

C'est un espace où se localise une part prépondérante des grands acteurs industriels du tissu économique régional. Malgré la prédominance du tissu productif, l'emploi agricole et industriel intermédiaire est important. La proximité de l'industrie et de l'agriculture a permis une collaboration dynamique et le développement de champs nouveaux.

Espace aux faibles densités, il n'en demeure pas moins que ce territoire est porteur de dynamiques qui tendent à le transformer grâce à ses qualités paysagères, environnementales et écologiques remarquables, ses atouts et ressources pas ou peu exploitées (forêt, sport de pointe, valorisation de l'hébergement, ...)

L'enjeu est d'utiliser les ressources et solidarités extrarégionales et transfrontalières pour conforter le développement et les services aux populations et favoriser le maintien d'un espace de qualité pour l'ensemble de la région.

Le Moyen-Pays est l'espace régional privilégié d'accueil de nouvelles populations venues des agglomérations denses et saturées en recherche d'une meilleure qualité du cadre de vie.

Cet espace est en mutation, confronté aux enjeux du foncier, du logement, des mobilités, de l'implantation de grands équipements, de la précarité aussi. Dès lors, il pose le problème de la maîtrise du développement d'une économie résidentielle.

Ce territoire est celui de la confrontation des espaces urbains et naturels remarquables. Dense et saturé, il est, pour longtemps encore, l'espace d'accueil et de cohabitation de la région. C'est là où se rencontrent et se croisent richesse et pauvreté, usages divers du foncier.

Le littoral est l'espace des mutations, des transformations institutionnelles, des opportunités du fait des concentrations en services, équipements, filières universitaires, ports et aéroports, autoroutes, gares et TGV... Espace dynamique qui se caractérise par un développement économique appuyé sur les nouvelles technologies.

Les Méso-Territoires



Les dynamiques territoriales de PACA influenceront sur les devenirs des systèmes d'exploitations