



Logistiques en circuits courts : un enjeu de structuration du réseau et d'amélioration du revenu agricole

26 novembre 2013 – Grenoble INP

Christophe Corbière
Service économie et agriculture
Direction de l'aménagement des territoires
c.corbiere@cg38.fr



Politique alimentaire en faveur des circuits de proximité

- **Ambition** : augmenter la valeur ajoutée pour les agriculteurs isérois et assurer aux publics sous responsabilité des politiques du Département et aux consommateurs isérois l'accès à une alimentation sûre, diversifiée, de qualité
- **Enjeux** :
 - **agricole** : augmenter la valeur ajoutée pour les agriculteurs isérois
 - **économique** : relocaliser l'économie en valorisant les ressources des territoires
 - **aménagement du territoire** : préserver et valoriser les espaces agricoles périurbains
 - **éducation et santé publique** : favoriser une alimentation équilibrée et de qualité auprès des jeunes, des populations fragiles ou défavorisées
 - **environnemental** : promouvoir une agriculture respectueuse de l'environnement et réduire les émissions de gaz à effet de serre



2 axes pour la politique du Département :

1) Développer et structurer l'offre en produits locaux Organiser la logistique de distribution

- Quantifier et qualifier la demande

= Connaître le potentiel de consommation des produits locaux par les ménages, à partir d'enquêtes sur un échantillon de consommateurs

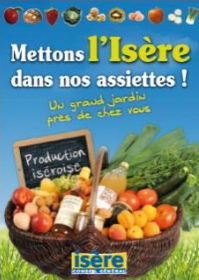
Périmètre d'étude : les produits frais et transformés disponibles en Isère sur les filières fruits/légumes, produits laitiers, viandes, céréales.

= Caractériser la demande en restauration collective à partir des données fournies par le Conseil général, à compléter par le Prestataire pour le secteur privé

- Caractériser l'offre existante et potentielle
- Favoriser les productions agricoles de qualité
- Renforcer le tissu économique local de transformation

2) Favoriser la consommation locale de produits de proximité

S'appuyer sur la restauration collective, notamment par la commande publique : renforcer l'approvisionnement direct dans les collèges et faire partager l'expérience du Département



Une action en lien avec son environnement territorial :

- Qualifier et quantifier
la consommation alimentaire locale**
- Connaître l'offre agricole de proximité
et sa disponibilité pour le marché local**



Produits locaux et consommation de détail

Situation actuelle

Valeur

- Un marché alimentaire isérois de 2,5 Md€ environ
 - 72% des ménages qui déclarent acheter des produits locaux aujourd'hui
 - Des achats de produits locaux entre 455 M€ et 897 M€
d'après le déclaratif des ménages interrogés (enquête ED Institut / BC)...
- mais une estimation subjective en fonction de la perception de produit local
(ex. intégration du pain acheté à la boulangerie alors que peu de farine locale)
- **Un montant des dépenses en produits locaux probablement surévalué**

Types de produits

Trois principales familles de produits concernées

1. Fruits et légumes frais
2. Produits laitiers et œufs
3. Produits carnés

Lieux d'achat

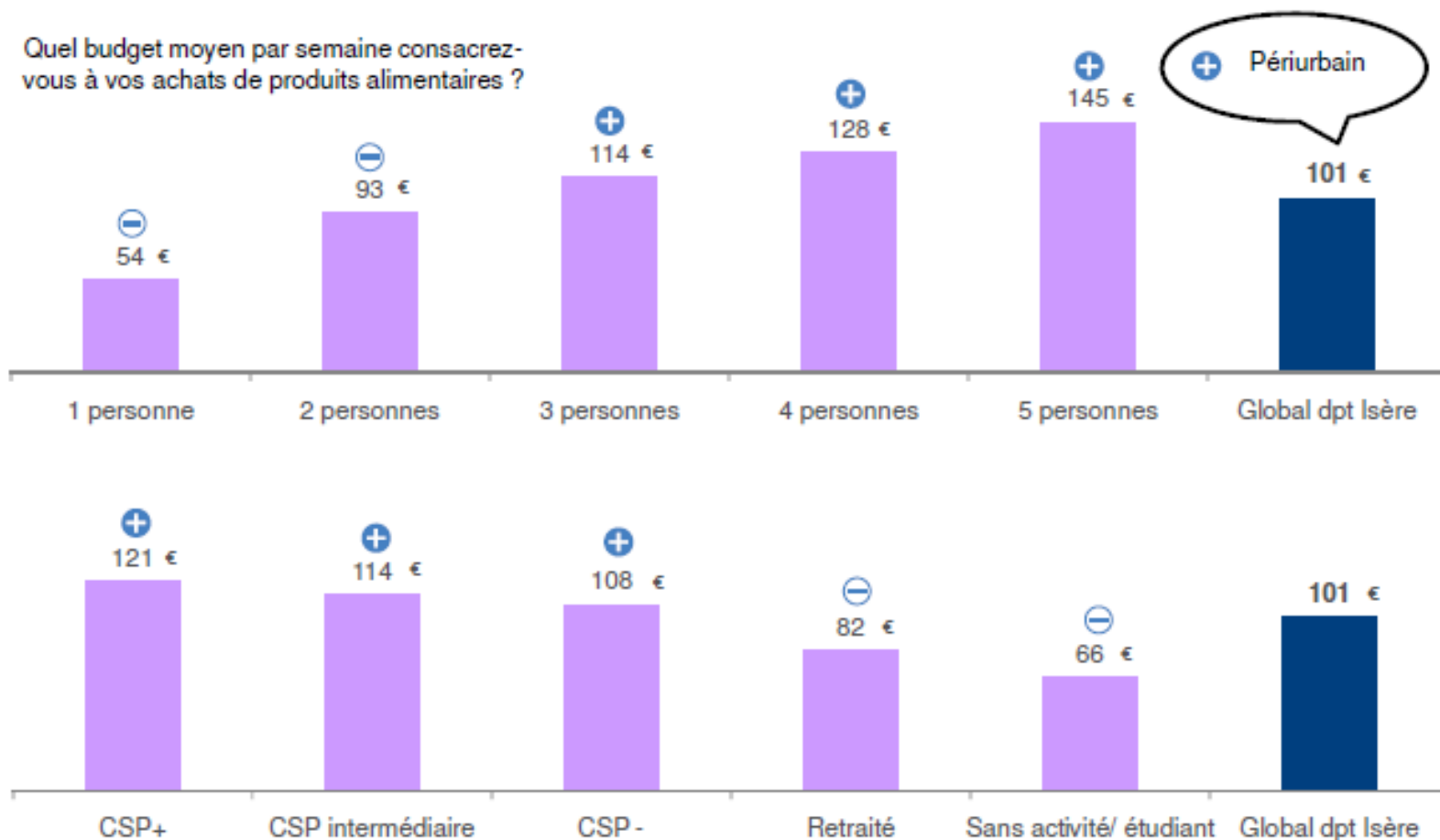
Des lieux d'achats liés aux types de produits locaux :

- **F&L frais** = marché prédominant, puis GMS, magasin de producteur et à la ferme
- **Produits laitiers** = GMS prédominantes, puis marché et à la ferme
- **Produits carnés** = magasins spécialisés, puis marché, GMS et à la ferme



Dépenses en produits alimentaires

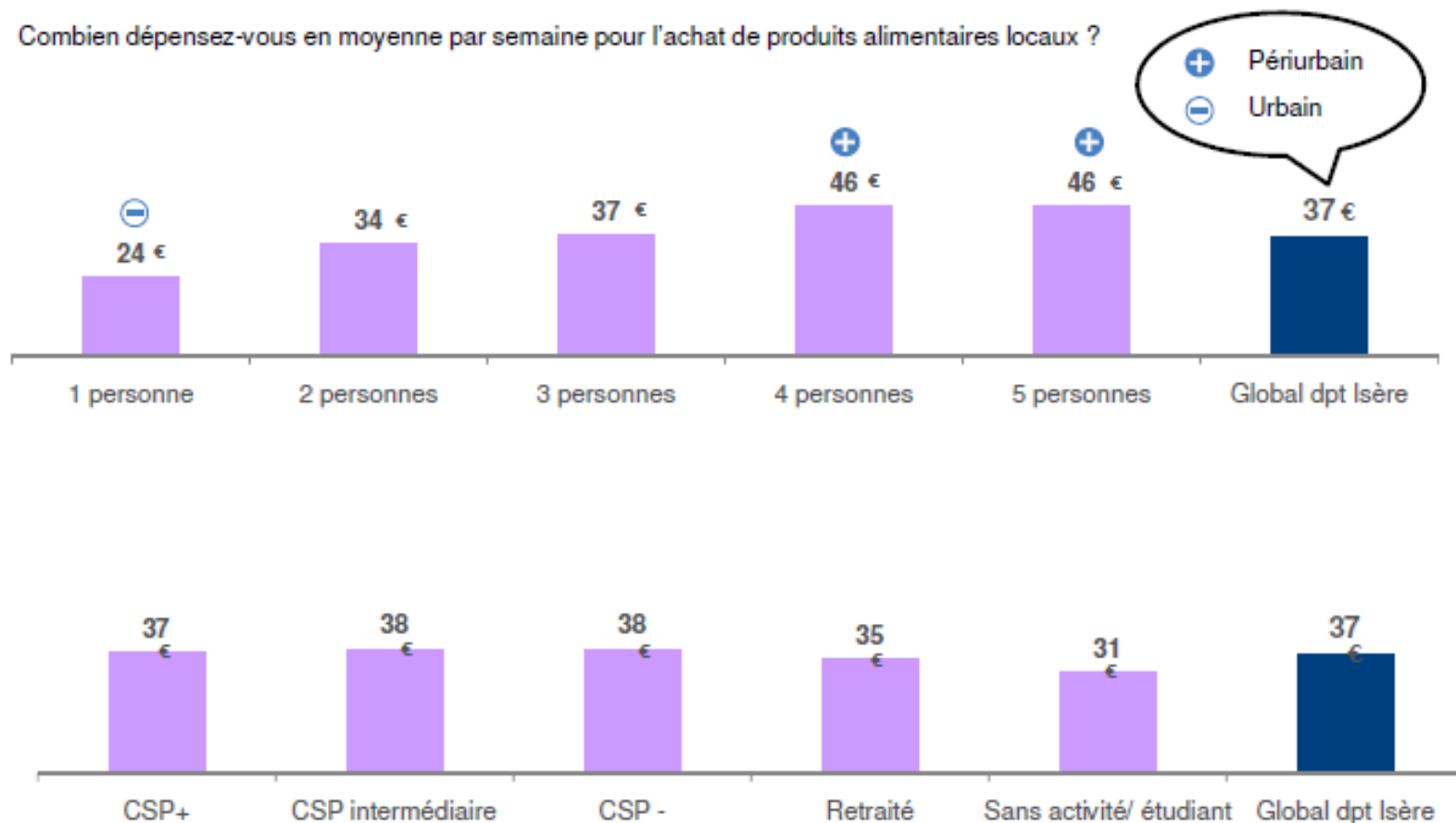
Quel budget moyen par semaine consacrez-vous à vos achats de produits alimentaires ?





Dépenses en produits locaux alimentaires

Combien dépensez-vous en moyenne par semaine pour l'achat de produits alimentaires locaux ?





Produits locaux et consommation de détail

Intentions d'achats et perspectives

Intentions d'achat

- 50% des ménages qui achètent déjà des produits locaux comptent maintenir leur consommation
- 26% des ménages souhaitent augmenter leurs achats de produits locaux
 - ✓ 20% en achètent déjà
 - ✓ 6% n'en achètent pas aujourd'hui
- Une disponibilité de l'offre en produits locaux à augmenter pour des consommateurs sensibilisés
- De nouveaux consommateurs à convertir



Types de produits

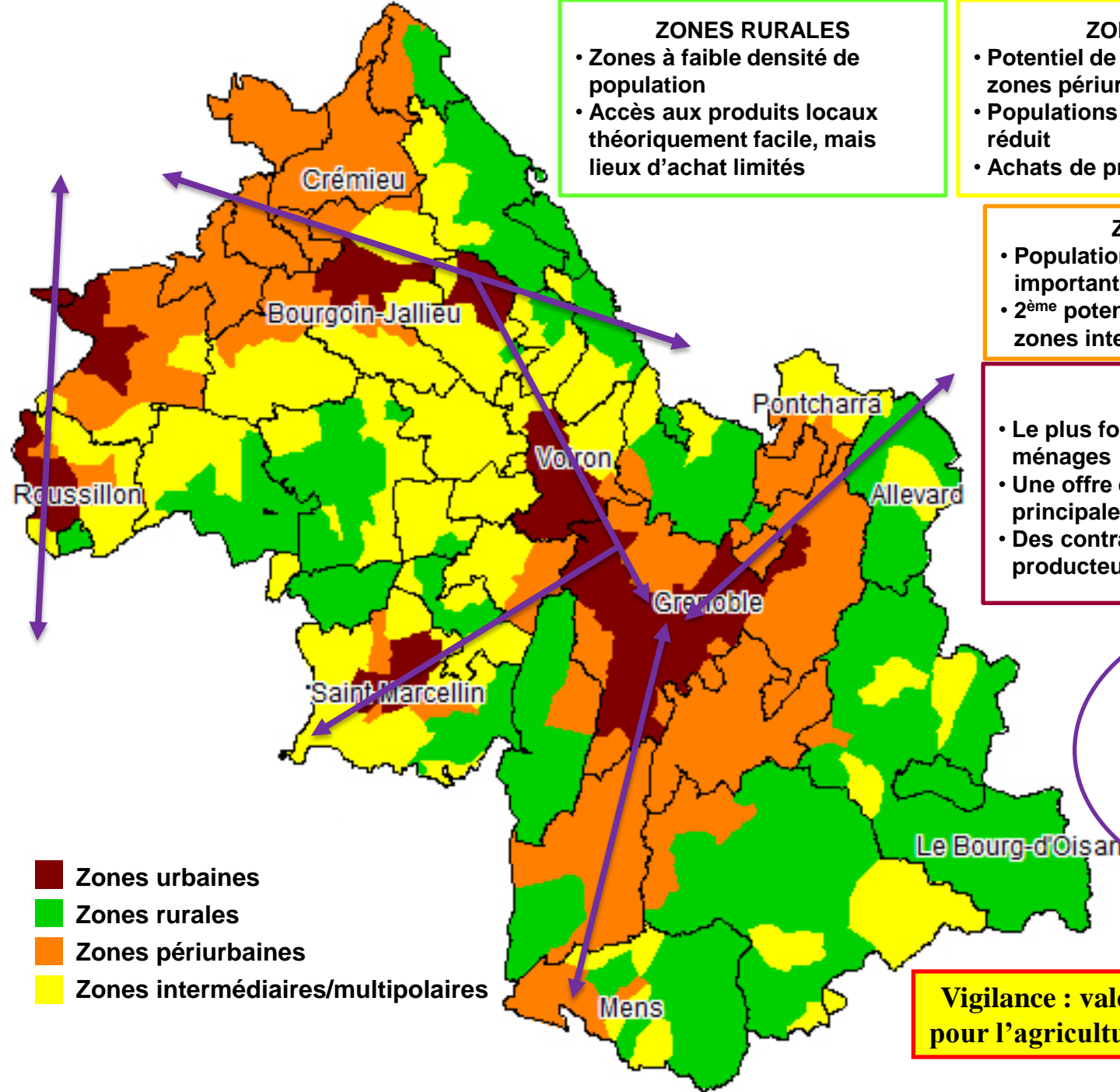
Des conditions posées sur l'offre :

- Prix
- Vente directe par le producteur
- Meilleur goût
- Bénéfice santé
- Garantie sur les modes de production...

Lieux d'achat

Des conditions posées sur les lieux d'achat :

- Etre présent dans les lieux d'achat actuels / avoir des lieux d'achat dédiés aux produits locaux
- Etre visible en magasin
- Connaître les lieux où on peut trouver des produits locaux
- Etre présent sur les trajets



ZONES RURALES

- Zones à faible densité de population
- Accès aux produits locaux théoriquement facile, mais lieux d'achat limités

ZONES INTERMEDIAIRES

- Potentiel de consommateurs équivalent aux zones périurbaines
- Populations avec un pouvoir d'achat parfois réduit
- Achats de produits locaux surtout à la ferme

ZONES PERIURBAINES

- Populations familiales, part de CSP + plus importante
- 2^{ème} potentiel de consommateurs avec zones intermédiaires

ZONES URBAINES

- Le plus fort potentiel en nombre de ménages
- Une offre en produits locaux, aujourd'hui principalement via les marchés
- Des contraintes d'accès fortes pour les producteurs

- Des déplacements domicile-travail nombreux
- L'accès aux produits locaux sur les trajets effectués : souhait de 18% des personnes interrogées

Zones urbaines

Zones rurales

Zones périurbaines

Zones intermédiaires/multipolaires

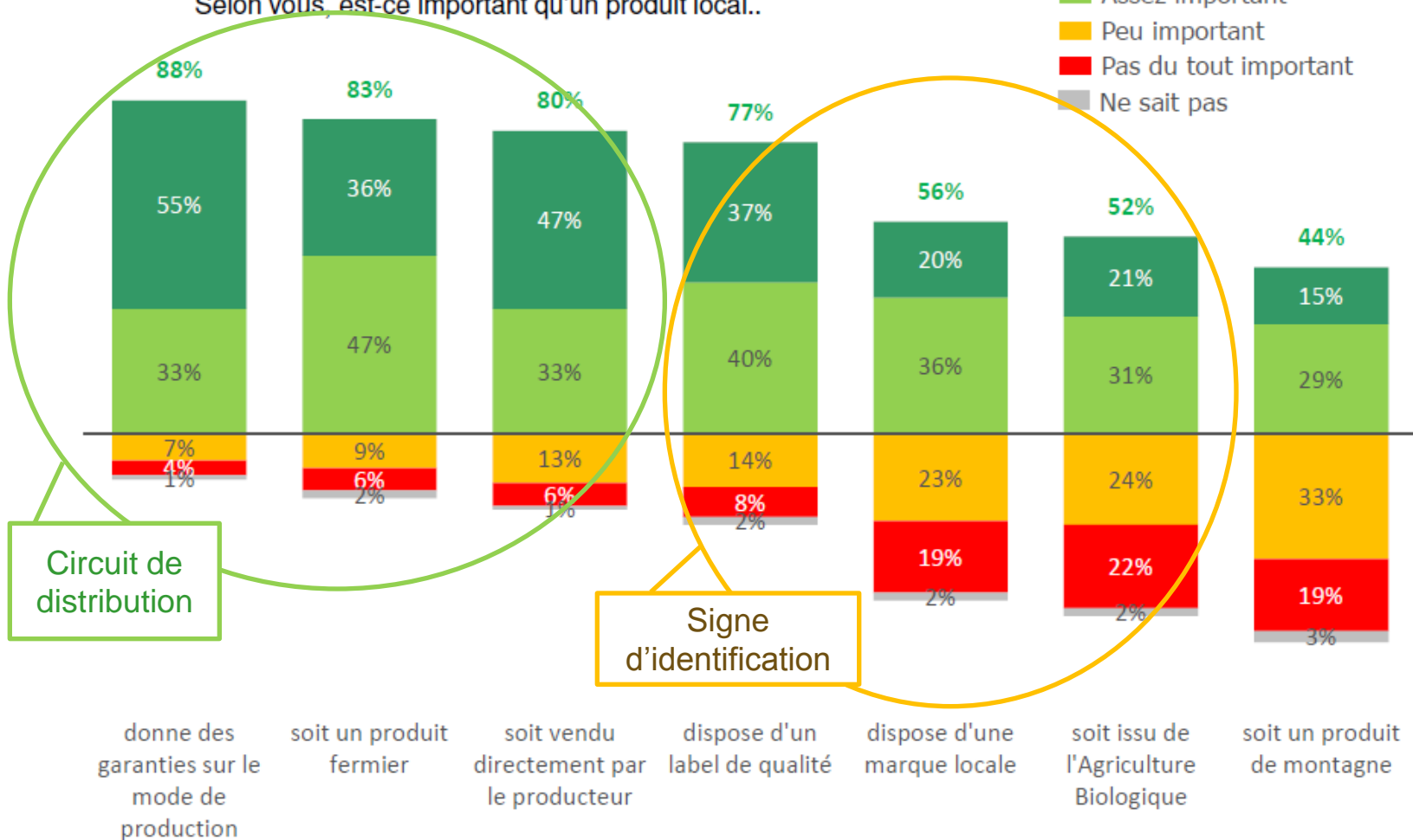
**Vigilance : valeur ajoutée
pour l'agriculture iséroise !**



Influence des signes de qualité et labels

Selon vous, est-ce important qu'un produit local..

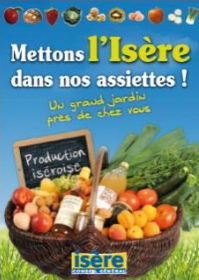
- Très important
- Assez important
- Peu important
- Pas du tout important
- Ne sait pas





Favoriser la consommation locale de produits de proximité

- Utiliser le levier de la commande publique en restauration collective**
- Renforcer l'approvisionnement direct dans les collèges et faire partager l'expérience du Département**



Etude Blézat consulting – Enquête ed institut - 2010-2011

Restauration scolaire

776 établissements = 20 millions de repas / an

35 à 40 M€ / an

d'achats de denrées alimentaires

2900 à 3400 t de F&L frais (hors PdT)

1800 à 2100 t de produits laitiers



La restauration collective : un levier pour structurer les circuits courts à travers la commande publique



Développer l'approvisionnement en produits locaux
dans les restaurants collectifs, en particulier les collèges

**2012 : création de 5 cuisines mutualisées des collèges
(45 établissements en cuisines satellites ; 2 037 500 repas / ans)**

⇒ **Procédure d'achat des denrées alimentaires**
dans le cadre des Marchés publics

**Enjeu : rendre la commande publique accessible
aux plateformes de proximité
dans le respect du Code des marchés publics**



Développer l'approvisionnement en produits locaux dans les restaurants collectifs, en particulier les collèges

- **Appels d'offre pour l'approvisionnement des 5 cuisines mutualisées (1^{er} janvier 2013)** : adaptation des lots (techniques et géographiques), valorisation des critères d'approvisionnement direct, de performance environnementale, de qualité et de fraîcheur des denrées...

Les 2 plateformes locales ont pu être retenues pour les marchés :

✓ Fruits et légumes de saison, pommes de terre : **ReColTer**



commande potentielle : 48 400 € sur 2 CMC (Seyssuel et l'Isle d'Abeau)

vente aux collèges multipliée par 3,

✓ Produits sous signe de qualité dont AB (fruits, légumes, produits laitiers) :

Manger bio d'ici Alpes-Bugey,

commande potentielle : 175 950 € sur les 5 CMC du Département,

vente aux collèges presque multipliée par 2





Développer l'approvisionnement en produits locaux dans les restaurants collectifs, en particulier les collèges

- **Faire partager l'expérience du Département auprès d'autres publics** que les collégiens
- ✓ **Autres publics jeunes** : crèches, écoles, lycées, universités, centres de vacances et de loisirs
- ✓ **Personnes âgées, personnes handicapées** : enquêtes sur les établissements et démarrage test avec des sites pilotes
- ✓ **Vers d'autres établissements de restauration** : restauration d'entreprises, restauration privée
- ✓ **Publics fragiles et/ou en difficulté** : permettre l'approvisionnement des **épiceries solidaires** en produits de qualité, frais et de saison



Animation d'un groupe technique départemental circuits courts

Comment mailler les territoires et mettre en lien offre et demande ?

Un réseau circuits courts multi-acteurs

