

Approvisionnement de la Restauration Hors Domicile en circuits courts

Plate-forme de distribution des produits Locaux

TERRES d'AVENIR



Plan de présentation

1. **Pourquoi mettre en place une plate-forme de distribution ?**
2. Un exemple de méthodologie pour la mise en place d'une plate-forme
3. « Terroirs Ariège Pyrénées » : le cas de l'Ariège
 - a. Données chiffrées sur la restauration collective en Ariège (marché, demande, offre)
 - b. Présentation de la plate-forme départementale



Pourquoi mettre en place une plate-forme de distribution de produits locaux ?

- Dynamiser et soutenir l'activité économique d'un territoire (département ou région)
- Rechercher des débouchés de proximité en demi-gros pour les agriculteurs, coopératives, artisans...
- Favoriser la diversification de l'agriculture et l'installation de jeunes agriculteurs (ex : maraîchage)
- Investir le marché de la Restauration Hors Domicile ; un marché sous-estimé et non exploité à ce jour par les acteurs locaux
- Professionnaliser la logistique et développer les volumes de produits locaux transportés
- Simplifier le lien entre l'offre et de la demande (1 commande, 1 livraison multi-produits et 1 facturation)



Plan de présentation

1. Pourquoi mettre en place une plate-forme de distribution ?
2. **Un exemple de méthodologie pour la mise en place d'une plate-forme**
3. « Terroirs Ariège Pyrénées » : le cas de l'Ariège
 - a. Données chiffrées sur la restauration collective en Ariège (marché, demande, offre)
 - b. Présentation de la plate-forme départementale



Un exemple de méthodologie pour la mise en place d'un outil plate-forme

Réaliser un diagnostic de la demande

Objectif : identifier les agriculteurs et les filières de proximité susceptibles d'être intéressés par la vente de leurs produits pour la restauration collective.

Comment ?

- Identification et rencontre des personnes ressources aux niveaux des collectivités, Conseils Généraux, Conseils Régionaux, Communautés de Communes, grossistes, sociétés de restauration, cuisiniers, gestionnaires de cuisine.
- Clarification et identification des attentes de la restauration collective (volumes, périodicité, qualité, calibrage, colisage...)



Un exemple de méthodologie pour la mise en place d'un outil plate-forme

Réaliser un diagnostic de l'offre

Objectif : identifier les agriculteurs, les artisans, les filières de proximité susceptibles d'être intéressés par la vente de leurs produits via la Restauration Hors Domicile.

Comment ?

- Identification des productions (Chambre d'Agriculture, association développement agricole)
- Prise de contacts avec les agriculteurs, coopératives, groupements de producteurs, entreprises agroalimentaires, artisans (courriers, appels téléphoniques, visites, réunions de groupes)
- Identification des volumes, de la localisation, de la qualité, des disponibilités
- Référencement des produits : élaboration d'un catalogue (papier ou site Internet)



Un exemple de méthodologie pour la mise en place d'un outil plate-forme

Créer une structure collective

Objectif : fédérer un groupe d'acteurs (agriculteurs, artisans, commerçants, collectivités, structures de développement) autour d'un projet commun et structurer l'offre de produits locaux

Comment ?

- Regroupement des acteurs en association, société coopérative...
- Élaboration des grands principes de fonctionnement de la structure collective
- Élaboration d'une offre de produits locaux (gamme de produits, conditionnements, prix...)
- Élaboration d'offres de services supplémentaires (exemple de menus, respect des équilibres alimentaires, aide à la rédaction des appels d'offre...)



Un exemple de méthodologie pour la mise en place d'un outil plate forme

Information/Communication et mise en relation

Objectif : Relier les attentes des lieux de restauration avec l'offre des fournisseurs.

Comment ?

- Communication sur l'offre disponible (catalogue, site Internet...)
- Présentation/valorisation des produits auprès des élèves, des parents d'élèves, des responsables de cuisines, des mairies (interventions, plaquettes, visites d'exploitations...)
- Organisation de formation pour les personnels de cuisine



Un exemple de méthodologie pour la mise en place d'un outil plate-forme

Gestion logistique

Objectif : s'assurer du lien entre les fournisseurs et les lieux de restauration, en optimisant le transport et le stockage.

Comment ?

- Mettre en place une forme d'organisation adaptée, en fonction des partenaires (coopérative, agriculteurs, artisans...) et des volumes (création/sous-traitance d'une plate-forme de distribution/stockage...)
- Évaluer les coûts (identifier les partenaires financiers, les montants des aides envisageables...)
- Assurer ou déléguer le contrôle et agrégage des produits
- Élaborer un « guide fournisseurs » facilitant la livraison des produits à la plate forme



Plan de présentation

1. Pourquoi mettre en place une plate-forme de distribution ?
2. Un exemple de méthodologie pour la mise en place d'une plate-forme
3. « Terroirs Ariège Pyrénées » : le cas de l'Ariège
 - a. Données chiffrées sur la restauration collective en Ariège (marché, demande, offre)
 - b. Présentation de la plate-forme départementale



Le cas de l'Ariège : structure du marché

Au global, le nombre de repas servis annuellement en restauration collective en Ariège est estimé à

2,5 à 3 millions de repas.

Début 2010, on peut distinguer 2 démarches existantes en faveur d'un approvisionnement local de la RC, à savoir :

- 12 collèges dans la démarche pour 4 300 repas /jour
- Cantines scolaires du Pays Porte d'Ariège pour 3 500 repas/jour

**Soit une demande identifiée
de 1 million repas / an**

Le cas de l'Ariège : structure du marché

Une demande complémentaire à satisfaire

S'agissant des lycées, il faut noter que le soutien régional est dirigé exclusivement sur un approvisionnement en produits sous Signe d'Identification de la Qualité et Origine

(1 € par repas avec 3 produits sous SIQO/semaine).

Les 9 lycées représentent un potentiel de

500 000 repas /an, soit 4 000 repas par jour



OFFRE en produits locaux

Le cas de l'Ariège : structure du marché

Pommes de terre, lentilles,

Viandes fraîches bovine, ovine, porcine

Charcuterie

Poulets, pintades et lapins entiers

Truites en darnes et filets

Fromages: tommes de vache et chèvre, lactiques de chèvre

Pâtes sèches, oeufs

Yaourts nature, aromatisés. Faisselle, fromage blanc

Fruits (pommes, poires, kiwis) et petits fruits

Des carences

- En légumes frais
- En premières transformations



Le cas de l'Ariège : quel bilan après 3 années d'expérimentation?

CONSTAT : la part d'approvisionnement en produits locaux en 2008/2009 atteint 8.5 % du potentiel, soit 85 000 repas par an

Au regard des études menées, des échanges soutenus avec les territoires (élus, intendants, cuisiniers, parents d'élèves), de l'évaluation des opérations-tests menées :

l'absence de dispositif de commercialisation type plateforme logistique constitue un frein majeur

interdisant une montée en puissance réelle de l'approvisionnement en produits locaux.



Plan de présentation

1. Pourquoi mettre en place une plate-forme de distribution ?
2. Un exemple de méthodologie pour la mise en place d'une plate-forme
3. « Terroirs Ariège Pyrénées » : le cas de l'Ariège
 - a. Données chiffrées sur la restauration collective en Ariège (marché, demande, offre)
 - b. Présentation de la plate-forme départementale



« TERRoirs Ariège Pyrénées »
distributeur de proximité

Le cas de l'Ariège : présentation de la plate-forme en 3 parties

- 1. Les grands principes retenus**
2. Quel modèle logistique ?
3. Quel modèle juridique ?



Le cas de l'Ariège : les grands principes retenus

- Ø Périmètre d'intervention : Département
- Ø Gouvernance : Partenariale, de type coopérative mixte (public/privé)

Le cas de l'Ariège : les grands principes retenus

On distingue 2 fonctions pour la plate-forme

Fonction commerciale

- Diffuser l'offre de produits locaux aux cuisiniers et centraliser leurs commandes
- Transmettre les commandes aux producteurs
- Assurer la gestion commerciale (facturation aux écoles, paiement aux fournisseurs).

Fonction logistique

- Réceptionner les produits, les contrôler (procédure d'agrèage à définir)
- Les regrouper en lots à partir des commandes des cuisines
- Enfin distribuer les commandes de produits locaux.

Le cas de l'Ariège : les grands principes retenus

Des grands principes qui s'expriment sur quatre Axes

Axe 1 - Concernant la « qualité » du fournisseur

Axe 2 - Concernant la « qualité » du produit

Axe 3 - Concernant l'origine géographique du produit

Axe 4 - Concernant les prix et les modalités de sélection des fournisseurs

Le cas de l'Ariège : les grands principes retenus

Axe 1 - Concernant la « qualité » du fournisseur

Priorité aux associés de la SCIC.

Recours à des fournisseurs non souscripteurs à la SCIC : envisageable sous conditions.

Une marge plus importante pourrait être appliquée aux non adhérents.

Axe 2 - Concernant la « qualité » du produit

La plate-forme proposera une gamme large de produits :

- produits sous Label Rouge, IGP, AOC...
- produits issus de l'Agriculture Biologique
- produits issus de l'agriculture conventionnelle.

Axe 3 - Concernant l'origine géographique du produit

Niveau départemental

Priorité aux produits issus du département de l'Ariège.

Les étapes de production et de transformation doivent également être prioritairement réalisées sur le département.

Niveau régional

Pour compléter l'offre départementale, il sera possible de fonctionner avec des fournisseurs hors du département, dans la mesure où ces derniers appartiennent aux régions limitrophes de l'Ariège.

Niveau National

Pour des produits absents des 2 premiers niveaux, dans l'objectif de stabiliser son équilibre financier, la SCIC pourra être amenée à **s'approvisionner sur d'autres plate-formes de demi-gros nationales** (par exemple pour bananes, oranges, riz...).

Cependant, ces produits devront répondre aux exigences du commerce équitable et/ou de l'Agriculture Biologique.

Le cas de l'Ariège : les grands principes retenus

Axe 4 - Concernant les prix et les modalités de sélection des fournisseurs

Les fournisseurs devront s'accorder sur la **constitution d'une gamme de produits** dans chacune des familles .
Les **prix seront harmonisés** pour un même produit et fixés pour une ou des périodes données.

Le cas de l'Ariège : présentation de la plate-forme en 3 parties

1. Les grands principes retenus
- 2. Quel modèle logistique ?**
3. Quel modèle juridique ?

Le cas de l'Ariège : quel modèle logistique et économique proposé ?

Partenariat avec une société logistique

LA SETAK est une société de transport située à Pamiers, sur l'axe Toulouse/Andorre.

- Elle propose **des services de transport** à l'échelle nationale, régionale **et départementale**.
- Ses clients sont l'industrie, le bâtiment, les énergies renouvelables et la GMS
- Elle est en mesure de **stocker** sous différentes conditions (sec, froid positif et froid négatif)

Le cas de l'Ariège : quel modèle logistique et économique proposé ?

Moyens humains et matériels

- Investissement d'un agent Chambre d'Agriculture pour l'organisation de la production (fixation des prix, élaboration cahiers des charges par filière...) et de l'approvisionnement (mise en lien cuisiniers, intendants / fournisseurs)
- Embauche de Sylvie FEUILLERAT à temps plein pour le volet commercial et administratif
- Location d'un bureau et moyens de communication dans l'entreprise SETAK
- Acquisition de matériels : balance, étiqueteuse, transpalette, matériel informatique et logiciel de gestion commerciale

Le cas de l'Ariège : présentation de la plate-forme en 3 parties

1. Les grands principes retenus
2. Quel modèle logistique ?

3. Quel modèle juridique ?

Le cas de l'Ariège : quel modèle juridique proposé ? Montage juridique

Afin de permettre l'implication de toutes les parties prenantes (publiques comme privées) dans la future plate-forme, la structure juridique pressentie consiste à créer

une **SCIC-SA : Société Coopérative d'Intérêt Collectif**.

Mise en place de 6 collèges :

1. Salarié(s) de la SCIC
2. Producteurs agricoles (personne morale ou physique)
3. Producteurs agricoles en groupement (associations, coopératives) et entreprises non agricoles (artisans, commerçants)
4. Collectivités publiques et leurs groupements
5. Établissements consulaires
6. Personnes physiques ou morales contribuant à l'activité



Le cas de l'Ariège : les outils de communication

- Un catalogue de produits
- Une affiche de présentation des menus dans les selfs
- Un set de table
- 3 Kakemonos (Fraîcheur, Goût, Proximité)
- Une clefs USB « Terroirs Ariège Pyrénées »
- 8 panneaux de communication
- 1 banderole « Terroirs Ariège Pyrénées »
- Un film de présentation de la plate-forme Ariégeoise



Merci de votre attention.

